



Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Centro de Educação e Humanidades
Faculdade de Educação da Baixada Fluminense

Sylvia Tereza da Palma de Mello

Devir Divino:
O protagonismo da classe C na novela Avenida Brasil

Duque de Caxias

2014

Sylvia Tereza da Palma de Mello

Devir Divino:

O protagonismo da classe C na novela Avenida Brasil

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do título de Mestre ao Programa de Pós-Graduação em Educação, Cultura e Comunicação em Periferias Urbanas da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Educação, Comunicação e Cultura.

Orientadora: Prof^ª Dra. Alita Villas Bôas de Sá Rego

Duque de Caxias

2014

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/REDE SIRIUS/ BIBLIOTECA CEHC

M527 Mello, Sylvia Tereza da Palma de
Tese Devir divino: o protagonismo da classe C na novela Avenida Brasil
/ Sylvia Tereza da Palma de Mello – 2014.
194f.

Orientador: Alita Villas Boas de Sá Rego
Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Educação da Baixada
Fluminense, Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

1. Telenovelas – Brasil - Teses. 2. Subjetividade - Teses. I. Rego,
Alita Villas Boas de Sá. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
Faculdade de Educação da Baixada Fluminense. III. Título.

CDU 659.3(81)

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Sylvia Tereza da Palma de Mello

**Devir Divino:
O Protagonismo da Classe C na Novela Avenida Brasil**

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do título de Mestre ao Programa de Pós-Graduação em Educação, Cultura e Comunicação em Periferias Urbanas da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Educação, Comunicação e Cultura.

Aprovada em 09 de Setembro de 2014.

Bancada Examinadora:

Prof.^a Dra. Alita Villas Boas de Sá Rego (Orientadora)
Faculdade de Educação – UERJ

Prof. Dr. Mauro José Sá Rego Costa
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Prof. Antonio Edmilson Martins Rodrigues
Universidade Federal Fluminense

Duque de Caxias

2014

RESUMO

MELLO, Sylvia Teresa da Palma de. **Devir Divino: O Protagonismo da Classe C na Novela Avenida Brasil**. 2014. 193f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Educação da Baixada Fluminense, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Duque de Caxias, 2014.

Na pesquisa *Devir Divino: o protagonismo da Classe C Na Novela Avenida Brasil* vamos realizar a cartografia (Deleuze & Guattari) da telenovela *Avenida Brasil*, em sua plataforma principal, a televisão. É uma pesquisa em andamento, já que a telenovela e sua narrativa não são conclusivas, pois depende substancialmente do agenciamento entre formas de pensar, agir e sentir de quem está assistindo, produzindo um rizoma que nunca se fecha. Para investigar seus efeitos na produção da subjetividade, e na construção dos territórios existenciais, uma das primeiras pistas que seguimos foi investigar que forças sócio-econômicas e políticas levaram a periferia e a Classe C emergente aos papéis de protagonistas em *Avenida Brasil* (Neri), de que maneira são construídos territórios existenciais que passam a exercer forte relação com o desejo do telespectador, territorializando-o, através de narrativas inovadoras, produzindo dados que servem de base para a manutenção e preservação da sociedade de controle (Gilles Deleuze). Nossa segunda pista está ligada às opções estéticas usadas para construir a narrativa de *Avenida Brasil*, a questão da imagem como referência, a proximidade dessa imagem com o cinema (Deleuze, Comolli, Parente), e laços que se formam no decorrer da telenovela que refletem os efeitos das relações presentes no capitalismo contemporâneo, que tem como base o consumo e a produção de signos e afetos (Guattari e Rolnik). O percurso da terceira pista está ligado ao processo de produção de subjetividade, de onde poderiam surgir novas formas de criar e produzir sentido, de inventar dispositivos de valorização e de autovalorização, através de novas narrativas inauguradas no ambiente digital. Nossa metodologia inclui a observação e análise de capítulos, das narrativas discursivas e estéticas. Esse estudo vai se basear nos conceitos de Gilles Deleuze e Felix Guattari, no que tange à produção de subjetividade, criação de novos territórios existenciais, territorialização e desterritorialização dos já existentes, a imagem como potência de reflexão.

Palavras-chave: Avenida Brasil. Narrativa. Territórios. Subjetividade. Interatividade.

ABSTRACT

MELLO, Sylvia Teresa da Palma de. *Becoming Divine* : The Protagonists Class C in Novel Avenue Brazil. 2014. 193f. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Educação da Baixada Fluminense, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Duque de Caxias, 2014

In the study " Divine Becoming: the role of the C-Class in Novel Brazil Avenue " we will map (Deleuze & Guattari) of telenovela Brazil Avenue in its primary platform, the television. It is an ongoing research since the telenovela has a specific goal to be achieved and its narrative is not conclusive, since the agency depends substantially between ways of thinking, acting and feeling of who is watching the novel, that is, the viewer producing a rhizome which never closes. In order to investigate its effects on the production of subjectivity and the construction of existential territories, one of the first tracks that we followed was to investigate socio-economic and political forces led to the periphery and C class emerging to leading roles in Avenue Brazil (Neri) in what way are built existential territories that are to exercise strong relationship with the desire of the viewer, it territorializando through innovative narratives, information and communication technologies, producing data that are the basis for the maintenance and preservation of the control society (Gilles Deleuze). Our second clue is on the aesthetic options used to build the narrative of Brazil Avenue, the question of the image as a reference, the proximity of this image with the cinema (Deleuze, Comolli, Parente), and the bonds that form the narrative from that, during the telenovela, which reflect the effects of the relationships present in contemporary capitalism, which is based on the consumption and production of signs and affections (Guattari and Rolnik). The route of the third runway is connected to the production of subjectivity, where new ways to create and produce could arise sense of inventing recovery and valorization devices through new accounts opened in the digital environment process.

Keywords: Brazil Avenue. Narrative. Territories. Subjectivity. Interactivity.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Interface da Web, bordão de Avenida Brasil: Me serve vadia	101
Figura 2	Interface da Web, bordão de Avenida Brasil: A culpa é da Rita	102
Figura 3	Interface da Web, bordão de avenida Brasil: Keep Calm and Me serve vadia	103
Figura 4	Foto da cena de abertura de Avenida Brasil	153
Figura 5	Foto da cena de Nina/Rita na Argentina	154
Figura 6	Foto da cena de casamento de Rita e Batata	155
Figura 7	Foto da cena do Lixão	156
Figura 8	Foto da cena de Leleco espiando Tessália	157
Figura 9	Foto da cena de Nina e Jorginho na chuva	158
Figura 10	Foto da cena de Jorginho pedindo Nina em casamento	159
Figura 11	Foto da cena de Roni espancando traficantes	160
Figura 12	Foto da cena de Carminha ameaçando Mãe Lucinda	161
Figura 13	Foto da cena de Carminha enterrando Nina viva	162
Figura 14	Interface da Web, avatares congelados de Avenida Brasil	163
Figura 15	Interface da Web, avatares congelados de Avenida Brasil	164
Figura 16	Interface da Web, bordão: A culpa é da Rita	169
Figura 17	Interface da Web, bordão: A culpa é da Rita	170
Figura 18	Interface da Web, bordão: A culpa é da Rita	171
Figura 19	Interface da Web, bordão: Me serve, vadia	172
Figura 20	Interface da Web, bordão: Me serve, vadia	172
Figura 21	Interface da Web, bordão: Me serve, vadia	173
Figura 22	Interface da Web, bordão: Me serve, vadia	174
Figura 23	Interface da Web, bordão: Eu quero ver tu me chamar de amendoin	175
Figura 24	Interface da Web, bordão: Eu quero ver tu me chamar de amendoin	175
Figura 25	Interface da Web, bordão: Doe um pen drive para Nina	176
Figura 26	Interface da Web, avatares congelados de Avenida Brasil	177
Figura 27	Interface da Web, avatares congelados de Avenida Brasil	178
Figura 28	Interface da Web, avatares congelados de Avenida Brasil	178
Figura 29	Interface da Web, crítica do internauta	179
Figura 30	Interface da Web, crítica do internauta	180
Figura 31	Interface da Web, crítica do internauta	181

Figura 32	Interface da Web, crítica do internauta	181
Figura 33	Interface da Web, Nina com os políticos Brasileiros	182
Figura 34	Interface da Web, Nina no seriado Game of Thrones	182

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	9
1	NO TERRITÓRIO DA CARTOGRAFIA	23
1.1	Rizoma	30
1.2	Produção e subjetividade	31
1.3	No território da telenovela Brasil	35
1.4	No território da tecnologia	36
1.5	No território da imagem	41
1.6	No território da periferia e da classe C emergente	44
2	A NARRATIVA DE UMA NAÇÃO: AVENIDA BRASIL	57
2.1	Avenida Brasil: segundo quem fez	63
2.1.1	<u>Elenco, personagens e características</u>	66
2.1.2	<u>Cenografia, produção de arte, referência e vivências</u>	73
2.1.3	<u>Caracterização</u>	75
2.1.4	<u>Modos e Modas</u>	76
2.1.5	<u>Uma questão do autor</u>	78
2.1.6	<u>Bordões</u>	79
2.1.7	<u>Vinheta de abertura</u>	84
2.1.8	<u>Direção, fotografia, iluminação, trilha sonora</u>	84
2.1.9	<u>Trilha sonora</u>	88
2.1.10	<u>Velocidade da narrativa</u>	90
2.1.11	<u>O marketing da emissora</u>	92
2.1.12	<u>Os números de Avenida Brasil</u>	95
2.2	Avenida Brasil: segundo quem assistiu	97
2.3	Avenida Brasil: a recepção na periferia	104
3	A NARRATIVA VERDE E AMARELA E JOGO DAS NARRATIVAS E DOS MITOS	110
3.1	O espelho da classe C emergente	114
3.2	Criando Avenida Brasil	121
4	PRODUÇÃO DE SUBJETIVIDADE E TERRITORIALIZAÇÃO EM AVENIDA BRASIL	129
4.1	Avenida Brasil a narrativa estética: luz, imagem e ação	152

4.2	Produção de subjetividade na Web	167
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	183
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	189

INTRODUÇÃO

Apresentação

O objetivo desta pesquisa é investigar as forças que levaram a Classe C a ocupar o papel de protagonista da produção seriada de maior destaque da televisão brasileira no ano de 2012, a telenovela *Avenida Brasil*, usando como principal cenário uma periferia do Rio de Janeiro, o fictício bairro do Divino. Verificar que recursos estéticos e narrativos foram usados para construir esse protagonismo de classe, essa periferia e seus personagens. E ainda, refletir sobre os territórios existenciais que foram produzidos a partir desse contexto e a produção de subjetividade do Devir Divino. Inserindo grande parte da população brasileira, aferida pelo Ibope, cerca de 30 milhões de pessoas, nas relações existentes do capitalismo contemporâneo através de uma rede de produção de signos e afetos.

Instigados por essas questões procuramos:

- Examinar que forças sócio-econômicas e políticas levaram a Periferia e a Classe C emergente aos papéis de protagonistas e ao devir Divino.
- Identificar quais opções estéticas foram usadas para construir a narrativa de *Avenida Brasil*.
- Verificar como no interior dessa mega máquina de produção de subjetividade - telenovela - poderiam surgir novas formas de se agregar, de trabalhar, de criar e produzir sentido, de inventar dispositivos de valorização e de autovalorização, como os virais, os memes¹, as transmídiações², estabelecendo novos diálogos com o público, inventando novas narrativas inauguradas no ambiente digital.

No caminho de Avenida Brasil

Venho, há algum tempo, me questionando sobre como os meios de comunicação foram se apropriando dos termos Periferia e Classe C como agentes de transformação social,

¹ Os memes são conteúdos que têm sucesso instantâneo e se espalham rapidamente, provocando o chamado efeito viral. Virais e memes: <<http://www.ebc.com.br/tecnologia/2013/05/voce-sabe-o-que-e-um-viral-da-internet>>

² Transmídia: transmissão de uma mensagem ou história através de várias mídias, onde o foco na verdade é a história a ser transmitida. Exemplos claros de transmídia são games que viraram filmes, blogs de personagens de novelas para criar interação com o público, a famosa cerveja Duff do seriado "Os Simpsons" ou a ação da Seguradora Zurichno clássico Palmeira x Santos. <<http://www.sbgc.org.br/sbgc/blog/voce-sabe-que-e-transmidia> <http://pt.wikipedia.org/wiki/Transm%C3%ADdia>>

tornando-os novos territórios de produção de sentidos, principalmente, na televisão. Instigada por esse movimento que colocava as comunidades periféricas no centro dos debates, comecei a acompanhar programas como *Central da Periferia*³, que mostrava, segundo a visão da emissora, as culturas das periferias de diversos estados e países, como os moradores lutavam no dia-a-dia para conseguir transformar o lugar onde nasceram, viveram ou ainda viviam, em locais melhores. Isso foi em 2006. De lá para cá, outros programas surgiram e vários canais de televisão começaram a apresentar, de acordo com a concepção de cada uma, modos de vida na periferia e de produção de bens materiais e imateriais nesses territórios.

Em 2007, a novela *Vidas Opostas*, de Marcilio Moraes, exibida na Rede Record, trouxe para as telas, entre outros temas, os conflitos de amor entre dois jovens de diferentes classes sociais, a corrupção policial e o tráfico de drogas. A favela era uma das protagonistas da história, onde vivia a Cinderela da periferia que precisava ser resgatada pelo Príncipe do asfalto.

Mas, foi só em 2012 que uma produção de teledramaturgia, *Avenida Brasil*, decidiu colocar a Classe Emergente, a Classe C⁴, em sua grande maioria, moradores da periferia, como protagonista de uma história, invertendo o eixo comumente apresentado pela ficção televisiva de ser sempre a classe alta, os ricos, os agentes principais das tramas.

Nesta mesma época, no horário vespertino, das 19 hs, a mesma TV Globo apresentou outra produção, também ambientada em parte numa periferia, no caso, numa das favelas cariocas. *Cheias de Charme*⁵ mostrava o poder das empregadas domésticas e o potencial criativo das periferias urbanas. A novela não chegava a focar sua trama apenas nesta classe emergente, mas produziu uma série de ações transmidiáticas inéditas até então. As duas produções engendraram um grande fluxo de produções de sentidos, mas foi com *Avenida Brasil* que o país parou para assistir à novela. A produção seriada marcou o maior ibope do ano.

3 *Central da Periferia*, programa da rede Globo de Televisão, apresentado por Regina Casé, em 2006. No programa, a apresentadora viaja pelas periferias do mundo e descobre o que elas têm em comum com as periferias brasileiras. Direção Geral: Estevão Ciavatta e Monica Almeida.

4 Entre 2008 e 2010, cerca de 13,3 milhões de pessoas passaram a fazer parte da classe C no Brasil, também conhecida como a nova classe média. A informação está no estudo “Os Emergentes dos Emergentes”, que a Fundação Getúlio Vargas fez para o Construbusiness 2010 (Seminário da Indústria Brasileira da Construção). O levantamento mostrou que em 2003 a classe C representava 66 milhões de habitantes, atualmente está em torno de 95 milhões e em 2014 poderá chegar a 113 milhões, tornando-se maioria no país.

5 *Cheias de Charme* foi uma telenovela brasileira produzida e exibida pela Rede Globo entre 16 de abril de 2012 a 28 de setembro de 2012, em 143 capítulos. Escrita por Filipe Miguez e Izabel de Oliveira, teve direção de Allan Fiterman, Maria de Médicis e Natália Grimberg, direção-geral de Carlos Araújo, direção de núcleo de Denise Saraceni, e a supervisão de texto de Ricardo Linhares.

Um acontecimento que chamou a atenção. Porque até então, ao mesmo tempo em que a Classe C emergente e a periferia iam tomando as telas da TV, as telenovelas iam apresentando um declínio em sua audiência, e as hipóteses para isso variava entre o fortalecimento do ambiente digital e o declínio do gênero telenovelas no país.

Decidi então investigar também as razões pelas quais a telenovela, um produto de massa, que ocupa o horário nobre da televisão e que alcança a chamada preferência nacional, estava sendo rejeitada, e porque ainda havia muitos preconceitos em relação ao gênero. Não foram poucas as vezes em que ouvi que a telenovela era uma obra menor, de qualidade questionável, distante do fazer artístico do cinema, da literatura, das artes plásticas e outras artes de elite. E a televisão, principalmente a aberta, um veículo de comunicação sem muitas qualidades.

Meu primeiro passo, neste sentido, foi buscar entender melhor esse veículo e sua linguagem. A televisão, mais que um aparelho, é uma especificidade de formato e de programação, com um código de imagens específicas que pertencem a ela. Não pertencem ao cinema, ao rádio, ao DVD, à internet. Ou qualquer outra mídia. Apenas, à televisão.

A discussão sobre a qualidade em televisão está longe de ser consenso. Mas, de uma maneira geral, os intelectuais de formação mais tradicional resistem ao trabalho de vislumbrar um alcance estético em um produto de massa, fabricado em escala industrial. Para eles, a cultura traduzida na densa tradição da literatura, música, teatro, artes plástica e até da filosofia, que receberam ao longo da história avaliação crítica competente, não pode ter nada em comum com a epidêmica, superficial e descartável produção em série de objetos comerciais de nossa época.

Porém, há quem diga que a arte do audiovisual contemporâneo esteja justamente na telinha da TV - nem mais tão pequena assim. Está na televisão hoje uma das melhores safras de programas de todos os tempos, constituída pelas séries de ficção americanas, britânicas, principalmente, com seus diversos gêneros e estéticas.

Mas, mesmo com toda renovação dos gêneros ficcionais televisivos e de linguagens, por que muitos críticos continuam menosprezando a televisão?

Procurei fazer uma contextualização da origem dessa crítica e refletir também sobre a questão da qualidade na televisão. Saber de onde vinha esse “nariz empinado” para o veículo, e quais as principais acepções para a palavra “qualidade” em circulação nos meios que discutem televisão.

Qualidade também foi um dos meus focos para refletir sobre o potencial da televisão e das telenovelas no Brasil.

A especificidade da linguagem da teledramaturgia, seu histórico no país, sua capacidade de pautar temas nacionais, de ser um reflexo da nação, foram estudos, entre outros, que permitiram que essa pesquisa pudesse investigar os caminhos estéticos e discursivos tomados pela narrativa de *Avenida Brasil*.

Justificativa

A partir desse contexto, comecei a perceber que as constantes inovações têm levado a televisão, principalmente as ficções seriadas, a conjugar linguagens, buscando em outras categorias artísticas como a poesia, as artes plásticas, a música, a literatura, e o próprio cinema, inspiração para criar narrativas estéticas inovadoras, que levem o telespectador a também vivenciar algo de diferente naquele ritual cotidiano das imagens e sons das novelas, do fluxo ininterrupto de imagens. Algo que faça com que ele pare no meio da travessia da sala para olhar o que nunca viu, por um instante, e compor um espaço de irrupção do diferente, um novo campo para o exercício do pensamento e da alteridade.

Para os que acreditavam que isto era impossível, ainda mais no momento em que se iniciou essa pesquisa, que a televisão e, principalmente, a telenovela, pudessem se reinventar, já que nessa época o veículo e o produto vinham recebendo o questionável vaticínio sobre uma eminente decadência frente aos avanços do ambiente digital - assim como recebeu a fotografia quando surgiu o cinema, ou como recebeu o rádio quando surgiu a televisão - alguns estudos argumentam que ainda há muito fôlego para os folhetins eletrônicos.

Instigada pelas questões relativas à qualidade e às narrativas, e envolvida com a presença de novos territórios existenciais nas telas da TV (como as periferias e a Classe C emergente), comecei a buscar um foco para minha pesquisa.

Passei a acompanhar algumas novelas, minha preferência sempre foi pelos seriados, especiais e pelo cinema, apesar de ser roteirista profissional e de ter escrito, entre outras produções, o seriado policial, *A Lei e o Crime*⁶, para TV Record.

Também convivendo com um reconhecido autor de novela, Marcílio Moraes⁷, e tendo

⁶ *A Lei e o Crime* é uma série de televisão brasileira exibida pela Rede Record entre 5 de janeiro e 8 de Junho de 2009. Roteirizada por Marcílio Moraes, Joaquim Assis, Renê Belmonte, Sylvia Palma, Leonardo Gudel e Eduardo Quental e direção de Alexandre Avancini. <http://pt.wikipedia.org/wiki/A_Lei_e_o_Crime>

⁷ Marcílio Moraes nasceu em Petrópolis, RJ. Contista, romancista, dramaturgo, autor-roteirista. Iniciou sua carreira na Rede Globo, numa minissérie de Ferreira Gullar e Armando Costa, chamada “A Juíza” (inédita). Depois fez “Roque Santeiro”, com Dias Gomes. E continuou nas telenovelas. Escreveu “Roda de Fogo”, “Mandala”, “Mico Preto”, “Sonho Meu” e o remake de “Irmãos Coragem”, além das minisséries “Laércio é

acompanhando seu trabalho em três novelas: *Essas Mulheres*⁸, *Vidas Opostas*⁹ e *Ribeirão do Tempo*¹⁰, comecei a perceber que havia mais do que uma fórmula a ser repetida na carpintaria dramaturgica de uma telenovela.

Foi quando estreou a telenovela *Avenida Brasil*, exibida de 26 de março a 19 de outubro de 2012, no horário das 21h15min.

A novela trouxe para a telinha 45 personagens. Destes, apenas sete moravam na zona sul do Rio de Janeiro, cenário principal de boa parte das ficções seriadas deste horário. Os 38 demais moradores viviam no fictício bairro do Divino, localizado próximo à conhecida *Avenida Brasil*, que corta vários bairros da periferia do Rio de Janeiro. O próprio título da novela já carregava a síntese do que estava procurando. A *Avenida Brasil*, maior avenida em extensão do Brasil, que agrega vários bairros de periferia e municípios, ocupava o título da produção mais importante, da maior emissora de televisão do país, cujas produções são exibidas em várias partes do mundo.¹¹ E o autor dessa produção era um roteirista considerado um dos mais promissores autores de novela da nova geração: João Emanuel Carneiro¹².

Ao contrário de outras produções neste horário chamado “*prime* ¹³*time*”, da emissora,

Nosso Rei”, “Noivas de Copacabana”, “Dona Flor e Seus Dois Maridos” e “Chiquinha Gonzaga”, e especiais, “A Grande Família”, “O Dia Mais Quente do Ano”, “Aventuras de um Barnabé” m 2005, foi contratado pela TV Record, onde escreveu as novelas “Essas Mulheres”, “Vidas Opostas” (com a qual ganhou o Troféu Imprensa) e “Ribeirão do Tempo”, além dos seriados “A Lei e o Crime”, 2009, e “Fora de Controle”, 2011. Atualmente, produz o filme “O Crime da Gávea”, baseado no seu romance.
<<http://marciliomoraes.com.br/>>

⁸ *Essas Mulheres* é uma telenovela produzida pela Rede Record e exibida de 2 de maio a 22 de outubro de 2005, e apresentada no horário da 19h30. De autoria de Marcílio Moraes e Rosane Lima, escrita com Bosco Brasil e Cristianne Fridman. < http://pt.wikipedia.org/wiki/Essas_Mulheres>

⁹ *Vidas Opostas* é uma telenovela brasileira que foi produzida pela Rede Record e exibida entre 21 de novembro de 2006 e 27 de agosto de 2007, com um total de 240 capítulos.¹ Direção geral de Alexandre Avancini, escrita por Marcílio Moraes, com a colaboração de Luiz Carlos Maciel, Antônio Carlos de Fontoura, Joaquim Assis, Paula Richard e Melissa Cabral. < http://pt.wikipedia.org/wiki/Vidas_Opostas>

¹⁰ *Ribeirão do Tempo* é uma telenovela brasileira produzida e exibida pela Rede Record, de autoria de Marcílio Moraes, foi escrita com a colaboração de Joaquim Assis, Paula Richard e Consuelo de Castro, com colaboração de Eduardo Quental e direção de Edgard Miranda. Seu término foi em 2 de maio de 2011. <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ribeir%C3%A3o_do_Tempo>

¹¹ Rede Globo - Principal empresa das Organizações Globo – o maior grupo de mídia, comunicações e entretenimento da América Latina –, a Rede Globo cobre todo o território brasileiro, através de suas Emissoras e Afiliadas. É a maior rede de televisão do Brasil.
A Rede Globo produz conteúdo para TV aberta, TV fechada, Internet e outras mídias. Somos líderes de mercado nas principais categorias de sites de Internet: notícias, esportes, novelas.
<<http://talentostvglobo.com.br/conhecendo-a-rede-globo/>> Acesso em : 24 Jun. 2014

¹² “Ele é o melhor autor de televisão atualmente”, afirma o diretor Daniel Filho. “Fiz essa leviandade de levá-lo para a TV e perdi o roteirista de cinema... <<http://ww18.itau.com.br/revistabkl/joao-emanuel-carneiro.html>>

¹³ Prime time significa o horário nobre da programação televisiva. É um bloco de programação exibido durante

que traziam sempre locações maravilhosas para os primeiros capítulos da novela, os capítulos de abertura de *Avenida Brasil*, apresentavam um bairro fictício de periferia chamado Divino, com seus personagens e sua cultura.

No Divino moravam os novos ricos da família de Tufão, ex-jogador de futebol que fez sucesso no Flamengo¹⁴ e na Seleção Brasileira, mas que ao se aposentar preferiu retornar ao subúrbio, onde se sentiu à vontade para construir sua mansão e viver com a família, mostrando outra face dos bairros populares. No Divino também havia gente de sucesso, como Monalisa, “rainha da chapinha”, dos salões de beleza. E os jogadores de futebol em ascensão, além dos pequenos empresários que, apesar de ganharem dinheiro, não renegavam suas origens.

Nas proximidades do Divino havia ainda o Lixão.

Inspirado no Lixão de Gramacho, também conhecido como Aterro Metropolitano de Jardim Gramacho, fechado em junho de 2012¹⁵, esse aterro recebia cerca de 80% do lixo produzido na região metropolitana do Rio de Janeiro, perto de 8.000 toneladas/dia, uma quantidade que ameaçava sua integridade e apontava para riscos de um grave desastre socioambiental. O lixão de Gramacho foi fechado durante a novela *Avenida Brasil*. Mas o similar na ficção continuou até o final da história, tendo se tornado um dos cenários mais importantes da trama.

O Lixão de *Avenida Brasil* foi inspirado na obra do artista plástico Vic Muniz¹⁶. Construído com restos de materiais, ele carregava o estigma de ambiente insalubre e inabitável que esses aterros sanitários despertam. Porém, as mazelas do ambiente eram diluídas por imagens mais assépticas, com o lixo longe das casas onde os personagens desse cenário viviam. Nilo, o vilão que se alimentava dos recalques do passado, maltratando e explorando crianças sem piedade. E Lucinda, senhora generosa que abrigava órfãos e judiados das mãos de Nilo, mas que escondia um grave passado. Nesse Lixão também viveram Rita e

as noites, quando a audiência é maior. A maior parte do faturamento das emissoras vem dessas faixas horárias. <http://pt.wikipedia.org/wiki/Hor%C3%A1rio_nobr> e <<http://pt.bab.la/dicionario/ingles-portugues/prime-time>>

¹⁴ O **Clube de Regatas do Flamengo** (mais conhecido simplesmente como **Flamengo**) é uma agremiação poliesportiva brasileira com sede na cidade do Rio de Janeiro. O clube foi fundado para disputas de remo em 17 de novembro de 1895. Hoje, é um dos clubes mais bem-sucedidos no futebol brasileiro, e é o clube mais conhecido e popular em todo Brasil, tendo a maior torcida de futebol do mundo <http://pt.wikipedia.org/wiki/Clube_de_Regatas_do_Flamengo>

¹⁵ Fechamento do Lixão de Gramacho. <<http://noticias.terra.com.br/brasil/cidades/lixao-de-gramacho-e-fechado-oficialmente-no-rio-de-janeiro,69ecdc840f0da310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>>

¹⁶ Vik Muniz: <[http://www.infopedia.pt/\\$vik-muniz](http://www.infopedia.pt/$vik-muniz) http://pt.wikipedia.org/wiki/Vik_Muniz>

Batata, os mocinhos da trama, e Carminha e Max, os vilões implacáveis. O trânsito entre o Divino e o Lixão era constante e fluido. Porque a história de *Avenida Brasil* teve início e termino lá.

O bairro do Divino e o lixão estavam na contramão das produções anteriores que transcorriam em bairros abastados do Rio ou de São Paulo e que apresentavam os subúrbios como focos de violência e de pobreza.

Uma mudança de abordagem que poderia ser quase considerada como radical e um desafio a ser decifrado: a periferia, comumente retratada como caricatural ou cômica, passou a ser apresentada como uma classe de trabalhadores sérios, alguns bem sucedidos. Enquanto a classe alta, vista como a detentora do saber e do poder, foi apresentada de maneira caricatural e decadente, que ia buscar na periferia recursos para sua sobrevivência. A inversão fazia com que periferia ocupasse o lugar central na trama e movesse a narrativa, reduzindo o espaço da classe alta, normalmente protagonista das histórias nesse horário. Colocavam-se aí questões importantes em discussão, como novos arranjos familiares e produtivos.

Não poderia supor, na época em que comecei esses estudos, que *Avenida Brasil* fosse se tornar uma produção de grande sucesso, o maior ibope¹⁷ da televisão brasileira daquele ano. E a telenovela mais lucrativa da emissora carioca (dois bilhões de dólares), segundo a *Revista Forbes*¹⁸. Muito menos que se transformaria em referência para dezenas de artigos e publicações, com as mais diversas abordagens.

Avenida Brasil atingiu 51 pontos de audiência com pico de 53,8 e *share* de 72%, (participação no total de televisores ligados), segundo o Ibope. Só na última semana de exibição, tinha mais de 500 anunciantes. De certa forma, era o embrião do que começava a se formar no país em termos de reivindicação de visibilidade para os que sempre foram invisíveis em grande parte das telas nacionais, e visíveis apenas nas estatísticas. Ao reconhecer esses dados, me lancei ao trabalho de cartografar *Avenida Brasil*.

Metodologia: Cartografando *Avenida Brasil*

Com as três questões iniciais comecei a cartografar a narrativa da novela *Avenida*

¹⁷<www.ibope.com.br>

¹⁸ Lucro bilionário de Avenida Brasil, segundo a revista Forbes:
<http://www.vermelho.org.br/noticia.php?id_secao=10&id_noticia=196858>
<<http://kiminda.wordpress.com/category/negocios/page/2/>>

Brasil, os recursos estéticos usados para retratar a Periferia e a Classe C Emergente, protagonista dessa ficção seriada que potencializou a criação do Devir Divino, nome do bairro fictício onde se passa a trama.

A cartografia é um procedimento que leva o pesquisador a um exercício de pensar peculiar, pois requer dele a capacidade de criar processos durante a prática cartográfica. E isso somente se torna viável pelo encontro profícuo entre pesquisador e campo pesquisa, onde o material a ser pesquisado passa a ser produzido e não coletado.

Quando um cartógrafo dá início o seu percurso de pesquisa, não sabe exatamente onde vai chegar. Seu alvo não é definido, ele segue pistas que surgem pelo caminho.

Virginia Kastrup, juntamente com Eduardo Passos, Liliana Escóssia, no livro *Pistas do Método da Cartografia* (2009), apontam o que seriam as oito pistas do cartógrafo: trata-se de um método para acompanhar processos e não representar objetos; refere-se a um coletivo de forças; visa um território existencial; traça um campo problemático; requer a dissolução do ponto de vista do observador; exige certo tipo de atenção ao presente; requer dispositivos para funcionar; e, por fim; consiste em um método que não separa pesquisa de intervenção.

Vejo a prática cartográfica muito próxima do ato de escrever, seja um conto, um romance ou uma novela. Quando começamos uma obra, podemos até ter certa noção do que desejamos contar, mas no processo de criar é que surgem as rotas, as novas conexões que não aquelas que pareciam ser as que levariam ao objetivo final. Chega a ser surpreendente o que se pode descobrir no meio de um caminho em que aparentemente a escrita parecia segura pelos muros da objetividade. Há uma tensão, um confronto, um exercício incessante de pensar e repensar, e pensar aquilo que ainda não foi pensado. Isso está, inclusive, no final do capítulo Um Novo Cartógrafo, do livro *Foucault* (1984), escrito por Deleuze: “... escrever é lutar; resistir; escrever é vir a ser; escrever é cartografar, eu sou um cartógrafo”, referindo-se à escrita de Foucault.

A cartografia criada por Gilles Deleuze e Félix Guattari tem na sua gestação uma relação com a esquizoanálise, que se alimenta de teorias filosóficas, música, pintura, imagens da literatura, da arte. Ideias sobre inconsciente e subjetividade são reconstruídas. O inconsciente é desassociado da teoria psicanalítica e é entendido como uma máquina de produção que opera no social, no momento presente, atravessando os sujeitos, seus territórios e suas relações. A subjetividade também não se remete a um eu, é um conjunto de atravessamentos de relações e forças. A subjetividade é múltipla e polifônica. E as trajetórias e identidades se sujeitam ao movimento incessante de (des) territorialização e (re) territorialização.

O método cartográfico é ramificado, rizomático. Ele se forma através dos bulbos que se comunicam, sempre ramificando em outros bulbos, produzindo mais rizoma. Como uma plantação de aipim, ou batata doce, etc. Com isso, carrega o melhor e o pior do rizoma, a batata e a grama (considerada a erva daninha).

Podemos salientar algumas características dessa estrutura rizomática, como o princípio de conexão e heterogeneidade, no qual qualquer ponto do rizoma pode ligar-se a outro, sem ordem pré-estabelecida de começo e fim, e também entre elementos heterogêneos. O princípio da multiplicidade, no qual a condição de unidade não existe, nem o sujeito é uno, nem o objeto já que nenhum deles existe de forma separada, e sim em sua relação. Não há pontos ou posições hierárquicas, como numa árvore ou raiz, mas apenas linhas, situadas num plano. É o princípio da ruptura a-significante, quando o rizoma pode ser rompido em qualquer lugar e também se reconstitui em qualquer lugar, em suas linhas. As linhas possuem segmentaridade, um tipo de organização e territorialização, como também linhas de desterritorialização, e de fuga.

O rizoma não segue um modelo estrutural, um eixo genético, afasta-se da ideia do decalque, da reprodução, do que já está dado por uma estrutura, por um sistema arborescente, que são hierárquicos.

Neste trabalho, especificamente, a cartografia é vista como proposta metodológica no processo de produção de subjetividade. Partindo da investigação sobre o protagonismo da Classe C dentro da narrativa da telenovela *Avenida Brasil*.

Mesmo diante de um objeto volátil como a telenovela, que trabalha basicamente no campo da emoção e do sentimento, que se inscrevem em movimentos constantemente dinâmicos de recriação e variação, foi necessária a formalização de certos procedimentos, como a introdução de um tipo de pesquisa qualitativa, que permitiu identificar nuances de intensidade e a extensão do impacto da obra sobre um grupo de pessoas que moram na periferia. Foi necessário para investigar a produção de subjetividade na novela *Avenida Brasil*, capaz de criar devires, com seus modos de pensar, agir e sentir. Lembrando sempre que cartografar é também dar língua para afetos que solicitam entradas, mergulhar nas intensidades.

Apesar desse método cartográfico e seus procedimentos técnicos não permitir uma definição exata, já que os procedimentos devem ser produzidos pelo cartógrafo em função do contexto, é necessário haver planejamento, sempre que necessário, durante o desenvolvimento da pesquisa, principalmente se for uma pesquisa como esta, cuja duração é todo o período de exibição da novela, de março a outubro de 2012, mais sua repercussão antes e depois da

exibição. Claro que durante este período surgiram novas descobertas, percepções, contradições, redirecionamentos, até epifanias.

Na etapa de produção de dados foi preciso jogar fora a aquele sentido de coleta, de extração, porque na cartografia, a produção de dados ocorre desde o início, desde o primeiro contato com o território a ser cartografado, com seus processos, forças e movimentos. Saberes, informações, conexões precisam ser abandonadas em prol de uma atenção sensível, para que se possa encontrar o que não se conhece, embora esteja ali latente, de forma virtual.

O importante é destacar que é uma pesquisa onde nada se copia, se imita, se decalca ou se plagia. Afinal, um mapa possui múltiplas entradas, já o decalque volta sempre ao mesmo ponto. O cartógrafo, comprometido com o acompanhamento de movimentos e processos, mantém do rigor do método, porém aberto para sua ressignificação. Seu esforço está relacionado ao interesse, ao compromisso e ao que ainda está por ser descoberto.

O cartógrafo procura não isolar o objeto ou dispositivo estudado, em vez disso, ele valoriza a rede de forças ao qual ele está conectado, no que se referem às suas articulações históricas, suas conexões com o mundo, sempre em movimento dinâmico e permanente. As pistas são suas referências durante o percurso investigativo. Que ajudam a refazer enunciados, criar novos problemas, buscar práticas originais de investigação. O desafio é desenvolver práticas que possam acompanhar processos inventivos e de produção de subjetividade.

Um caminho que possui duas vertentes: a do processamento e a da processualidade. No processamento, o conhecimento é baseado na informação. A pesquisa se concentra na atenção com informações como a relação que o objeto tem com a história, plano dos afetos, o socius, a contextualização com o momento presente, etc.

Na processualidade, o cartógrafo se coloca no coração da cartografia. Que é a investigação dos processos de produção de subjetividade, das forças que estão em curso, entre as quais o cartógrafo começa navegando em ondas, surfando entre os extratos. Nesse caminho, os momentos de análise, produção e discussão de dados ocorrem simultaneamente, como numa dança, na qual os passos se sucedem sem separação, encadeados, em movimento contínuo, impulsionado pelo passo anterior e pelo que virá logo em seguida. Esse movimento também se dá no momento da escrita. Quando o cartógrafo convida o leitor a compartilhar suas investigações, preocupações, desejos e ritmos de movimentos. Movimentos que se revezam entre avanço e recuo, influenciados pelos elementos que rodeiam e constituem seu objeto: arte, história, instituições, pessoas, contextos históricos, políticos, acontecimentos contemporâneos, rotas, rupturas, tudo que faça parte de um cotidiano vivo e potente.

As primeiras pistas desta pesquisa nos levaram a buscar os conceitos de televisão,

qualidade, narrativa, mitos, teledramaturgia nacional, carpintaria dramaturgica, interatividade, recepção. Os principais autores foram: Arlindo Machado, Newton Cannito, Marilena Chauí, José Roberto Sadek, Ilana Fedman, Carlos Cardoso de Paiva, Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Guillermo Orozco.

Localizar a Classe C emergente, investigar os conceitos de periferia, territórios, tantos os reais quanto os construídos na tela da televisão, através da teledramaturgia, levaram aos autores Marcelo Neri, Kleber Prado Filho, Marcela Montalvão Teti, Guaciara B. Freitas, Gilles Deleuze e Felix Guattari.

As questões sobre subjetividade capitalística, sociedades de controle, redes sociais e virtuais tiveram como referenciais teóricos os autores novamente Gilles Deleuze e Félix Guattari, Michael Foucault, Michael Hardt e Suely Rolnik.

E para identificar os elementos específicos da narrativa estética e discursiva utilizamos a bibliografia técnica pertinente à área. Além das pesquisas de Deleuze em *Imagem Movimento e Imagem Tempo*. As de André Parente em *Narrativa e Modernidade e Cinema/Deleuze*. E as de Jean-Louis Comolli.

Coleta de dados

Para seguir as pistas das opções estéticas da narrativa da novela *Avenida Brasil*, comecei acompanhar os critérios usados para a criação da iluminação, trilha sonora, trilha incidental, me interessei pelos tipos de câmeras foram usadas, os recursos estéticos imprimidos nos primeiros capítulos e nos demais. Dei atenção à edição, aos planos e cortes, ao ritmo da narrativa, aos eventos que se sucediam no dia a dia, prestei atenção ainda na continuidade e descontinuidade de alguns recursos, nos sombreamentos, cores, focos, sobreposições de imagens, closes, super closes, improvisos de diálogos, movimentos de câmera, direção de cenas, efeitos especiais, discursos dos personagens, prosódias, o desenrolar da história, merchandisings, entre outros elementos.

Usei os estudos de Deleuze (1983; 1985) em *Imagem Movimento e Imagem e Tempo*, e também os estudos de André Parente (2000), em *Narrativa e Modernidade, Cinema/Deleuze*, que dialogam com os estudos deleuzianos para observar o regime de imagens. Também as reflexões de Jean-Louis Comolli a imagem e o olhar.

Desde o primeiro capítulo da novela passei a acompanhar o uso de sons para pontuação dos ganchos, dos encerramentos, e para dar referências aos personagens. Também a observar e contabilizar, como num jogo, o número de vezes que determinado personagem recebia o congelamento do final da novela. Uma novidade que virou viral na web. Queria

verificar o impacto estético desses congelamentos sobre os diversos personagens. Mergulhei em algumas das publicações lançadas sobre a novela e acompanhei a movimentação em ambiente digital – internet, redes sociais, sites especializados, mas, principalmente pelo Facebook, onde o movimento de postagem de informações era possível de ser aferido. Mas, sem deixar de verificar quando novos produtos transmidiáticos iam aparecendo ao longo da exibição de *Avenida Brasil*.

Além de acompanhar a exibição da novela desde o primeiro capítulo, fiz a leitura deles, através dos scripts do autor, que me foram enviados por amigos que trabalhavam na novela. Com isso, pude observar as características dos personagens do bairro do Divino, bem como as características do bairro. Entrevistei um dos diretores da novela, José Luiz Villamarim, o diretor de efeitos especiais, Toni Cid Guimarães, além dos diretores do Departamento de Marketing da emissora: Ana Bueno, Diretora de Internet e Planejamento, Márcia Ladeira, Diretora de Merchandising, e Eduardo Esturaro, Diretor de Planejamento.

Também entrevistei um grupo de jovens da periferia, estudantes de Pedagogia da Febf/UERJ, que acompanharam a novela durante um período estipulado de duas semanas. Fui aos locais que esses entrevistados apontaram como sendo correspondentes às locações da novela, no subúrbio do município de Duque de Caxias, para fazer comparações entre a ficção e a realidade. Procurei observar se era possível estabelecer tais comparações. Percorri esses pontos de Duque de Caxias, sempre indicados pelos entrevistados, onde existiam locações correspondentes às locações da novela, tais como o bar do Silas, a mansão de Tufão, o salão de beleza de Monalisa, o clube do Divino, entre outras, registrando todo esse processo, das entrevistas às locações, em câmera digital, para produção de um pequeno documentário ao final desta dissertação.

Ainda pesquisei a questão do mito e como ele é inserido na nossa cultura e nas novelas, instaurando novas conexões com antigos códigos, produzindo novos sentidos. Procurei acompanhar a transmidiação específicas no ambiente digital, as paródias feitas em cima da novela, os memes, os virais produzidos a partir de caras e de falas dos personagens de *Avenida Brasil*. Separei por cenários o bairro do Divino e seus personagens e suas trajetórias dentro da dramaturgia e da narrativa. Pesquisei os figurinos, a direção de arte, a fotografia, a iluminação, as falas, os bordões, as cores de cada espaço, o perfil de cada personagem, a estética construída para contar a história.

Fui formulando trajetórias baseadas na minha curiosidade, na minha intuição, observando todos os efeitos que a novela produzia em mim, aquilo que me fazia destacar uma imagem da outra, um tempo do outro, bem como os processos que me ressaltavam certo tipo

de questionamento sobre a produção de subjetividade, como estava sendo construída, que tipo de controle pretendia exercer, se exercia ou apenas refletia um tipo de desejo subjacente do público, ou se as duas coisas ao mesmo tempo, usando para isso também os estudos de Guattari e Rolnik (1996) em *Cartografia do Desejo*. Também procurei observar os efeitos das enunciações e das visibilidades nas ruas e nos locais por onde passava, seja no subúrbio de Duque de Caxias, seja na Zona Sul carioca para verificar os processos de subjetivação que produziam.

Coloquei aleatoriamente minha filha de onze anos para assistir a trechos da novela para depois ouvi-la sobre o que havia assistido. Também passei a usar esse processo com todas as pessoas ao meu redor: a empregada doméstica, meus amigos de mestrado, uma manicure, uma senhora de idade, um cineasta, alguns roteiristas também de novela, uma jornalista, um porteiro de prédio residencial, minha orientadora.

Parti ainda para leituras mais e menos ortodoxas, de autores diversos. Além de Deleuze e Gattari, Antonio Negri, Foucault, Suely Rolnik, Newton Cannito, Marilena Chauí, Guilherme Orozco, Maria Immaculata Lope, Barbero Martins, Renato Ortiz, Silvia Borelli, Michel Maffesoli, Claudio Paiva, Jean-Louis Comolli, Maria Isabel Orofino, Tania Amador, Ana Galli Fonseca, entre outros.

Passei a observar, além da duração das imagens, os intervalos e a natureza tecnológica da televisão. Seu contexto histórico, suas características, sua estética.

O mesmo caminho foi tomado com a telenovela. Procurei localizá-la em seu contexto histórico, saber como surgiu, como entrou no país, como se tornou referência para o público brasileiro, que características assumiu nas telas brasileiras.

Depois, fui investigar a narrativa da telenovela, compará-la com outras narrativas, principalmente as de cinema. Onde elas se aproximavam e onde se afastavam. Observei o que considerava uma inovação na narrativa e o que achava que tinha relação com o cinema e outras narrativas.

Num jogo de espelhos, a telenovela revela ao público aquilo que ele deseja ver e aquilo que ela, a telenovela, deseja que ele veja, numa troca infinita de produção de sentidos. No caso de *Avenida Brasil*, o que o público queria ver e o que a telenovela queria mostrar levou a classe emergente ao paraíso, ao Devir Divino.

Por fim, para verificar como esse processo foi engendrado era necessário também entender o momento político-econômico por que passava o país. O que era a Classe C emergente, periferia e subúrbio, e os conceitos de territorialização e desterritorialização presentes nos estudos de Deleuze. De maneira a produzir uma cartografia que pudesse

investigar a produção de subjetividade e a potência da novela *Avenida Brasil*. Pesquisar de que modo todos esses elementos contribuíram ou não para construir o que foi chamado pelos meios de comunicação, na época, o maior fenômeno de público dos últimos anos.

1 NO TERRITÓRIO DA CARTOGRAFIA

A cartografia surgiu durante o percurso da pesquisa, quando entrei em contato com os conceitos de Deleuze e Guatarri e de outros autores como Negri, Hasbart, Suely Rolnik, que fazem reflexões importantes sobre a contemporaneidade, como a produção de subjetividade, a territorialização e desterritorialização, o sujeito maquínico. Conceitos com os quais passei a trabalhar para investigar as forças que atuavam no meu dispositivo, a telenovela *Avenida Brasil*. Para isso, procurei seguir as pistas que me foram sendo apresentadas, seguindo esse método cartográfico, utilizando não só as contribuições de Deleuze e Guatarri, mas também dos pesquisadores Virginia Kastrup, Eduardo Passos e Liliana da Escóssia (2009), que organizaram o livro “Pistas do Método da Cartografia”.

Mas, antes, é preciso entender melhor esse conceito chamado cartografia. Deleuze (1988) aplica o método da cartografia aos trabalhos de Foucault. O resultado é um diálogo que leva em conta as perspectivas e as ideias presentes em *Arqueologia do saber*, *Genealogia do Poder*, e *Vigiar e punir*.

Deleuze refere-se a Foucault como cartógrafo. Mas, esses elementos cartográficos já tinham aparecido numa entrevista de Foucault à revista *Hérodote*¹⁹, em 1976, tratando da sua relação com o campo da Geografia. Foucault fala de certa espacialização da história identificável em suas genealogias, bem como da aplicação da arqueologia como cartografia ou geopolítica dos discursos, onde aparecem metáforas espaciais como: posição, campo, deslocamento, território, domínio, solo, arquipélago, geopolítica, paisagem, entre outras, dando mostras de uma dimensão espaço-temporal em suas análises.

A cartografia também aparece como método em *Mil Platôs* (1980) e também em publicações recentes no Brasil como a de Rolnik (1986; 1989); de Fonseca & Kirst (2003); de Albuquerque Júnior, Veiga-Neto & Souza Filho (2008); de Passos, Kastrup & Escóssia (2009). São publicações que exploram trajetórias cartográficas a partir da perspectiva foucaultiana e deleuziana, dando visibilidade a diferentes faces ou pistas do método cartográfico.

Os autores Kleber Prado e Marcela Montalvão Teti (2013) começam seus estudos pontuando que a cartografia tradicional está relacionada ao campo de conhecimento da geografia e busca ser um conhecimento preciso, sustentado por bases matemáticas, estatísticas, usando para isso instrumentos e técnicas sofisticadas. Tem como objetivos traçar

¹⁹ Revista Herodote: Disponível em: <<http://www.herodote.org/index.php>>. Acesso em: 23 out. 2013.

mapas referentes a territórios, regiões e suas fronteiras, fazer demarcações, topografias, marcar acidentes geográficos, e ainda tratar da distribuição de uma população em um espaço, mostrando suas características étnicas, sociais, econômicas, de saúde, educação, alimentação, entre outras. Com isso, é possível a criação de um mapa, contendo todas essas informações.

Porém, outra cartografia também é possível ser feita, uma cartografia que se liga aos campos de conhecimento das ciências sociais, políticas e humanas e que é mais que um mapeamento físico. Trata-se de movimentos, relações, jogos de poder, enfrentamentos entre forças, lutas, conceitos de verdade, enunciações, modos de objetivação, de subjetivação, de estetização de si mesmo, práticas de resistência e de liberdade.

Não se refere a método como proposição de regras, procedimentos ou protocolos de pesquisa, mas, sim, como estratégia de análise crítica e ação política, olhar crítico que acompanha e descreve relações, trajetórias, formações rizomáticas, a composição de dispositivos, apontando linhas de fuga, ruptura e resistência. Tal estratégia desenha não exatamente mapas no sentido tradicional do termo e sim diagramas, que não se referem à topografia, mas a uma topologia dinâmica, a lugares e movimentos de poder, traça diagramas de poder, expõem as linhas de força, diagrama enfrentamentos, densidades, intensidades. (FILHO; TETI, 2013, p.3).

A cartografia traça um esboço das relações capilares de poder, dando visibilidade à dinâmica micropolítica de um campo social. Ele se refere a uma multiplicidade espaço-temporal, intersocial, que em vez de reproduzir mundos preexistentes, produz novos tipos de realidade e novas formas de verdade. É possível visualizar através da cartografia os agenciamentos, que são articulações de forças que se mobilizam estrategicamente em torno de objetivos, envolvendo enunciações e relações de poder. Deste modo, a cartografia apresentada aqui não se refere a territórios, mas a campos de forças e relações. Diz mais respeito a movimentos do que propriamente a posições fixas, desdobra-se no tempo, mas também no espaço.

A cartografia é um método de pesquisa que não trabalha com as representações a partir de uma perspectiva recognitiva. Parte da ideia do pensamento rizomático²⁰ de Deleuze e Guattari e dos estudos de Foucault.

Não há um único sentido para sua experimentação e pesquisa, nem mesmo uma única entrada. São múltiplas entradas em uma cartografia. É um mapa móvel, que destaca o

²⁰"Diferentemente das árvores ou de suas raízes, o rizoma conecta um ponto qualquer com outro ponto qualquer, e cada um de seus traços não remete necessariamente a traços de mesma natureza, ele põe em jogo regimes de signos muito diferentes, inclusive estados de não-signos. O rizoma não se deixa reduzir nem ao Uno nem ao múltiplo... Ele não é feito de unidades, mas de dimensões, ou antes, de direções movediças. Não tem começo nem fim, mas sempre um meio, pelo qual ele cresce e transborda. Ele constitui multiplicidades" (Deleuze; Guattari, 2000, p. 32).

processo e não o sentido do que já é formado e pré-estabelecido. A cartografia se move conforme se avança na trajetória da pesquisa. E o mais instigante, tudo aquilo que tem aparência de ser um ponto central pode ser apenas um concentrado de significação, de saber e de poder, que pode ter a pretensão ilegítima de ser o centro de organização do rizoma, ou o papel central da pesquisa. Porém, rizoma não tem centro. Tudo pode se atualizar de acordo com o processo, com as pistas que vão surgindo durante a pesquisa.

O que faz da pesquisa um jornada ímpar, percorrida pelo cartógrafo.

Mas, como é um sistema acêntrico, como conceber a direção? A resposta está na definição da palavra metodologia e o uso dessa definição, encontrada no livro *Pistas Do Método Da Cartografia*:

A metodologia, quando se impõe como palavra de ordem, define-se por regras previamente estabelecidas. Daí o sentido tradicional de metodologia que está impresso na própria etimologia da palavra: *metá-hódos*. Com essa direção, a pesquisa é definida como um caminho (*hódos*) predeterminado pelas metas dadas de partida. Por sua vez, a cartografia propõe uma reversão metodológica: transformar o *metá-hódos* em *hódos-metá*. Essa reversão consiste numa aposta na experimentação do pensamento - um método não para ser aplicado, mas para ser experimentado e assumido como atitude. (KASTRUPE; PASSOS; ESCÓSSIA, 2009, p.10)

Quando um cartógrafo dá início a um percurso, nunca sabe onde vai chegar. Não tem um objetivo definido, apenas vai seguindo as pistas que surgem pelo caminho. Diferentemente da cartografia tradicional, que traça mapas de territórios, relevo e distribuição populacional, uma cartografia proposta por Deleuze e Guatarri (2000) faz diagramas de relações, enfrentamentos e cruzamentos entre forças, agenciamentos, enunciações, subjetivação, produções e estetizações de si mesmo, práticas de resistência e liberdade.

Em “Pistas do Método da Cartografia”, os autores Kastrup & Escóssia (2009) apontam algumas pistas a serem percorridas pelo cartógrafo. A primeira pista é uma intervenção. O método propõe a inseparabilidade entre conhecer e fazer, entre pesquisar e intervir. Toda pesquisa é uma intervenção. E essa intervenção se realiza por um mergulho na experiência que agencia sujeito e objeto, teoria e prática, num mesmo plano de produção da experiência.

A segunda pista diz respeito à atenção. Fazer um reconhecimento atento do meu objeto, que não era a simples seleção de informações, ou um ato de focalização para preparar a representação das formas do objeto, mas sim a detecção de signos e forças que atravessam esse objeto.

Em “*O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo*”, Virgínia Kastrup, (2009) relaciona quatro variedades de funcionamento atencional importantes para o trabalho de campo. São elas: o rastreio, o toque, o pouso e o reconhecimento atento. O rastreio é uma

de varredura de campo, onde a atenção não se concentra numa espécie de meta ou alvo móvel. Importante é alcançar as pistas que identifiquem o processo e onde é possível acompanhar as mudanças de posição, de velocidade, de aceleração, de ritmo daquilo que se está cartografando. A atenção é concentrada e aberta, sem foco, mas empática. Algo muito parecido quando vemos televisão sem dar a ela muito crédito. De repente, uma palavra chama a atenção, uma imagem retém o olhar. Foi o que inicialmente comecei a fazer assistindo a novela *Avenida Brasil*.

O toque está ligado à percepção háptica²¹, um tipo de visão diferente da óptica. É como se algo nos tocasse sutilmente, uma ligeira sensação, que libera o processo de seleção e chama a atenção do olhar do cartógrafo colocando-o “em alerta”. Esse toque é provocado por alguma coisa que se destaca do todo e ganha relevo. O cartógrafo ainda não sabe o que é, mas essa percepção provoca uma reação de orientação. O que mudou, o que está acontecendo? No caso de *Avenida Brasil*, um dos primeiros relevos foi a velocidade dos acontecimentos. Passei a observar atentamente essas mudanças de velocidade e de ritmo da novela.

O *pouso* indica que a percepção realiza uma parada para se ater ao campo. É o momento em que o cartógrafo muda de janela atencional. Nesse movimento, já existe um foco pequeno, e há um acréscimo na magnitude e na intensidade da atenção.

Além do foco, é possível assimilar múltiplos graus de nitidez diferenciados. Por fim, a paisagem ganha um olhar panorâmico capaz de detectar elementos próximos e distantes e conectá-los por meio de movimentos rápidos. Cada passo que vai sendo criado é um mundo que se reconfigura. O cartógrafo vai excluindo conseqüentemente todas as outras janelas, mas não exclui a presença dos outros mundos.

No reconhecimento atento, o cartógrafo, atraído para o *pouso* da atenção, reconfigura o território da observação e assume uma atitude investigativa. É quando a atenção se detém fazendo a distinção entre o reconhecimento automático e o reconhecimento atento. No automático, realizar uma ação imediata é o objetivo. Uma espécie de *bateu* levou, como numa ação reflexa. Reconheço que tenho fome, como.

No reconhecimento atento, afirma Kastrup (2009), o cartógrafo percorre um território ainda desconhecido, procurando identificar os acidentes de seu percurso. Ele ainda não conhece o que

²¹Termo aplicado à imagem por Alois Riegl para identificar a *Kunstwollen*, traduzido por “vontade para a arte”, caracterizando “háptica” a qualidade física e tátil da arte egípcia antiga, por contraste com a qualidade “óptica” da arte romana, mas abstrata e associada ao nascimento do espaço figurativo. (CASTELLO-BRANCO, 2009, p. 15-17) Disponível em <<http://portcom.intercom.org.br>> Acesso em: 20 out. 13.

vem pela frente, e por isso está atento a seus passos. É durante o seu caminhar, observando atentamente o que está à sua volta, que vai produzindo conhecimento e, ao mesmo tempo, criando um território de observação. A percepção é levada à comparação com imagens do passado que estão em nossa memória. A percepção vai sendo construída através do acionamento dos circuitos e da expansão cognitiva.

Nesse processo, fiz uma detecção e apreensão de material, em princípio desconexo e fragmentado, de cenas e discursos, sem uma concentração focalizada. E esse processo era feito, às vezes, de forma concentrada, às vezes, dispersa, voluntária ou involuntária, flutuante e aberta. Alguns aspectos que se destacavam ou instigavam sinapses com outros temas, fora do contexto da pesquisa, guardava-os na memória, para ver se perduravam ou não durante o processo.

A terceira pista foi acompanhar o processo de exibição da novela e do desenvolvimento da própria pesquisa. Além dos capítulos que iam ao ar diariamente, comecei a ler os scripts, acompanhar tudo o que em torno da novela era produzido: transmediação, matérias em jornais, revistas, internet, grupos em ambiente digitais, conversas desinteressadas entre amigos sobre os acontecimentos da novela. Também comecei a buscar literatura específica sobre a telenovela no Brasil, a televisão, a estudar seus processos históricos e a contextualização na contemporaneidade, estudar as narrativas discursivas e estéticas em televisão e cinema. Também criei um grupo focal de estudantes de Pedagogia, na periferia, mais precisamente, em Duque de Caxias, com o qual passei a realizar entrevistas abordando questões sobre produção de subjetividade, os agenciamentos coletivos de enunciação, linhas de visibilidade da novela, e as questões sobre territorialidade. Quais eram as marcas territoriais da novela e quais eram as marcas territoriais daquela periferia. Onde havia aproximação entre elas, onde havia distância.

Sempre que o cartógrafo entra em campo há processos em curso. Como afirma Kastrup (2009), a pesquisa de campo exige que o pesquisador habite um território que, em princípio, ele não habita. Neste sentido, a cartografia se aproxima da pesquisa etnográfica e lança mão da observação participante. O pesquisador mantém-se no campo em contato direto com as pessoas e seu território existencial.

A quarta pista diz respeito às funções do dispositivo, que explico logo abaixo. Para praticar essa quarta pista é necessário entender “*a processualidade dos processos de subjetivação que ocorrem a partir de uma configuração de elementos, forças ou linhas que atuam simultaneamente*” (KASTRUP, 2009). É uma operação transversa, que capta movimentos constituintes das formas e não do já constituído no produto. É quando se passa a

acompanhar os movimentos de produção de subjetividade e constituição dos territórios.

A quarta pista da cartografia necessita de procedimentos concretos para funcionar, encarnados em dispositivos que desempenham funções importantes e definidas nesse funcionamento.

Kastrup (2009) define dispositivo seguindo a perspectiva de Foucault e Deleuze, para os quais dispositivos são "máquinas que fazem ver e falar", são linhas de força que trazem a dimensão do poder-saber, e também linhas de subjetivação que inventam modos de existir. *Avenida Brasil* era o meu dispositivo, a minha máquina de fazer ver e falar.

Para Foucault (2000), um dispositivo pode ser concebido como uma máquina ótica construída em condições históricas específicas, a qual estabelece áreas de visibilidade e de invisibilidade e engendra, simultaneamente, um sujeito que vê e um objeto a ser visto. Porém, um dispositivo consiste, também, em uma máquina enunciativa singular, a qual determina o regime de dispersão dos enunciados em um conjunto de práticas discursivas, indicando as diversas posições do sujeito e do objeto no discurso, as modalidades de enunciação, as definições conceituais, as escolhas estratégicas, etc.

A função do dispositivo realiza-se através de três movimentos:

.Movimento-função de referência: é mais regular e articula a variação e a repetição.

.Movimento-função de explicitação: expõe as linhas percebidas pela exploração do território no qual se operam pesquisa e intervenção

.Movimento-função de produção e de transformação da realidade: a partir do movimento-explicitação, gera efeitos no território, alterando-o.

Para praticar a quarta pista usei como movimento-função de referência meu computador, aonde ia avaliando as práticas do processo, com informações sobre o meu dispositivo, a novela *Avenida Brasil*, e ainda, por vezes, ia acompanhando em tempo real os comentários on line dos internautas, sobre a novela, durante a exibição do capítulo do dia. Era uma rotina que se repetia e se repetia, incessantemente, de modo que criei meu próprio território existencial, acrescentando a cada dia uma nova informação. Usei também como referência uma pequena câmera digital para captar imagens e os sons da periferia e as entrevistas com meu grupo focal.

O movimento-função de explicitação se deu somando o trabalho anterior aos resultados das pesquisas e entrevistas ligadas ao processo de recepção da novela. Foi possível fazer uma comparação do que era apresentado como sendo periferia e Classe C pela ficção com o que os entrevistados diziam que era a periferia real e a Classe C dentro da realidade vivida por eles. Também entraram nesse processo os grupos da internet de discussão da

novela, bem como a repercussão da novela na mídia.

O movimento-função de produção e transformação da realidade foi feito a partir da prática paradoxal de começar a me diferenciar do meu objeto de pesquisa, do dispositivo. Houve uma tensão, um deslocamento, e aparecimento de novos agenciamentos, conexões que trouxeram outras percepções daquilo que parecia ser a realidade do meu dispositivo. Entraram nesse nicho as pesquisas e entrevistas com os diretores de Marketing da TV Globo e o longo processo para obter informações institucionais sobre a novela. Muitas certezas caíram e novas percepções surgiram.

A quinta pista é o coletivo de forças como plano de experiência cartográfica. Essa pista aponta para a "*a gênese constante das formas empíricas, ou seja, o processo de produção dos objetos do mundo, dentre eles, os efeitos de subjetivação*" (KASTRUP, p. 92, 2009). Isto quer dizer que junto dos contornos estáveis do que denominamos formas, objetos ou sujeitos coexistem planos de forças que os produzem.

Aqui, o coletivo é apresentado diferentemente da perspectiva dicotômica que o situa em oposição a indivíduo. É o coletivo composto pelo plano das formas e pelo plano das forças, os quais, embora diferentes, estão relacionados.

Kastrup (2009) fala de um enfoque rejeitado pela pesquisa tradicional e que a cartografia busca reintegrar, ao mostrar a indissociabilidade entre a investigação das formas e sua dimensão processual. O processo de conhecimento que não se restringe a descrever ou classificar os contornos formais dos objetos do mundo, mas traçar o movimento próprio que os anima, seu processo constante de produção. "*De outro, assinalaremos a cartografia como prática de intervenção, mostrando que acessar o plano das forças é já habitá-lo e, nesse sentido, os atos de cartógrafo, sendo também coletivos de forças, participam e intervêm nas mudanças e, principalmente, nas derivas transformadoras que aí se dão.*" (KASTRUP, 2010, p.92).

A prática dessa quinta pista foi vivenciada na dissolução de classificações, hierarquizações e dicotomias presentes nas realidades institucionais cotidianas. Isso ocorreu quando fui capturada pelo processo de transmídiação da novela, através do qual apareceram novas narrativas a partir da narrativa de *Avenida Brasil* no ambiente digital. Era uma potencialidade vinda da multidão que dava outra dimensão à obra de ficção que estava acompanhando pela televisão. O que permitiu surgir um plano relacional que produz ressonância e conectividade entre múltiplas dimensões da realidade, essas também formuladas como redes de relações. Isso me permitiu acompanhar os processos coletivos, deixar-me levar por eles, vivenciá-los integralmente. Ao mesmo tempo, observar as forças que me atravessavam, fazendo-me buscar outras coisas além das que tinha em mente no início do

processo. E observar certos questionamentos que colocavam a própria pesquisa em crise. Era como no mito de Penélope, eu, com o meu novelo usado para tecer o tapete de dia e destecê-lo à noite, gestando no tempo algo que ainda não se sabe o que será.

Surgia assim uma cultura de rede rizomática, camadas e mais camadas, entradas e saídas, também a linha de fuga - a produção de conteúdos na web funcionando em co-autoria com a novela - que possibilitava a criação de territórios existenciais alternativos à subjetividade forjada que nos é apresentada pelos meios de comunicação de massa, mais especificamente, pela telenovela.

Uma das primeiras mudanças de percurso que tive no processo cartográfico foi quando percebi que a preocupação com o fazer artístico na ficção seriada, especialmente em *Avenida Brasil*, me pareceu não estar focada tanto em produzir um efeito de semelhança, mas, ao contrário, em criar outras composições, combinando linguagens, narrativas, e novos processos artísticos, torcendo e distorcendo imagens, manchando, esticando, contraindo planos, roubando de toda parte elementos que pudessem somar ao extenso repertório acumulado em anos de atividade produtiva televisiva, incorporando esses elementos à obra ficcional.

Foi possível perceber que, mais do que alterar ou mesmo decifrar as imagens que nos são impostas por todos os lados pela sociedade imagética, a arte e a estética de *Avenida Brasil* colocaram em circulação essas imagens disfarçadas, retrabalhadas, reinventadas, conduzindo a uma linha de fuga contra os poderes da própria imagem, forçando-nos também a ver por entre brechas. Intervalos. Por fissuras onde pode haver muito mais do que o fluxo contínuo, o embaçamento, o fosco da imagem televisa. Pode haver reflexões, saltos, epifanias, devires. Imagens que solicitavam do público uma participação mais ativa, uma interação criadora. Daí a importância que foi dada ao processo estético da narrativa de *Avenida Brasil*.

1.1 Rizoma

Na Introdução a “*Mil platôs*”, Deleuze e Guattari desenvolvem uma concepção do conceito rizoma fazendo ligações com a cartografia. Isso é importante para descrever mais adiante como se atualiza método cartográfico.

Inspirado numa metáfora botânica, o rizoma é apresentado como um tipo de modelo de funcionamento e ação, de enfrentamento e resistência que opera a partir de princípios diferentes daquele unitário, vertical, estrutural e disciplinar que orienta o modelo de análise e funcionamento característico da formação árvore-raiz.

O rizoma se estende e desdobra num plano horizontal, de forma acêntrica, indefinida e

não hierarquizada, abrindo-se para a multiplicidade, tanto de interpretações quanto de ações, remetendo à formação das raízes da batata, da grama e da erva daninha.

É constituído por múltiplas linhas que se cruzam nele, formando uma rede móvel, conectando pontos e posições. Seus princípios são de conexão e heterogeneidade, destacando que qualquer ponto do rizoma pode e deve estar conectado a qualquer outro, formando uma rede heterogênea, variável, acêntrica e aberta; princípio de multiplicidade, recusando o enunciado da unidade e o pensamento centrado nas supostas unidades de sujeito e objeto. Princípio de ruptura, indicando que o rizoma pode ser rompido ou quebrado em qualquer ponto, como pode retomar sua operação a partir de uma de suas linhas. E o princípio de cartografia e de decalcomania, indicando que o rizoma resiste à aplicação de um modelo estrutural.

O modelo “*árvore-raiz*” reproduz em série decalques de um campo, uma situação, uma paisagem, enquanto o olhar rizomático traça uma cartografia, desenhando um mapa como diagrama variável. Em contraste com o decalque, que é fixo, reprodutivo e serializado, o mapa é aberto, é conectável em todas as suas dimensões, desmontável, reversível, suscetível de receber modificações constantemente. (FILHO; TETI, 2013, p. 9).

O modo rizomático conduz a uma forma de resistência política que envolve pensamento crítico e exercício concreto de liberdade, uma vez que subverte o modelo operado nas grandes máquinas sociais do Estado, do Capital, da Ciência, das Instituições, da Linguagem.

No entanto os dispositivos, como maquinarias políticas muito mais sutis, “orgânicas” e atualizadas, recusam a racionalidade verticalizada e hierarquizada dos ‘grandes poderes modernos’, adotando também princípios de funcionamento rizomático, exigindo um enfrentamento de igual natureza, conduzido em termos de análise e ações estratégicas visando desemaranhar suas linhas, produzir rupturas, desterritorializações e reverter seus modos de operação. (FILHO; TETI, 2013, p. 9).

1.2 Produção e subjetividade

Quando definimos como título desta pesquisa: *Devir Divino: o protagonismo da Classe C na novela Avenida Brasil*, estamos num campo de produção de subjetividades. Marilena Chauí (2006), em “*Simulacro e poder: Uma Análise da mídia*” destaca que as telenovelas criam o sentimento de realidade graças a três procedimentos principais:

O espaço se torna exótico quando corresponde ao nosso cotidiano (os lugares conhecidos causam admiração e distanciamento simplesmente por sua conversão em imagens no vídeo) e se torna familiar quando corresponde ao exótico e ao

desconhecido (todos os lugares que não conhecemos se tornam próximos e familiares porque suas imagens estão presentes no local onde nos encontramos). O tempo dos acontecimentos novelísticos é lento, para dar a ilusão de que, a cada capítulo, se passou apenas um dia em nossa vida, ou de que se passaram algumas horas, tais como realmente passariam se fôssemos nós a viver os acontecimentos encenados. As personagens, seus hábitos, sua linguagem, suas casas, suas roupas, seus objetos, são apresentados com o máximo de realismo possível, de modo a impedir que tomemos distâncias diante deles. Como consequência, a novela parece o relato do real, reforçando o senso comum social, mantendo a suposta clareza entre as classes sociais, as hierarquias, a recompensa dos bons e a punição dos maus.(CHAUÍ, 2006; p.51).

Nesse sentido, prossegue Marilena (2006), a telenovela se oferece como um gigantesco espelho no qual a única imagem refletida é a nossa, tal como a produzida pela programação e pela propaganda. A imagem não é uma mediação, um signo que nos remeta a uma realidade diferente de nós, mas instaura uma relação imediata conosco, e essa relação só pode ser imediata porque é de identificação. E para que haja identificação, é preciso que tenha um sujeito com quem nos identifiquemos. Quem é ele? Marilena pergunta.

Para Guattari (2007), esse “indivíduo” - chamado de sujeito por Marilena Chauí - com o qual nos “identificamos” é fruto da produção de subjetividade capitalística. Guattari afirma que a vida e o cotidiano das pessoas vêm sendo influenciados constantemente pela mídia. A vida conjugal, familiar, do indivíduo se encontra engessada por uma padronização de comportamentos, constantemente moldados dentro da máquina capitalística. Através de um controle que se dá de forma imperceptível, constante e ilimitada através da cultura mercadoria, tendo a mídia como instrumento auxiliar principal na produção desejanse.

A subjetividade capitalística é consequência do modo de produção capitalista que dissemina essa subjetividade, subjetivando o indivíduo, trazendo de fora para dentro, modelos de ser e de estar. Toda a subjetivação é a modelização do modelo capitalístico. E essa subjetivação capitalística faz do homem um sujeito maquínico (como máquinas produtoras de desejo, seja no plano teórico, social, estético, etc).

Os indivíduos são formados por “máquinas capitalísticas” e essas são constantemente formadas e modeladas. Cada sociedade corresponde a um campo de força que produz diferentes subjetividades.

Subjetividade é exterior, e cada individuo se apropria da subjetividade de uma sociedade num processo de subjetivação que vai permitir que ele se singularize. Todos nós somos singularidades produzidas pela forma com que se deu nosso processo de subjetivação, ou os agenciamentos que realizamos em nossa vida vivida, também produzindo subjetividade.

Dessa forma, a subjetividade funciona em nossas formas de pensar, de perceber o

mundo e de se relacionar com uma sociedade, de viver conforme as forças produtivas dela. As forças que administram o capitalismo reconhecem hoje que a subjetividade é o produto mais importante do que qualquer outro em nossa sociedade.

De um modo geral, cada indivíduo, cada grupo social carrega seu próprio sistema de modelização da subjetividade, ou seja, “certa cartografia feita de demarcações cognitivas, mas também místicas, rituais, sintomatológicas, a partir da qual ela se posiciona em relação aos seus afetos, suas angústias e tenta gerir suas inibições e suas pulsões.” (GUATTARI, 1992 p.21).

Deste modo, todos os seres humanos, homens, mulheres, crianças, adultos, velhos, todos os grupos sociais, sejam eles grupos de oração, de amigos ou grandes corporações bancárias e midiáticas, passam por processos de subjetivação e produzem subjetividade.

A subjetividade é produzida por agenciamentos de enunciação. Os processos de subjetivação, de semiotização - ou seja, toda a produção de sentido, de eficiência semiótica - não são centrados em agentes individuais (no funcionamento de instâncias intrapsíquicas, egóicas, microssociais), nem em agentes grupais. Esses processos são duplamente descentrados. Implicam o funcionamento de máquinas de expressão que podem ser tanto de natureza extra-pessoal, extra-individual (sistemas maquínicos, econômicos, sociais, tecnológicos, icônicos, ecológicos, etológicos, de mídia, enfim sistemas que não são mais imediatamente antropológicos), quanto de natureza infra-humana, infrapsíquica, infrapessoal (sistemas de percepção, de sensibilidade, de afeto, de representação, de imagens, de valor, modos de memorização e produção de idéia, sistemas de inibição e de automatismos, sistemas corporais, orgânicos, biológicos, fisiológicos, etc.). (GUATTARI; ROLNIK, 1999, p.31).

A subjetividade capitalística é projetada na realidade do mundo e na realidade psíquica, incidindo nos esquemas de conduta, de ação, de gestos, de pensamento, de sentido, de sentimento, de afeto. (GUATTARI, 2007, p.51). É desde a infância que se instaura a máquina de produção de subjetividade capitalística, desde a entrada da criança no mundo das línguas dominantes, com todos os modelos tanto imaginários quanto técnicos nos quais ela deve se inserir. (GUATTARI, 2007, p.49).

Contrariando o senso comum que acredita que a subjetividade é algo pessoal, particular, como uma opinião sobre alguma coisa que vem do interior, do âmago do ser, a subjetividade é exterior. É a consequência de engendramentos políticos, sociais atuando sobre o sujeito e a sociedade. Não é resultado de um processo individual, mas de produções coletivas a partir de agenciamentos entre as instituições como do Estado, família, escola, instituições do trabalho, e os meios de comunicação, todos eles, rádio, televisão, cinema, internet.

Não existe uma subjetividade do tipo ‘recipiente’ em que se colocariam coisas

essencialmente exteriores, as quais seriam 'interiorizadas'. As tais 'coisas' são elementos que intervêm na própria sintagmática da subjetivação inconsciente. São exemplos de 'coisas' desse tipo: um certo jeito de utilizar a linguagem, de se articular ao modo de semiotização coletiva (sobretudo da mídia) ; uma relação com o universo das tomadas elétricas, nas quais se pode ser eletrocutado; uma relação com o universo de circulação na cidade. Todos esses são elementos constitutivos da subjetividade. (GUATTARI; ROLNIK, 1999. p.34).

Poderíamos dizer que a produção de subjetividade nossa de cada dia muitas vezes é confundida com cultura, porque penetra por toda sociedade e todos os extratos dela.

Guattari (2011), em "*Cultura, Um Conceito reacionário*" fala de três conceitos de cultura ao longo da história: a cultura-valor, a alma-coletiva, e a cultura-mercadoria. A cultura-valor está ligada á ideia de cultura erudita, aquela que se aprende na escola e que é disseminada como sendo a cultura que cultiva o espírito, como se o espírito superior tivesse que ser culto, ou aprender a norma culta da cultura. A Cultura-valor diferencia quem tem cultura de quem não tem cultura. E reforça essa diferença alargando o espaço entre esses dois pólos.

A cultura alma-coletiva é aquela que reconhece que todo mundo tem uma determina cultura. O agricultor tem sua cultura, o índio, o funkeiro da periferia, idem. Essa cultura serviu de base para os estudos culturais e da antropologia, e permitiu que todo tipo de cultura pudesse ganhar visibilidade, a cultura negra, cultura proletária, a cultura de qualquer extrato social. É o conceito mais democrático da cultura, porque cada um tem a sua.

A cultura-mercadoria é aquela produzida pela indústria cultural. Ela é medida pelos números de produções consideradas culturais. E que produções são essas? Os filmes, os livros, as exposições, as peças de teatro, a gastronomia, a moda, os eventos envolvendo a cultura do entretenimento também.

Esse último conceito, o de cultura mercadoria é responsável pela produção e difusão dos bens culturais. E vai determinar o predomínio da subjetividade de uma determinada classe que está no poder sobre outras. Através de seus agentes, os produtores culturais, ela prepara o conteúdo dos meios de comunicação no formato um-todos, capaz de abarcar o maior número de pessoas possível, massificado, valorizando produção semiótica. É uma produção cultural ligado diretamente ao consumo.

A cultura mercadoria se torna, desta forma, a base da produção de subjetividade capitalística, atendendo a uma necessidade de mercado. Ela é uma poderosa máquina capitalística que produz aquilo que acontece conosco quando sonhamos, desejamos, fantasiemos, nos apaixonamos e assim por diante. (GUATTARI; ROLNIK, 2011, p.22).

Um dos meios de comunicação mais eficazes de produção de subjetividade é a

televisão. E entre as produções que apresenta, a telenovela é a maior delas. Chamada de “fábrica de sonhos”, é também vista por especialistas e estudiosos como “espelho da nação”, pelas características que assumiu ao longo dos anos no território nacional.

Um dispositivo poderoso que começa hoje a ser visto com menos preconceito e mais estudado em suas formas de enunciação e visibilidade, com seus efeitos no campo da arte.

1.3 No território da telenovela Brasil

Paiva (2002) afirma que a ficção televisiva seriada brasileira, principalmente, constitui um campo de produção de sentido que revelam aspectos importantes da realidade, diferente de uma retórica preocupada em produzir um discurso de “verdade”, como o telejornal. Em toda a sua ambigüidade - de verdades e mentiras - é um tipo de narrativa que contribui para o resgate de uma memória coletiva e consiste na partilha de uma experiência que envolve a participação social na construção das significações que estruturam o cotidiano.

A mesma questão, chamada de autorreferencialidade, foi colocada por Imaculata e Gómes (2012) quando apontam como característica da telenovela brasileira contemporânea.

Não é de hoje que a telenovela brasileira faz uso da autorreferencialidade – fazer referência a própria realidade – e da metalinguagem como recursos narrativos e estilísticos, mais ou menos explicitamente, para a construção de personagens e, conseqüentemente, das tramas. Esse tipo de construção narrativa demanda do telespectador operações de produção de sentido ancoradas em interpretações características de um leitor mais sofisticado. Em algumas ocasiões, a função metalingüística torna-se mais evidente por meio de personagens que comentam, comparam os conflitos e situações dramáticas a outros já apresentados em outras telenovelas ou mesmo dentro da própria. A função desses personagens é ativar a memória do telespectador e permitir, entre outras possibilidades, a produção de sentidos ancorada na identificação de conhecimentos/sentimentos compartilhados pelo personagem e pelo telespectador.

Ilana Feldman (2008) afirma que as estratégias do audiovisual contemporâneo brasileiro têm, progressivamente, investido na construção e intensificação de efeitos de real cada vez mais pregnantes, como indica a proliferação de vídeos-flagrantes, reality shows, imagens amadoras e acontecimentos não-ficcionais incorporados pela teledramaturgia, além de outras manifestações cinematográficas. Essas operações narrativas, junto às dinâmicas do

capital, têm deslocado a vida cotidiana e a experiência estética para o centro de seus investimentos, apelando constantemente à “realidade” e a uma experiência de impactante “autenticidade”. Incorporando, assim, imagens documentais e registros amadores, fazendo com que os códigos narrativos fiquem mais “selvagens”, aproximando-se daquilo que um dia foi a marca de um cinema moderno.

Para isso, afirma Feldman, as produções usam uma alta sofisticação tecnológica, oferecida pelas tecnologias digitais de captação e finalização de imagens e sons, de modo a promover uma impressão de improviso, de “urgência”, de “precariedade” formal e de amadorismo, muitas vezes simulando um espetáculo de não-encenação. Desta forma, estão estreitando de modo direto o diálogo com o cinema. Nesse processo de mútua contaminação, o que está em jogo é o compromisso dos produtos audiovisuais, sobretudo brasileiros, com uma intensificação dos efeitos de real por meio da permanente recodificação das marcas estilísticas consideradas “realistas”, cujo efeito almejado é a produção de uma impressão de autenticidade e de um valor de verdade que sejam tomados como inequívocos e inquestionáveis.

1.4 No território da tecnologia

Segundo Cannito (2010), a tecnologia digital que hoje caracteriza as nossas televisões influencia todas as etapas do sistema televisivo, das técnicas de captação às de distribuição, passando pela finalização e o tratamento da imagem. Neste último processo, o de tratamento da imagem, o sistema digital permite uma manipulação muito maior do no sistema analógico, mais antigo.

A representação de imagens na forma digital nos permite capturar, armazenar e processar imagens na forma eletrônica assim como processamos um texto em um computador, por exemplo. Na TV digital a transmissão do áudio e do vídeo passa a ser feita através de sinais digitais que, codificados, permitem um uso mais eficiente do espectro eletromagnético, devido ao aumento da taxa de transmissão de dados na banda de frequências disponível. É possível, desta forma, transmitir som e imagem de melhor qualidade. Aproximando as imagens televisivas das imagens do cinema. Além de proporcionar uma infinidade de possibilidades de computação gráfica, que podem retrabalhar a imagem e o som.

Cannito (2010) faz uma aproximação da obra audiovisual digital com o modo como o cineasta russo Sergei Eisenstein pensava o cinema nos anos 20 do século passado.

Há em sua obra uma tendência a construir a imagem reduzindo a ontológica autenticidade do plano cinematográfico. Para Eisenstein, o material de imagem e som existente no mundo visível serve somente para dar início ao processo de criação do real na tela. Limitado à imagem fotográfica da película cinematográfica, a chamada resistência do plano, Eisenstein utilizava todos os recursos de linguagem disponíveis para construir o quadro: atuação histriônica e baseada no conceito de //“tipagem”, maquiagem exagerada, iluminação expressionista, mise-en-scène simbólica etc. (CANNITO, 2010, p. 137).

Uma aproximação semelhante é feita pelo autor com o cineasta Dziga Vertov, que também trabalhou abundantemente com a manipulação das imagens no processo de finalização de suas obras. Entretanto, ao contrário de Eisenstein, Vertov dava muita importância às imagens documentais, pois acreditava que a câmera podia revelar aspectos poucos visíveis da realidade e captar a imagem em estado bruto, fatos da vida. Para Cannito (2010), a estratégia de Vertov era muito parecida com a da fotomontagem, que mesmo usando fotografias opta por manipulá-las livremente. Também nos filmes de Vertov pode-se ver nas telas uma grande quantidade de efeitos, animação de imagens para gerar movimentos, câmera lenta, câmera acelerada, divisão de tela, sobreposições, uso de letras sobre as imagens, uma gama de recursos difíceis de serem realizados naquela época, pois eram trucagens feitas sobre a película. Hoje, esses efeitos podem ser realizados com rápidos comandos do computador. Assim, mais do que manter a imagem intocada, Vertov desejava dar à imagem a aparência fotográfica. Uma estratégia estética que compreendia explícita manipulação. Não é o que o programa *photoshop* e outros programas de computação gráfica fazem sobre a imagem digital? Pergunta-se Cannito (2010). E não é o que cada vez mais a telenovela vem fazendo para dar qualidade às imagens que exhibe? Algumas recebendo comentários tais como, essa novela parece até cinema?

É importante destacar que para este trabalho a diferença no uso dessas tecnologias, sejam as da televisão digital ou as do cinema, vão condicionar um tipo de recepção da imagem. Podendo, inclusive, em algum momento, haver uma sinergia que proporcione ao espectador da televisão uma sensação de que está realmente no cinema.

E esse esforço é totalmente deliberado. Imagine quanta força precisa uma imagem ou uma palavra vinda da televisão no mundo contemporâneo para cooptar o telespectador, o seu olhar, no meio das dezenas de objetos de sua sala de jantar, de seu quarto, ou mesmo de seu escritório, ambientes normalmente envoltos em ruídos, com as demandas normais que se têm quando se está em casa: a fome, o sono, a necessidade do banho, do descanso, as chamadas telefônicas suspensas na secretária eletrônica; enfim, olhar para uma televisão requer um desejo forte, um hábito, uma ritualização e uma novidade em termos de imagem.

Algo que permita a circulação de sentidos. Como parar o que se faz e assistir ao que se passa na TV. Repetir padrões. Mas, ao mesmo tempo, padrões repetíveis por novos sentidos e afetos que se estabelecem na troca do emissor com o receptor.

Ao contrário do cinema, a televisão não exige nenhum pacto com o espectador. Não é preciso estar na sala escura, concentrado para assistir à narrativa. Já a atenção do telespectador é naturalmente menos concentrado do que o espectador do cinema e da internet. Há telespectadores que assistem televisão ao mesmo tempo em que escrevem, lêem e-mails, acessam a internet, cozinham, atendem ao telefone. “A televisão serve muitas vezes para pautar os horários da família, já que se insere num ritual cotidiano, usando para isso sua programação.” (CANNITO, 2010, p.35).

Nesse sentido, para Cannito (2010), em relação ao cinema, a televisão é muito menos manipuladora. Pois o cinema se esforça para nos colocar dentro da história e do universo narrativo, constrói imensas lógicas paralelas e pede um pacto com o público. “A televisão, por sua vez, não exige tamanha imersão. Mais do que nos convencer ela quer nos dar assunto, pautas, temas para dialogar nos limites, sem romper totalmente o pacto da narrativa.” (CANNITO, 2010, p.70). Por isso, esse tipo de recepção da televisão, embora partindo da mesma matriz do audiovisual, desenvolveu formatos muito diferentes dos do cinema.

É devido à constante comparação entre as narrativas do cinema com as da televisão que a ficção televisiva é considerada o gênero mais nobre da telinha e costuma ser o mais debatido. Pelo padrão cinematográfico, os autores das telenovelas costumam ser muito criticados por quebrar a coerência da narrativa da história que está sendo contada. Por outro lado, eles poderiam estar sendo elogiados pelo talento de dialogar plenamente com o público. Como diz Cannito (2010) todo contador de “causo” popular compartilha desse talento. Todo palhaço de circo também. E é de se estranhar que os mesmos críticos que defendem a interatividade na TV acusam, por exemplo, os autores de novela dessa interatividade. Neste sentido, a ficção televisiva estaria inserida mais dentro de um contexto de obra aberta. Ela está mais para a “contação de histórias ao redor da fogueira”, com sua tradição de dialogar com os interesses da audiência.

Segundo Cannito (2010), existe também muita crítica em relação ao padrão de qualidade da televisão brasileira, que deveria ter mais “bom gosto”. O “bom gosto” estaria relacionado a uma estética da classe média e a um padrão de qualidade que inclui apuro técnico, como o que teria sido construído ao longo dos anos pela TV Globo. Nesse sentido, programas como Discoteca do Chacrinha, que na época em que foi exibido era considerado “brega” e de “baixaria”, não estaria nesse patamar da televisão de “bom gosto”, apesar de hoje

o mesmo programa do Chacrinha ser considerado por boa parte da crítica como um dos clássicos da televisão brasileira! Está sendo, inclusive, reprisado no Canal Viva, TV a cabo do grupo GLOBOSAT/REDE GLOBO. Pela lógica do autor, mesmo a “espetacularização” pode ter um bom uso estético - e também um mau uso. Uma boa crítica de televisão sobre esse tipo de conteúdo deveria analisar a televisão tal qual analisa um circo, e com os mesmos critérios. Não teria sentido ir ao circo e criticar o excesso de “espetacularização”, o grotesco e outros aspectos semelhantes. Não teria sentido cobrar do circo as sutilezas do cinema europeu, ou que as peças melodramáticas que costumam ser representadas (que hoje seria a novela) tivessem sutis leituras duplas, etc. (CANNITO, 2010).

Ainda segundo Cannito (2010), há outras maneiras de definir o padrão de qualidade, menos usadas, mas igualmente importantes como o de interatividade com o público-alvo (CANNITO, 2010, p.36). Aliás, uma interatividade que inaugurou a transmidiação e a co-autoria dos programas contemporâneos. Uma inovação sem precedentes, que força a visibilidade de camadas sociais antes desprezadas pela audiência. De qualquer plataforma, celular, TV, tablet, computador, qualquer pessoa pode interagir com o programa de preferência.

Em seu livro “*Televisão Levada a Sério*” (2005), Arlindo Machado faz uma contextualização da origem da crítica à qualidade na televisão. E vai até Adorno para mostrar que ele examina a televisão não a partir de uma observação sistemática que esse meio exhibe, muitos menos a partir de um critério crítico de seleção, tão rigoroso ao que ele mesmo, Adorno, adotou para criticar a música, mas, a partir de uma amostragem escrita, visando demonstrar que a televisão era um “mau” objeto. Adorno dispara um ataque implacável à televisão baseado em scripts, ou seja, sem de fato assistir ao veículo, sem fazer uma análise mais extensiva ao conjunto de propostas que a televisão estava apresentando naquele momento. Imagine você lendo o script ou o roteiro de um programa musical? Abertura, apresentador fala, entra cantora, Elis Regina, canta Sabiá. Quanta diferença vai existir entre o canto escrito no papel e o canto de uma das maiores cantoras de todos os tempos do Brasil? Há uma grande diferença. Separar a narrativa discursiva da estética é analisar a parte pelo todo. Mas, foi essa crítica feita por Adorno que fez grande parte dos intelectuais rejeitarem a televisão. Eles simplesmente não viam televisão. E, segundo Arlindo Machado (2005), isso deveria ter se tornado uma norma em 1954, data da crítica de Adorno, ainda mais nos círculos severíssimos da Escola de Frankfurt. Entretanto, no mesmo ano, o excepcional pianista Glenn Gould iniciava suas apresentações musicais na TV Canadian Broadcasting Corporation, de Montreal. Apresentações que se multiplicariam por duas décadas em mais de 40 programas

de televisão e que receberiam a mais sofisticada crítica musical de quem? Sim, do próprio Adorno! Mas, aí, algum estrago já havia sido feito. Mesmo que a televisão já tivesse apresentado uma diversidade de experiências, muito maior do que aquela que Adorno pode captar com sua avaliação de certa forma, superficial.

Se para Adorno a televisão era “má”, para McLuhan era congenitamente “boa”. Mas, não por causa da programação em si, mas porque a televisão era “mosaicada”, granulosa. A tela pequena e de baixa definição favorecia uma mensagem incompleta e fria, porque seu método de produção era - e ainda é! - fragmentário e aberto, ao mesmo tempo em que atraía uma recepção intensa e participante, capaz de oferecer uma experiência profunda, que nenhum outro meio pode dar da mesma maneira. McLuhan destaca a recepção da mensagem, o poder dessa recepção. Como diz Arlindo (2005), não tem como discordar disso. Apenas que essa mesma televisão produz desde um seriado como Grande Sertão Veredas, produzido a partir da obra de Guimarães Rosa, e uma prova de matemática para o segundo grau. McLuhan não pode ser acusado de não conhecer seu objeto, como Adorno, mas o resultado das duas análises é parecido no plano teórico. Nos dois casos a televisão é vista como estrutura abstrata, modelo genérico de produção e recepção, sem conseqüências maiores para a qualidade dos programas, e o mais terrível, sem nenhuma entrada para ocorrência da diversidade e da contradição na prática efetiva. Em outras palavras, para o grupo de Adorno, a televisão é por natureza “má”, mesmo que alguns trabalhos mostrados em suas telas fossem de melhor qualidade. E para o grupo e McLuhan, a televisão é por natureza “boa”, mesmo que só existissem “porcarias” nas telas.

Isso quer dizer que os adornianos atacam a televisão pelos mesmos motivos que os mcluhanianos a defendem: por sua estrutura mercadológica e tecnológica ou por seu modelo abstrato genérico, coincidindo ambos na defesa do postulado básico de que a televisão não é lugar para “produtos sérios”, que mereçam ser considerados em sua singularidade.

Mas, já é tempo de pensar televisão fora do maniqueísmo do modelo da estrutura “boa” e “má” em si. É preciso (também) pensar a televisão, e aqui no caso, a telenovela, como um conjunto de trabalhos audiovisuais (variados, desiguais, contraditórios) que a constituem, assim como o cinema é o conjunto de todos os filmes produzidos e a literatura é o conjunto de todas as obras literárias escritas ou oralizadas, mas, sobretudo, daquelas obras que a discussão pública qualificada destacou para fora da massa amorfa da trivialidade. O contexto, a estrutura externa e a base tecnológica também contam, é claro, mas eles não explicam nada se não estiverem referidos àquilo que mobiliza tanto produtores quanto telespectadores: as imagens e os sons que constituem a “mensagem” televisual. (MACHADO,

2005, p.19).

Outra crítica que se faz à televisão também vem do padrão estético do cinema. A repetição. Criticar a telenovela por ser repetitiva e não ter uma narrativa preponderantemente visual é condenar toda e qualquer telenovela. Mais interessante é observar as soluções criativas que os autores criam para solucionar esses limites e expressar uma obra de arte. Toda mídia tem limitações. (CANNITO, 2010, p.36).

Mesmo o cinema precisa contar sua história normalmente em duas horas. E hoje, a maioria das pessoas não recorre à tela grande e à sala escura para refletir sobre algo, ou mesmo, conhecer novas imagens e sons, novas narrativas que as façam traçarem novos sentidos. Muitos não suportam sequências lentas, os episódios precisam suceder rapidamente uns aos outros e a narrativa precisa ser linear, de preferência, como nas narrativas clássicas. É um público que busca muita ação, o bem e o mal nitidamente separados, conflitos simplificados, imagem e som para encher os olhos e os ouvidos.

1.5 No território da imagem

O crítico de cinema Jean-Louis Comolli (2008) afirma que o novo espectador está hoje sendo forjado pelas imagens espetaculares. Porém, nem tudo foi tragado pelo espetáculo, ainda podemos viver experiências nas quais as imagens nos convoquem como pensadores. Para ele, é no cinema que se identifica um potencial de resistência à espetacularização das imagens. E defende um tipo de cinema que não compactua com a visibilidade generalizada, o excesso de imagens, ou a espetacularização. Para ele, o ato de ir ao cinema já oferece condições para nos tornarmos espectadores diversos daqueles almejado pelo espetáculo, ou seja, passivo. Primeiramente, ao comprarmos um bilhete e entrarmos numa sala escura, aceitamos nos apartar do resto do mundo para mergulhar no mundo projetado na tela. Também aceitamos ficar imóveis numa cadeira e sofrer uma restrição de nosso campo visual: graças à penumbra, a tela iluminada é o foco principal de nosso olhar. Essa restrição visual é fundamental para que possamos entender que “Ver no cinema é começar por não ver, é aceitar ‘não ver tudo’, não ‘tudo de uma vez’, não ‘tudo ao mesmo tempo.’” (COMOLLI, 2008, p.215).

Mas, impor limites à visão do espectador não é um gesto fácil, uma vez que, segundo Comolli (2008), tudo que o espectador deseja é que seu olho não tenha limites, que ele possa tudo ver. Na concepção do crítico, o espetáculo cinematográfico explora ao máximo esse

fenômeno. É no cinema que, para Comolli (2008), temos a chance de passar pela experiência da não onipotência do olhar. E para que o cinema funcione como um meio através do qual aprendemos a ver o mundo de outra forma, é necessário que ele não ceda aos desejos pulsionais do espectador e imponha limites à sua visão. As obras que investem nessa direção estimulam seu público a passar por uma transformação, uma vez que os faz refletir sobre o mundo que o cerca e sobre suas atitudes perante a vida. Este seria, para Comolli, um lugar incômodo para o espectador, porque ele teria que se engajar na construção dos sentidos das imagens, que na verdade, é a reflexão a partir da imagem. Esse é o único lugar que funciona como motor de mudanças na medida em que é capaz de “tensionar e torcer o mecanismo do olhar, incitar o espectador à sua própria transformação crítica, fazer cintilar o invisível como a superfície mesma do visível” (COMOLLI, 2008, p.142).

Se essa lógica poderia ser aplicada ao telespectador foi um caminho que tentei pesquisar através da análise das imagens e da estética narrativa de *Avenida Brasil*.

Buscando os conceitos criados por Deleuze em *Imagem Movimento e Imagem Tempo*, foi possível estudar as imagens construídas em *Avenida Brasil* e sua abrangência no campo estético.

A imagem-movimento, segundo Deleuze, seria a imagem organizada segundo a lógica do esquema sensório motor, uma imagem concebida como elemento de um encadeamento natural com outras imagens dentro de uma lógica de montagem (edição, para a televisão), que finaliza o encadeamento das percepções e ações, dando um sentido ao todo do filme.

A imagem movimento tem duas faces, uma em relação a objetos cuja posição ela faz variar, a outra em relação a um todo cuja mudança absoluta ela exprime. As posições estão no espaço, mas o todo que muda está no tempo. Se assimilarmos a imagem movimento ao plano, chamaremos de enquadramento à primeira face do plano, voltada para os objetos, e de montagem à outra face, voltada para o todo. (DELEUZE, 2009, p. 48).

A imagem-tempo seria a ruptura dessa lógica, pelo aparecimento de situações óticas e sonoras puras que não mais se transformam em ações. Elas se constituiriam em imagem que não mais se conecta com outra imagem, mas, à sua própria imagem virtual. Cada imagem então se separa das outras para se abrir para sua própria infinitude. Não há mais uma ligação, e sim um intervalo entre imagens. No lugar do encadeamento sensório-motor, um reencadeamento a partir do vazio.

O todo se confunde então com o que [Maurice] Blanchot chama de força de “dispersão do Fora”, ou “a vertigem do espaçamento”: esse vazio que não é mais uma parte motora da imagem, e que ela transporia para continuar, mas o

questionamento radical da imagem (exatamente como há um silêncio que não é mais parte motora ou a respiração do discurso, mas seu radical questionamento). O falso *raccord*, então, adquire um novo sentido, ao mesmo tempo em que se torna lei. (DELEUZE, 2007, p. 217).

Deleuze (1985) vê a imagem enquanto fluxo, um somatório de movimento e tempo, onde se destaca a sua duração e encadeamento. Isso porque partiu dos estudos de Bergson, que defende que matéria e imagem são a mesma coisa: energia. Portanto, o que difere uma da outra é o grau de cada uma e não a natureza delas.

Deleuze não lê imagens, não as interpreta segundo a antropologia, a sociologia, a psicologia ou a lingüística. Para Deleuze (1985), o sistema de imagens, no caso, da imagem-movimento, é organizado pela diferenciação, que surge quando a imagem está em relação com as outras imagens. E pela integração, quando a imagem se relaciona com tudo que é exterior a ela e que ao mesmo tempo a engloba. É a moral da história, o conceito do filme, sua mensagem. E no caso da imagem-tempo, Deleuze (1990) destaca algo que não está presente nesse sistema da imagem-movimento, que é o intervalo. O intervalo que atualiza as lembranças na consciência a partir do presente, criando assim um novo movimento. É o intervalo que dá condição para a individualização da imagem, que a faz durar no tempo, encontrando um espaço fora do tempo, um espaço virtual, que vai dar origem à imagem tempo.

Podemos apontar que o regime de imagem-movimento do cinema vai ser o mesmo regime das ficções seriadas, portanto, também das telenovelas. Mas, em experiências mais radicais e inovadoras, como em *Avenida Brasil*, podemos ter fragmentos de experiências fora do contexto da imagem e movimento e mais próximos da imagem e tempo. Cinema clássico e cinema moderno. Poderiam se alterar numa produção seriada?

Com a aproximação de algumas narrativas da ficção televisiva às narrativas cinematográficas, com a tecnologia digital ampliando as telas das televisões, dando-lhes qualidades que podem permitir apreciações estéticas cada vez mais sofisticadas, não seria possível provocar o olhar do espectador, fazê-lo pensar, pausar e refletir diante de certas imagens?

O diálogo incessante com o público, a aproximação com a estética documental e cinematográfica foram algumas das características da narrativa de *Avenida Brasil*. Que talvez possa nos conduzir a um estudo de como o regime de imagens mesmo vindas da televisão, da telenovela, pode levar a um trabalho de reflexão, de pensar o pensamento.

1.6 No território da periferia e da classe C emergente

No livro “*A Nova Classe Média, O Lado Brilhante da Pirâmide*”, de Marcelo Neri, de 2012, encontramos uma definição para essa nova classe média baseada nas pesquisas realizadas pelo Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas, CPS/FGV, que levam em conta os dados colhidos pelo Pnad (Pesquisa Nacional por Amostragem por Domicílio), Censo, e outros; e que analisam a distribuição de renda e indicadores de pobreza.

Olhando para distribuição de renda per capita, a pesquisa aponta que cerca de 39,6 milhões de brasileiros ingressaram nas fileiras da chamada classe média (classe c) entre 2003 e 2011 (59,8 milhões desde 1993).

Centrando nossa análise no período mais recente, houve crescimento acumulado de 9,12% na proporção de pessoas pertencentes a esse grupo desde 2009, equivalente a dizer que 10,5 milhões de brasileiros, que não eram, passaram a ser da classe c (3,7 milhões só no último ano, de 2011). A mesma que atingia 50,45% da população brasileira em 2009 passa agora a 55% em 2011. Traduzindo em números absolutos, atingimos a marca de 100,5 milhões de brasileiros que tem renda entre R\$ 1.200,00 até R\$ 5.174,00 mensais. (NERI, M. 2012; p. 28)

A classe A e B também cresceram em termos relativos entre 2003 e 2009, absorvendo 6,6 milhões de pessoas. De 2009 a 2011, esse percentual caiu 1,9%. Na soma dos extratos médios e altos de distribuição de renda nas classes A, B e C, 48,7 milhões foram somados no período de 2003 a 2011, cerca de 13,1 milhões a mais do que os 35,7 milhões adicionados no período de 2003 a 2009. Em contrapartida, a base da pirâmide formada pelas classes D e E foi reduzida de 96,2 milhões em 2003 para 73,2 milhões em 2009, atingindo, pelos cálculos da pesquisa, 63,6 milhões em 2011. Isso significa que mais do que a população da Espanha foi incorporada às classes A, B e C, durante o período de 2003 e 2011.

Segundo Neri (2012), essas pesquisas apontam duas reflexões, uma política e uma econômica:

Os 105,5 milhões de brasileiros que estão na nova classe média correspondem a 55% da população. Isto significa que a nova classe média brasileira não só inclui o eleitor mediano, aquele que decide o segundo turno de uma eleição, mas também que ela poderia sozinha decidir um pleito eleitoral. Complementarmente, a nova classe média também é a classe dominante, do ponto de vista econômico, pois já concentrava 46,6% do poder de compra dos brasileiros em 2011, superando a classe A e B, estas com 45,6% do total do poder de compra. As demais classes D e E tem hoje 7,8% do poder de compra, caindo do nível de 19,7% logo antes do lançamento do Plano Real. (NERI, 2012; p.27)

Antes de sua divulgação midiática, o conceito de “nova classe média” foi aplicado por Neri (2012) à classe C com base nos dados econômicos desta pesquisa. Como a pesquisa

analisava medidas de pobreza e bem estar social baseados em renda domiciliar *per capita*, Neri considerou que chamar a pessoa de classe C podia soar depreciativo, pior do que classe A ou B, por exemplo. Já chamar de nova classe média dava um sentido positivo e prospectivo àquele que realizou e continua a realizar o sonho de subir na vida. Para o pesquisador, a nova classe média não é definida pelo ter, mas pela dialética entre o ser e estar olhando para a posse de ativos e para decisões de escolha entre o hoje e o amanhã. “Mais do que assíduos freqüentadores de templos de consumo, o que caracteriza a classe media brasileira é o lado produtor. A nova classe média busca construir um futuro em bases sólidas que sustentem o novo padrão adquirido.” (NERI, 2012, p.19)

Neri afirma ainda que benefícios oficiais e crédito ao consumidor fazem parte do cenário da classe C, mas como coadjuvante. O protagonista é o lado produtor do empregado formal, em particular. A carteira de trabalho é o maior símbolo de ascensão social e o concurso público é o objeto de desejo platônico a ser transformado em realidade.

Outro dado interessante que Neri aponta a partir da pesquisa mostra como a preocupação com a educação cresceu entre os emergentes da classe C. Passou de 7º para 2º lugar entre os brasileiros, tanto da classe média como os da elite.

Ser nova classe média também é, define Neri (2012), consumir serviços públicos de melhor qualidade no setor privado, como colégio privado, plano de saúde privado e previdência complementar. “Todos podem ser vistos como ativos meio públicos, meio privados, que conferem maior ou menor sustentabilidade ao sonho brasileiro de subir na vida.” (NERI, 2012, p.19)

Outro aspecto de destaque na pesquisa utilizada por Neri é a contextualização da classe média no panorama mundial. Os países emergentes conquistaram crescente atenção, especialmente depois da falência de países ricos como Itália, Grécia e outros. Chamados de BRICS – termo criado por Jim O’Neil, da Goldman Sachs – Brasil, Índia, China, Rússia e agora também a África do Sul, passaram a freqüentar a vitrine de negócios e as pautas para edificação da riqueza até 2030. (NERI, 2012; p.22).

Hoje, mais da metade dos pobres do mundo estão nesses países. Os BRICs importam tanto na riqueza futura quanto na pobreza presente. E isso se fez notar pelas escolhas das sedes dos dois principais eventos esportivos mundiais de 2008 a 2018: China (olimpíada de 2008), África do Sul (Copa de 2010), Brasil (Olimpíada de 2016 e Copa de 2014) e Rússia (Copa de 2018). E em 2012, o Brasil foi um dos países que mais se destacaram entre os Brics.

Ainda segundo Neri (2012), é preciso destacar na pesquisa a análise do Gallup World

Poll sobre o grau de satisfação com a vida, a questão da felicidade. A média do Brasil em 2009 era sete numa escala de zero a dez. Superando a África do Sul, (5,2), Rússia (5,2), China (4,5) e Índia (4,5). O Brasil é o único dos BRICs que melhora no ranking mundial de felicidade, saindo de 22º lugar, em 2006, para 17º em 2009, entre 144 países. Deste modo, o Brasil chegou em 2011 “bombando” como se diz na gíria. No quesito desigualdade de renda no Brasil, ela vem caindo, desde 2001. De 2001 a 2009, a renda per capita dos mais ricos cresceu 12,8%, enquanto que a renda dos mais pobres cresceu 69,08% no mesmo período.

O bolo brasileiro continuou crescendo mais rápido e com mais fermento entre os mais pobres até 2010, quando o nível de desigualdade de renda atingiu o menor índice registrado desde 1960. Apesar ainda de permanecer entre as dez maiores do mundo, indicadores apontam que o país levará 20 anos para atingir o mesmo índice dos Estados Unidos. Porém, há de ser considerar a reserva de crescimento para essas classes sociais mais baixas, que começaram a ser exploradas na década passada. (NERI,2012;p.26 apud pesquisa CPS/FGV, com base nos microdados da Pnad, Censo/IBGE e Langoni 1973, *Visão a Longo Prazo da Desigualdade*).

Como consequência da manutenção do crescimento com redução da desigualdade, a pobreza também continua numa curva decrescente, desde o primeiro Plano Real, ainda no governo de Fernando Henrique Cardoso, passando pela estabilização monetária e entrando na era Lula, do Brasil Sem Miséria, com vários programas de transferência de renda. (NERI, 2012; p.26).

Por fim, reiterando o fato de que os programas de transferência de renda caracterizariam a entrada dos brasileiros na nova classe média, Neri (2012) enfatiza ainda mais, a partir da pesquisa, os dados sobre o aumento do número de carteira assinadas.

O crescimento robusto do emprego formal, duplicado desde 2004, é o principal símbolo do surgimento da classe média brasileira. O Brasil estava, até agora pouco, mês após mês, quebrando seu recorde anterior mais elevado de geração de novas carteiras de trabalho, não obstante, a ausência de qualquer reforma trabalhista e previdenciária significativa do governo. Segundo o Cadastro Geral de Empregos e Desempregados (Caged), entre janeiro e julho de 2011 houve a criação líquida de 1,4 milhões de novos postos de trabalho formais, o terceiro melhor desempenho desde 2000. (NERI, 2012, p.21)

Este era o cenário pelo qual passava o país e a Classe C emergente, a chamada nova classe média brasileira quando estreou a novela *Avenida Brasil*. O que vai se refletir na produção de bens culturais e nas novas produções de sentidos. Uma classe que queria se ver e ser vista!

E a questão da periferia? Segundo a pesquisadora do Laboratório de Estudos

Avançados em Jornalismo da Unicamp, Simone Pallone, em artigo para a revista *Ciência e Cultura*²², no contexto brasileiro, a palavra periferia é algo típico do processo de metropolização dos anos 1960/70. O termo tem sido usado para designar loteamentos clandestinos, ou favelas localizadas em áreas menos centrais, onde vive uma população de baixa renda.

Pallone, a respeito disso, cita Manoel Lemes da Silva, professor de planejamento urbano e regional, da Faculdade São Marcos, de São Paulo. Para ele, o termo periferia carrega em si um sentido político, econômico e social. Não podemos pensar em periferia sem pensar em centro. É um par dialético que faz parte dos fundamentos da teoria do desenvolvimento econômico.

Ainda nesse artigo²³, Pallone via Manoel Lemes da Silva, afirma que em termos mundiais o conceito de periferia foi reforçado após as duas grandes guerras e acirrado com a Guerra Fria, destinando o status de centro àqueles países de maior poder econômico e militar, e de periférico aos mais pobres, dependentes, com problemas de infra-estrutura.

Nas cidades, o conceito se aplica ao espaço onde está o centro econômico de poder. Do lado oposto, estaria a periferia. O conceito surgiu na tentativa de tornar toleráveis a manutenção de cidades ao Estado. Mas o que se tem na verdade é uma perpetuação das desigualdades sociais e econômicas.

Não se trata aqui de contextualizar o termo periferia ao longo a história. Mas, apenas pontuar o quanto ele pode também ser elástico dependendo de onde se instala. A periferia dos Estados Unidos, por exemplo, se configura de modo totalmente oposto ao que se vê no Brasil. É um núcleo urbano localizado nos arredores de um núcleo metropolitano central, onde vivem famílias de classe média ou alta, com bons índices de qualidade de vida e segurança, em geral, maiores que os das áreas residenciais centrais.

Já nas grandes cidades da América Latina e de outros países, as periferias são áreas que não possuem todos os recursos das regiões centrais, principalmente no que diz respeito à infra-estrutura urbana como energia elétrica, água encanada, esgoto, coleta de lixo, etc. E que são carentes de certos aparatos sociais, como instituições culturais, de saúde, órgãos públicos. Se os possuem, é em escala inferior, por causa do perfil de baixa renda de sua população.

A formação dessas regiões se dá pelas dificuldades visíveis de se viver nas grandes cidades, onde fatores como especulação imobiliária, exploração e alienação da força de

²²<http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?pid=S0009-67252005000200006&script=sci_arttext>. Acesso em: 12 mar. 2014

²³< http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?pid=S0009-67252005000200006&script=sci_arttext>

trabalho levam a ocupação de áreas mais desvalorizadas pela população mais pobre, num processo de segregação voluntária imposto pelas elites, que se apropriam das melhores regiões da cidade e impedem seu uso pelas classes mais pobres. No entanto, algumas regiões periféricas podem atrair o interesse de camadas mais ricas, como é o caso aqui da Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro, onde os condomínios residenciais foram se constituindo num processo semelhante ao dos subúrbios ricos norte-americanos, mas com peculiaridades locais.

O conceito de periferia pesquisado neste trabalho não tem limites de um contorno pronto e não está de fato veiculado apenas à sua dimensão espacial. Justamente porque é um conceito que se atualiza constantemente.

Foi preciso olhar para esta periferia para falar da outra, que encontrou seu espaço nas esferas midiáticas ao longo da história, configurando as estatísticas da violência, assassinatos, da pobreza e de outras mazelas humanas. Mas que agora, ao contrário, ganhou outra visibilidade e interesse das corporações de comunicação. Esse foi o fenômeno que causou impacto e instigou parte desta pesquisa.

O processo de midiaticização da periferia parece se organizar como um movimento engendrado a partir das experiências fundamentadas na vivência do lugar de fala marginalizada, que requer a visibilidade para ingressar em outros níveis de existência e reconhecimento. Se por um lado, essas práticas existem como expressões de uma população que tem seu próprio *ethos*, sua própria identidade, que se manifestam independentemente, por outro, a mídia reconhece tais elementos pertencentes a um mundo que ela deseja organizar dentro do seu repertório de realidades construídas. O que não foi visto, o que não foi mostrado, o que não foi consumido, ainda, pelo seu público.

Em seu estudo *Periferias Midiaticizadas*, Guaciara Barbosa de Freitas (2008) confirma que desde os anos de 1980, os movimentos sociais mais claramente envolvidos com as questões culturais começaram a ser identificados como “novos” movimentos sociais e passaram a contribuir para novas formas de sociabilidade, principalmente quando adotaram estratégias coletivas de mobilização e engajamento vinculadas à cultura, como foi possível perceber nos movimentos afro-brasileiros e outros. São movimentos que se sustentaram através de redes interpessoais da vida cotidiana, configurando novos vínculos organizacionais, político-culturais e institucionais com outros movimentos e com múltiplos atores e espaços, expandindo-se para muito além das comunidades.

Se em períodos anteriores, a presença da periferia na mídia, sobretudo no cinema e nos noticiários, era marcada quase exclusivamente pela temática da violência, hoje o processo de midiaticização se realiza também por outras estratégias discursivas, de modo muito diferente não só pela temática como pelo *modus operandi*, é viável pensar sobre como isso pode guardar relação com: 1) o fato dos movimentos sociais

terem gerado redes, que favoreceram a circulação de ações e produtos culturais de certo modo independentes do sistema de difusão da grande mídia; 2) a forma como os moradores da periferia passaram a dispor de uma base tecnológica atualmente necessária à implementação de comunicação midiática e ao desenvolvimento de produtos culturais: a técnica como 'plataforma libertadora'. Certamente ambos os aspectos não estão dissociados de condições econômicas, de questões mercadológicas, que dizem respeito tanto ao modo como os moradores da periferia produzem, fazem circular e consomem os bens culturais gerados nas periferias. (FREITAS, 2008, p. 2).

Reconhecer a construção e o funcionamento dessas redes interpessoais e organizacionais implica em perceber como pontos de fortalecimento da existência de movimentos e práticas explodiram na mídia como o funk, das favelas do Rio de Janeiro, o hip-hop, da periferia de São Paulo, o tecnobrega, de Belém, periferia do Brasil, o reggaeton, da periferia do México, entre outros movimentos. Pode-se ainda citar grupos de atores vindos de projetos de formação como o "Nós do Morro", do Morro do Vidigal, criado na favela do Rio de Janeiro, ou ainda, o grupo de atores, diretores, produtores de cinema, tv e teatro do "Nós do Cinema", que entre outras iniciativas mantém um núcleo de produção audiovisual Comunidade do Pereirão, que fica em Laranjeiras, zona sul do Rio de Janeiro. Assim, não é por acaso, nem por pura concessão da mídia que acontece esse fenômeno de intensa midiaticização da periferia. É um processo em parte ativado por pressões geradas pela própria periferia.

Segundo Guaciara Freitas (2008), para identificar as periferias e os centros é preciso observação cuidadosa das situações que sugerem intenções de interação e integrações, trazidas para o interior das práticas culturais e cotidianas, montando um mapa que mostra, por um lado, a desterritorialização vivida pelas culturas, do mesmo modo como apresenta a emergência de uma experiência cultural nova.

O termo desterritorialização também é empregado na obra de Deleuze e Guattari e mais recentemente vem sendo usado pela Geografia para apontar processos de singularização, agenciamentos, práticas humana, como colocam Rogério Haesbaert e Glauco Bruce, no artigo intitulado "*Desterritorialização na obra de Deleuze e Guattari*". "O problema concreto que se coloca é de como se dá a construção e a destruição ou abandono dos territórios humanos, quais são seus componentes, seus agenciamentos, suas intensidades." (HAESBAERT ; BRUCE, 2009; p.1).

Para explicar o conceito de território na obra de Deleuze e Guattari, os autores partem

da questão do pensamento rizomático e do desejo.²⁴

O território é formado por uma serie de agenciamentos produzidos pelo desejo. Quando desejamos, não desejamos uma única coisa, mas um conjunto delas. Uma mulher não deseja apenas um vestido, mas também pessoas olhando para ela, uma festa onde possa usar o vestido, deseja uma cor, um modelo. O território também surge como uma forma de proteção. A criança canta para criar um território sonoro que vai protegê-la diante do medo do escuro, das ameaças do desconhecido. Um território é formado pelo agenciamento de marcas sonoras, visuais, olfativas, semióticas, etc.

Através de Deleuze e Guattari é possível “fazer a leitura social desse desejo, fazer a

²⁴ Conceito e Desejo em Deleuze e Guattari: Deleuze e Guattari trabalham o conceito de desejo fazendo um tipo de investigação do inconsciente-desejo que chamaram de esquizo-análise. Essa investigação tem por objeto apontar outro desejo (diferente do psicanalítico) que não se deixa domar pela lei, pela falta e pela castração. Deleuze e Guattari concebem o inconsciente como uma usina operando produções de desejo. Essa usina produz a si mesmo. O desejo é máquina que não cessa de maquinar. Essa produção desejante possui a característica de formar o real ao mesmo tempo em que a produção racional, como se percebe na formação das massas humanas e no fenômeno do poder. A esquizo-análise tem por objetivo atingir um desejo liberado das categorias limitantes. O desejo é homem e natureza, uma multiplicidade unívoca. Nele não ocorre do homem se separar da natureza e se conceber como um ente autônomo; no desejo o homem se funde com a natureza e tudo se expande com uma única força; o inconsciente não é individual, nele habitam multiplicidades, populações, grupos, máquinas. A produção desejante é uma multiplicidade que não se deixa domar pela unidade, mas é só na univocidade que ela se encontra. A não individualidade do desejo dissolve nele qualquer pretensão de se firmar como sujeito; o desejo dissolve o EU, não possibilitando separar homens de animais; o desejo não é expressivo, nem representativo; ele é apenas máquina de produção que produz a si mesmo através de sínteses de objetos parciais; o desejo não monta um teatro, e sim uma usina. Deleuze e Guattari dizem que a psicanálise descobriu a produção desejante, mas que isso foi obstaculizado pela introdução da representação na mesma. Toda produção de desejo, segundo os pensadores, acaba se transformando em um idealismo que sustenta a possibilidade da representação do inconsciente e de sua sucessiva expressão. É o famoso teatro do inconsciente, antagônico ao caráter deleuzo-guattariano do inconsciente como usina. A forma teatral do inconsciente manifesta-se na concepção do desejo enquanto falta, isso significa que apesar da produção desejante existir, ela se dobra em produção de fantasmas; essa postura leva a uma duplicação da realidade-Ser, onde a produção real fica obstruída pela produção ilusória. É o caso dos religiosos que almejam deus e a vida eterna, ou seja, desejam a falta. Deleuze e Guattari evocam o excelente comentário de Clément Rosset “o mundo se vê duplicado por outro mundo, qualquer que seja segundo um itinerário seguinte: o objeto falta ao mundo, logo o mundo não contém todos os objetos, falta ao menos um, o do desejo; logo existe um alhures que contém a chave do desejo que falta ao mundo”. Ter o desejo como falta possibilita a observação de sua importância no mercado da fé, o homem é persuadido por discursos que o induz a conceber um além-do-mundo, um plano "superior", uma possível separação da alma e do corpo (assim conseguiria atingir todos os desejos frustrados na produção de fantasmas). O desejo como falta sempre foi útil no mundo capitalista, a falta sempre foi distribuída no campo social; o desejo produz real, a produção desejante é também produção social; o desejo é tanto produtor de realidade como nela se insere. O desejo é máquina, agenciamento maquínico. O princípio mais geral da esquizo-análise é: o desejo é constitutivo do campo social, ele é uma infra-estrutura, o desejo está na produção como produção social e a produção está no desejo como produção desejante.

O conceito de desejo é formado por dois componentes: processo e produção, ou seja, desejo significa processo de produção. Deleuze e Guattari criticaram o controle do desejo na formação do complexo de Édipo que tem por fim aniquilar a produção desejante com a representação triangular do desejo. Segundo os filósofos, três erros incidem sobre o desejo: a falta, a lei e a castração. A falta já foi abordada; a lei inscreve a proibição e a transgressão no desejo, obscurecendo sua potência produtora; a castração é a inibição do desejo fruto da lei que incide sobre ele.

O desejo está por todos os lados e é responsável por fenômenos sociais típicos de qualquer sociedade.

<<http://marialuizadiellooutrascompotas.blogspot.com.br/2012/04/ensaio-geral-conceito-e-desejo-na.html>>
Acesso em: 03 de mai. 2014. (COSTA LEITE, Alexandre Fernandes B., p.1, 2012).

passagem do desejo ao político, nos quadros dos modos de subjetivação” (GUATTARI; ROLNIK, 1986, p.16, apud HAESBAERT; BRUCE, 2009, p.5).

O território é um agenciamento²⁵. Um agenciamento vai além do espaço físico e geográfico, e podem ser de dois tipos: agenciamentos coletivos de enunciação e agenciamentos maquínicos de corpos (ou do desejo).

Os agenciamentos maquínicos de corpos dizem respeito a um estado de mistura e relações entre os corpos em uma sociedade. Aqui é importante lembrar que, tal como na não dicotomização geográfica entre Natureza e sociedade, também não é possível ver o corpo social fora do corpo da Natureza, pois se trata de um só corpo de multiplicidades. O agenciamento maquínico de corpos é essa relação que se constrói entre os corpos. (HAESBAERT ; BRUCE, 2009; p.6).

Os autores (2009) citam exemplos dados por Deleuze e Guattari para falar dos agenciamentos maquínicos. Um regime alimentar vai produzir o agenciamento entre o corpo e as técnicas relativas à natureza e à sociedade. Se o desejo é ter o corpo saudável (natureza) e magro (sociedade).

Um regime alimentar, um regime sexual, regulam, antes de tudo, misturas de corpos obrigatórias, necessárias ou permitidas. Até mesmo a tecnologia erra ao considerar as ferramentas nelas mesmas: estas só existem em relação às misturas que tornam possíveis ou que as tornam possíveis. (DELEUZE; GUATTARI, 1995; p.31).

Outros exemplos dados consideram a mistura de corpos que definem a feudalidade: o corpo da terra e o corpo social, os corpos do senhor feudal, do vassalo e do servo, o corpo do cavaleiro e do cavalo, tudo é agenciamento maquínico.

O estribo engendra uma nova simbiose homem-cavalo, que engendra, ao mesmo tempo, novas armas e novos instrumentos. As ferramentas não são separáveis das simbioses ou amálgamas que definem um agenciamento maquínico Natureza-Sociedade. Pressupõem uma máquina social que as selecione e as tome em seu *phylum*: uma sociedade se define por seus amálgamas e não por suas ferramentas. (DELEUZE, 1995; p.31)

Exatamente no mesmo sentido o ambiente de uma única pessoa (ambiente social, espaço de vida pessoal, hábitos) pode ser visto como um ‘território’, a partir do qual a pessoa age ou para o qual se volta.

O agenciamento coletivo de enunciação, em contrapartida, remete aos enunciados, a um regime de signos, a uma máquina de expressões que variam conforme o uso da língua.

²⁵<<http://www.uff.br/geographia/ojs/index.php/geographia/article/view/74/72>> Todo agenciamento é, em primeiro lugar, territorial. A primeira regra concreta dos agenciamentos é descobrir a territorialidade que envolvem, pois sempre há alguma: dentro de sua lata de lixo ou sobre o banco, os personagens de Beckett criam para si um território. Descobrir os agenciamentos territoriais de alguém, homem ou animal: ‘minha casa’. [...] O território cria o agenciamento. O território excede ao mesmo tempo o organismo e o meio, e a relação entre ambos; por isso, o agenciamento ultrapassa também o simples ‘comportamento’ [...] (DELEUZE, *Mil Platôs*, vol 5, pag.218, 1997, apud HAESBAERT; BRUCE, 2009, p.6).

Nesse sentido, não diz respeito a um sujeito, mas à sociedade e seus signos compartilhados, à linguagem, às palavras e símbolos.

Os autores destacam que os agenciamentos maquínicos de corpos (conteúdo) têm uma forma e os de enunciação (expressão), outra. Um não pode ser reduzido ao outro. Um intervém no outro, é um movimento recíproco e não hierárquico. Com esse movimento mútuo de agenciamentos, um território se constitui. E exemplificam: uma aula é um território porque para construí-la é necessário um agenciamento coletivo de enunciação e um agenciamento maquínico de corpos.

É possível territorializar qualquer coisa, desde que façamos agenciamentos coletivos de enunciação e maquínico de corpos.

O território pode ser construído em um livro a partir do agenciamento maquínico das técnicas, dos corpos da natureza (as árvores), do corpo do autor e das multiplicidades que o atravessam; e do agenciamento coletivo de enunciação, nesse caso, um sistema sintático e semântico, por exemplo. Cria-se um território dos Krenak, onde agenciamentos maquínicos de corpos estão fixados diretamente na Terra, onde a circulação dos fluxos desejantes se inscreve diretamente na Terra. Criam-se agenciamentos coletivos de enunciação para recortar o Sol e A Lua, por exemplo, e fixar-lhes atributos. (HAESBAERT ; BRUCE, 2009, p.6).

Corpos se atraem, se repulsam, se alteram, fazem combinações, alianças, se expandem, penetram uns nos outros, se excluem. Esses corpos podem ser corpos ou grupos de corpos humanos, ferramentas, máquinas, energias, que se compõem ou transformam segundo regras, em tempos e lugares instituídos. Assim, a vida familiar numa classe dada da sociedade é um agenciamento maquínico, outro é a vida numa faculdade, ainda outro uma organização comunitária. O importante é que existem nessa máquina pontos de captura, que atraem as energias em pontos instituídos, repetitivos, reprodutores dele; e existem, inversamente, linhas de fugas desejantes, criadoras de jogos não previstos, que nem sempre vêm por vontade própria das pessoas, mas perpassam o conjunto de corpos e afetos. Uma forma de desordem criadora, de caos na organização.

O território pode se desterritorializar, isto é, abrir-se, engajar-se em linhas de fuga e até sair do seu curso e se destruir. A espécie humana está mergulhada num imenso movimento de desterritorialização, no sentido de que seus territórios “originais” se desfazem ininterruptamente com a divisão social do trabalho, com a ação dos deuses universais que ultrapassam os quadros da tribo e da etnia, com os sistemas maquínicos que a levam a atravessar cada vez mais rapidamente, as estratificações materiais e mentais. (GUATTARI ; ROLNIK, 1986, p.323).

Simplificadamente, pode-se afirmar que a desterritorialização é o movimento pelo qual se abandona o território, “*é a operação da linha de fuga*” e a reterritorialização é o movimento de construção do território” (DELEUZE; GUATTARI, 1997, p.224 ; HAESBAERT; BRUCE, 2009, p.8); no primeiro movimento, os agenciamentos se

desterritorializam e no segundo eles se reterritorializam como novos agenciamentos maquínicos de corpos e coletivos de enunciação.

Mas, nesse caso, eles nunca se reterritorializam exatamente como eram, pois passam por novos agenciamentos e se transformam. Eles territorializam. Por isso, eles são sempre novos. Eles estariam se reterritorializando se se instalassem igualzinhos ao que eram, o que não é possível. Quando uma cantora africana grava uma música do Roberto Carlos, a música nunca será a mesma, embora seja a mesma. Ela se reterritorializa enquanto forma, mas não é a mesma porque surge em um território onde os agenciamentos são totalmente diferentes, de acordo com a subjetividade local.

Sendo assim, as coisas estão sempre se territorializando e desterritorializando. Já a reterritorialização se dá apenas em termos físicos, de corpo, por exemplo, o CD como suporte da música permite a reterritorialização da música, transpostando-a.

Quando se fala em território também é necessário destacar que existe um território existencial. Nosso corpo é um território que se constitui a partir do agenciamento de subjetividades corporais e sociais.

Parece complicado, mas é interessante seguir as linhas dos conceitos porque elas acabam por nos levar às linhas do pensamento, como veremos adiante.

Esse movimento de fluxo contínuo de desterritorialização e reterritorialização expressa um primeiro teorema:

Jamais nos desterritorializamos sozinhos, mas no mínimo com dois termos: mão-objeto de uso, boca-seio, rosto-paisagem. E cada um dos dois termos se reterritorializa sobre o outro. De forma que não se deve confundir a reterritorialização com o retorno a uma territorialidade primitiva ou mais antiga: ela implica necessariamente um conjunto de artifícios pelos quais um elemento, ele mesmo desterritorializado, serve de territorialidade para termos fundamentais como 'corpos' e 'atos' (a este respeito, v. sobretudo a referência aos estóicos na pág. 26). Daí todo um sistema de reterritorializações horizontais e complementares, entre a mão e a ferramenta, a boca e o seio. (HAESBAERT ; BRUCE, 2009, p.8).

O segundo teorema se refere à questão da velocidade:

De dois elementos ou movimentos de desterritorialização, o mais rápido não é forçosamente o mais intenso ou o mais desterritorializado. A intensidade da desterritorialização não deve ser confundida com a velocidade de movimento ou desenvolvimento. De forma que o mais rápido conecta sua intensidade com a intensidade do mais lento, a qual, enquanto intensidade, não o sucede, mas trabalha simultaneamente sobre um outro estrato ou sobre um outro plano. (HAESBAERT; BRUCE, 2009, p.9).

O terceiro teorema fala das intensidades dentro do processo de desterritorialização, fazendo uma distinção entre dois tipos de desterritorialização: a relativa e a absoluta. Os dois processos se relacionam e perpassam um no outro.

A desterritorialização relativa diz respeito ao abandono de territórios criados nas sociedades e sua concomitante reterritorialização sob uma nova forma. A desterritorialização absoluta leva ao próprio pensamento. Por ser um tema muito complexo, que ocupa amplo espaço na obra de Deleuze e Guattari, os autores do artigo lançaram-se na árdua tarefa de apresentar algumas de suas características e apontar questões pertinentes para a geografia.

Para Deleuze e Guattari (1992), todo pensamento se faz num processo de desterritorialização. Pensar é desterritorializar. O que equivale a dizer que o pensamento só é possível na criação e que para se criar algo novo é necessário romper com o território existente, criando outro. A desterritorialização absoluta pertence ao pensamento e à criação. Novos agenciamentos são necessários, novos encontros, novas articulações e arranjos. Porém, a desterritorialização do pensamento é sempre acompanhada por uma reterritorialização. Essa reterritorialização é a obra criada, é o novo conceito, a nova música, o novo quadro, o novo CD, o novo livro.

A desterritorialização relativa, por sua vez, cobre um campo social. E ganha ênfase nos estudos de Deleuze e Guattari, segundo Haesbaert & Bruce (2009), porque remete à criação do Estado e à dinâmica do capitalismo. Para eles (2009), o Estado e o capital vão operar por desterritorialização, já que ambos sobrecodificam a organização social a partir de máquinas despóticas exteriores aos corpos e agindo sobre eles, como a disciplina, tal como descrita por Foucault em *Vigiar e Punir* (1984).

O aparecimento do Estado é responsável pelo primeiro grande movimento de desterritorialização, na medida em que ele imprime a divisão da terra pela organização administrativa, fundiária e residencial. O Estado desterritorializa os agenciamentos maquínicos de corpos e os agenciamentos coletivos de enunciação e procede a uma sobrecodificação, ou seja, ele opera por novos agenciamentos, tanto maquínicos como de enunciação. O Estado fixa o homem à terra, mas o faz de forma despótica, organiza os corpos e os enunciados de outras formas. (HAESBAERT; BRUCE, 2009, p.10).

Com essas análises é possível dar exemplos mais concretos da desterritorialização e reterritorialização nas sociedades capitalistas. Como foi destacada pelos autores, a desterritorialização relativa diz respeito ao próprio *socius*. Em outras palavras, a vida é um constante movimento de desterritorialização e reterritorialização, estamos sempre passando de um território ao outro, abandonando uns e fundando outros. É uma des-territorialização cotidiana, onde se abandona, mas não se destrói o território abandonado. E o exemplo dado para isso é o do operário de uma fábrica de automóveis. Durante o dia ele atravessa o território familiar e o território do trabalho, dois extratos produzidos por agenciamentos maquínicos de corpos e agenciamentos coletivos de enunciação muito diferentes. Os

agenciamentos de corpos da família são o Pai, a Mãe e o Filho, submetidos ao regime alimentar, sexual, entre outros, que se expressam pela sexualidade reprimida, pelos horários que todos devem estar juntos à mesa e assim por diante. Os corpos da fábrica têm outros agenciamentos: o corpo técnico-científico, dentro e um aparato disciplinar, que controla o tempo, o corpo, as hierarquias, e se expressam na sirene que avisa a hora de parar, a cor e o modelo do uniforme que informa sobre o caráter da produção, etc.

O morador da periferia urbana, que trabalha como bóia-fria, é outro exemplo de alguém que está em constante processo de desterritorialização e reterritorialização. Fora da época da colheita, ele está na periferia, coberto por agenciamento maquínicos e coletivos periféricos. Quando chega a colheita, seu corpo se submete a outros agenciamentos no campo, como trabalhador rural assalariado. Na periferia ele vive um território, na lavoura, outro. Ele está constantemente de desterritorializado e se reterritorializando.

É evidente que os seus territórios serão outros, mas a dinâmica de passagem por vários territórios é semelhante. Existe o seu território de morador, onde ele conhece os códigos territoriais e as relações de poder que compreendem a sua “comunidade”. Existe o território do trabalho, que é muito mais difícil de delimitar que o do operário fabril. Em um dia ele é pedreiro, no outro porteiro, segurança, etc. Quando chega a época da colheita ele se desterritorializa, abre os agenciamentos e vai se reterritorializar no trabalho na lavoura. Quando este termina, ele novamente vivencia os agenciamentos da vida urbana. (HAESBAERT ; BRUCE, 2009, p.13).

Dialogando com Haesbert e Bruce (2009), Carlos Natálio (2013) defende que a frequência com que, hoje, a noção de desterritorialização, enfraquece a dimensão espacial da vida em sociedade e fortalece as virtualidades. O conceito serviria para definir processos que descontextualizam um número de relações estabelecidas, tornando-as virtuais, preparando-as para novas relações por meio de uma operação de reterritorialização. É o que vemos acontecer com os meios de comunicação.

Deste modo, prossegue Carlos Natálio (2013), não é incomum ver a desterritorialização como processo da contemporaneidade, das sociedades em redes, dos fluxos e de outros hibridismos culturais. Mas, o autor ressalta que isso não passa de uma derivação, já que territorialização/desterritorialização são conceitos que operam não só os mecanismos das práticas filosóficas e sociais, “como reconstruem, reconduzem a geografia dos eventos num projeto político de libertação dos desejos, dos corpos, da criação artística e produção da subjetividade.” (HAESBERT; BRUCE 2002 apud NATÁLIO, 2013, p.200).

E como aplicar este mecanismo de territorialização/desterritorialização ao processo subjetivação do espectador quando assiste uma de telenovela? Este processo implica no

agenciamento entre o corpo do telespectador e o fluxo audiovisual das imagens em movimento, dentro de uma narrativa que exige operações intelectuais e emocionais de tomada de posição, contra ou a favor. É um agenciamento maquínico travado entre o corpo do telespectador, com suas vivências, e o processo de territorialização das imagens em movimento que configuram uma linha de fuga, cujo efeito é a emergência de um devir-outro. Neste sentido, esse devir-outro do telespectador de uma telenovela produz um efeito semelhante a uma desterritorialização do corpo e das ideias, o que o leva a um campo de produção de subjetividades, agenciamentos, a uma suspensão momentânea da visibilidade do processo constitutivo das alteridades. Acompanha imediatamente esse processo uma posterior separação, que recompõe o corpo e a singularidade do telespectador reterritorializados quando acaba a última cena do capítulo da novela.

O telespectador vivencia o seu devir herói ou vilão, mas também os devires corpo/paisagem, corpo/sedução, corpo/consumo, etc.

As possibilidades de criação de territórios narrativos que irão possibilitar a existência de devires do telespectador diante da telenovela são definidas pelos agenciamentos realizados durante a produção, a transmissão e a recepção, os dispositivos instituídos: a produção da novela e seus atributos tecnológicos e artísticos, a localização do aparelho de TV, o modo de assistir a TV, a companhia, o entorno, etc. Tudo isso vai favorecer ou não os devires do telespectador. De um modo geral, os produtores de uma telenovela sabem dos obstáculos que terão que transpor para produzir esses territórios existenciais, e se lançam vorazmente no caminho de agarrar esse telespectador pela história que se está contando, pelo tema que se está pautando e que levará ou não ao debate de grande parte da audiência. Para isso, vão usar agenciamentos *prêt à porter* constituídos por marcas territoriais com eficácia constituinte já comprovada: tema, narrativa, enquadramentos, closes, ritmos, ganchos e sons de forma que o espectador tenha um devir outro também *prêt à porter*. Isto porque agenciamentos *prêt à porter* produzem subjetividades *prêt à Porter*.

2 A NARRATIVA DE UMA NAÇÃO: AVENIDA BRASIL

A Avenida Brasil, logradouro de maior extensão do país, agrega vários bairros de periferia e municípios. Essa mesma avenida deu nome à novela da Rede Globo de Televisão, ocupando o horário nobre da emissora mais influente da nação, cujas produções são exibidas no mundo todo. Além disso, o autor, roteirista considerado um dos mais promissores da nova geração, João Emanuel Carneiro²⁶, afirma ter dado este nome à sua obra por considerar que o público estava desejando ver outras coisas além da ensolarada zona sul carioca.

Ao contrário de muitas produções neste horário chamado “*prime* ²⁷*time*”, da emissora, que traziam sempre locações maravilhosas para os primeiros capítulos da novela, os capítulos de abertura de *Avenida Brasil*, apresentavam um bairro fictício de periferia chamado Divino, (em anexo ao bairro um Lixão) com seus personagens e sua cultura.

O bairro do Divino e o Lixão estavam na contramão das produções anteriores que transcorriam em bairros abastados do Rio ou de São Paulo e que apresentavam os subúrbios como focos de violência e de pobreza. Uma mudança de abordagem que poderia ser quase considerada como radical e um desafio a ser decifrado: a periferia, comumente retratada como caricatural ou cômica, passou a ser apresentada como uma classe de trabalhadores sérios, alguns bem sucedidos. Enquanto a classe alta, vista como a detentora do saber, foi apresentada de maneira caricatural e decadente, que ia buscar na periferia recursos para sua sobrevivência. A inversão fazia com que periferia ocupasse o lugar central na trama e movesse a narrativa, reduzindo o espaço da classe alta, normalmente protagonista das histórias.

Avenida Brasil atingiu 51 pontos de audiência com pico de 53,8 e share de 72%, (participação no total de televisores ligados), segundo o Ibope. Na grande São Paulo, atingiu 80% de *share*, o que significa que de cada cem aparelhos de televisão ligados, 80 exibiam a novela.

Só na última semana de exibição, a novela *Avenida Brasil* tinha mais de 500 anunciantes. E durante sua exibição faturou dois bilhões de dólares, segundo a revista Forbes,

²⁶ “Ele é o melhor autor de televisão atualmente”, afirma o diretor Daniel Filho. “Fiz essa leviandade de levá-lo para a TV e perdi o roteirista de cinema... <<http://ww18.itaub.com.br/revistabkl/joao-emanuel-carneiro.html>>

²⁷ Prime time significa o horário nobre da programação televisiva. É um bloco de programação exibido durante as noites, quando a audiência é maior. A maior parte do faturamento das emissoras vem dessas faixas horárias. <http://pt.wikipedia.org/wiki/Hor%C3%A1rio_nobr ; e<<http://pt.bab.la/dicionario/ingles-portugues/prime-time>>

o maior faturamento da emissora carioca de todos os tempos. Era a Classe C que se via e queria ser vista. De certa forma, era o embrião do que começava a se formar no país em termos de reivindicação de visibilidade para os que sempre foram invisíveis em grande parte das telas nacionais, e visíveis apenas nas estatísticas.

Em 2007, a novela *Vidas Opostas*, de Marcilio Moraes, exibida na Rede Record, trouxe para as telas, entre outros temas, os conflitos de amor entre dois jovens de diferentes classes sociais, a corrupção policial e o tráfico de drogas. A favela era uma das protagonistas da história, onde vivia a Cinderela da periferia que precisava ser resgatada pelo Príncipe do asfalto.

Mas, foi só em 2012 que uma produção de teledramaturgia decidiu colocar a Classe Emergente, a Classe C²⁸, em sua grande maioria, moradores da periferia, como protagonista principal de uma história, invertendo o eixo comumente apresentado pela ficção televisiva de ser sempre a classe alta, os ricos, os agentes principais das tramas.

Nesta mesma época, no horário vespertino, das 19hs, a mesma TV Globo apresentou outra produção, também ambientada em parte numa periferia, no caso, numa das favelas cariocas. *Cheias de Charme*²⁹ mostrava o poder das empregadas domésticas e o potencial criativo das periferias urbanas. A novela não chegava a focar sua trama apenas nesta classe emergente, mas produziu uma série de ações transmidiáticas inéditas até então. As duas produções engendraram um grande fluxo de produções de sentidos, mas foi com *Avenida Brasil* que o país parou para assistir à novela. Matérias reportaram que até Presidente Dilma Russef desmarcou sua agenda para não perder ao último capítulo da novela.³⁰

Sexta feira, 19 de outubro de 2012. Último capítulo da novela *Avenida Brasil*, da TV Globo. Como num final de campeonato, as pessoas se mobilizaram para não perder absolutamente nada da trama de vingança urdida pelo jovem autor de 42 anos, João Emanuel Carneiro. Não foi considerado pelos especialistas em teledramaturgia um dos melhores

²⁸ Entre 2008 e 2010, cerca de 13,3 milhões de pessoas passaram a fazer parte da classe C no Brasil, também conhecida como a nova classe média. A informação está no estudo “Os Emergentes dos Emergentes”, que a Fundação Getúlio Vargas fez para o Construbusiness 2010 (Seminário da Indústria Brasileira da Construção). O levantamento mostrou que em 2003 a classe C representava 66 milhões de habitantes, atualmente está em torno de 95 milhões e em 2014 poderá chegar a 113 milhões, tornando-se maioria no país.

²⁹ *Cheias de Charme* foi uma telenovela brasileira produzida e exibida pela Rede Globo entre 16 de abril de 2012 a 28 de setembro de 2012, em 143 capítulos. Escrita por Filipe Miguez e Izabel de Oliveira, teve direção de Allan Fiterman, Maria de Médicis e Natália Grimberg, direção-geral de Carlos Araújo, direção de núcleo de Denise Saraceni, e a supervisão de texto de Ricardo Linhares.

³⁰ O último capítulo de ‘Avenida Brasil’ leva Dilma a adiar comício em SP. <<http://oglobo.globo.com/pais/o-ultimo-capitulo-de-avenida-brasil-leva-dilma-adiar-comicio-em-sp-6403250#ixzz2fTcQImKB>>. Acesso em: 23 mai 2013.

capítulos dos 169 escritos durante os oito meses, de março à outubro, em que a novela esteve no ar, às 21:15 hs. Mais foi o suficiente para marcar o recorde de audiência nacional.

O melodrama da menina órfã que foi largada num lixão pela madrasta má e que jura vingança foi apontado como o mais bem sucedido folhetim eletrônico da história da emissora carioca.

Sucesso que foi visto por boa parte dos formadores de opinião como reflexo do próprio crescimento econômico do país, que permitiu a ascensão social de milhões de brasileiros, os emergentes da classe C, também chamada de nova classe média brasileira.

Retratado com humor e drama em “*Avenida Brasil*”, esse Brasil emergente está no centro da trama que paralisou a população diante da telinha de TV. Dos 45 personagens da novela *Avenida Brasil*, apenas sete moram na zona sul do Rio de Janeiro, cenário principal de boa parte das novelas deste horário. O restante mora no fictício bairro de periferia chamado Divino, às margens da *Avenida Brasil*. Logradouro que dá nome à novela e que, na realidade, tem 58 quilômetros de extensão, corta 27 bairros da cidade e o status de ser a mais importante via expressa da cidade do Rio de Janeiro. É a maior avenida em extensão do Brasil.

Uma parcela pequena dos personagens da periferia mora num Lixão que faz alusão ao extinto lixão de Gramacho, aterro sanitário que ficava em Duque de Caxias, município que também se comunica com a via expressa *Avenida Brasil*.

A história central da novela *Avenida Brasil* se desenvolve no bairro do Divino e tem início nos anos 90. A personagem principal é Nina, criança que perdeu a mãe aos três anos de idade e foi criada com amor por seu pai Genésio. Atropelando a infância e a inocência de Nina, surge Carminha, uma moça bonita, golpista e fria, amante de Max. O casal, que tem forte ligação durante toda a novela, é unido pelo objetivo maior de explorar os incautos para obter dinheiro. Carminha casa-se com Genésio, pai de Nina, com o propósito de fazê-lo vender a casa onde mora e roubar-lhe o dinheiro para fugir com Max. Nina descobre a trama e alerta o pai que, ao tentar confrontar a esposa ardilosa, acaba morrendo num acidente de carro causado pelo jogador Tufão, craque da maior torcida carioca e que está em plena ascensão.

Além de ficar com o dinheiro da venda da casa, livrar-se do marido, e abandonar a enteada num Lixão, nas mãos de um cruel catador de lixo chamado Nilo, Carminha se aproveita do sentimento de culpa de Tufão e força um casamento entre eles, dando início à trajetória da família Tufão na mansão construída no bairro do Divino. No lixão, Nina conhece Batata, um garoto também abandonado no mesmo aterro sanitário. O garoto é responsável por tirar Nina das mãos bárbaras de Nilo e passá-la para amáveis mãos da catadora de lixo chamada Mãe Lucinda, cujo passado esconde um grande mistério. A ligação de amor e afeto

entre Nina e Batata será eterna, e a luta para ficarem juntos terá que concorrer com o desejo de vingança de Nina, sentimento que levará a protagonista até as últimas conseqüências.

O tempo passa, Nina é adotada por um casal argentino e levada para fora do país. Em Buenos Aires, Nina recebe uma educação requintada e se torna chefe de cozinha, badalada profissão da moda. Batata também é adotado e recebe o nome de Jorginho. Vai morar na mansão do Tufão, no bairro do Divino, com a mãe adotiva Carminha, o pai Tufão, além da Tia Ivana que se casou com Max (com o passar dos anos), o avô Leleco casado com Muricy, e a irmã menor, Ágata, fruto da união de Carminha e Max, mas que Tufão pensa ser de Genésio.

Quando o pai adotivo de Nina falece, ela volta ao Brasil querendo se vingar da madrasta má. Até aqui, Nina se enquadra na definição de vítima. No entanto, ela não é “dócil” e “meiga”, características típicas desse perfil nos folhetins, pelo contrário: é uma mocinha capaz de agir como vilã/traidora, a partir da justificativa que os fins justificam os meios. Nina vai trabalhar na casa de Carminha e Tufão, como empregada doméstica, sem que eles saibam seu verdadeiro nome (Rita), no cargo de chefe de cozinha. Já Carminha, que seria a traidora/vilã, é uma mulher ambiciosa, fria e amoral, cujo passado pobre e esconde um segredo antigo, ainda não revelado na história.

Após seu casamento com o jogador de futebol, Carminha muda de estilo e de guarda-roupa: começa a usar figurinos comportados e suaves, com predominância da cor branca, normalmente combinada com peças claras, que escondem o seu verdadeiro caráter. No pescoço, um colar com uma medalha de Nossa Senhora demonstra uma aparente religiosidade. Embora sempre personificando o mal, mesmo com o contraste da aparência, a personagem tem momentos de fragilidade e de “humanidade”, quando, por exemplo, sofre com a rejeição do filho Jorginho, a quem parece nutrir verdadeiro amor. A trama montada para traçar a vingança da heroína contemporânea Nina vai levar a mocinha ao paroxismo de trocar de papel com a vilã, subjugando-a através de chantagem, fazendo-a de sua empregada no momento em que é revelada a verdadeira identidade de Nina/Rita. Carminha torna-se vítima de quem fora algoz no passado. Neste jogo de gato e rato, de inversões de papéis, Carminha é obrigada a fazer toda a faxina na mansão, a viver no minúsculo, úmido, embolorado quarto de empregada, a comer comida barata todos os dias, a mesma que exigia que seus empregados comessem. No revide, Nina quase chega a ser enterrada viva, numa alusão ao filme de Tarantino, Kill Bil 2.³¹

³¹Filme nipo-americano de 2003 e 2004, o quarto do roteirista e diretor Quentin Tarantino. Originalmente concebido como um único filme, foi lançado em dois volumes (nos EUA, Kill Bill: Volume 1 no outono de 2003 e Kill Bill: Volume 2 na primavera de 2004), devido à sua duração de aproximadamente quatro horas. O

Enquanto o projeto de vingança de Nina sofre altos e baixos, a turma do Divino faz a festa, fala alto, todos, às vezes, ao mesmo tempo (uma novidade sonora para uma telenovela); frequenta as festas funk do Clube Divino, o Bar do Silas, compra na lojinha do Diógenes, enquanto a mulherada se enfeita no salão de Monalisa. As brigas são na rua, não entre quatro paredes, assim como as declarações de amor. No bairro do Divino pode falar na cara o que se pensa, pode mudar para casa do vizinho, pode falar da vida dos outros. Neste contexto, novos arranjos familiares são apresentados, novos modos de ver o mundo, se vestir, se comportar. Juntamente com uma visão positiva da mobilidade social, da nova classe emergente. É possível ficar rico no Divino!

Ao contrário de outras produções que transcorrem em bairros ricos do Rio de Janeiro ou de São Paulo e que apresentam subúrbios e periferias como foco de pobreza e de violência, isso não ocorreu com o bairro do Divino. Com uma cara afirmativa, de bem com a vida, a população do Divino se mostrava alegre e feliz, apesar dos problemas do dia-a-dia.

Mesmo na novela do horário das 19 hs, *Cheias de Charme*, exibida quase que no mesmo período que *Avenida Brasil*, que também mostrava um lado da classe emergente, a novela apresentava o núcleo dos pobres vivendo numa outra periferia, onde aparecia um tipo malandro, trapaceiro, como o ex-marido de uma das empreguetes; mostrava um pouco do tráfico, da violência, do jogo e outras mazelas que essas áreas apresentam nos noticiários de jornal.

No Divino, ao contrário, havia gente de sucesso, como a empresária Monalisa, que com seu salão de beleza conseguiu conquistar tudo o que desejava materialmente na vida. Jogadores promissores em início de carreira podiam conquistar vagas em times da primeira divisão. Comerciantes gostavam do que faziam, seja vender a varejo, seja vender comidas e bebidas típicas de um bairro de periferia, como o bom ovo cor de rosa, as coxinhas de galinha avantajadas, cervejinhas estupidamente geladas... O que todos tinham em comum é que não renegavam suas origens. Mais que isso, eles tinham orgulho do lugar onde viviam. Por isso, a trama destoa de uma tradição na teledramaturgia de protagonistas ricos e donos de um padrão de vida quase inalcançável.

Esteticamente, o Divino não se diferencia muito de outros subúrbios e periferias cariocas. Casas ao longo da rua, com portões de entrada baixos, salas de estar cheias de adereços, cozinhas que agregam toda a família. Tem o Barzinho do Silas, onde se joga uma

filme é um drama fictício de vingança, que homenageia antigos gêneros, tais como filmes antigos asiáticos de kung fu, filmes japoneses de samurai, western spaghetti italiano, trash, anime, uma grande referência à música popular e cultura pop; e alta violência deliberada.

sinuca e os amigos se encontram para um bate papo informal e falar da vida das pessoas. Além dos “petiscos” típicos, o bar do Silas tem várias portas de entrada, mostrando que é aberto a todos. É o espaço confessional dos personagens.

O Salão da Monalisa, cheia de candidatas dispostas a alisar o cabelo na “chapinha”. Também não difere muito dos salões vistos nesses locais. Espelhos amplos, cadeiras e lavatórios. Só muda quando Monalisa descobre uma fórmula de alisamento de cabelos nova e muito mais potente. É quando o salão se transforma e fica mais sofisticado, amplo, com cadeiras e espelhos mais modernos, igualando-se aos salões de beleza de grandes centros.

No Divino Futebol Clube, jovens jogares treinam e disputam uma vaga num clube melhor, enquanto esperam a vista de um “olheiro”, profissional encarregado de descobrir novos talentos do futebol. Tem um campo do tamanho oficial, gramado e uma arquibancada, onde as pessoas podem ver os treinos e até participar das partidas, como torcida. No clube de futebol do Divino também tem um salão pequeno, onde acontecem bailes funk, charme e baladas. É lá que as famílias comemoram suas datas importantes e as moças disputam os rapazes na pista de dança. Também é onde acontecem os conflitos de interesse e as disputas para a presidência do clube, cargo que dá visibilidade política para quem o conquistar. O salão é pequeno, sem muitos adereços, com um palco onde as pessoas se apresentam ou fazem discursos em ocasiões especiais. É dirigido por Diógenes, dono também de uma loja de roupas femininas e lingerie.

A loja de Diógenes é de esquina, pequena, com um balcão principal de madeira para atender às clientes, um provador pequeno, de cortina. Araras se amontoam no centro da loja, expondo roupas para jovens, vestidos colantes, além de calcinhas e sutiãs de uma marca específica que compõe o conjunto de marcas do merchandising da novela. Na porta da loja de Diógenes, um rapaz anuncia ao microfone, com bom humor, as ofertas do dia. É um comunicador típico de vendas ao varejo. Com sua proverbial lábia para atrair os consumidores. Ainda na loja do Diógenes, uma vendedora se destaca. É a “piriguete” Suelen, jovem ambiciosa, sensual, bonita, que usa todos os tipos de sedução para conquistar seu sonho: casar-se com um jogador de futebol da primeira divisão, rico e famoso, e assim, tornar-se também famosa. No balcão da Loja de Diógenes trabalham ainda Iran, filho do dono e também jogador aspirante do Divino Futebol Clube, e Leandro, jovem sem recursos, que mora de favor na casa de Diógenes e Iran. É apaixonado por Suelen, que o esnoba em detrimento de qualquer um que aparecer em sua frente e se mostrar capaz de tirá-la do subúrbio. É a única personagem que desdenha o bairro e seus moradores. Ela não tem família, casa ou bens. E usa seu corpo, beleza e sedução para conseguir o que deseja.

Ainda no Divino tem a mansão de Tufão. Um casarão de dois andares, vários cômodos, além dos inúmeros quartos, sala de estar, sala de jantar, cozinha espaçosa e moderna, tem ainda uma biblioteca, escritório com computador, piscina, sauna, uma pequena academia de ginástica e uma imensa garagem com muitos carros. É uma casa que difere muito das outras, pela amplitude e pelo conjunto de espaços diferenciados dentro dela. Além dos diferentes e exagerados adereços decorativos que compõem a casa. É o espaço da família Tufão que agrega, além do casal Tufão e Carminha, o pai, a mãe, a irmã, o cunhado, os filhos e os empregados do jogador, que fez uma carreira de sucesso no time de maior torcida do mundo, o Flamengo.

Tufão é o representante do novo rico vindo de camadas populares da população. Diferente do rico de berço, que normalmente tem delimitado seu papel dentro da família, com seus membros vivendo cada qual num lugar, com Tufão é o oposto. Ele carrega toda a família consigo, é o sustentáculo de todos.

Nas ruas do Divino não se vê bêbados, mendigos, brigas de rua entre moleques, ao contrário, as mazelas que se vê pelas ruas de um grande centro ou de uma periferia são mostradas no Lixão. Apesar de esteticamente ser quase asséptico, com suas casas feitas de material de reciclagem parecerem arrumadinhas demais, é no Lixão que vamos assistir à exploração do trabalho infantil, a luta das pessoas pelas pequenas e valiosas coisas do lixo, o alcoolismo, a depressão, a tristeza de crianças foras das escolas, e também a possibilidade de superação dessas mazelas pelo afeto.

2.1 Avenida Brasil, segundo quem fez

Avenida Brasil foi uma telenovela produzida e exibida pela Rede Globo de Televisão, de 26 de março de 2012 a 19 de outubro de 2012, no horário das 21h15min hs às 22:25 hs, sucedendo *Fina Estampa* e sendo substituída por *Salve Jorge*.

Foi escrita por João Emanuel Carneiro com a colaboração de Thereza Falcão, Alessandro Marson, Márcia Prates, Antonio Prata e Luciana Pessanha. Teve direção de Gustavo Fernandez, Thiago Teitelroit, Paulo Silvestrini, André Camara e Joana Jabace. A direção geral foi de José Luiz Villamarim e Amora Mautner. E a direção de núcleo ficou a cargo de Ricardo Waddington.

Débora Falabella, Cauã Reymond, Adriana Esteves, Murilo Benício, Marcello Novaes, Vera Holtz, José de Abreu, Eliane Giardini, Marcos Caruso, Nathalia Dill, Heloísa Perissé,

Alexandre Borges, Débora Bloch, Camila Morgado, Carolina Ferraz, Letícia Isnard, Juca de Oliveira e Ísis Valverde interpretaram os papéis principais da trama.

A novela se dividiu em duas fases:

1999. Genésio, viúvo solitário, se casa com Carmem Lúcia, mulher ardilosa que planeja dar um golpe em Genésio, com ajuda de seu amante Max. O plano daria certo se não fosse Rita, filha de Genésio, que descobre o golpe de Carminha e a desmascara para seu pai. Mas, o desfecho é trágico. Ao tentar denunciar a esposa, Genésio é agredido por ela. Contundido, sai andando sem rumo pelas ruas, acaba atropelado em plena Avenida Brasil pelo craque do futebol Jorge Tufão, que acabou de vencer o campeonato brasileiro. Cheio de culpa pela morte de Genésio, Tufão promete cuidar da viúva, que vê a oportunidade perfeita para se casar com o jogador e se tornar rica. Depois de ficar com todo o dinheiro de Genésio, Carminha, com a ajuda de Max, leva Rita para um Lixão, onde ela cresce alimentando um desejo insaciável de vingança.

No Lixão, Rita sofre nas mãos de Nilo, um homem ambicioso e cruel, mas acaba sendo salva por Lucinda, mulher humilde e carinhosa que acolhe as crianças do lixão como seus próprios filhos. No Lixão, Rita conhece Batata, um garoto que foi abandonado ainda bebê nas mãos de Lucinda. Os dois se tornam amigos e vivem uma paixão inocente e feliz. O destino, no entanto, os separa. Rita é adotada por um rico casal argentino, e depois de mudar seu nome para Nina, cresce querendo cada vez mais se vingar da mulher que destruiu sua vida.

Carminha se casa com Tufão, depois de separá-lo de Monalisa, dona de um salão de beleza e por quem Tufão era totalmente apaixonado. Carminha vai morar numa luxuosa mansão no fictício bairro do Divino, às margens da Avenida Brasil, juntamente com a família de Tufão, mais Max, que acabou se casando com a irmã de Tufão, Ivana, para não ficar longe da comparsa Carminha.

Depois que Rita vai embora do Lixão, Carminha adota Batata, que na verdade é o filho biológico dela com Max, que ela abandonara ainda bebê nas mãos de Lucinda. Na mansão de Tufão, o garoto passa a ser chamado de Jorginho. Ele, porém, jamais se esqueceu de Rita, assim como esta jamais se esqueceu de Jorginho.

Segunda fase. 2012. Nina cresceu e se tornou uma excelente chefe de cozinha, na Argentina, mas quando perde seus pais resolve voltar ao Brasil para iniciar seu plano de vingança, abandonando seu namorado e suas duas irmãs. Ela conhece Ivana, irmã de Tufão, pela internet e consegue ser contratada pela família, para dar início à vingança contra Carminha. Agora, ela é uma esposa exemplar, ou melhor, aparenta ser, já que na verdade ela

detesta a filha, Agatha, (que Tufão pensa ser filha do falecido Genésio, mas é dela com Max) e a quem humilha o tempo todo por causa da obesidade da menina. A família Tufão adora Carminha, enquanto que para ela eles não passam de ignorantes, uns “toupeiras”, como diz quando está segredando com o amante seus pequenos golpes para retirar dinheiro do marido e fazer seu “pé de meia” para fugir com Max. A única pessoa de quem Carminha realmente gosta é Jorginho, que nunca admirou a mãe e até a despreza, por achá-la hipócrita. A boa pose de Carminha é apenas fachada, já que ela chegou à alta sociedade fazendo chás beneficentes e unindo-se ao padre da Igreja, aos políticos locais e personalidades do bairro em que vive.

Jorginho é noivo de Débora, moça rica da zona sul carioca e bem intencionada. Débora é filha de Cadinho, um executivo comprometido com três mulheres, sem o conhecimento delas, a princípio: Verônica, uma mulher rica, fútil e dominadora mãe de Débora; Noêmia, uma mulher culta e moderna, mãe de Tomás; e Aléxia, sua eterna amante, uma mulher rica e independente que engravidou de Cadinho e decidiu criar sua filha, Paloma, sozinha. Aléxia é a única que sabe dos dois casamentos de Cadinho, e nunca quis se envolver seriamente com ele, apesar dele adorar Paloma.

Quando Rita, agora Nina, é contratada pela família de Tufão, descobre que Jorginho é seu amor de infância, ficando dividida entre o amor e a vingança contra sua ex-madrasta Carminha. O relacionamento de Nina e Jorginho é protegido pela mãe Lucinda. Já Nilo, quando descobre que Nina e Rita são a mesma pessoa, usa isso como chantagem.

Lucinda ainda é amiga de Santiago, um senhor que conserta brinquedos, com quem ela volta a se envolver. Porém, o que ninguém sabe é que Santiago é o maior vilão da história, uma vez que é pai e mentor de Carminha.

Desfecho final. Depois de muitas reviravoltas e até um triângulo amoroso entre Nina, Jorginho e Tufão, Carminha descobre tudo sobre Nina/Rita e resolve dar uma lição nela. Mas, Nina conseguiu fotografar Carminha e Max numa relação sexual, e usa as fotos como chantagem, ameaçando revelar tudo para Tufão. Nesse clima de chantagens recíprocas, Max é misteriosamente assassinado no Lixão. A culpa recai sobre Lucinda, que confessa ter matado o próprio filho (informação revelada durante as peripécias do enredo) para acobertar o verdadeiro assassino.

No último capítulo, Santiago sequestra Tufão, Nina. Carminha tem a oportunidade perfeita para se livrar das pessoas que tanto odiou, mas, após refletir sob seus atos ela atira em seu pai, libera os reféns e se rende aos policiais.

Carminha confessa ser a verdadeira assassina de Max, e diz que o matou por legítima defesa, depois que ele enlouqueceu e levou todos para o lixão fazendo de Lucinda, Nilo,

Carminha, Nina e a família de Tufão reféns. Lucinda, sentindo-se culpada, uma vez que ela sempre acreditou ter sido a responsável pela morte da mãe de Carminha, havia se entregado à polícia para poupá-la. Este segredo é revelado nas últimas semanas da trama, quando se descobre que Santiago era o verdadeiro responsável pela morte de sua própria mulher.

Final feliz. Passam três anos. Tufão e Monalisa reatam, se casam e vão morar na mansão. Carminha sai da prisão e volta para o lixão para trabalhar com Lucinda, se redimindo de seus atos. Quando nasce o bebê de Nina e Jorginho, eles o levam para visitar sua avó, e Nina e Carminha, finalmente, se perdoam. A novela termina com um jogo de futebol no Divino, mostrando todos os personagens com seus respectivos desfechos.

2.1.1 Elenco, personagens e características

. Nina / Rita (Débora Falabella). Nina, conhecida na infância como Rita. Cativante, discreta, misteriosa, introspectiva. Para ela, os fins justificam os meios. Órfã de mãe aos três anos foi criada por um pai carinhoso, Genésio. Quando ele morre, a madrasta Carminha a abandona num lixão. Lá, ela é criada na casa de Lucinda e jura vingança. Mais tarde, adotada por Martín e levada para a Argentina. Após a morte do pai adotivo, Nina volta ao Brasil para se vingar de Carminha.

. Jorginho / Batata (Cauã Reymond). Bonito, charmoso, inteligente, cativante, bom caráter. Passou a infância no lixão, onde tinha o apelido de Batata. Lá ele conheceu Nina, sua primeira namorada. Tempos depois, foi adotado por Tufão e Carminha. É jogador de futebol como o pai adotivo, seu ídolo, mas não parece ter o mesmo talento. Apesar de namorar Deborah, uma garota da zona sul, ele sempre foi apaixonado por Rita e quando descobre que Rita é Nina, faz tudo para demovê-la do objetivo de se vingar da madrasta. Jorginho fica abalado quando percebe que Rita fica dividida entre o amor que tem por ele e a vingança contra Carminha.

. Carminha (Adriana Esteves). Antagonista principal de Nina, ela é uma golpista. De índole perversa, é ao mesmo tempo, bonita, sensual, inteligente, divertida e dissimulada, ambiciosa, fria e amoral. Depois de dar um golpe em Genésio, pai de Nina, abandona a menina num lixão. Mantém um caso amoroso com seu comparsa de golpes, Max.

. Jorge Tufão (Murilo Benício). Ex-jogador de futebol. Apesar de ter enriquecido, nunca quis sair do Divino, seu bairro de origem, onde é venerado como uma lenda viva. Coração grande, afetivo, generoso, homem de família. Era apaixonado por Monalisa até que

Carminha aplicar-lhe o golpe do casamento, para aplanar a culpa do ex-jogador que atropelou Genésio, sem saber que o homem já estava ferido e prestes a morrer.

. Max (Marcello Novaes). Sem caráter, dissimulado, ambicioso. Tem pânico de pobreza. É sócio da amante Carminha nos seus golpes. Também veio do Lixão, como sua comparsa. Conheceram-se lá.

. Muricy (Eliane Giardini). Matriarca da família Tufão. Desbocada, cafona, generosa, cativante, dona de um enorme coração, mas também ambiciosa e preconceituosa. Veio do Nordeste para o Rio de Janeiro na década de 1970. Fez o impossível para criar os filhos enquanto tocava a barraca de camelô nas imediações da Central do Brasil. Mulher de Leleco, com quem teve os dois filhos: Tufão e Ivana. Rejeita Monsalisa, noiva de Tufão, por ser “Paraíba”. E adota Carminha, porque pensa que a moça veio de boa família, fora modelo de sucesso, a nora ideal para o filho amado.

. Leleco (Marcos Caruso). Patriarca da família Tufão, é um sujeito amável e boêmio, conhecido como um fenômeno na cama. Depois que o filho ficou rico com o futebol, parou de fazer bicos para viver e mergulhou de vez na boa vida. Contenta-se com uma geladeira cheia de cerveja. Vai se apaixonar por Tersália, muito mais nova do que ele. E nutrir por ela um ciúme doentio, até descobrir que ama mesmo a ex-esposa Muricy.

. Lucinda (Vera Holtz). Coração de ouro, alma generosa, afetiva, bem humorada. A mãe do lixo já criou dezenas de crianças na casa que ela mesma construiu, com restos catados no lixão onde vive. Criou Rita e Batata, que crescem e viram Nina e Jorginho. Tem um segredo que guarda a “sete chaves”. Algo grave do passado, que a faz encarar a vida precária do Lixão como uma missão na vida, como uma redenção. Não gosta de Nilo, que vive às turras com ela. Mas, protege o romance de Nina e Jorginho.

. Nilo Oliveira (José de Abreu). Figura tenebrosa, explorador de crianças no Lixão. Amargo, recalcado, violento, frio e perverso. Faz tudo para tirar vantagens de tudo, desde explorar a miséria humana e o sofrimento das pessoas. Também esconde uma misteriosa história do passado.

. Suelen (Ísis Valverde). É a musa do subúrbio. Uma “maria-chuteira” que não quer saber de trabalhar e chega sempre atrasada na loja de Diógenes, onde é atendente. Dá mole para todos os caras do bairro. Esconde um passado misterioso. Usa o corpo e a beleza para conquistar seus objetivos.

. Monalisa (Heloísa Perissé). Autêntica, espontânea, carismática, passional, divertida, sensual. Nascida na Paraíba, veio tentar a sorte no Rio de Janeiro, arrumou emprego de manicure e se apaixonou por Tufão. Independente, decide ampliar seus negócios, depois que

perde Tufão para Carminha. Mora com o filho Iran e uma amiga, Olenka. Ama o bairro do Divino!

. Ivana (Letícia Isnard). Filha de Muricy e Leleco e irmã de Jorge Tufão. Extrovertida, descompensada, deslumbrada, gordinha, inocente, bom caráter. Sócia de Monalisa no Salão de Beleza.

. Débora (Nathalia Dill). Filha de Cadinho e Verônica. Bonita, jovem, inteligente, versátil, artística, vive na zona sul carioca, é moderna e de boa índole. Apaixonada por Jorginho.

. Cadinho / Dudu / Carlos Eduardo (Alexandre Borges). Homem de negócios, ambicioso, bonito, bem humorado e sedutor. Mantém duas esposas, sem que elas saibam uma da outra. E uma amante. Tem filhos com as três mulheres. É apaixonado pelas famílias que formou e pelos filhos. Dá boa vida a todos, já que é um milionário. Mas, o destino dá uma reviravolta e o leva a morar com as três mulheres e os filhos no bairro do Divino, onde esses novos arranjos familiares terão que se recompor.

. Vêronica (Débora Bloch). Dondoca típica da zona sul, que não trabalha e vive à custa do marido milionário. Enche a boca para dizer que não gosta de homem e, sim, de dinheiro. Parceira de Cadinho, mãe de Débora, costuma perder a cabeça com a ascensão social e esbanjar dinheiro em obras e compras. Mas, por trás da aparência fútil, esconde uma personalidade romântica, doce e sonhadora.

. Noêmia (Camila Morgado). Bonita, discreta, refinada, “hippie chic”. Adora arte. Conheceu Cadinho num curso de filosofia. Inteligente, de língua afiada, gosta de Dudu (Cadinho) porque acha que pode torná-lo mais refinado. Não é só pelo dinheiro, mas pelo projeto de vida mais harmônica. Logo engravidou de Tomás e virou a segunda concubina de Cadinho, sem saber de sua vida dupla. Apesar de suas convicções marxistas, adora viver numa soberba mansão na Serra do Rio de Janeiro.

. Aléxia (Carolina Ferraz). Socialite, riquíssima, independente, linda e um pouco desequilibrada, já que escolhe Cadinho (Carlos Eduardo) para ser pai da filha dela sem que ele saiba. Vai fugir dessa relação até descobrir que realmente ama Cadinho e que quer se casar com ele também.

. Adauto (Juliano Cazarré). Bonito, mas meio limitado intelectualmente. Tipo precário, quase analfabeto. Trabalha como gari e nutre um amor platônico por Muricy desde pequeno.

. Zezé (Cacau Protásio). Empregada da casa do Tufão. É arrumadeira e ajudante de cozinha. Negra, gorda, espevitada e fofoqueira. Tem ódio de Nina, porque acha que ela se

acha superior e que alguma coisa tem de estranho nela. Adora uma intriga e, portanto, está sempre metida em confusão. Como é muito engraçada, às vezes, fica imitando os padrões ou cantando as músicas da própria novela, parodiando.

. Iran Barbosa (Bruno Gissoni). Bonito, charmoso, um sucesso com a mulherada e um talento com a bola nos pés. Para o desassossego de sua mãe Monalisa, tornou-se o melhor amigo de Jorginho, o filho adotivo de Tufão. Sonha em viver na zona sul. E vai acabar namorando a Débora, ex de Jorginho.

. Olenka (Fabíula Nascimento). Tipo brejeiro e sensual. É a melhor amiga de Monalisa. Tem bom caráter e é impulsiva. Diz a verdade doa a quem doer. Trabalha como manicure no salão de Monalisa e seus namorados sempre fogem dela. Mesmo assim, nunca desperdiça munção, está sempre procurando um par e para isso seu território é o baile charme no Divino Futebol Clube, onde ela brilha na pista. Está sempre na cola de Darkson.

. Leandro (Thiago Martins). Peladeiro talentoso que foi trazido por Max para jogar no Divino Futebol Clube. Como recebe pouco, complementa a renda trabalhando na loja de Diógenes. Carismático, é amigo de Roniquito. Apaixonado por Suelen acaba fazendo com ela e Roni, seu melhor amigo, um triângulo amoroso. Dessa relação a três nasce um lindo bebê.

. Tessália (Débora Nascimento). Rainha da Chapinha, é uma mulher do interior do estado, muito bonita, corpo trabalhado, é a mulher mais desejada do subúrbio. Boa gente, doce, ingênua, tranquila, sincera e romântica, não tem noção de sua própria beleza nem de seu poder sobre os homens. É amiga de Olenka. Apaixona-se e casa-se com Leleco, que testa a fidelidade da jovem esposa o tempo todo.

. Darkson (José Loreto). Jovem “sarado”, filho de Silas, é a sensação do Divino. Cheio de ginga, ganha a vida fazendo propaganda ao microfone na calçada em frente à loja de Seu Diógenes. Sonha em fazer muito sucesso como rapper. Tem um séquito de apaixonadas, entre elas Olenka e Ágata. Agarra toda a mulherada do bairro, mas garante que nunca se envolve com garota nenhuma. É contratado por Leleco para testar a fidelidade de Tersália e acaba se apaixonando por ela.

. Roni / Roniquito (Daniel Rocha). Filho único de Diógenes e tem problemas em contar para o pai que não vai se tornar jogador de futebol e assumir que é gay. É inteligente, meigo e não sabe que sua mãe Dolores é uma ex atriz de filme pornô que se converteu ao protestantismo. Adora o amigo Leandro e ajuda Suelen, a quem sempre detestou, a se livrar de um passado violento. Por isso, entre os três vai se formar uma forte relação.

. Paulo Silas (Ailton Graça). Dono do Boteco mais freqüentado do Divino, é negro, forte, sensual, boa gente, boêmio, farrista, ganha a vida também com seu “carro de

mensagem”, um calhambeque equipado com alto-falante. Viúvo e pai de Darkson. É apaixonado por Moanalisa.

. Santiago (Juca de Oliveira). Dono de uma lojinha de consertos de brinquedos, ele é o pai monstruoso de Carminha. Frio, sórdido, calculista e assassino. Foi amante de Lucinda quando ela era casada com Nilo. Matou a própria esposa para ficar com a herança, mas deixou Lucinda levar a culpa e ser presa pelo crime que não cometeu. Também foi o responsável pelo assassinato de Nilo, que sabia do seu passado, e pelo sequestro de Tufão, mas não conseguiu fugir com a grana. Carminha estragou seus planos e ele acabou atrás das grades.

. Janaína (Cláudia Missura). Própria imagem da empregada que está começando a subir na vida, fazendo crediário e até contratando uma empregada para sua própria casa. É uma das imagens emblemáticas da Classe C emergente. Trabalhadora obstinada, sincera, leal, esforçada. Mãe solteira do filho Lúcio, juntou um bom dinheiro trabalhando como empregada principal na casa de Jorge Tufão. Quer dar tudo de bom e de melhor para o jovem, que não vale nada e não dá o mínimo valor ao trabalho da mãe.

. Diógenes (Otávio Augusto). Dono de uma loja de roupas femininas, com a qual fez bastante dinheiro e onde vende, compra e aluga roupas e acessórios. Também lucra como agiota, emprestando dinheiro ou cobrando juros das mercadorias em até 96 parcelas. Machão assumido, não admite que seu filho Roni seja gay, e quer que ele se torne jogador de futebol. É também diretor do Divino Futebol Clube.

. Dolores (Paula Burlamaqui). Ex-mulher de Diógenes e mãe de Roni, foi atriz de filme pornô. Arrependida dos pecados da profissão, tornou-se a evangélica Dolores Neiva. Mas sua fé só durou até a noite de núpcias do seu casamento. Ao reencontrar a irmã Nicole e os colegas de cinema, que colocaram certa música para se tocada em alto e bom som para que Dolores ouvisse durante a lua de mel, sua verdadeira vocação falou mais alto. O furacão do Divino voltou à tona mais sexy do que nunca e decidiu abandonar o marido para seguir seu caminho infernal com a trupe.

. Pilar (Betty Faria). Mãe riquíssima de Alexia. Casou-se diversas vezes e sempre deixou a filha largada. Até que um dia viu-se em ruínas, sem dinheiro e sem lugar para morar. Vai atrás de Aléxia. Descompensada, vive sempre com um copo de um drink qualquer na mão. Acaba se relacionando com Diógenes.

. Betânia (Bianca Comparato). Melhor amiga de Rita quando criança, no Lixão. Era também uma das filhas de Lucinda. Betânia também seguiu seu caminho, e foi trabalhar de frentista num posto de gasolina. Vai ajudar Nina em seus planos para se vingar de Carminha. Mas, Betânia tem um namorado, Valdo, que não gosta nada dessa relação das duas. Betânia

termina com o rapaz após descobrir que ele foi subornado por Carminha para prejudicar Nina.

. Beverly (Luana Martau). Funcionária falastrona, cômica, e a mais espevitada do salão de beleza de Monalisa. Louca para namorar, casar, arrumar um homem, um companheiro. Não tem nenhum pudor em dar em cima de qualquer um. E vai até às últimas conseqüências em prol de seu objetivo.

. Lúcio (Emiliano D'Ávila). Filho de Janaína, não que nada com os estudos e nem com o trabalho. Deseja ser bandido e se dar bem, sem fazer esforço. Mau-caráter, vive aprontando. Participou de algumas armações de Max e Carminha, com quem teve um caso.

. Begonia (Carol Abras). Filha de Martín e irmã (por adoção) de Nina. Argentina, viciada em drogas, quase foi presa, Nina entregou-se em seu lugar. Tem uma questão de lealdade entre as duas. E de amor fraternal. Vem para o Brasil visitar a irmã, e acaba se envolvendo com o processo de vingança de Nina, o que a leva a ser presa, vítima de uma armação de Carminha e Max. Mas a justiça é feita e ela consegue retornar ao seu país.

. Tomás (Ronny Kriwat). Filho de Cadinho, por parte de pai, com Noêmia e irmão de Débora e Paloma. DJ. Gosta da cultura da periferia. É quem descobre primeiro que o pai tem outras esposas e filhas.

. Neide (Cláudia Assunção). Cafetina, ex-companheira de Carminha na prostituição, é a única que pode revelar que Jorginho não é adotado, mas filho legítimo de Carminha. Apesar de chantagear a ex- amiga, acaba revelando o segredo dela.

. Valdo (João Henrique Gago). Namorado de Betânia. Moravam juntos e trabalhavam o mesmo posto de gasolina. É corrompido por Carminha, que lhe oferece um bom dinheiro para fazer um trabalho sujo contra Nina. Assim como sua ex, também foi criado por mãe Lucinda no lixão.

. Jimmy (Felipe Abib). Jovem funcionário de Cadinho. Desvalorizado e cansado de ser humilhado na empresa, Jimmy deu um golpe no patrão e roubou a fortuna, de uma só vez, os clientes e as mulheres de cadinho. Só não conseguiu comprar o amor delas com dinheiro. Verônica, Noêmia e Alexia preferiram viver ao lado de Carlos Eduardo no Divino do que com o invejoso em Ipanema.

. Valentim (André Luiz Miranda). Garçom “boa gente” do boteco do Silas. Simpático, amigo, sempre disposto a ajudar.

. Branco (Murilo Elbas). Técnico do Divino Futebol Clube.

. Jéssica (Patrícia de Jesus). Jovem vendedora da Loja de Diógenes, uma das colegas de trabalho de Suéllen.

. Ágatha (Ana Lannes). Filha de Carminha e Max, que Tufão acredita ser de Carminha

com o falecido Genésio. Adolescente gordinha, problemática, insegura, desajeitada e com baixa autoestima. É maltratada pela mãe, Carminha, que vive dizendo que ela é feia e nunca vai arrumar namorado se continuar mal arrumada. Consola-se no colo do pai. Doce e inteligente, tem talento para a culinária e, como toda adolescente, passa o dia pendurada no celular. Sente-se rejeitada pela mãe, que usa os piores termos possíveis para criticá-la. Tem dificuldades na escola. Gosta de funk e de dançar. Adora Jorginho, seu irmão. É apaixonada por Darkson, o rapper bonitão do bairro.

. Paloma Bragança (Bruna Griphao). Filha de Alexia com Cadinho, irmã de Tomás e Débora, por parte de pai. De personalidade fortíssima, com inteligência superior a de Alexia, a garota manipula a mãe através de chantagens emocionais. Com sutis estratégias, inverte os papéis tradicionais. Sempre se aproveitava da fragilidade da mãe para manipulá-la, impondo sempre sua vontade.

. Picolé (João Fernandes). Uma das crianças do lixão sob responsabilidade de Mãe Lucinda. Na reta final da novela, ganha importância no enredo central.

. Martin (Jean Pierre Noher). Pai adotivo de Nina, argentino, amoroso, adora a filha. Ao morrer, nos braços dela, durante um passeio de barco, revela seu grande amor pela filha, mais do que pelas outras, e lhe pede para que esqueça o desejo de vingança.

. Padre Solano (Márcio Tadeu). Padre da paróquia do bairro do Divino. É amigo de Carminha, a quem se une para promover quermesses na casa do Tufão, e fazer-se de santinho. Deveria ser um homem de Deus, mas, debaixo da batina, esconde seu lado diabólico. O religioso é cúmplice de Carminha no desvio de verbas da ONG administrada pela vilã. É guloso, corrupto e vai ser desmascarado no final.

. Conceição (Vilma Melo). Empregada da família Tufão.

. Renata (Marcella Valente). Secretária de cadinho, braço direito dele.

. Genésio (Tony Ramos). Viúvo, pai de Rita/Nina, homem simples, mestre de obras, que vive no subúrbio, e que se casa com Carminha, uma mulher sedutora que lhe aplica um golpe. Morre atropelado por Jorge Tufão após descobrir que sua mulher, Carminha, planejava roubá-lo.

. Rita (Criança) (Mel Maia). Órfã de mãe, que morreu quando ela tinha três anos de idade. Criada com carinho por Genésio, seu pai. Com a morte dele, Carminha, a madrasta, abandona-a em um Lixão, nas mãos do vilão Nilo. Mas, ela é salva por Batata, garoto de coração bom, que convence Mãe Lucinda a criá-la com as outras crianças. É adotada por Martín e levada para a Argentina, onde cresceu e se tornou Nina.

. Batata / Jorginho (Criança) (Bernardo Simões). Abandonado no Lixão, passou a

infância praticamente toda lá, crido por Mãe Lucinda. No Lixão, conhece Rita, que se torna sua amiga e primeira namorada. É adotado por Carminha e Jorge Tufão. Quando cresceu, virou Jorginho.

2.1.2 Cenografia, produção de arte, referências e vivências

Avenida Brasil se passa no Rio de Janeiro, mais especificamente no subúrbio carioca, em um bairro fictício que se chama Divino. A região é o cenário para quase todos os acontecimentos da trama. O cenógrafo Alexandre Gomes, em entrevista³², afirmou que a inspiração para a sua concepção veio de subúrbios reais cariocas e suas adjacências. Foi feito um profundo estudo, especialmente dos acabamentos das construções. A equipe de cenografia (Márcia Inoue, Alexis Pablano e Flávia Yared), procurou observar de perto as texturas, o envelhecimento natural e as cores destas regiões. O resultado na tela foi uma composição que varia entre os tons amarelos, alaranjados e marrons, com frentes de casas características, com seus portões baixos, variando apenas o portão da Mansão do Tufão, alto e imponente.

A novela começa na década de 90. Nessa fase, encontramos pelo Divino referências deste período: carros, orelhões, ônibus e um comércio bastante característico. Logo no primeiro capítulo apareceu uma ambulância dessa época. A equipe de produção de arte, coordenada por Ana Maria Magalhães, trouxe o veículo de São Paulo, único local que ainda dispunha de um modelo dos anos 90.

A casa de Genésio apareceu como uma casa mais velha, um tanto carcomida pelo tempo, as portas de madeira, o corredor lateral, o quintas e os fundos, com sua pequena área de serviço, tudo lembrando casas mais antigas e amplas, porém, velhas.

As diferenças são enormes entre as duas fases da novela são enormes. Inclusive em relação ao futebol. A diretora de arte, Ana Maria Magalhães, diz ter buscado um pouco de suas memórias para criar a arte para esse tema da novela. Filha de Augusto Magalhães, conhecido como Gussy, um ex-jogador amador do Botafogo e antigo parceiro de João Saldanha na década de 30, ela foi procurar entender o que estaria por trás do futebol, um esporte tão relacionado à cultura nacional. Apesar da familiaridade com o tema, as recordações foram atualizadas com o atual bastidor deste esporte tão popular e de seus protagonistas.

³²Cenografia de Avenida Brasil. <<http://vistolivres.xpg.uol.com.br/tv/novela/2012/03/conheca-detalhes-da-producao-de-avenida-brasil-nova-novela-da-globo.html>>. Acesso em: 4 nov. 2013.

Já no primeiro capítulo, temos a aparição do Maracanã, antes da reforma de 2013³³, com os milhões de torcedores vibrando nas arquibancadas e na geral. Todo time de Tufão vestia o uniforme do time do Flamengo daquela época.

Outro foco de observação e análise da cenografia foi subúrbio carioca. Que também apareceu na tela. As ruas e avenidas dessa região, a trilha sonora do lugar, principalmente o charme, logo atraiu o interesse das equipes de produção, já que Avenida Brasil também explora este estilo de dança e música. E por isso, foi parar não só dentro da novela, mas também na abertura.

No Divino há um clube, um shopping, diversas lojas de rua e muitos outros estabelecimentos comerciais. Os nomes e logomarcas desses locais foram criados pela equipe de produção de arte, seguindo os moldes usados para a criação de uma marca, numa agência de publicidade.

No Divino, destaca-se o salão de Monalisa. É um salão moderno e a construção leva cortes fortes, vibrantes, como vermelho e rosa. O desenvolvimento do milagroso creme de alisar os cabelos também mereceu um estudo específico para se chegar a um modelo industrial. Foi necessária uma avaliação cautelosa sobre este nicho de mercado para desvendar, passo a passo, os segredos de uma boa chapinha e de um cabelo bem lisinho. O que tornou o produto um dos filões comerciais da novela. Monalisa promoveu o concurso da Chapinha, elegendo a Rainha da Chapinha, Tersália, o que atraiu as mulheres para o Salão, alavancando a prosperidade e sucesso da personagem. Com um produto capaz de alisar as cabeleiras, Monalisa também se tornou a Rainha da Chapinha.

A casa de Tufão foi um cenário bastante desafiador dentro da novela. A fachada remete o telespectador a um universo faraônico, mas, com muito humor, criatividade e brasilidade. Tufão é um jogador muito rico, no entanto, não abandonou as suas origens. Ele constrói um palácio para viver com a família no subúrbio.

O que se fez muito nessa mansão, além do jogo de vingança, ou seja, o jogo de gato e rato da protagonista e antagonista, é estar à mesa para tomar café a manhã, almoçar, jantar e até lanche. A mesa da família Tufão recebeu ornamentos chamativos, como abacaxis de miçangas. Carminha não abriu mão do luxo e com ex-jogador rico, encheu a casa com objetos de estilos bem diferentes, do clássico ao moderno, passando pelo popular. Um tapete vermelho com detalhes em dourado abriga um imenso sofá nas cores preto e branco. Almofadas pretas, vermelhas e em estampa de zebra completam o visual. Outro objeto que

³³Reforma do Maracanã.< <http://oglobo.globo.com/esportes/a-reforma-do-maracana-passo-passo-da-reconstrucao-7491250>>. Acesso em: 04 nov. 2013.

chama atenção é o gato de porcelana, que está sempre à vista no balcão atrás do sofá.

O Bar do Silas, mesas e cadeiras, sinuca, balcão com bufê e salgadinhos. A variação é o número de entradas para o Bar. Com várias portas, do bar se vê bem a movimentação do bairro e das pessoas nas ruas.

O Divino Futebol Clube tem um salão pequeno para festas e bailes, gramado para treino dos jogadores, com direito à arquibancada e torcida para assistir aos treinos.

Destaque ainda no bairro do Divino para a casa da empregada da família Tufão, Janaína. É pequena, de cômodos, como se em constante construção.

Depois desse passeio pelo bairro do Divino, chegamos finalmente ao Lixão, o depósito de lixo. O Lixão foi resultado de um trabalho muito minucioso e criterioso. Sob a orientação de profissionais que lidam com reciclagem, o cenário foi montado com uma base composta por entulho.

Inspirado no maior lixão a céu aberto da América Latina, o Lixão de Gramacho, que acumulava em seu terreno de 1,3 milhões de metros quadrados, 60 metros de altura e 60 milhões de toneladas de lixo, o Lixão de *Avenida Brasil* foi produzido para não ter sujeira ou mau cheiro, e, mesmo assim, aparentar um grande depósito de lixos e entulhos. Nas cenas passadas no Lixão não aparecem moscas, ratos ou baratas. Numa área de 13 mil metros quadrados, cem vezes menor do que Gramacho, o Lixão de *Avenida Brasil* parecia inspirado no documentário do artista Vik Muniz, *Lixo Extraordinário*.³⁴

O Lixão foi construído em tons dourados, marrons e terracota, que foram espalhados pelos casebres, pela montanha de lixo e pelas roupas dos personagens.

O universo cenográfico e de arte do núcleo do Cadinho e de suas três famílias apresentam outra trajetória. O personagem é um grande investidor e vive de seu trabalho. A filha de Cadinho, Débora, é praticante de tecidos acrobáticos. Foi recriado na ficção um ambiente próximo à realidade.

Na casa das três esposas de Cadinho, vamos conhecer ambientes ricos e sofisticados, de arquitetura arrojada e moderna.

2.1.3 Caracterização

O universo pop foi uma das grandes inspirações em *Avenida Brasil*, principalmente

³⁴ Documentário *Lixo Extraordinário*: < <http://vejasp.abril.com.br/materia/lixo-extraordinario-de-vik-muniz-em-aterro-sanitario>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

para a caracterização dos personagens. Logo se percebeu uma influência dessas divas internacionais como Bionce, Lady Gaga e Madonna, nos núcleos como os de charme e do salão de beleza.

Alguns núcleos da novela são carregados em cores, quase chegando ao caricato. As unhas super coloridas das jovens e das personagens, feitas com adesivos, desenhos, e cores fortes e metalizadas, foram tendência na moda no ano de 2012.

O sucesso da caracterização também apareceu na pele de Nilo e Mãe Lucinda, além de tantos outros que viviam no depósito de lixo. Cabelos amarelados, unhas e dentes maltratados, manchas na pele e um suor frequente no rosto fizeram parte da composição deste núcleo.

Alexandre Borges usava os cabelos bem grisalhos na segunda fase do personagem. Acentuando o golpe que a vida lhe dá, fazendo-o perder sua fortuna.

A protagonista Nina caracterizou-se com cabelos bem curtos, em sintonia com a alma transgressora desta heroína. E a antagonista Carminha usou cabelos louros e longos, que foram cortados e pintados como parte da vingança de Nina.

Jorginho e Darkson aparecem sempre exibindo tatuagens, valorizando o aspecto viril e alternativo dos dois.

Monalisa aparece com os fios longos e claros na primeira fase da novela, mas, corta os cabelos por causa de uma promessa: o gol de Tufão no final do campeonato brasileiro. Treze anos depois, ela usa um novo corte, mais curto e prático, a exemplo de sua personagem, que valoriza outras coisas na vida além da beleza.

Olenka, fiel amiga de Monalisa, aparece com uma cabeleira poderosa no começo da história. Depois, ela adota um estilo mais versátil, do liso aos cachos mais largos, sempre buscando compor uma sensualidade bem brasileira. Mas, é do salão de Monalisa que nasce a ação de maior impacto na população. O produto para o alisamento perfeito dos cabelos. No concurso da Chapinha de Ouro, Tersália troca os lindos cachos por um cabelo perfeitamente alisado, como as de muitas jovens bem nascidas da zona sul. O chapinha vibra uma febre entre as meninas do Divino.

Débora, garota da zona sul, praiana, tem um visual leve e natural. Roupas soltas, camisetaões, jeito relaxado das bailarinas quando estão em ensaio.

2.1.4 Modos e modas

O que seria a moda dos subúrbios, universo retratado na trama? Para Marie Salles, a

figurinista de *Avenida Brasil*, o desafio de levar para a telinha as peças de roupas e os acessórios que mostrassem o comportamento das pessoas que vivem nessas regiões foi recompensado pelo que se viu de retorno nas revistas de moda e de comportamento publicadas na época em que *Avenida Brasil* foi exibida.

Como a trama teve duas fases, vários personagens passaram por importantes mudanças. Ao longo do tempo, ou seja, entre uma fase e outra, Monalisa, por exemplo, quando se definiu como uma mulher prática, que não se preocupava em ser sedutora, mostrou que não gastava o seu dinheiro para se adequar às novidades da moda. Usava peças básicas como calças, blusas e vestidos, todos sem riquezas de detalhes, geralmente de malha, com a alça do sutiã aparecendo, mas, principalmente, vestidos transpassados, em tons de vermelho fechado ou escuros.

Carminha, que não tinha dinheiro no início da novela, assumiu um estilo também simples, beirando o desleixo. Calça jeans, blusas de tecido barato, quase nenhum adereço, e cabelos presos.

Depois, na segunda fase, muda completamente o figurino. Roupas clássicas e claras, variando do branco ao bege, com tons de dourado, babadinhos e rococós. Sedas e cintos metálicos, bolsas de grifes famosas, salto altos, colar com o T enorme de Tufão, em ouro e medalha de Nossa Senhora no pescoço. Tudo para esconder seu verdadeiro caráter.

Para dar reforço à turma do charme, do rap e do hip hop, vários personagens que viviam e circulavam pelo Divino, apareciam de jeans, brilhos, saltos e muita cor nas roupas justas ao corpo. Olenka e Suéllen representaram bem este universo, com destaque para Suelen, que lançou moda de norte ao sul do país. Suéllen andava sempre com a barriguinha de fora e para isso grande parte de suas blusas eram curtas e de telinha. Com um dos ombros à mostra. Para completar esse visual, o cintinho de corrente na altura do umbigo. Os tops, as calças e os vestidos justos e chamativos, e as pulseiras também fizeram parte da composição da personagem.

Tecidos estampados foram os mais usados por Muricy. Usufruindo da ascensão econômica do filho, Muricy aparece muito produzida, com blusas de estampa de oncinha, zebra, muitos colares dourados, calças justas.

Os personagens do Lixão tiveram um figurino composto de roupas escurecidas, com peças sobrepostas, uma em cima da outra, como se tivessem o objetivo de proteger os moradores de todo o lixo que contém no depósito. O plástico também foi usado para ajudar a compor o visual, propondo uma mistura do orgânico com o industrial.

No campo de futebol, os estilos foram marcados pelo modo de pentear o cabelo, de

usar uma jóia ou de se vestir fora dos campos. Iran, por exemplo, adere ao cabelo moicano, famoso cabelo dos jogadores de futebol. Jorginho já aparece quase sempre em trajes esportivos: tênis, moletons e camisas coloridas.

Nina é uma mulher básica e moderna, que poderia estar vivendo em qualquer parte do mundo. Seu figurino é composto de calça jeans e blusas despojadas, confortáveis definem a maneira de vestir da protagonista. E o uniforme vermelho de cozinheira/empregada da casa do Tufão.

2.1.5 Uma questão do autor

A novela *Avenida Brasil* já era comentada antes mesmo de estrear. Grande parte da expectativa deveu-se ao fato de ser mais um trabalho assinado por João Emanuel Carneiro. Ele já tinha provado ter tido acesso à fórmula do sucesso com *Da Cor do Pecado* (2004) e *A Favorita* (2008).

Mas, em *Avenida Brasil*, João Emanuel Carneiro não economizou nas estratégias de captura do público. Inspirado pelas novas séries americanas, com capítulos fechados a cada dia, imprimiu tramas que avançam rapidamente, com aproveitamento total das tramas paralelas e dos personagens. Além disso, o autor fez certas inovações que caíram no gosto do telespectador, como núcleos mais restritos, desfechos mais rápidos e toda uma estética diferente em contraponto às novelas tradicionais que seguem reafirmando figuras e temas tão enraizados no imaginário popular – histórias de amor, com tramas entre mocinhos e vilões. Em *Avenida Brasil*, a história era de vingança. E a mocinha não era tão mocinha assim, usava a sedução e a mentira para atingir seus objetivos, além de não saber se decidir entre viver por amor ou pela vingança. A vilã também não deixava de ter sentimentos nobres, nutria verdadeira afeição pelo filho, e até pela cozinheira nova (sua inimiga não revelada), com quem aprendeu a confiar e a revelar seus segredos mais íntimos.

João Emanuel afirmou em entrevistas ³⁵ que o exercício do autor é se colocar no lugar de seu telespectador:

Procuo escrever novelas que eu gostaria de assistir e procuro atingir todos os tipos de público. Não há uma fórmula ideal, o processo é muito intuitivo. Sempre gostei de tramas enxutas, com personagens suficientes para que eu possa contar as minhas histórias. O público está cada vez mais exigente e entende muito de novela, é preciso se superar a cada trabalho para segurá-lo em frente à TV. (CARNEIRO, J. E.).

³⁵Entrevista de João Emanuel Carneiro: <<http://caras.uol.com.br/noticia/joao-emanuel-carneiro-responde-tudo-sobre-o-sucesso-de-sua-novela-avenida-brasil>>. Acesso em: 3 de nov. 2013.

Suas tramas também apresentam como característica revelar os grandes mistérios muito antes do último capítulo e a introdução de novas histórias igualmente instigantes nos capítulos mais ordinários. João defende o uso dos ganchos para evitar as famosas “barrigas”, cenas que se arrastam sem resolução e que deixam os telespectadores desmotivados.

João Emanuel revela ainda uma preocupação em explorar temas próximos de seu público e abordou nesta novela o futebol, um esporte que apaixona os brasileiros e é extremamente popular.

Também arriscou em colocar a Classe C emergente nos papéis principais da trama, já que considerou que o público estava farto de ver gente rica circulando nas janelas mais importantes da teledramaturgia. Ao contrário do que afirmava Joãzinho Trinta³⁶, que o povo gosta mesmo é de ver luxo e não pobreza, essa lógica se aplicava mais às escolas de samba do que às ficções seriadas, que estão estreitando o diálogo com as classes que desejam mais visibilidades sobre si mesmas, como as chamadas classes periféricas e a classe c emergente.

Outra opção do autor foi trazer o Kuduro para a abertura de Avenida Brasil: “Em minha opinião, é um ritmo atualíssimo, tem um forte apelo popular e tem uma marca inconfundível. Essas características são imprescindíveis para uma música ser escolhida como abertura de uma novela.” (CARNEIRO, J. E.).

A música também funciona como comentário das ações de suas vilãs, o tango dá o tom para o drama: “Em Da Cor do Pecado, tínhamos Gotan Project na trilha e fiquei muito satisfeito com o resultado. Desde então, eu opto pelo tango eletrônico em cenas dramáticas, nas cenas das vilãs, sobretudo.” (CARNEIRO, J. EMANUEL).

2.1.6 Bordões

Nos discursos, vamos encontrar uma série de expressões que valem ser destacadas também e que reforçam os enunciados.

. Emergência da Classe C, fala de Carminha: Onde nós estamos? No meio da bronca, a empregada tira um pré-pago do bolso para atender? Onde vamos parar?

. Emergência da Classe C: humilhação, fala de Nina para Carminha: Me serve, vadia!

. Emergência da Classe C: privilégios, fala de Nina para Carminha: Quem trabalha de verdade tem sono. Rico é que tem insônia.

³⁶Joãozinho Trinta: <<http://www.dicionariombp.com.br/joaosinho-trinta/biografia>>. Acesso em: 3 nov. 2013.

. Emergência da Classe C: autoridade, fala de Nina para Carminha: Quando se dirigir a mim é sempre Dona Nina.

. Emergência da Classe C: obesidade, fala de Carminha para empregada Zezé: Sabe por que é que tá tão gorda? Porque não para de comer pão com mortadela.

. Emergência da Classe C: obesidade, fala de Carminha para empregada Zezé: E essa roupa, hein? Sou obrigada a ficar olhando esse barrigão?

. Emergência da Classe C: Janaína para a empregada dela: Não tira o plástico do sofá não, que acabei de comprar e ainda não paguei as prestação.

. Emergência da Classe C: Janaína para a empregada dela: Que isso, tem que servi cafezinho para mim na bandeja, como eu faço lá para Dona Carminha, onde já se viu?

. Emergência da Classe C: Monalisa para o filho, sobre o subúrbio: Isso aqui é o melhor lugar pra morar...

. Luta de Classe: exploração, fala de Carminha para Zezé (na massagem): Minhas costas não são carne de segunda pra bater desse jeito, não.

. Zona Sul, fala de Iran para a mãe: Lá, tem calçadão, mar, areia fofa pra correr, mulherada de biquíni... Neginho vem do mundo inteiro só pra ver aquela vista!

. Zona Sul, fala de Iran para a mãe: Mas eu aprendi o que é bom, eu cresci! A senhora tinha que crescer também. Já ta na hora, dona mega empresária, de largar dessa pobreza de espírito desse Divino e abrir a cabeça. O mundo é muito maior que isso aqui!

. Zona Sul, fala de Iran para a mãe: Aqui na Zona Sul ninguém come mais essas comidas, não, mãe. Aqui é tudo light. Ninguém fica mandando fritura e “carbo” assim pra dentro, não!

. Zona sul, fala de Monalisa para Iran: Você não quer ser chique? Então! Damos fim nos móveis, deixamos a casa peladinha. Botamos só uma cadeira de meio milhão no canto e pronto...

. Zona Sul, fala de Monalisa para Iran: Você quer morar numa geladeira, comer que nem um faquir, sair com mulheres secas, que parecem um picolé de dois palitos, e eu é que sou cafona?

. Zona Sul, fala de Monalisa para Iran: Será que não dá para grelhar um pouco mais esse salmão?

. Zona Sul, fala de Monalisa para Iran: Supermercado daqui é um horror. Ninguém fala com ninguém na fila, todo mundo assim “ó”, credo!

. Subúrbio: bairro do Divino, fala de Monalisa para Iran: Se é caso de vista, a gente manda fazer um papel de parede e cola no teu quarto. Vai ficar lindo!

. Subúrbio: homem, fala de Monalisa: Eu gosto mesmo é de um homem rusticão, de chinelão, bermudão.

. Subúrbio: moradores do Divino na Zona Sul, fala de Verônica: Se já tá essa balbúrdia antes deles se mudarem pra cá, você imagina depois. A gente vai dormir ouvindo "oi oi oi" e acordar ouvindo "tcha tchu".

. Subúrbio: mulher do Divino, fala de Carminha: Um bando de baiúcas encalhadas que nem a Agatha!

. Subúrbio: dinheiro, fala de Carminha para Nina: De que adiantou dinheiro pro Leleco e pra Muricy? Pra nada! Os dois continuam os mesmos camelôs de sempre, à espera do rapa!

. Brasil, fala de Nina: É tipo se vira nos 30. Vida brasileira é assim mesmo. Tem gente que tem até três empregos por dia, dorme em pé no ônibus ou no trem.

. Brasil, fala de Carminha: Meu amor, qual a melhor forma de botar a mão numa grana preta nesse país? Política, meu bem.

. Brasil: crise Econômica, fala de Verônica: O negócio ta feio, eles estão assaltando até suburbano!

. Brasil: pobreza, fala de Carminha: Pobre está sempre com uma sacolinha na mão.

. Brasil: política, fala de Carminha para Max: Gostou? Não acha que eu tenho jeito? Sou popularíssima. Tenho o bairro do Divino em minhas mãos. Tenho tranquilamente votos para me candidatar à vereadora.

. Brasil: política, fala de Carminha para Tufão: Sabia mesmo que pensei em me candidatar a um cargo político? Mesmo esse país tomado de assalto por esses libertinos, degenerados, alguém precisa subir lá na tribuna para falar em nome da família brasileira.

. Brasil: política, fala de Carminha no palanque: É em momentos como esse que nós, pessoas de bem, temos que nos unir para nos proteger da pouca vergonha mascarada de modernidade que está invadindo nossos lares, tomando conta do nosso país. Eu estou falando deles, os libertinos, dos amorais, dos degenerados, dos transviados que a cada dia ganham mais espaço na política, na mídia, na sociedade em geral. Nós vamos deixar que eles corroam nossos valores? Ah, não, de jeito nenhum. Abaixo a imoralidade, viva a família!

Brasil: favela, fala de Carminha para Max quando foi falsamente seqüestrada: Que abandonado, Max? E lá tem barraco de pobre abandonado? Cê acha o quê? Que o cara estava inadimplente com o condomínio e foi despejado? Onde tem casa vazia é na Vieira Souto... Geladeira ligada... Vamos ver o que que o pobre tem para comer. Pão de forma, queijo prato. Hum... Peito de peru. Até que este aqui está bem de vida!

. Relacionamento: homem, fala de Carminha para Max: Todo homem é um otário em

potencial. Menos você, claro, meu amor.

. Relacionamento, fala de Monalisa para Tufão: Só os nossos CPFs são amigos, a gente não. Nossa relação agora é, e sempre será estritamente profissional.

. Relacionamento, fala de Nilo: Ingratidão se paga com ingratidão. E pode ficar com o troco.

. Relacionamento: homem, fala de Monalisa: Não quero homem mandando no meu controle remoto, na minha TV. Quem escolhe os canais aqui sou eu!

. Relacionamento: mulher, fala de Max para Carminha: Para de adubar o mundo com essa sua boca.

. Relacionamento: fim do namoro de Débora e Jorginho, fala de Verônica: Finalmente esse encosto cantou pra subir!

. Relacionamento: parceria, fala de Carminha para Max: Não é a primeira vez e nem a última que você vacila. O erro foi meu que confiei num prego feito você.

. Sexo, fala de Suelen: Meu corpo é esse e a pista é nossa, meu amor!

. Sexo, fala de Suelen: Eu sou que nem Judas, meu amor. Tenho que ver pra crer!

. Vingança, fala de Carminha: Se ela é serpente, eu sou jibóia! Eu quero abocanhar aquela desgraçada e engolir ela viva.

. Vingança, fala de Nina para Carminha: Gente como a senhora tem que penar muito em vida. Tem que pagar aqui mesmo.

. Vingança, fala de Carminha para Janaína, sobre Nina: Ela que vá fritar ovo na labareda do inferno!

. Vingança, fala de Rita criança para Carminha: Eu vou me vingar, você vai ver. Você é má e vai sofrer!

. Vida: ambição, Fala de Carminha: Não quero muito da vida não. Eu quero é tudo.

. Vida: verdade, fala de Carminha sobre Nina: A gente precisa comer um saco de sal com a pessoa pra saber como ela é.

. Vida: sucesso, fala de Carminha para a filha Agatha (gordinha): Minha filha, que futuro você vai ter se não estudar? Modelo, atriz, bailarina, carreira artística pra você nem pensar! Casar bem pra você também vai ser difícil. Tem que ser inteligente.

. Vida, fala de Carminha: A vida é uma guerra: é você ou ela.

. Vida, fala de Carminha para Rita criança: Olha como eu sou boazinha. Eu vou até deixar você ficar com o que restou dessa boneca ridícula, e com essas roupas todas. Todas não. Algumas, você tem roupa demais, foi muito mimada pelo seu pai. Agora, a vida vai te educar. Agora, você vai ser como eu!

. Humilhação, fala de Nina para Carminha: Além de vadia e burra você ainda é surda?

. Humilhação, fala de Nina para Carminha: Agora eu sou a madame e você é minha empregadinha.

. Humilhação, fala de Nina para Carminha: Esses anos de rica não melhoraram em nada o seu gosto, hein, Carminha? Continua aquela cafonuda que eu conheci lá atrás de pochetinha e conjuntinho jeans.

. Humilhação, fala de Nina para Carminha: Limpa direito, traste! Esfrega esse chão.

. Humilhação, fala de Nina para Carminha: Eu achava que gente feito você não tinha pai nem mãe, que nascia tipo geração espontânea.

. Humilhação, fala de Nina para Carminha: Oi, vaca!

. Humilhação, fala de Nina para Carminha: Tu já desfilou muito no calçadão, hein! Moda vadia, look bolsinha, estilo motel de quinta.

. Humilhação, resposta de Carminha para Nina: Reza pra você não ter que apelar pro expediente, minha filha, porque com essa secura que Deus te deu, você ia passar fome.

. Humilhação, fala de Nina para Carminha: Reza pra eu ter paciência com você, ou então vai chover foto sua pela cidade, feito papel picado em dia de ano novo, no centro da cidade.

. Humilhação, fala de Carminha: Sabe o que você tá parecendo? Uma bisnaga de padaria dentro de um saco de papel.

. Humilhação: obesidade, fala de Carminha: É ruim de baleia se afogar, hein?

. Humilhação: fala de Carminha: Eu hoje estou péssima, não estou com paciência para esse hospício.

. Reciclagem, fala de Carminha: “Eu mandei você jogar a Rita no lixo e ela voltou como Nina. É essa porcaria de reciclagem, né? A gente joga uma coisa fora e, na hora que vê, a coisa volta anos depois reciclada em outra porcaria.”

. Mídia, fala de Carminha para Max: Promete uma coisa, Max. Se eu for baleada, tira o boné? Era só o que me faltava, morrer e ainda aparecer na capa dos jornais de boné.

. Analfabeto, fala de Adauto: Ele trancou ela no lavábulo.

. Analfabeto: bullying, fala de Leleco: Ele sofre bule, né?

. Mulher, fala de Monalisa para Carminha: Ariranha!

. Economia, fala de Olenka para Monalisa: Que síndrome de pobre é essa?

. Golpe: diálogo entre Carminha e Genésio - O que me deixa feliz é saber que você nunca mais vai chegar perto da minha filha, nunca mais vai botar os pés naquela casa. Vai direto ara sarjeta, de onde te tirei, sua vagabunda mal agradecida. Como é que você teve

coragem de fazer isso comigo? - Carminha: Cê é mesmo muito anta para acreditar que uma mulher como eu vai querer passar a vida olhando para essa sua cara de macaco, ouvindo seu ronco de noite, sentindo seu cheiro de velho, tendo que escutar sua conversa de idiota.

. Morte de Genésio, fala de Carminha para Max: Atropelado, esmagado por um carro. Ó... Pofff. Foi-se. Virou mingau. Se facilitar, vão ter que tirar com a pá!

. Deus, fala de Carminha para Max: Fala sério, o chefe se amarra em mim. Melhor que encomenda, Max. Sabe a expressão viúva alegre? Pois ei-la aqui, meu bem, diante de você. A mais alegre de todas nesse planeta.

. Dualidade: despedida, fala de Carminha para Agatha: Ta cheio de comida na dispensa, aqui tem o telefone da escola, do seu médico, se você precisar. Um dia espero que você me perdoe. Quando você crescer, vai entender que ninguém é só mau ou só bom.

. Maldade, fala de Rita criança para Carminha: Você é só má. Você não é gente.

2.1.7 Vinheta de abertura

Foi montada uma passarela semelhante a uma das inúmeras da Avenida Brasil do Rio de Janeiro. 135 bailarinos profissionais dançavam sobre ela, como num Baile Charme³⁷. Um grande telão de led³⁸ foi usado no fundo simulando faróis de carros. A iluminação foi criada de modo que ficasse bastante parecida com a iluminação da Avenida Brasil, à noite.

A criação foi do diretor Alexandre Pit Ribeiro. A coreografia de Dudu Neles. O tema de abertura foi "Vem Dançar com Tudo", inspirado num hit angolano, o Kuduro³⁹. A música trazia no refrão a frase "Oi Oi Oi", que era todo dia comentada nas redes sociais. Participaram ainda da abertura Hans Donner, Roberto Stein e Orlando Martins.

³⁷ Baile Charme: Charme é um termo usado para a blackmusic, música negra americana. Hoje chamamos de Charme músicas negras dos anos 80 e 90 que incorporam o estilo Soul e Funk Americano. [http://pt.wikipedia.org/wiki/Charme_\(m%C3%BAAsica\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Charme_(m%C3%BAAsica)). Acesso em 02 de novembro de 2013.

³⁸ Led: Diodo de luz, iluminação específica. <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Led>>. Acesso em: 2 nov. 2013.

³⁹ Kuduro: Gênero musical e de dança surgido em Angola. É influenciado por outros gêneros como Sungura, Kizomba, Semba, Ragge, Afro House e Rap. <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Kuduro>>. Acesso em: 2 nov. 2013.

2.1.8 Direção, fotografia, iluminação, trilha sonora

A equipe técnica⁴⁰ de “*Avenida Brasil*” teve em torno de 400 profissionais, fora o elenco, em sua produção.

A novela que mexeu com a emoção dos telespectadores, com sua história de amor e vingança, vilanias, aventuras, e recheada de humor, trouxe também para as telas uma estética apurada, inspirada em filmes argentinos e americanos, principalmente, alguns documentários, além de fotografia e luz trabalhadas como no cinema. Logo nas primeiras semanas revelou apuro estético, com plano-seqüência no primeiro capítulo inspirado no filme argentino ‘*O Segredo de Seus Olhos*’, um ritmo mais acelerado de ações, fotografia com grandes efeitos, elenco afiado.

Ricardo Waddington, diretor de núcleo da novela, e os diretores-gerais Amora Mautner e José Luiz Villamarim explicaram o conceito criado para Avenida Brasil⁴¹.

Na primeira fase da novela, que dura 12 anos, a opção dos diretores foi de carregar um pouco na narrativa, imprimindo tons mais escuros na fotografia e certo colorido típico da época. A primeira semana da novela no ar foi repleta de drama e tensão no conflito entre Carminha e Genésio, e a pequena Rita. Foi o período que Ricardo Waddington chamou de DNA da novela.

Na segunda fase, ainda segundo o diretor geral, o público pôde perceber mais leveza na narrativa. A mesma novela se reiniciou em outro tom. Com mais brilho, mais cores claras e douradas. O objetivo era acompanhar os personagens que vão crescer e as histórias paralelas que vão tomar importância também.

Na história, a heroína Nina e a vilã Carminha se passam por pessoas que elas não são. Mas o diretor de frisa que a dualidade só existe na ficção, porque para o público, a direção precisou mostrar quem é quem. Mesmo que a heroína só usasse roupas em tons escuros e a vilã em tons claros e brilhantes. Mesmo que a primeira fosse introspectiva e silenciosa, e a outra, solar, extrovertida, de bem com a vida. Mesmo assim, a direção fez marcações para que o público pudesse entender Nina como uma heroína, por mais que ela tenha atos questionáveis. E Carminha como vilã, por mais que ela faça toda a pose de mulher de família e boazinha. Isso ficava claro quando Nina sorria para a patroa/madrastra, e num segundo

⁴⁰Equipe Técnica de Avenida Brasil: <<http://tv.globo.com/novelas/avenida-brasil/creditos.html>>. Acesso em: 2 nov. 2013.

⁴¹Estética de Avenida Brasil, segundo os diretores: <<http://tv.globo.com/novelas/avenida-brasil/Fique-por-dentro/noticia/2012/04/diretores-revelam-ingredientes-do-sucesso-de-avenida-brasil.html>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

plano, fechava o sorriso com ar de enfado, num comentário para o público. O mesmo acontecia com Carminha, quando fazia alguma maldade, com sorriso nos lábios, e depois, voltava-se para o público, num outro plano, desarmando a falsidade do sorriso, numa expressão artilosa ou de vilania, acentuando seu estereótipo.

Para Ricardo, dirigir personagens que oscilam de caráter foi um desafio muito instigante e um diferencial. Justamente por causa dessas duplicidades das personagens.

Já para Amora Mautner, ela destacou que o tema do subúrbio foi um dos maiores diferenciais da novela: *“Os moradores do subúrbio são os maiores consumidores, ditam moda. Eles não consomem o que a classe alta dita, agora, eles que ditam. Eles influenciam tudo”*.

Na opinião de Villamarim, a novela se destacava pela linearidade da trama. *“Hoje em dia as novelas costumam ter núcleos separados, enquanto essa é nuclear. Essa trama me lembra muito um romance, conta uma história só, sem sentir uma divisão.”*

O diretor afirma que assistiu muitos documentários e filmes argentinos antes de começar a novela. Pesquisou muitas imagens relacionadas ao tema de Avenida Brasil: depósito de lixo, subúrbio, a própria Avenida Brasil, futebol, emergentes, jogadores, temas obre vingança. José Luiz Villamarim compara *Avenida Brasil* a um filme argentino. *“É simples, sem exagero e sem muitos movimentos de câmera. Não queremos que a câmera apareça e sim o ator, o texto e a história. Filmamos com muita simplicidade e procuramos a verdade dos atores. Isso tudo faz parte do conceito criado para a novela. A gente conceituou uma novela onde o importante são os atores e o texto”*.

Amora Mautner concorda com isso também, tanto que passaram a dar importância a improvisos em cena, aos “cacos” dos atores.⁴²

Villamarim explica também que pela primeira vez em uma novela das nove foi usada câmera de cinema com lentes de distância focal fixa (ao invés de mexer no zoom, a lente é trocada para proporcionar maior nitidez). O que trouxe uma qualidade muito maior aos planos, closes, enquadramentos. O diretor considera que foi uma experimentação inovadora, porque além de ser mais difícil de trabalhar com essas lentes, demanda de mais tempo de produção. De qualquer modo, imprimi uma beleza estética maior à fotografia da novela. *“É muito mais difícil de trabalhar, mas era o que queríamos de qualidade de imagem”*.

Os diretores procuraram trabalhar cada núcleo com luz, cor, fotografias específicas, trazer um pouco da linguagem cinematográfica e documental para as telas da televisão, mas,

⁴²“Cacos dos Atores”: falas inventadas e ditas de improviso, pelos atores, fora do texto de teledramaturgia que estão trabalhando.

principalmente, para as telas das novelas, com o objetivo de torná-las ainda mais emocionantes e brasileiras.

Para isso, além das lentes fixas, os diretores usaram também câmeras que imprimem uma qualidade parecida com a qualidade da imagem cinematográfica, de 24 24fps.⁴³. Para isso, foi usada uma Sony F35⁴⁴. “*Esta câmera é mais cara que Alexa e muito mais cara que uma Red*”. Este foi um dos comentários dos cinegrafistas e diretores de fotografia no site Mundo Fotográfico⁴⁵, onde os profissionais reconhecem a qualidade das imagens produzidas pela câmera na novela *Avenida Brasil*.

Profissionais de televisão e de cinema também ressaltam o trabalho do diretor de fotografia Fred Rangel na produção de belas imagens em *Avenida Brasil*: “*Um dos trunfos de Avenida Brasil foram as belas imagens assinadas pelo diretor Fred Rangel, que havia brilhado também em Cordel Encantado. O emprego da linguagem cinematográfica é uma tendência na televisão. E a câmera de alta qualidade faz com que você veja mais a iluminação, o figurino, a maquiagem e o cenário, pois há grande riqueza de detalhes*”, comentou em artigo especializado Ricardo Lima, também diretor de fotografia⁴⁶.

Também ficou evidente o uso do recurso de câmera na mão, planos fixos e imagens tratadas na pós-produção, como as usadas em telejornais.

A equipe de iluminação de *Avenida Brasil*, dirigida pelo diretor de fotografia Fred Rangel era composta pelos profissionais: Anselmo Silva Marinho, Roberto Cristiano Tricarico, Rogério Rogers, Paulo Roberto Miranda Costa, Roberto Cristiano Tricarico, Rogério Rogers, Paulo Roberto Miranda Costa. Além da equipe de apoio.

Na abertura de *Avenida Brasil*, vemos bailarinos e moradores do bairro fictício do

⁴³24fps: Medida do número de imagens ou quadros individuais que um determinado dispositivo óptico ou eletrônico processa e exibe por unidade de tempo. Em cinema, cada uma destas imagens é chamada de fotograma e a cadência é medida em *fotogramas por segundo* (fps). Em vídeo e demais mídias eletrônicas, as imagens individuais são chamadas de frames e a medida da cadência é em *frames por segundo* (fps)¹. <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Cad%C3%Aancia_\(audiovisual\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Cad%C3%Aancia_(audiovisual))>. Acesso em: 06 nov. 2013.

⁴⁴ Reunindo as vantagens da tecnologia digital com da película, a sony F35, também chamada de cinematografia digital oferece uma qualidade de imagem empolgante, uma extensa gama de profundidade dos controles de campo, faixa dinâmica, e F23-equivalente ampla gama de cores e a utilização flexível do que a grande maioria das lentes de 35 milímetros de cinema, o que expande as possibilidades criativas.< http://www.pcmall.com.br/loja/produto-170722-2259-sony_f35__cinealta_camara> Acesso em: 6 nov. 2013.

⁴⁵Fórum de discussão sobre as câmeras usadas na novela Avenida Brasil: <http://forum.mundofotografico.com.br/index.php?topic=69405.0>. Acessada em 06 de novembro de 2013.

⁴⁶Sobre a direção de fotografia de Avenida Brasil: <http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/viver/2012/10/19/internas_viver,403045/a-avenida-que-parou-o-brasil-novela-chega-ao-fim-trazendo-folego-para-a-teledramaturgia-nacional.shtml>. Acesso em: 6 nov. 2013.

Divino. Eles rebolam em uma passarela, ao som de "*Vem dançar com tudo*", em uma movimentada avenida. A iluminação simula faróis de carros e sinais de trânsito. A cena acontece em horário noturno. Os atores são iluminados em forma de silhueta e penumbra. Para a realização desta abertura foi preciso encher o fundo de luz, para que os bailarinos, pudessem ficar completamente no escuro. Foi usado também o recurso da fumaça, para imprimir mais luz.⁴⁷

Nina/Rita, a protagonista da novela, em uma gravação na Argentina, aparece durante o dia contando sua história depois de sair do lixão e ser adotada por uma nova família. Aqui, a iluminação de exterior/dia levou em conta as porções iluminadas pela luz do sol, como o céu e a paisagem, criando uma contraluz real e plástica, imprimindo beleza à cena. Cenas como essa, diminuem muito o aparecimento de sombras. O sol quando é rebatido pelo solo, ou mesmo pelas nuvens, cria uma luz difusa, porém suave. Essa luz ao tocar no rosto dos atores aumenta a sua vivacidade, o brilho dos olhos e dos cabelos.

Outras cenas foram igualmente trabalhadas, seja para acentuar os padrões estéticos da imagem, seja para reforçar as impressões das cenas, sejam elas voltadas para o drama, comédia ou para o retrato do cotidiano dos personagens.

Essas informações foram colhidas através de entrevista com o diretor José Luiz Villamarim, exclusivamente para esta pesquisa.

Mais adiante, vamos analisar o regime de imagem em que se inserem e como ajudar a narrativa de Avenida Brasil, em todos seus detalhes estéticos e técnicos.

2.1.9 Trilha Sonora

The One That Got Away - Katy Perry

Set Fire To The Rain - Adele

Correndo Atrás de Mim - Aviões do Forró

Te Vivo - Luan Santana

Depois - Marisa Monte

Filho da Simplicidade - Grupo Revelação

Você de Mim Não Sai - Luan Santana

Assim Você Mata o Papai - Sorriso Maroto

⁴⁷ Abertura de Avenida Brasil: <<http://globo.com/rede-globo/rede-globo/v/confira-os-bastidores-da-gravacao-da-abertura-de-avenida-brasil/1865138/>>. Acesso em: 06 nov. 2013.

Pura Adrenalina - Belo
Long Live - Taylor Swift
Charlie Brown - Coldplay
Video Games - Lana Del Rey
Reza - Rita Lee
Verdade - Zeca Pagodinho
Addicted To You - Shakira
The Glory Of Love - Paul McCartney
Estória de Nós Dois - José Augusto
Cupido - Maria Rita
Minha Razão (part. Chitãozinho & Xororó) - Péricles
Bring On The Nite (feat. Ali Pierre & Cymcolé) - Mister Jam
Pra Me Provocar - MC Koringa
Cachorro Perigoso - Tchê Garotos
Endless Love - Lionel Richie
Ricardão - Mariozan Rocha
Humilde Residência - Michel Teló
O Dia Do Corno - Reginaldo Rossi
Amiga da Minha Mulher - Seu Jorge
Finally Falling - Mayer Hawthorne
Mas Que Nada (feat. Black Eyed Peas) - Sérgio Mendes
Em um Outdoor - Zeca Pagodinho
Na Cadência do Samba - Waldir Calmon e Seu Conjunto
Dança Com Tudo - Robson Moura e Lino Krizz
Eu Quero Tchu, Eu Quero Tchá - João Lucas e Marcelo
Tanta Coisa - Paolo
Meu Lugar - Arlindo Cruz
Hot Dog - Buchecha
A Minha História - José Augusto
Favorita - MC Marcinho
Upside Down - Diana Ross
Mulher Carioca - Preta Gil
Nem Vem Que Não Tem - Wilson Simonal
Tá Faltando homem - Banda Xeiro de Mel

Menina do Salão de Beleza - Pedro Luis

Hotel Nacional - Gloria Estefan

Charme - Beбето

Infiltrado - Bajofondo

Belle - Cattle & Cane

2.1.10 A Velocidade da Narrativa

A grande maioria das cenas de *Avenida Brasil* avança as tramas. Poucas são cenas de exposição pura e sem ação. Se compararmos com outras novelas, veremos que a número de cenas por capítulo da *Avenida Brasil* em que a trama avança é muito superior do que a média. Os sinais (+) e (-) indicam se a trama avançou deixando o protagonista da cena mais próximo de seu objetivo ou mais distante.

Cena 1 do capítulo 18 - Nina escuta conversa entre Max e Ivana

Sala da mansão cheia com os familiares que acabaram de chegar de Cabro Frio. Carminha desce de camisola e cabelo desleixado gritando "quem disse que estou maluca?" Após familiares se desculparem, Max se despede. Quando ele está saindo, Nina ouve conversa de Max e Ivana. Ela quer que ele volte para ela e promete convencer Tufão a investir em sua ideia de montar uma agência de publicidade.

Avanço: (+) Nina descobre que Max está prestes a voltar para a mansão e que precisa impedir.

Cena 2 do capítulo 18 - Jorginho sente ciúme de Débora e Iran

Iran e a ex-namorada de Jorginho, Débora, estão enturmados. Ela resolveu visitá-lo. Resolvem fazer um sanduíche e quando estão brincando de guerra de maionese na cozinha, o Jorginho chega. "Débora, você sabia que eu tinha voltado?" "Não, Jorginho. Só vim trazer umas coisas pro Iran dar uma olhada". Débora sai. Jorginho reclama com Iran por ele estar paquerando sua ex-namorada.

Avanço: (-) Jorginho descobre que pode perder a Débora para o Iran. Algo que ele não tinha se dado conta. A situação mudou.

Cena 3 do capítulo 18 - Nina obriga Carminha a impedir que Max volte para a mansão

Nina avisa Tufão e Carminha que almoço está pronto. Tufão desce para a cozinha. Nina aproveita que estão só as duas e segura Carminha. Diz que Ivana irá pedir dinheiro ao Tufão para a Agência do Max e que Carminha tem de impedir. Família reunida no almoço. Todos

saem, exceto Tufão, Ivana e Carminha que esperam pela sobremesa. Ivana convence Tufão a investir na agencia de publicidade de Max. Discretamente Nina cobra Carminha e ela convence os dois que Max não merece o investimento e nem voltar para a mansão

Avanço: (+) Nina têm chance de impedir plano de Max e Carminha.

Cena 4 do capítulo 18 - Tufão fica surpreso com mudança de opinião de Carminha

Carminha convenceu Tufão e a própria Ivana.

Avanço: (+) Nina impede que Max volte para a mansão.

Cena 6 do capítulo 18 - Carminha destrata Ágata e Nina pede para falar com a megera

Jorginho que saber se Iran está tentando namorar Débora. Iran conta que a mãe dele está querendo comprar apartamento no mesmo prédio dela.

Avanço: (-) Jorginho descobre que situação é ainda pior. Iran está tão interessado em Débora que está se empenhando em convencer a mãe de ser vizinho da dela. Agora é um rival declarado disposto a jogar duro.

Cena 7 do capítulo 18 - Nina faz novas exigências a Carminha

Nina dá bronca pelo modo como Carminha trata a Ágata. Nina revela que sabe que Max é o pai da Ágata. Ela cobre que Carminha se torne boa mãe. Novas exigências: cem cestas de roupas de bebê para doar para um orfanato, fazer o jantar para o Jorginho e comunicará no jantar que irá dobrar o salário de seus empregados.

Avanço: (+) Carminha descobre que Nina sabe que Max é pai da Ágata. Sente-se mais ameaçada.

Cena 8 do capítulo 18 - Noêmia declara guerra a Verônica

Verônica planeja o jantar com o Candinho quando a Noêmia entra. Ela "declara guerra" porque entende que o trato entre elas foi quebrado.

Avanço: (-) se tornaram inimigas

Cena 9 do capítulo 18 - Iran faz chantagem emocional com Monalisa

Iran leva a mãe Monalisa e a amiga Débora para conhecer o apartamento da zona Sul que está a venda. Monalisa faz algumas criticas ao apartamento e o preço. Iran "tudo bem, mãe. Posso continuar morando com o Jorginho e você sozinha lá no Divino". Ela fica balançada.

Avanço: (+) Monalisa tem que tomar uma decisão foi tomada se quer o filho por perto

Cena 10 do capítulo 18 - Suelen conta detalhes de sua noite de núpcias para Dolores

Roni e Suelen voltam da lua de Mel. Sozinhas na cozinha, Suelen conta a Dolores (mãe de Roni) que só tem elogios para seu filho na lua de mel. Dolores diz estar aliviada.

Avanço: (+) Suelen desfaz as duvidas que Dolores tinha sobre seu filho.

Cena 11 do capítulo 18 - Tessália tenta seduzir Leleco

Leleco sente ciúmes de Tessália quando Darkson chega. Tessália tenta demitir Darkson, mas Leleco não deixa. Leleco sai. Darkson pergunta se Tessália sentiu falta dele, mas ela não sentiu. Darkson está apaixonado por ela. Percebe-se pelo modo como a olha.

Nenhum Avanço: Darkson continua tentando conquistar Tessália. Nada mudou.

Cena 12 do capítulo 18 - Jorginho encontra Carminha cozinhando e estranha

Família toda reunida na cozinha vendo Carminha cozinhar. Jorginho se espanta **Avanço:** (+) Aumenta desconfiança da família

Cena 13 do capítulo 18 - Jorginho desconfia de Nina e Carminha

Jorginho questiona o novo cabelo de Carminha, ela estar cozinhando, todo mundo comer na copa. No jantar, Carminha anuncia que vai dobrar salário das empregadas.

Avanço: (+) Aumenta desconfiança da família

Esses exemplos podem ser retirados da maioria dos capítulos, mostrando que *Avenida Brasil* não teve muita “barriga”, jargão que se usa para definir a falta de acontecimentos dentro da novela. O que também atraiu um público mais jovem.

Em *Avenida Brasil* a trama avançava não só ao final do capítulo, mas ao final de quase todas as cenas.

2.1.11 O Marketing da Emissora

Em entrevista para esta pesquisa, Ana Bueno, Diretora de Internet e Planejamento da Rede Globo de Televisão revela que antes mesmo da estréia de *Avenida Brasil* na TV foi fundamental trabalhar com a imersão do público ao universo de Nina/Rita através de uma rede social fictícia, com perfis de personagens e comentários da protagonista que levavam à compreensão de seu plano de vingança dela. E dá o link para essa ação transmidiática: <http://especiais.avenidabrasil.tv.globo.com/novelas/avenida-brasil/redesocial/>.

Esse foi o início de tudo, afirma Ana Bueno. Ao longo da trama, prossegue, vimos o aumento do interesse do público sobre o suspense do que iria acontecer entre Nina e Carminha e foi criado o teaser exclusivo para a web editado para dar o clima de apreensão ao capítulo que passaria mais tarde, como se pode ver neste link: <http://globotv.globo.com/rede-globo/avenida-brasil/v/assista-ao-teaser-do-capitulo-de-segunda-feira-1009/2130193/>.

Em *Avenida Brasil* foi possível explorar bastante pelo Departamento de Internet e Planejamento o movimento espontâneo do público gerado pela novela. A linguagem divertida dos fãs foi levada ao site através de inúmeros conteúdos, principalmente do aplicativo

"Congele sua foto" e do blog de gifs Oi Oi Oi. O universo peculiar do fictício bairro do Divino também foi ampliado em ações pontuais no site, como a capa do jornal do escândalo de Suélen no clube de futebol, entre outras ações. Links das ações:

- <http://tv.globo.com/novelas/avenida-brasil/Fique-por-dentro/noticia/2012/08/me-congela-transforme-suas-fotos-com-o-efeito-do-final-de-avenida-brasil.html>

- <http://tv.globo.com/novelas/avenida-brasil/oi-oi-oi/platb/>

Ricardo Esturaro, Diretor de Planejamento Comercial da empresa, afirma que não houve nenhum diferencial para esta novela, especificamente, em sua área comercial. Segundo Esturaro, as novelas tem importante função na grade de programação da Globo e recebem da área comercial o mesmo tratamento. São produtos muito bem aproveitados pelo mercado publicitário, seja nos patrocínios ou nos intervalos comerciais. Dentro da programação da TV Aberta, encabeçando a lista dos produtos de maior destaque, estão as novelas. As novelas brasileiras são um fenômeno único no universo do entretenimento, reunindo na frente da TV públicos de todas as idades, classes sociais e regiões do país, dentro e fora de casa – a exemplo do acontece com a transmissão de grandes eventos esportivos. E *Avenida Brasil* foi mais um exemplo de sucesso desse gênero, que tem um histórico excepcional na história da indústria da comunicação. *Avenida Brasil* é um produto que faz parte das estratégias de comunicação de qualquer tipo de anunciante, de qualquer setor, e que atende os objetivos de comunicação de seus anunciantes.

Entretanto, quando questionado sobre o volume das ações das empresas tais a P&G, Pampers, Natura, Wella Koles-ton, Kia, Itaú, Carrefour, Volkswagen, Ford, entre outras que participaram da parte comercial da novela, o diretor se recusou a comentar detalhes ou dar qualquer informação, limitando-se a dizer que seu departamento não comenta as estratégias de comunicação de nossos clientes. Mas, qual seria o problema em comentar? Mesmo quando inquirido sobre o lucro estimado pela Forbes de dois bilhões de dólares, como sendo o que foi conquistado pela novela, a resposta foi a mesma, sem comentários. A insistência em dizer que não houve novidades no setor de marketing para esta produção contrariou bastante o que foi publicado na época pelas revistas de economia e de publicidade, entre outras publicações que acentuavam o poder comercial de *Avenida Brasil*.⁴⁸

Ricardo Esturaro afirma que desde o início a novela se mostrou um programa de

⁴⁸ < <http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/avenida-brasil-tera-500-anunciantes-no-ultimo-capitulo> >
 < <http://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/valor/2012/10/18/ultimo-capitulo-de-avenida-brasil-tera-500anunciantes.jhtm> >
 < <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2012/10/19/Avenida-Brasil-congestionada-com-recordes-no-final.html> > Acesso em: 1 ago. 2014.

grande sucesso, e ao longo do tempo se tornou uma verdadeira paixão entre os brasileiros de todas as idades e classes sociais, de todas as regiões do país. Nesse sentido, prossegue, as novelas influenciam comportamentos, mas também é um espelho do que acontece na sociedade. Por fim, Esturaro confirma que as novelas estão entre os programas mais importantes nas estratégias de comunicação dos anunciantes brasileiros. "*Assistir a novelas na Globo é a terceira atividade mais realizada no dia a dia do brasileiro. Só perde para comer e dormir*", conclui. Números que a emissora chegou a partir de processamentos de pesquisas adquiridas pela própria Globo para uso exclusivo.

A entrevistada Márcia Ladeira, Diretora de Merchandising (CGDC), já confirmou a presença de treze anunciantes no Merchandising em *Avenida Brasil*: Al-phaville, Natura, Taiff, Fraldas Pampers, Hellmann's, Grendene, Carrefour, Kibon, Banco Itaú, Kia Motors, Embelleze, Nextel e Lupo.

De acordo o MerchanView, serviço de monitoramento realizado pelo Ibope, a trama conseguiu 37% das ações de merchandising realizadas em todas as outras atrações da TV Globo. É um número enorme, mas a diretora esclarece que o método de aferição de número de ações adotado pelo MerchanView não é o mesmo empregado pelo comercial da TV Globo. O MerchanView relaciona como ação de Merchandising todo e qualquer vazamento de marca ou produto, mesmo que em segundo plano ou com duração mínima. A Divisão de Merchandising adota o critério de número de ações contratadas, que para serem consideradas válidas precisam obedecer a determinados parâmetros, como adequação ao briefing e plena identificação de marca. De todo modo, o volume de ações foi acima da média de outras novelas. Foram, no total, 18 marcas fixas que venderam produtos na novela. A maioria das ações de merchandising (50%) se dividiu entre anúncios de roupas e veículos utilitários. O restante foi preenchido por produtos de higiene e beleza, banco, eletrodomésticos, veículos de passeio, cartões de débito e crédito, sorvetes e fraldas. Isto também pode ser confirmado? Marcas como Lupo e Kia Motors tiveram mais visibilidade. Assim como o merchandising subliminar da cerveja long neck. Mas, Márcia Ladeira destaca ainda os segmentos de varejo (Carrefour), de comunicações (Nextel) e calçados (Grendene).

Vários contratos de Merchandising foram negociados ao longo da novela. Antes da estréia o programa contava apenas com a presença de Itaú, Kia Motors, Natura, Embelleze, Taiff e Lupo. Mas, esse crescimento progressivo do número de anunciantes e de ações não foi, no entanto, uma característica exclusiva de *Avenida Brasil*. Isso acontece em praticamente todas as novelas e seriados. As oportunidades de comercialização vão surgindo conforme a trama evolui. Em outros casos, empresas que receberam projetos antes da estréia da novela

podem visualizar com mais clareza o perfil dos personagens e os ambientes em que a trama se desenvolve, reunindo assim mais subsídios para a tomada da decisão de compra, conclui a diretora.

2.1.12 Os Números de Avenida Brasil

A novela notavelmente foi um sucesso de audiência no ano de 2012, variando de 45 a 47 pontos de ibope durante a trama.

Vários personagens se sobressaíram. Foram os casos da piriguete Suélen (Ísis Valverde); das empregadas Zezé (Cacau Protásio) e Janaína (Cláudia Missura); do ingênuo Aduino (Juliano Cazarré); do casal Leleco e Muricy, formado pelos veteranos Marcos Caruso e Eliane Giardini; do dançarino Darkson (José Loreto); da cabeleireira Beverly (Luana Martau); do pai do lixão Nilo (José de Abreu); além da própria vilã da novela, Carminha (Adriana Esteves). Outro destaque da telenovela ficou por conta da atriz iniciante Mel Maia, que viveu Rita/Nina na infância, a atriz-mirim que emocionou com sua interpretação da órfã abandonada num Lixão.

A novela virou assunto preferido nas redes sociais na internet, principalmente, quando houve uma reviravolta na trama, na qual Nina/Rita passa a humilhar Carminha na mansão da família de Tufão. E na cena em que Carminha enterra viva Nina/Rita, parodiando o filme Kill Bill 2, do Tarantino. Também quando a família de Tufão desmascara Carminha após saber de sua traição com Max (Marcelo Novaes). E por fim, no último capítulo, que teve quase uma hora e meia de duração, onde todos os desfechos foram revelados.

Segundo a imprensa, o último capítulo de Avenida Brasil, praticamente parou o país.⁴⁹ O desfecho da trama fez com que ruas de grandes metrópoles como São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba, Salvador, Recife, Belo Horizonte, Manaus e Belém ficassem desertas. Tanto o Jornal Nacional, como o Globo Repórter, em seus roteiros, tiveram pautas exclusivas sobre a novela. Pela mesma imprensa⁵⁰, foi anunciada a possibilidade de haver um apagão em grande parte do país, tendo em vista a grande audiência do capítulo final. Pelo informe econômico do portal UOL, haveria risco da ocorrência de um fenômeno conhecido como

⁴⁹Avenida Brasil parou o país:< <http://nilsonxavier.blogosfera.uol.com.br/2013/10/20/ha-um-ano-o-pais-parou-para-o-ultimo-capitulo-de-avenida-brasil/>> Acesso em: 2 nov. 2013.

⁵⁰Risco de apagão no último capítulo de Avenida Brasil: <<http://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2012/10/19/ultimo-capitulo-de-avenida-brasil-vai-consumir-um-parana-de-energia.jhtm.>> Acesso em: 2 nov. 2013.

"rampa de carga", que ocorreria logo após a exibição da novela, pela sobrecarga de energia dos aparelhos domésticos utilizado, fato que não ocorreu.

Avenida Brasil estreou com audiência de 37 pontos e 61% de share, batendo esse recorde em 21 de maio, dia em que atingiu 42 pontos de audiência e 65% de share.

Essa audiência foi repetida algumas vezes antes de o número ser novamente alcançado em 19 de junho, quando a telenovela registrou 43 pontos e 37% de share.

Durante a exibição do centésimo capítulo de Avenida Brasil, em 19 de julho, quando a personagem Carminha descobre a verdadeira identidade de Nina (chamada até então de Rita), houve expectativa de quebra do recorde anterior, porém, a trama teve média de 40 pontos, com alguns picos de 48,79 e 68% de share na cidade de São Paulo.

Em 24 de julho, a trama marcou 45 pontos com 40% de share, desempenho repetido no dia seguinte, mas com 72% de share. No dia 30 de julho, voltou a bater recorde e registrou 46 pontos de média com 51 de pico. Esse mesmo índice de 46 pontos voltou a ser atingido em 4 de outubro, quando a telenovela chegou a 47 pontos de pico com 42% de share. A melhor audiência em um sábado foi no dia 6 de outubro, atingindo 42 pontos de média, 45 de pico, com 53% de share, dia onde as audiências costumam ser baixas. *Avenida Brasil* fez 49 pontos de audiência e 54% de share em 8 de outubro. E no dia 19 de outubro, encerramento da trama, a telenovela bateu seu próprio recorde, fez 50,9 pontos de audiência e 80% de share, um número muito elevado, fazendo da telenovela o programa que atingiu a maior audiência em 2012 no Brasil.⁵¹

Avenida Brasil é a telenovela mais exportada da Rede Globo, superando *Da Cor do Pecado* (do mesmo autor), que era a líder de vendas para outros países.

A novela foi licenciada por 124 países e dublada em 17 línguas como espanhol, inglês, grego, polonês e francês. Além da Europa e América Latina, *Avenida Brasil* foi licenciada para mais de 57 países da África e países do Oriente Médio.

Em Portugal conseguiu obter 16,1 pontos de audiência e 39% share em seu último capítulo, o que significa que mais de um milhão e meio de espectadores assistiram ao desfecho da novela. *Avenida Brasil* foi um dos programas mais assistidos do país, só perdeu para *Dancin Days*, uma co-produção Globo com a SIC.

Avenida Brasil teve um custo aproximado de 91 milhões e um lucro estimado de dois bilhões de reais, segundo a revista Forbes.⁵² Foi o maior sucesso comercial da emissora

⁵¹Audiência de Avenida Brasil: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Avenida_Brasil_\(telenovela\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Avenida_Brasil_(telenovela))>. Acesso em: 2 nov. 2013.

⁵²Lucro milionário de Avenida Brasil: <<http://caras.uol.com.br/canal/nacionais/post/globo-faturou-r-2-bilhoes->

carioca, ainda segundo a mesma revista. O que explicaria o número de anunciantes no último capítulo da novela. A revista *Exame*⁵³ afirmou, na época, que o último capítulo de *Avenida Brasil* foi ao ar com 500 anunciantes, entre empresas nacionais, regionais e locais. As peças publicitárias foram espalhadas durante os 70 minutos de duração da atração, entre as 122 exibidoras da emissora.

O trânsito de marcas na novela também chamou a atenção. No Divino Futebol Clube, os uniformes têm a marca da Lupo, que investiu 10 milhões de reais pelo merchandising. O banco Itaú instalou uma agência no bairro do Divino para divulgar diversos serviços entre personagens da trama. E o salão de beleza da Monalisa usa apenas chapinhas da marca Taiff. Os carros da família do Tufão: Carminha, Max, Leleco, Jorginho, e o próprio Tufão são da marca Kia Motors.

Em entrevista para esta pesquisa, a Diretora de Merchandising da Rede Globo de Televisão, Márcia Ladeira, confirmou a presença de 13 anunciantes no Merchandising em *Avenida Brasil*: Al-phaville, Natura, Taiff, Fraldas Pampers, Hellmann's, Grendene, Carrefour, Kibon, Banco Itaú, Kia Motors, Embelleze, Nextel e Lupo.

A maioria das ações de merchandising se dividiu entre anúncios de roupas e veículos utilitários. O restante foi preenchido por produtos de higiene e beleza, banco, eletrodomésticos, veículos de passeio, cartões de débito e crédito, sorvetes e fraldas. Da lista acima ficaram faltando os segmentos Varejo (Carrefour), Comunicações (Nextel), Calçados (Grendene).

As bolsas Michael Kors entraram como ações subliminares, bem como o consumo da cerveja long neck, sem marca específica.

No ambiente digital, os números de *Avenida Brasil* sobem em escala gigantesca.

2.2 Avenida Brasil, segundo quem assistiu

O espelho diante de outro espelho se multiplica em infinitas faces

O impacto de *Avenida Brasil* pôde ser comprovado também pela repercussão nas redes sociais, onde a maioria dos capítulos dominou os trend topics.⁵⁴

com-avenida-brasil-diz-forbes-queda-de-energia-comercial-revista>. Acesso em: 2 nov. 2013.

⁵³Anunciantes de Avenida Brasil: <<http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/avenida-brasil-tera-500-anunciantes-no-ultimo-capitulo>>. Acesso em: 2 nov. 2013.

⁵⁴Trend Topics: Trending Topics ou TT's são uma lista em tempo real das palavras mais postadas no Twitter em

"As redes sociais não roubam audiência, e sim potencializam a comunhão que existe entre o público e a novela. É delicioso acompanhar ao mesmo tempo a novela e os comentários no Facebook e Twitter", disse o diretor da novela, Ricardo Waddington, em entrevista.⁵⁵

Avenida Brasil serviu para quebrar um paradigma midiático em formação. Muita gente vinha preconizando o fim da televisão e da novela por causa da internet.

Na matéria publicada no jornal O Globo, de 12 de outubro, foi possível acompanhar a repercussão da novela *Avenida Brasil* no ambiente da web.⁵⁶

A matéria afirma que nunca uma novela apareceu tanto na internet. Quando começava a abertura com a versão brasileira de "Danza kuduro", o Twitter era tomado por um mar de "oi oi ois", em alusão à música. Até o final da novela, quando alguém ficava "congelado" na imagem final do capítulo, poucos arriscavam outro assunto na timeline. A graça não era não só ver, mas também comentar os capítulos, em tempo real.

Para outra fonte, o site YPUPIX⁵⁷, se *AVENIDA BRASIL* beirou os 50 pontos no Ibope, na internet não foi diferente. Foram contabilizados mais de 20 mil check-ins no Get Glue⁵⁸, o Foursquare⁵⁹ da TV, e um aumento de 3.000% na procura pelo título da novela no Google. Além de toda a repercussão, a trama gerou memes (virais) que entraram para a história recente dos memes. Os principais foram:

"Oi oi oi"

A hashtag #oioioi teve mais de 1.300 citações diárias, segundo o site Topsy.

Gifs de Carminha

Quem usa o Tumblr (rede social) sabe que os gifs de Carminha não paravam de ser criados na rede. O site Papel Pop fez uma seleção com os 20 melhores, geralmente com a vilã

todo o mundo. < <http://www.twitter-brasil.net/o-que-sao-trending-topics.htm>>. Acesso em: 6 nov. 2013.

⁵⁵Entrevista de Ricardo Waddington:

<http://www.google.com/hostednews/afp/article/ALeqM5gVBdpfJMFNh3s0-gADrYuss5_HVQ?docId=CNG.3b822efb247cab32238a860fb135ddba.831&hl=pt_PT>. Acesso em: 6 nov. 2013.

⁵⁶Repercussão de Avenida Brasil na web:< <http://oglobo.globo.com/cultura/avenida-brasil-20-6374225>>. Acesso em: 6 nov. 2013.

⁵⁷Efeito Avenida Brasil na Web: <<http://youpix.com.br/memepedia/o-efeito-avenida-brasil-na-internet-vadias-hashtags-e-oioioi/>>. Acesso em: 6 nov. 2013.

⁵⁸GetGlue é uma rede social baseada no conhecimento da cultura de seus usuários, na rede o usuário diz do que gosta (filmes, programas de TV, musicas,etc.< <http://pt.wikipedia.org/wiki/GetGlue>>. Acesso em: 6 nov. 2013.

⁵⁹Foursquare é uma rede social e de microblogging que permite ao utilizador indicar onde se encontra, e procurar por contatos seus que estejam próximo desse local. <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Foursquare>>. Acesso em: 6 nov. 2013.

fazendo caretas ou falando suas frases “antológicas”. Carminha, aliás, foi considerada pelo público da web a vilã mais careteira da teledramaturgia. Mereceu ser eternizada em gifs.

“É tudo culpa da Rita”

O bordão da vilã Carminha que serviu para todos os temas particulares e nacionais na web.

Avatares congelados

No dia do centésimo capítulo, alguns dos tuiteiros mais engraçados apareceram com suas fotos sobre o fundo de bolinhas coloridas que encerra a novela, em uma espécie de flash mob digital que foi parar nos Trending Topics. O sucesso foi tanto que o site da novela criou um aplicativo para que os espectadores fizessem seu avatar congelado. Virou uma proliferação de Tumblrs do tipo, como *Congela Avenida Brasil* e *Avenida Brasindie*. Virou uma mania nacional.

“Me serve, vadia”

O capítulo em que a “Nina/Rita” cortava o cabelo de Carminha e a fazia de empregada, dizendo “Me serve, vadia”, foi meme (viral) imediato. O cartaz “Keep Calm and Me Serve Vadia” correu a web. A fala virou até funk nas mãos do DJ Masa, com quase 50 mil plays no Soundcloud.

Chamar de amendoim

Zezé, a empregada da mansão de Tufão, fez uma paródia da música do grupo Aviões do Forró que é trilha da novela, “Eu quero ver tu me chamar de amendoim”, que virou “arroz de festa” das timelines (publicações da web) e ganhou versão funk e também dance, esta última do Las Bibas from Viscaya. Especula-se que a cena é uma piada interna da equipe da novela, sobre um assistente de direção que não conseguia decorar o sobrenome do diretor José Luiz Villamarim e só o chamava de Amendoim.

Faltou pen drive

O furo tecnológico da vingança de Nina virou até anúncio publicitário. Não faltou gente criando Tumblrs (redes sociais) com as fotos comprometedoras de Carminha e Max, salvando as imagens com o nome Valendo2.zip. No Facebook, a proposta era compartilhar as fotos pela internet para que elas chegassem, enfim, ao traído Tufão. Foi um momento em que se cobrou do autor verossimilhança. O telespectador ficou ironizando o fato de uma foto não ter sido salva em um pen drive. Informação que qualquer adolescente sabe. O autor teve que vir à público se desculpar, proclamar sua ignorância tecnológica. A matéria foi parar no Estadão.

Ainda sobre o sucesso de *Avenida Brasil* nas redes sociais, uma pesquisa da JWT (J. W. Thompson), agência de publicidade multinacional, mostrou o quanto as mídias tradicionais influenciam e pautam as redes sociais. Nunca se teve uma prova tão contundente desse fato como em 2012, ao acompanhar o impacto da novela *Avenida Brasil* na internet.

Foi considerado pela agência o maior sucesso criado por uma novela nas redes sociais desde o advento do hábito de ver TV e comentar tudo online.

Segundo a pesquisa, a página de *Avenida Brasil* teve mais de 218 mil fãs no Facebook, no Get Glue, rede social de compartilhar o que se assiste na tv ou cinema, a novela recebeu mais de 20 mil check-ins, a hashtag #oioioi chegou a ser mencionada mais de 1.300 vezes no Twitter e a busca por “*Avenida Brasil*” aumentou mais de 3.000% no Google.

Ainda pelo site especializado You Pix⁶⁰ foi possível separar o que de melhor andou circulando sobre a novela e os efeitos de *Avenida Brasil* no cotidiano da web do brasileiro.

Os Personagens

Três grandes personagens de *Avenida Brasil* cativaram a atenção dos internautas. No começo da novela foi a Suelen, a personagem chamada também de “ariranha”, representada por Ísis Valverde. Segundo comentários dos internautas, ela é “a mulher toda trabalhada na moda periguetei”.

Depois, houve uma reviravolta na trama e duas personagens começaram, usando ainda os termos dos internautas, a “bombar”: Nina/Rita (Débora Falabella) e Carminha. Nina foi largada no lixão por sua madrasta, que era a Carminha (Adriana Esteves). Os memes e a atenção das pessoas na internet ficaram bem focados na briga entre as duas.

Em média, Carminha foi mencionada mil vezes por dia no Twitter, mas no dia 24 de julho, quando começou a vingança de Nina, os tuites chegaram a 32 mil. Já Nina/Rita tiveram até perfil no Ask. FM (site que você interage com as pessoas por meio de perguntas), onde se pode perguntar todo tipo de coisa pra ela, inclusive os planos de assassinato de Tufão e o que ela achava da música de abertura da novela.

Gírias e Bordões

Carminha foi, possivelmente, a personagem mais cheia de expressões da novela. Ao longo de mais de 100 capítulos, suas frases e conselhos foram todos imortalizados na página “Conselhos de Carminha” no Facebook. As quatro gírias e expressões mais difundidas pela web:

⁶⁰Efeitos de Avenida Brasil na Web:< <http://youpix.com.br/memepedia/o-efeito-avenida-brasil-na-internet-vadias-hashtags-e-oioioi/>>. Acesso em: 6 nov. 2013.

Me Serve, Vadia!

Usada por Nina quando começou sua vingança pra cima de Carminha e passou a fazer a vilã de empreguete. Ficou tão famosa que virou até camiseta. (fig.1).

- **No Twitter:** de acordo com o Topsy, o pico de menções com a expressão foi no dia 24 de julho, com quase 16.000 “mentions”. Fora do horário da novela, a expressão foi usada aproximadamente 280 vezes por dia no Twitter.
- **No Youtube:** 246 resultados, a maioria músicas funks e remixes criadas com a expressão.
- **No Google:** mais de 698 mil resultados na busca e, muito interessantemente, a busca pela palavra “vadia” cresceu 158% nas últimas duas semanas da novela.

Figura 1 - Interface da web, bordão de Avenida Brasil: Me Serve, Vadia



Fonte: YOUPIX, 2013.

Ariranha

É a expressão usada pra definir a personagem Suelen, sinônimo de periguetei.

- **No Twitter:** de acordo com o Topsy, o pico de tuites com a expressão apareceu em 19 de julho, com 163 menções.
- **No Google:** de acordo com o Google Insights, apenas 1 mês depois do início da novela, no dia 26 de março, a busca pelo termo já havia aumentado 390% e teve dois picos de interesse, no final de maio e no final de junho.

É Tudo Culpa da Rita

Usada em momentos paranóia da Carminha em relação a Nina, originou um dos maiores memes da novela.

- **No Twitter:** de acordo com o Topsy, o pico de mentions no Twitter rolou dia 20 de julho, com quase 40 mil menções quando a Rita virou culpada por todas as coisas erradas da humanidade e virou meme. Foi criado inclusive um perfil – @ MalditaRita – com mais de 22 mil seguidores, dedicado a culpar Rita por tudo: “Twitter fora do Ar , Culpa da Rita”.
- **No Youtube:** existem mais de 360 vídeos de usuários comuns usando Rita como desculpa pra tudo
- **No Facebook:** Existem mais de 100 páginas/perfis/grupos/comunidades sobre o assunto, mas a página mais influente foi a Culpa da Rita, que tinha mais de 10 mil fãs e foi responsável por criar e reunir as principais imagens que surgiram sobre o meme.
- **No Google:** “culpa da Rita” somou mais de 790 mil resultados. Como na figura 2, abaixo:
-

Figura 2 - Interface da Web, bordão de Avenida Brasil: A Culpa é da Rita



Fonte: YOUPIX, 2013.

Oi Oi Oi

Um dos refrãos da música que abre a novela, Vem Dançar com Tudo, na voz de Robson Moura e Lino Krizzo, passou a ser usada pra agrupar todo tipo de menção à novela e também a qualquer outra coisa da vida.

Todos os dias, no horário da novela, no Twitter: a timeline ficou lotada de tuites sobre a novela e, nos dias mais “quentes”, hashtags ou expressões noveleiras sobiam para o topo

dos trending topics Brasil. A mais famosa delas, lógico, foi “Oi Oi Oi” e suas variações que foram tuitadas, em média, 4 mil vezes por dia.

Páginas do Facebook

Existem algumas páginas do Face dedicadas às piadinhas da novela, que na época viviam compartilhando montagens. As mais famosas foram:

- Conselhos da Carminha – mais de 60.000 likes – a personagem ficou conhecida pelas frases fortes que a fan page adorou espalhar.
- Sou Carminha – mais de 21.000 likes – página oficial não-oficial da personagem
- Nina Em Todos Os Lugares - mais de 33.000 likes – foi como aquele tumblr, Nina Da Entocas, só que no Facebook.

No Instagram

Todo dia na hora da novela, pessoas começavam a postar imagens da tela da televisão congelando as expressões consideradas mais demoníacas de Carminha e outros personagens. Além do print tela-a-tela, o Instagram também ficou recheado de memes e montagens da novela. A hashtag #AvenidaBrasil teve mais de 10 mil fotos, e a #oioioi e variações somaram outras 7 mil imagens, como essa abaixo, na figura 3.

Figura 3 - Interface da Web, bordão de Avenida Brasil: Keep Calm and Me serve vadia



Fonte: YOUPIX, 2013.

No Twitter

A novela, seus personagens, bordões e situações foram assunto recorrente na lista de Trending Topics Brasileiros, e em dias mais quentes, chegaram até a dominar a lista mundial. Como, por exemplo, no dia da exibição do 100o episódio, quando os fãs da novela organizaram um tuitaço com o **Avatar Congelado**.

Nesse dia, as hashtags #avenidabrasil, #congela, #oioioi, #EsseCadinho,

#MistériosdeCarminha e #Capítulo100 ficaram entre os 10 assuntos mais citados no Twitter. E a hashtag #OiOiOi100 atingiu o primeiro lugar dos trending topics mundiais.

Além das hashtags e tuitaços, a rede social ficou lotada de perfis que fazem referência à novela (*Avenida Brasil*, *Nina/Rita*, *Carminha*, *Suelen Ariranha*, *Tufão*), e de piadas e manifestações de usuários.

2.3 *Avenida Brasil*, a recepção na periferia

As mensagens veiculadas pelas telenovelas possuem mecanismos significativos que veiculam certos sentidos e escamoteiam outros, indicando certa leitura predominante ou preferencial. (HALL, 1994). As pessoas que assistem às novelas produzem sentidos, mas fazem isso usando material construído e organizado de modo específico pelos produtores e o autor da novela. De um lado está a narrativa com sua dose fictícia de realidade. De outra, a realidade sendo consumida como retrato do cotidiano. O interesse aqui desta pesquisa foi observar como essa operação se deu num grupo focal de alunos da faculdade de Pedagogia de Duque de Caxias, na Baixada Fluminense, a Febf/UERJ.

Partindo do bairro fictício do Divino, criado pela novela *Avenida Brasil*, procurei observar como esse bairro de periferia era visto por moradores de bairros também de periferia e de subúrbios, se haviam semelhanças, diferenças, quais seriam, como eram retratados e como gostariam de ser retratados. Com essa pauta, lancei-me no trabalho de entrevistar em conjunto e particularmente os membros deste grupo focal, e depois, percorrer determinados locais da periferia onde moram e traçar comparações entre o que foi apresentado pela telenovela e o seu similar na vida real.

Num primeiro momento, as entrevistadas revelaram achar que o bairro do Divino retratava exatamente o cotidiano de uma periferia ou subúrbio, dando visibilidade a um cotidiano bem próximo ao que elas viviam. Consideraram ainda que era importante a telenovela estar retratando a cultura de periferia, dando um espaço maior a ela na dramaturgia, já que as pessoas estavam cansadas de assistir aos mesmos dramas de sempre, dos ricos da zona sul carioca ou de outra localidade, de modo a serem eles a conduzir a trama e os conflitos apresentados pela ficção. Admitiram que a proximidade da ficção com a realidade era um fator positivo para atrair um maior público para a televisão, uma vez que a realidade apresentada pela dramaturgia podia ajudar a transformar a realidade vivida no mundo real. Serviria como um tipo de denúncia.

Num segundo momento, as mesmas perguntas foram realizadas com as mesmas pessoas, em nova data e condições, pois o grupo já se sentia mais à vontade para falar e emitir opiniões menos generalizadas.

Neste momento, apareceram as contradições. O que antes era um trunfo da dramaturgia, a visibilidade dada à periferia e a sua cultura, agora se tornava um foco de crítica, onde o modelo apresentado carecia de maior veracidade. Mostrar a periferia era importante, mas não de modo tão estereotipado, nem de maneira sempre positiva, como se não houvesse problemas estruturais a serem resolvidos. E aí destaco alguns depoimentos que reforçam essas contradições encontradas nas entrevistas.

Michele, 20 anos, estudante pedagogia, moradora de Caxias, Bruna de Paula, 21 anos, de Mesquita, Rafaele, 18 anos, estudante de Pedagogia, moradora Belford Roxo, Letícia Santana Pedro, 20 anos, estudante de Pedagogia, moradora Magé.

Michele, por exemplo, se ressentiu ao ver retratada na novela uma realidade um pouco distante da que ela vive numa periferia similar. Ela cita uma cena em que mostraram uma pessoa pegando pipoca de um trabalho de “macumba”, uma pegando limão do pé pra fazer caipirinha, como se as pessoas da periferia, do subúrbio tivessem ainda uma vida próxima à vida rural, não fossem a supermercado, não estivessem inseridas às rotinas parecidas com as das pessoas que moram nas regiões centrais.

Bruna concorda com Michele e acrescenta que também sentiu um desconforto ao ver as pessoas da novela muito animadas, o tempo todo dispostas pra festas, todo mundo falando alto, todo mundo muito brincalhão. Não é bem assim, tem pessoas diferentes, retraída, afirma. *“Não é porque a pessoa mora na periferia que ela é extrovertida, gosta de ficar sambando o dia inteiro, comendo pastel no bar, entendeu”*

Sobre o protagonismo da Classe C na novela, Michele acredita que o motivo dessa escolha se deu porque a maioria da população hoje, que vê a novela, é dessa faixa. Acredita ter sido uma estratégia da emissora para fazer crescer sua audiência. Ela também cita a internet como sendo um meio aferidor do gosto do público. Ou seja, as emissoras estão buscando nesse cenário os temas de suas produções, o que acabou gerando *Avenida Brasil*. Antes esse gosto era medido apenas pela audiência.

A internet também se tornou um espaço a mais do público. Outra tela. Ela cita um site que quando o usuário clica, pode ver a novela no site. E tudo o que o usuário clica está sendo investigando pela emissora. É o público-alvo. Eles sabem que a maioria das pessoas que vão ver a novela na internet é um público jovem. Deste modo, eles vão traçando o perfil daqueles telespectadores: *“talvez através disso eles tenham dado esse holofote pro núcleo popular.”*

diz Michele.

Rafaele lembra que a periferia agora já tem opções de lazer também, isso chama atenção. Tem museu em Caxias, por exemplo. Problema mais é emprego. Mais isso eles não mostram, lamenta.

Sobre o que faltou mostrar da periferia, segundo Letícia, foi a rotina do trabalhador, que acorda às 5 da manhã e pega o trem cheio. Mostrar a dificuldade de locomoção, de transporte, da Baixada pra ir ao centro do Rio. O dia a dia mesmo.

A representação do Lixão foi vista de maneira alegórica pelas entrevistadas. Michele achou “bonito demais” pra ser lixão. Logo no início da novela, mostrava uma festa que foi feita lá para um casamento. Uma festa que não pareceu real para ela: *“Não acredito que no lixão seja assim. Quem conhece sabe! Mesmo num programa, o Profissão Repórter no Lixão, você viu? (digo que sim). Então, as crianças estavam satisfeitas de sair dali, diziam que não era um lugar bom, que preferiam uma casa, ir à escola.. Novela das “oito” gosta de enfiar tudo goela abaixo, mostrar que dá pra viver em qualquer situação, basta você tentar. Querem que você continue acomodado onde você está.”* Esta declaração mostra como já não é mais possível certas produções de subjetividade cooptar o público que vem tendo mais acesso à informação ao longo dos últimos anos no Brasil. Quem quer que você - o público - fique acomodado onde está? E por quê? A emissora? Os anunciantes? O sistema político-econômico? Para as entrevistadas são todas essas camadas de controle social.

Esse pensamento reflexivo não seria aquele esperado pelo telespectador capturado pelo fluxo de imagens, informações, vindas da TV, ou pior, vindas da telenovela. Esse pensamento brota de uma imagem da novela que não se enquadra na realidade vivida pelo telespectador, que reclama sua visibilidade, uma maior autenticidade ao ser retratado.

Até mesmo quando o tema vai para a área do comportamento e da moda, ele recebe críticas. Mesmo reconhecendo que há uma similitude entre o comportamento daquela população do Divino, no que se refere à maneira de se vestir e de se expressar, com a população da periferia e também do subúrbio, guardando as devidas distinções, as entrevistadas revelaram que a moda da novela teve forte impacto sobre elas, como vemos aqui na declaração de Rafaele: *“Todo mundo passou a usar aqueles vestidos pirigueti. Só dava isso nas lojas. Nas vitrines. Os cordões, as roupas da Carminha também. Cheguei a ficar sem opção, não conseguia encontrar roupa para mim, tudo era assim, pirigueti, pequenas, todas eram estilo Suélen (personagem da novela).”*

Sobre as profissões apresentadas na novela: cabeleireira, jogador de futebol, comerciante de roupas, as entrevistadas reclamaram sentir a falta de estudantes de do ensino

fundamental e universitário, enfermeira, caixas e supermercado, outros trabalhos que não esteja focado apenas em querer ser rico.

De uma maneira geral, elas consideraram que a periferia foi representada em cinquenta por cento do que ela é. Reforçando aí a crítica ao modo espalhafatoso com que as pessoas foram retratadas no Divino (bairro fictício de subúrbio), sempre falando alto, reavivando os preconceitos que as pessoas têm sobre a população dessas áreas. Acentuaram também o fato do lixão ter sido mostrado de modo diferente daquela realidade que machuca, incomoda, pede uma atitude a você, que vê que aquilo está acontecendo em seu país, na sua localidade. Nesse sentido, Michele achou estranho que Nina e Jorginho, que saíram do Lixão, que se deram bem na vida, não ajudassem as crianças que lá ficaram. Crianças que parecem felizes de viverem ali, como se fosse o Lixão fosse lugar legal: *“Uma coisa que fica tão suavizada, que as pessoas até esquecem que aquelas crianças não vão à escola. E as pessoas percebem isso como “bom não preciso fazer nada, eles estão felizes ali”*.

As diferenças entre zona sul e periferia apresentadas na novela foram recebidas ora com incômodo, ora com conformidade. Para Rafaela, sofremos preconceito por tudo: *“Eu sofro preconceito por morar na Baixada (fluminense). Até gente da Taquara (Jacarepaguá) também sofre, gente da zona sul também sofre.”* Michele concorda com a opinião, e diz que já ouvi gente da zona sul dizer que tem preconceito com quem mora depois do Jardim de Alah (divisão entre os bairros de Ipanema e Leblon, da zona sul carioca). A pessoa dizia “passou do Jardim de Alá pra mim é Bangu (subúrbio do Rio). E como na novela, as pessoas da zona sul são representadas como sendo caricatas, barulhentas, até ela também teria preconceito. Porque as pessoas não devem chegar aos lugares assim.

Bruna lembra que Verônica (mulher rica da zona sul) sempre demonstrava preconceito em relação às pessoas da periferia, do subúrbio. Ela teria dito que pobre faz compra por atacado, mas Bruna afirma que conhece muita gente, ela inclusive, que faz compras normalmente, como qualquer outra pessoa, com o cartão de crédito. Dado que reforça a pesquisa de Marcelo Neri sobre o aumento vertiginoso do uso do cartão de crédito pela Classe C emergente.

Mas, Michele diz que existe também o preconceito das pessoas do subúrbio em relação às pessoas da zona sul, que acham que os “riquinhos” não vão se habituar ali, numa área periférica, ou em outro lugar que não seja central.

Sobre a Internet, Bruna diz que acompanha a novela por essa plataforma. Ela também

gosta de ver, logo que novela acaba, os comentários sobre o capítulo no Facebook⁶¹. Ela admite procurar mais conteúdo relativo a essa produção tanto no Facebook quanto no Twitter⁶².

Michele concorda que as pessoas hoje assistem novelas ligadas nas redes sociais. Isso faz com que se possa criticar muita coisa nas novelas, dialogar. E dá um exemplo: *“Teve uma novela que tinha uma empregada que era muito maltratada, passando a imagem de que empregada tem que se sujeitar aquilo. E não tem. Na rede social a gente abre isso, discute isso”*.

Outros entrevistados, Priscila, de São João de Meriti, 20 anos, estudante de Pedagogia, Livia, 26 anos, de Duque de Caxias, estudante de Pedagogia, Datiele, de Imabriê, estudante de Pedagogia, participaram de outro dia de entrevistas. Com outros temas em pauta. A se destacar a questão da diferença entre o que é periferia e o que é subúrbio e o que a novela *Avenida Brasil* retratou. As três entrevistadas daqui e as quatro anteriores eram da Baixada.

Para Livia, o subúrbio é diferente da Baixada, da periferia. Para ela, o subúrbio parecido com uma cidade do interior, um bairro afastado do centro. A Baixada não. É como se fosse outra cidade, outro lugar, muda mais, é mais gente, muitas diferenças, outra cultura, gente de todos os tipos, tem rica, tem pobre, tem estudante, tem artista, é uma mistura de várias influências: *“Mas, acho que foi legal e muito importante o núcleo principal da novela Avenida Brasil morar no subúrbio - acho que eles retrataram mais o subúrbio -, porque, geralmente, na novela das “oito” só é retratada a zona sul do Rio. Acho que a novela parece mesmo ser do subúrbio, da zona norte, assim como a Grande Família⁶³ (seriado da TV Globo). Mas não é da Baixada, da Avenida Brasil não.”*

Mas, ao mesmo tempo, Livia achou bom valorizar o que as pessoas têm nessas áreas

⁶¹ Facebook - É uma rede social. Foi fundado por Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz e Chris Hughes, estudantes da Universidade Harvard. Site e serviço de rede social que foi lançado em quatro de fevereiro de 2004, operado e de propriedade privada da Facebook Inc.. Em 4 de outubro de 2012, o Facebook atingiu a marca de 1 bilhão de usuários ativos.
<<http://www.significados.com.br/facebook/>>.

⁶² Twitter - Twitter é uma rede social e servidor para microblogging, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos, em textos de até 140 caracteres. Os textos são conhecidos como tweets, e podem ser enviados por meio do website do serviço, por SMS, por celulares e etc.
<<http://www.significados.com.br/twitter/>>. Acesso em: 22 fev. 2014.

⁶³ Grande Família - A Grande Família é uma série de televisão brasileira exibida pela Rede Globo desde 29 de março de 2001. Trata-se de uma reinterpretação contemporânea da série original, exibida entre 1972 e 1975. Os personagens foram atualizados e incorporados à realidade atual, e outros personagens foram incorporados à história, que deixou de focar apenas na família. A série recebeu a indicação no Emmy 2008 de melhor ator pela atuação de Pedro Cardoso. O International Emmy Awards, ou simplesmente Emmy, é o equivalente ao Oscar da televisão internacional.< <http://agrandefamiliablog.blogspot.com.br/p/historia.html>>. Acesso em: 23 fev. 2014.

não centrais. Mostrar um pouco o modo de vida desses lugares: *A gente vive uma situação no país de melhora de vida de todo mundo, as pessoas estão tendo oportunidade de viver bem melhor hoje do q viviam há 10 anos. Eu moro super bem em Caxias, minha casa não deixa a desejar para qualquer outra da Zona Sul. Não sairia daqui. Vivo bem, tenho meus amigos, estudo aqui, e mora numa rua super bacana. Freqüento os bares daqui, as festas, são ótimas. Estou noiva e vou fazer tudo como manda o figurino aqui. Em Duque de Caxias. Quando quero, saio daqui e vou para Zona sul, viajo, não tenho que estar no centro. A minha vida é super confortável aqui. (...) Agora, é aquele negócio do subúrbio é mostrado em toda novela, não só em Avenida Brasil, eles mostram um subúrbio em que todo mundo vive na rua, vive num bar, bebendo o dia todo, vive sambando, a casa é aberta, na sua casa tem churrasco todo dia, e não é assim! As pessoas trabalham. Quando a gente quer sair a gente vai à Zona Sul, no shopping.”*

Mesmo o Lixão, Lívia considerou que a novela não podia mostrar a realidade como é, seria uma violência muito grande, e ninguém quer chegar do trabalho ver isso na televisão. Nem ela.

Sobre o consumo dos bens materiais e imateriais veiculados na novela, Lívia acha que conhece pessoas que nem podem, mas querem, e fazem de tudo para ter aquilo que veem na novela, porque o crédito fácil também ajuda. *“Hoje, você compra uma geladeira, paga 100 reais por mês e tem a geladeira. Tá mais fácil consumir. Mais acessível. Você entra na casa de uma pessoa pobre e ela tem geladeira, DVD, computador, TV de plasma.”*

Sobre o papel da mulher, a maneira como foi representada em *Avenida Brasil* Priscila diz que Suélen é uma personagem comum, que se vê em qualquer lugar. Mas, que vê mais esse tipo de mulher na Barra da tijuca. Mais do que na periferia. Mas, gostou que a novela tivesse mostrado a mulher trabalhadora, batalhadora, que quer ser independente, ter suas coisas. Achou um grande ponto positivo de *Avenida Brasil*.

Ao comparar as novelas desse horário, prime time, Lívia diz que quando se vê uma novela do Manoel Carlos, ninguém se identifica com aquilo ali. As pessoas não trabalham, vivem no Leblon, andam na praia todo dia de manhã tomando água de coco, e todo mundo sabe que não é assim, até pras pessoas que moram lá não é assim. Em *Avenida Brasil*, a identificação é maior. Mesmo desejando que mostrassem mais a realidade, a novela mostrou um lado legal, propositivo, assertivo.

3 A NARRATIVA VERDE E AMARELA

A telenovela brasileira, além de ter características bem distintas, tornou-se um dos produtos de exportação que mais divulgam nossas divisas culturais pelo mundo.

A telenovela continua sendo o produto ficcional mais exportado pelas emissoras brasileiras, tanto em quantidade de títulos quanto em número de comercializações. Elas representaram 90% da vendas feitas em 2011. Só a Rede Globo de Televisão, neste ano de 2011, exportou para os cinco continentes, totalizando 146 comercializações. Sem contar as vendas de roteiros, e as co-produções com canais dos Estados Unidos, México e Portugal. (LOPES, 2012, p. 180)

Em “*Transnacionalização da Ficção Televisiva nos Países Ibero-Americanos*”, Immacolata e Gomes (2012) explicam que os números da audiência acumulada em 2011 da TV aberta mostram que a Rede Globo continua na liderança absoluta, com 45 % de share com suas novelas, um índice superior à soma das cinco outras emissoras concorrentes no país, segundos dados do IBOPE e das pesquisas da OBITEL.

Immacolata e Gomes (2012) apontam que a novidade da produção de telenovela no país, hoje, fica por conta da estratégia da TV Globo de adequar seu produto ficcional seriado para as múltiplas configurações nas várias plataformas midiáticas. E olhar com atenção para as mudanças nas pautas de consumo e recepção nas audiências das telenovelas e das ficções, diversificando a oferta de narrativas e de temáticas com o objetivo de chegar a todos os públicos possíveis.

Uma das articulações mais visíveis dessa estratégia é a busca por interatividade com as novelas, levando-as para outras telas, principalmente para as do computador e das dos celulares, ambas em simbiose com a internet. É claro que essas mudanças transmidiáticas precisam estar acompanhadas por uma reestruturação da narrativa da ficção; e aí, não só a TV Globo, mas o Brasil assumiu a vanguarda ao dotar suas ficções de um sentido de autorreferencialidade, termo empregado pelos pesquisadores Maria Immacolata e Guilherme Orozco para se referir às telenovelas brasileiras que têm por característica principal retratar os dramas nacionais, os temas em pauta no cenário brasileiro. Propiciando a expansão das relações entre a realidade e os mundos possíveis que existem na ficção. (IMACULADA; GOMES, 2012, p. 161).

Em “*Telenovela Brasileira: Uma Narrativa Sobre a Nação*”, Maria Immacolata Lopes (2003) considera as nossas telenovelas agentes centrais da cultura televisiva nacional e da identidade do país. Elas foram se disseminando, a partir de uma narrativa genuinamente

brasileira, as temáticas do cotidiano, reproduzindo representações que enfatizam aspectos de desigualdade e discriminação presentes na sociedade, mas também alimentando um repertório no qual as pessoas, independentemente de suas classes sociais, gêneros e localidades, se reconhecem.

Vista como um importante território de circulação de sentidos, a telenovela brasileira aponta uma tendência pela verossimilhança nas histórias narradas. A adoção do realismo nas narrativas é fruto da demanda crescente do próprio público, fortalecendo um mecanismo de legitimação e de credibilidade do gênero no Brasil. Com isso, a telenovela foi modificando sua linguagem, inserindo temas contemporâneos, referências compartilhadas pela população brasileira, sem, contudo, abandonar sua natureza de folhetim.

Apesar de buscar sempre trazer uma novidade para atrair a atenção e instigar o debate entre o público, em geral, as histórias giram em torno de oposições:

As tramas das novelas são, em geral, movidas por oposições entre homens e mulheres; entre gerações; entre classes sociais; entre localidades rurais e urbanas; arcaicas e modernas, representadas como tendências intrínsecas e simultâneas da contemporaneidade brasileira. (LOPES, 2003, p. 25).

Ao mesmo tempo, ainda segundo Immaculata (2003), as telenovelas foram desenvolvendo uma estética cada vez mais sofisticada, introduzindo equipamentos e tecnologias capazes que dar às imagens e aos sons algo que passou a ser traduzido pelo telespectador como cenas de cinema.

Durante o século 20, o cinema desenvolveu um modelo de narrativa que se tornou hegemônico. As histórias eram organizadas de forma linear e com lógica causal. É o que muitos autores, como Ismael Xavier (1984), definem como modelo de narração clássico. O espaço construído para a exibição dessas obras clássicas - o cinema com tela grande e sala escura - tinha como objetivo a imersão do público na diegese da história representada. Esse modelo tornou-se um “sucesso” cultural e comercial, e povoou o imaginário de boa parte dos amantes do cinema do século passado. Boa parte das tecnologias que foram criadas nesse período serviu para tornar esse modelo “ideal”, que passou a ser definido como “realismo”.

Apesar disso, essa não foi a única forma de se fazer cinema neste período. Várias experiências de vanguarda (francesa, russa, inglesa e até brasileira) também mostraram múltiplas possibilidades de narrativas audiovisuais, traçando uma história paralela ao do cinema clássico, que se chamou cinema moderno. O vídeo também usou dos recursos disponíveis por esses dois movimentos cinematográficos e a televisão também não ficou de fora. A diferença foi o modelo de recepção usado por ela.

Cláudio de Paiva (2008) confirma de outra maneira o caráter imbricado da telenovela com o aspecto social cultural de uma sociedade:

A ficção televisiva é hiperreal, e na profundidade de sua aparência, abriga as emoções coletivas, particularizando um tipo de comunicação social importante. A ficção seriada, através da sua visibilidade, apresenta uma espécie de mitologia, que responde às solicitações das massas. A maneira como a ficção torna visíveis as questões ético-políticas e as estruturas da vida cotidiana (inclusive do mundo dos jogos, da moda, dos costumes...), a situa como um campo de referências estéticas e mitológicas fundamentais. O nosso enfoque sobre a cultura brasileira se ocupa das telenovelas à luz de uma razão sensível às mitologias contemporâneas; isto implica num esforço em compreender como a ficção na TV assimila as tensões entre a construção apolínea da civilização e as pulsões dionisíacas da cultura. (PAIVA, 2002, p. 2).

Para Joseph Campbell (1997), em seu livro “*O Herói de cem Faces*”, trata-se de um *monomito*, fonte ou matriz da criação simbólica do homem em todas as áreas: religião, arte, filosofia, literatura, ciência. Mesmo os fenômenos da natureza têm suas narrativas e seus correspondentes simbólicos, mitológicos, mágicos. Estudiosos desse fenômeno da narratividade não se cansam de registrar nossa capacidade de nos espantar e nos comover diante de tais produções simbólicas. Interessante reconhecer que as telenovelas se apropriaram dessas produções simbólicas e criaram narrativas inspiradas na literatura, serializando-as como faziam os folhetins e também o cinema, nos seus primórdios.

Por volta de 1913, o cinema já produzia histórias em capítulos. Nas primeiras salas de cinema, o espectador ficava de pé, e, por isso, os filmes exibidos eram curtos, mas apresentavam continuidade na semana seguinte. Décadas depois, os mesmos heróis frequentavam semanalmente as telas, fazendo a alegria da garotada e adultos também, sentados confortavelmente nas salas de cinema. Dos seriados do cinema derivaram os seriados da TV. E também veio do cinema – não só do rádio ou do folhetim – o parcelamento usado na televisão, como vemos até hoje. (SADEK, 2008).

A telenovela é também uma história dividida em capítulos, mas o capítulo seguinte é sempre a continuação do anterior. O sentido geral do conjunto é previsto desde o início, mas seu desenrolar e desfecho não são previamente decididos. Durante seu desenvolvimento podem receber novos personagens e dar novos direcionamentos para várias tramas que compõe o todo. (SADEK, 2008). Enquanto um roteirista de cinema constrói uma narrativa coesa, diz Newton Cannito (2010), uma visão unificada sobre determinado assunto, um autor de telenovela costuma colocar temas polêmicos e deixar que eles exponham sua visão de mundo, catalisando debates públicos. Os grandes autores de novela são especialistas em jogar com o público, um jogo de “morde e assopra” com as suas expectativas morais, trabalhando

nos limites, mas sem nunca romper totalmente o pacto. Mais do que expressar opiniões de modo explícito, o autor de novela é um retórico socrático, que vai dialogando com o telespectador. Evidentemente, o texto televisivo também constrói ideologias, mas sua construção não está na unidade narrativa, e sim na escolha da pergunta que vai ser debatida. Uma novela define sua ideologia não ao manifestar uma opinião, mas ao definir uma polaridade e um tema (ou mais) a ser debatido. (CANNITO, 2010).

Os mitos se atualizam a cada geração, ganhando novos significados, sentidos e potências. Mitos permitem que se entre num mundo mágico, onde é possível dar vida a qualquer substância, viver em qualquer espaço de tempo e lugar. Assim, como em algumas tribos os índios achavam que a Lua, o Sol, Águia ou a Noite, só para citar alguns exemplos, falavam com o pajé ou mesmo com toda tribo, também nós, em nossas relações com o mundo dos mitos, aceitamos que um exista uma tribo de vampiros conquistando almas, nos filmes que lotam as salas de cinema; ou uma tribo de avatares tentando salvar os seres humanos, em 3D, ou seja, em terceira dimensão. Acreditamos que um reino inteiro de brinquedos possa falar conosco sobre as relações de amor e amizade entre as coisas e os seres, como nos filmes Toy Stories 1, 2 e 3. São os mitos e o mundo mágico deles que nos permite crer naquilo que nossa imaginação constrói de sentidos para a vida, para nós mesmos, exatamente como os índios faziam há mil anos e mesmo hoje, em seus rituais de celebração mágica.

O mito do subúrbio violento, carente de recursos, povoado por figuras deseducadas e marginalizadas também pode se transformar no mito do subúrbio próspero, alegre, cheio de recursos, povoado por seres humanos fraternos, solidários, trabalhadores, um subúrbio feliz, onde ninguém quer ou precisar sair de lá.

Como nos mitos das sociedades tribais, também nos anúncios os animais falam e os feitos mágicos são constantes. Fascina-me o mistério que faz com que não nos assuste a economia do seu jogo simbólico. Entre nós, na sociedade da razão, um compromisso silencioso e tácito de acreditar no impossível. E, assim, o anúncio vai costurando outra realidade que, com base nas relações concretas de vida dos atores sociais, produz um mundo idealizado. (ROCHA, 1990, p. 20).

O prazer de ser o outro, de se colocar no lugar dele, naquele papel que está sendo representado na novela, sentir o que ele sente ou pensar o que ele pensa, estabelece um jogo de trocas que podem conduzir o telespectador, por alguns momentos, a ter a ilusão do poder. E a construir um território existencial a partir dos agenciamentos produzidos pela novela. A novela não tem compromisso com a verdade, mas com a verossimilhança, o fingir perfeito. O espelho da realidade, a história contada através dos personagens filtrados pela imagem

icônica. É o caso de vermos garotas da zona sul carioca vestidas como funkeiras do subúrbio ou no estilo “pirigueti” de Suelen, personagem da novela que melhor traduz na ficção a moda da periferia. Esse é apenas um exemplo entre muitos que podemos citar sobre como a telenovela pode produzir uma série de agenciamentos e influenciar e suggestionar certos comportamentos e ideologias. Claro que muitas pessoas consumindo um mesmo produto dentro de uma novela, ou expressando um comportamento ditado pela moda, podem ter mais impacto sobre o telespectador. O importante aqui é ressaltar que o “consumo” de bens materiais não se confunde com o “consumo” de bens imateriais.

Podemos até pensar que o que menos se consome num anúncio é o produto. Em cada anúncio “vende-se “estilo de vida”, “sensações”, “emoções”, “visões de mundo”, “relações humanas”, “sistemas de classificação”, “hierarquia” em quantidades significativamente maiores que geladeiras, roupas ou cigarros. (ROCHA, 1990, p. 27).

3.1 O Espelho da Classe C Emergente

Por muitos anos, os estudos sobre as teorias críticas de TV reforçavam que a telenovela era mais um produto difusor da ideologia dominante, que atendia apenas aos interesses de mercado, uma forte ferramenta de controle social. Somente nos anos 80 que os estudos de recepção realizados por autores como Jesus Martín Barbero (1987) e Guillermo Orozco Gómez (1992), possibilitaram a compreensão da recepção da telenovela como um fenômeno de cultura, que não apenas se insere nos processos ideológicos e de persuasão.

Em *Mediações na produção de TV: um estudo sobre o Auto da Compadecida*, Maria Isabel Orofino (2006) reforça esse conceito de que a telenovela é um reflexo das dinâmicas sociais, culturais e históricas de quem a assiste, mais ainda, é o espelho de uma nação.

O tema “da nova classe média”, ao longo do ano de 2011, apareceu como um forte apelo sobre o que estava ocorrendo de mais expressivo no contexto da sociedade brasileira. Esse tema atualiza no melodrama a forma de recuperação da memória popular e a forma de indicação dos “*modos de presença do povo na massa*”, segundo os estudos de Martín-Barbero (1992). O que estaria em jogo no melodrama, ainda segundo o autor, é o “*drama do reconhecimento*”, o que cabe perfeitamente para entendermos alguns sinais de identidade dessa nova parcela da população que demanda por reconhecimento tanto simbólico, isto é, mediático, quanto real, materializado na entrada de 40 milhões de brasileiros no mercado de trabalho e de consumo. Assim, temos o drama do reconhecimento dessa parcela da população afetando todas as mídias, principalmente a televisão, nas telenovelas, nos programas de humor

e até jornalismo.

A tomada de decisão das redes brasileiras em tornar a programação da televisão mais popular não deve ser entendida como simplificação ou produção de conteúdos mais apelativos, mas, antes, como um processo bastante difícil de inclusão, novas vozes ou demandas nessa programação. Desta forma, chegamos a 2011 com uma oferta crescente de oportunidades de se fazer e de ver televisão de diferentes maneiras. E a nova classe C querendo se vir retratada, pelo menos nas três telas: da TV, celular e do computador. Essas experiências novas são de fato um desafio à ficção, principalmente para a telenovela, que deve se reinventar na sua condição “narrativa da nação”, agora também em ambiente transmidiático.

Não resta dúvida de que a novela constitui um exemplo de narrativa que ultrapassou a dimensão do lazer, que impregna a rotina cotidiana da nação, construiu mecanismos de interatividade e uma dialética entre o tempo vivido e o tempo narrado e que se configura como uma experiência ao mesmo tempo cultural, estética e social. Como experiência de sociabilidade, ela aciona mecanismos de conversação, de compartilhamento e de participação imaginária. A novela tornou-se uma forma de narrativa sobre a nação e um modo de participar dessa nação imaginada. Os telespectadores se sentem participantes das novelas e mobilizam informações que circulam em torno deles no seu cotidiano. (IMMACULATTA, 2003, p.30).

Outro destaque de 2011, e não deixa de estar ligado ao que foi apontado antes, foi o fato deste ano, especificamente, ter sido considerado o ano das redes sociais. Em pouquíssimo tempo, o brasileiro tornou-se o terceiro maior usuário de rede social do mundo (hoje já é o segundo) e o Brasil o sétimo mercado de internet do planeta, segundo dados da OBITEL⁶⁴ Com a expansão da banda larga, a internet já é apontada como a mídia que mais cresce no país. As conversões diretas e indiretas sobre a telenovela começaram a expandir o repertório compartilhado e tornaram mais complexa as relações entre as diversas plataformas, ou entre os diversos espelhos.

É preciso reforçar também aqui o quanto, nos últimos anos, foi feito de investimento nas classes C, D e E no Brasil, na nova classe média emergente, pelos recentes governos brasileiros. Em parte, por continuidade e fortalecimento do projeto petista Brasil Sem Miséria, da era Lula. Mas, também como estratégia de enfrentamento da crise global, projetando no aquecimento da economia interna a solução para o equilíbrio da balança comercial. A facilidade do crédito, as políticas assistenciais como o bolsa família, o bolsa escola, minha casa minha vida, projeto cegonha, entre outros programas de transferência de renda que ajudaram o país a sair a pobreza extrema, que caiu de 12% em 2003 para 4,8% em 2008, tornou possível, por exemplo, o país chegar em 2012 com a menor taxa de desemprego desde

⁶⁴ <<http://especial.globouniversidade.redeglobo.globo.com/livros/Obitel2012.pdf>>.

2003, dados da PME – Pesquisa Mensal de Emprego, divulgada pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. O ganho do trabalhador também cresceu em 2,7% de 2011 a 2012, condições que levaram esse trabalhador a consumir mais e a ter mais crédito no mercado.

Esses dados ganham reforço com a matéria intitulada *O Crescimento é Um Espetáculo?*, de Amélia Gonzalez, publicada em janeiro de 2013, que afirma que, segundo um artigo da revista *The Economist*, o maior fenômeno das próximas décadas será o crescimento da classe média em todo mundo.

Em 2005, o economista e consultor indiano C. K. Prahalad escreveu um livro – “A riqueza na base da pirâmide”, disponível em português pela Bookman – que dava uma orientação segura para as empresas sobre o lucro que elas poderiam ter se investissem em mercados de pessoas pobres. Quando o indiano — que morreu aos 68 anos em 2010 — começou a traçar sua teoria, em 1995, o mundo tinha mais de quatro bilhões de pessoas que viviam com menos de dois dólares por dia. Hoje, segundo os últimos dados do Banco Mundial, esse número baixou para 1,29 bilhões de pessoas. Ainda assim, um público e tanto para as empresas que gostam de ouvir o tilintar de moedas, mesmo que em conta-gotas.⁶⁵

Ainda segunda a matéria, a empresa brasileira Casas Bahia mereceu mais de 20 páginas no livro de Prahalad com o subtítulo “Realizando um sonho”. O sonho é o de possibilitar aos pobres consumirem produtos que antes eles nem podiam imaginar em ter. Dar crédito é ajudar uma pessoa a ter mais cidadania e auto-estima, disse o dono das Casas Bahia, em entrevista. Para ele, se o Brasil tem muitos pobres, é claro que eles precisarão de seu crédito para conseguir viver com mais dignidade. Foi esse pensamento que atraiu Prahalad.

Quem decidiu investir nesse mercado emergente percebeu que ele já podia ter seu lugar ao sol no mundo do consumo. A informação da revista britânica, que não traz exatamente uma grande novidade, virou notícia no mundo todo porque é a principal conclusão do relatório da agência National Intelligence, dos Estados Unidos, divulgado nos últimos dias do ano de 2012.

A reportagem da *The Economist* conta ainda o caso da PepsiCo, que, por exemplo, apimentou um salgadinho para se adaptar ao gosto dos indianos. A Kraft pôs menos açúcar em seus biscoitos e lançou um chá verde, enquanto o dono da Louis Vitton fez parceria com uma empresa de agronegócios para produzir um espumante chinês. Tudo para agradar “o gosto do freguês”.

Foi o que perceberam as grandes empresas como a Rede Globo de Televisão. Nesse ambiente foi gestado o projeto de *Avenida Brasil*.

⁶⁵ <<http://www.portaldomeioambiente.org.br/blogs/amelia-gonzalez/6147-o-crescimento-e-um-espetaculo>>, Acesso em : 27 jan. 2013.

Sinto que essa ideia de que a população quer ver os ricos nas novelas é cada vez menos importante. As pessoas preferem se ver, a ver uma realidade que não é a delas. Eu me toquei disso quando vi o quanto a Donatela (Claudia Raia em “A favorita”) era estigmatizada por ser rica e o quanto interessava pouco às pessoas ver aquele universo, aquela família de elite. O desafio é fazer cada vez mais um produto de massa. (CARNEIRO,2012)⁶⁶

Segundo a Agência Brasil, há no total 105 milhões de brasileiros nesta classe social, a Classe C. O estudo da FGV conclui também que a desigualdade no Brasil vem caindo desde 2001. De 2001 a 2009, a renda per capita dos 10% mais ricos aumentou em 12,8 % ao ano, enquanto a renda dos mais pobres cresceu a uma taxa de 69,08 % ao ano. Os números deste estudo comprovam uma significativa mobilidade social que vem levando os integrantes dessa nova classe média a alterar seus hábitos de alimentação, estudo, moradia, lazer e transporte. O critério socioeconômico utilizado pela FGV para denominar essa Classe C, ou classe média, aponta para o grupo que tem renda familiar entre R\$ 1.200,00 e R\$ 5.174,00.

Hoje, a Classe C não é só a maioria absoluta da audiência, mas também a maioria do mercado consumidor, segundo o Instituto Data Popular. Ela possui metade dos cartões de crédito do país e movimentou, em 2011, um trilhão de reais!

Para este “novo” consumidor, há que se entender o mercado não apenas como simples lugar de troca de mercadorias, mas como território de interações, no qual espaços de escolha, de diálogo entre sujeitos, de satisfação de necessidades materiais e culturais escrevem a complexidade da sociedade contemporânea. (IMMACULATA, 2002.)

O diretor do instituto de pesquisa Data Popular, especializado na nova classe média, Renato Meirelles, em entrevista para Júlia Dias Carneiro, da BBC Brasil⁶⁷, afirma que a novela reflete uma Classe C que quer se ver. Diferente do novo rico do passado, que queria aparecer quem não era e tinha vergonha de falar de onde vinha. No Divino, os personagens que ganharam muito dinheiro não quiseram sair do bairro, e se não vivem uma vida com acesso a todos os bens, vivem o “*aspiracional possível. É o que está “ao alcance das mãos.”*”

Em entrevista para esta pesquisa, o diretor José Luiz Villamarin disse que, antes de começar a novela, observou e estudou muito a Avenida Brasil. E num certo momento, ao deparar-se com o Instituto Oswaldo Cruz, no alto de um morro, olhando para aquele castelo que é uma joia da arquitetura neomourisca, pensou imediatamente na casa de Tufão, que deveria ser como um palácio, de onde ninguém desejasse sair, independente do local onde estivesse. Assim, foi criado todo o bairro do Divino, como um lugar de onde não se quer sair.

⁶⁶ Diário Do Nordeste em Reflexo da vida real.
<<http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=1139652>>. Acesso em: 18 nov. 2012.

⁶⁷ Avenida Brasil' reflete 'uma classe C que quer se ver:
<http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2012/10/121019_avenidabrasil_jc.shtml> , Acesso em: 22 ago. 2013.

E onde os moradores pudessem estar de bem com a vida. *“A imagem do morador que sonha em sair do subúrbio ou da periferia é muito cristalizada. Nossa idéia foi fugir disso, e criar um subúrbio gostoso, alegre, onde exista prosperidade.”*, afirmou também o diretor de núcleo Ricardo Waddington, em entrevista para o jornal Fôlha de São Paulo⁶⁸.

Foi neste espelho que se viu mais da metade da população brasileira, que na última década, absorveu 40 milhões de pessoas que saíram das classes D e E. Mais da metade da população brasileira, 55%, já pertence à classe média. A informação é da Secretaria de Assuntos Estratégicos (SAE) da Presidência da República.

Para o autor João Emanuel Carneiro, a novela não foi escrita pensando na classe C. *“É para todas as classes, mas tem uma coisa do neo-realismo de mostrar a poesia e a vida sofrida do proletariado. O lixão, por exemplo, é exatamente isso”*, afirmou em entrevista para matéria do O Jornal O Globo⁶⁹.

O professor e pesquisador de cinema da Universidade Federal Fluminense/UFF, Tunico Amâncio, na mesma matéria diz que se viu intrigado com a novela desde seu início. *“O diferencial é o alto volume de peripécias e ganchos que são propostos e desfeitos com uma velocidade grande. A novela atinge as classes exatamente pela mobilidade intensa dentro das linhas narrativas. O fato de ser focada na classe c não me parece extraordinário, e sim o valor da sua fatura dramática. Com altos e baixos, naturalmente. Além de lidar com sentimentos intensos e recorrentes.”*

Ainda na mesma matéria, outra estudiosa da potência da novela *AVENIDA BRASIL*, a pesquisadora Heloísa Buarque de Holanda pensa que a produção é um sucesso pelo talento do autor. *“Tem uma questão de classe c interessante. Em entrevista, ele disse que não fala dessa classe, mas sim da Vieira Souto. As pessoas da Vieira Souto são caricatas, as da classe c, não. A classe c deve adorar ver a zona sul caricaturizada.”*

Para Maria Emmaculata Lopes, coordenadora do Centro de Estudos de Telenovela da USP, a telenovela, no Brasil, mais do que entretenimento. *“João Emanuel captou o espírito que vivemos hoje. E isso vai além da classe C. O país passa por um momento de orgulho e otimismo. O fato dele focar no subúrbio, na periferia tem tudo a ver com isso. O Tufão é um cara rico que podia ter saído dali, mas preferiu preservar a identidade, o orgulho. Os brasileiros vivem uma fase orgulhosa.”* A afirmação também está na matéria de O Globo, que traz o título de *Intelectuais, chefs, estilistas e políticos: não foi só a classe c que se encantou*

⁶⁸ <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/60250-a-vez-do-suburbio.shtml>>, acesso em: 22 ago. 2013.

⁶⁹ <<http://oglobo.globo.com/revista-da-tv/intelectuais-chefs-estilistas-politicos-nao-foi-so-classe-que-se-encantou-com-avenida-brasil-5971515>>, acesso em: 2 set. 2012.

com *Avenida Brasil*.⁷⁰

A mesma opinião tem a diretora da escola de Comunicação da UFRJ, Ivana Bentes: “*É uma novela sobre mobilidade social e que dramatiza essa mobilidade entre grupos sociais diferentes, com gosto estético distinto, com comportamento social próprio, de forma inteligente, fazendo uma crônica do presente.*”, também na mesma entrevista para o jornal O Globo.

Além do retrato de uma classe, de um momento por que passa a nação, a narrativa de *Avenida Brasil* constrói também um modelo ideal de periferia, de subúrbio. Uma análise que foi possível fazer ao entrevistar dezenas de moradores de uma periferia parecida com a do bairro Divino, modelo criado pela ficção. Percorrendo a periferia real, pude encontrar espaços similares ao do Bar do Silas, ao Salão de Monalisa, ao Clube do Divino, até a rica casa de Tufão. E personagens que traduziam os personagens da novela. A “pirigueti aririnha” que só pensa em se dar bem, como a Suelen, a bem sucedida empresaria, como Monalisa, que se orgulha do sucesso, o dono de uma transportadora que construiu uma mansão, de onde não quer sair, como Tufão, entre outros...

Num primeiro momento, como já havia apontado, as pessoas entrevistadas se identificaram com o bairro fictício do Divino e disseram que no bairro delas aconteciam as mesmas coisas que aconteciam no bairro da novela. Voltando 15 dias depois para entrevistar o mesmo grupo, as pessoas já estavam mais íntimas e começaram a dizer que não era “bem assim” o bairro onde viviam. Não havia transporte adequado, postos de saúde, não havia gente se intrometendo na vida do outro a todo instante, e os trabalhadores saíam muito cedo de casa e voltavam tarde da noite, muito cansados. A vida no Bar do Silas, no Clube e no cabeleireiro era mais para um final de semana. E que se quisessem um limão para fazer uma caipirinha, tinham que ir ao supermercado comprar, como qualquer pessoa, de qualquer lugar. Era difícil achar um limoeiro no fundo do quintal de casa, como apareceu na novela. Fato que marcou muitos entrevistados, que acharam graça o autor pensar que a periferia podia ser um tipo de roça, onde se planta alface e se colhe frutas no quintal.

Mas, havia algo de unânime entre todos entrevistados. Para eles, a cada dia, menos gente desejava sair do subúrbio para morar em um lugar mais central. Eles fizeram da periferia o centro. As pessoas tinham, de fato, um amor pelo local onde viviam. Pelas relações estabelecidas entre seus próximos. Realidade que consideravam ser consequência das novas políticas sociais implantadas nos últimos anos pelo governo, pelo aumento de programas na

⁷⁰ <<http://oglobo.globo.com/revista-da-tv/intelectuais-chefs-estilistas-politicos-nao-foi-so-classe-bque-se-encantou-com-avenida-brasil-5971515>>, acesso em: 2 set 2012.

televisão que retratavam a periferia e sua cultura, pelo acesso maior à educação, seja através das cotas ou não, pelo aumento da auto-estima proveniente de todas essas questões citadas anteriormente.

Desse modo, a novela espelhava esse orgulho que essas pessoas sentiam. Elas também achavam que era possível enriquecer por lá, como os personagens, e transformar a periferia num outro mundo, menos violento, diferente daquele noticiado nas páginas policiais.

Há tempos a telenovela brasileira faz uso da autorreferencialidade e da metalinguagem como recursos narrativos e estilísticos, mais ou menos explicitamente, para a construção de personagens e, conseqüentemente, de tramas. Segundo Lopes e Gomes (2012), autores como Aguinaldo Silva, Benedito Rui Barbosa, Cassiano Gabus Mendes, Dias Gomes, Gilberto Braga, Glória Perez, Lauro César Muniz, apenas para citar alguns, empregaram em suas histórias personagens, bordões e até mesmo núcleos dramáticos inteiros de outras narrativas ficcionais, evidenciando, dessa forma, a construção interdiscursiva da telenovela.

Esse tipo de construção narrativa demanda do telespectador operações de produção de sentido ancoradas em interpretações características de um leitor de segundo nível (Eco, 1997). Em algumas ocasiões, a função metalinguística torna-se mais evidente por meio de personagens que comentam, comparam os conflitos e situações dramáticas a outros já apresentados em outras telenovelas do próprio autor ou de outros autores. A função desses personagens é ativar a memória do telespectador e permitir, entre outras possibilidades, a produção de sentidos ancorada na identificação de conhecimentos/sentimentos compartilhados pelo personagem e pelo telespectador. [...] Enfim, todas essas telenovelas adotaram instâncias de enunciação que remeteram à noção de metaficção, caracterizando a “condição narrativa da autorreferencialidade, do relato sobre si mesma, da inserção no texto narrativo das próprias preocupações pelo estatuto da narrativa” (CALATRAVA, 2008, p. 138).

“Esse olhar sobre si é uma característica das narrativas modernas, que, como a telenovela, proporcionam ampliação das relações entre os mundos reais e os mundos possíveis (LOPES; GOMES, 2012, p.161).” Foi o caso da novela *Avenida Brasil*, onde os toques de celulares dos personagens do Bairro do Divino reproduziam a trilha sonora da própria novela, ou ainda, uma personagem fazia paródia de uma música do repertório da própria novela que tinha virado hit nas rádios. Ou mesmo quando um personagem se apropriava do bordão de outro personagem, numa crítica bem humorada entre a ficção e a realidade. Num primeiro momento, tais comentários e apropriações causavam um distanciamento, depois uma aproximação, como se aquela apropriação da realidade autorreferente fosse um segredo, uma piada, ou um chiste a ser compartilhado entre amigos.

A novela também procurou se aproximar do cinema documental, usando um tipo e

câmera na mão e certos improvisos de cena, aproximando as imagens normalmente chapadas do vídeo àquelas carregadas de alguma profundidade, reforçando a narrativa que se aproxima ou se apropria da realidade.

Como disse Roberto Irineu Marinho, nas comemorações, em 2005, de 40 anos da emissora mais importante e influente do país, a Rede Globo, “de fábrica de produção de sonhos”, teria passado a ser “uma usina de realidade”. (FELDMAN, 2008).

Mas, que usina de realidade quer a TV Globo construir? Em *Avenida Brasil*, a imagem de uma Classe C emergente, produtiva e consumidora de muitos bens materiais e imateriais.

Em *Avenida Brasil* o folhetim foi construído adaptando sua narrativa a narrativa dos seriados atuais, com cada capítulo fechado em si, com fortes ganchos e velocidade de acontecimentos. E o mais impactante, com os sonhos dos personagens construídos de modo a serem quase tão reais como os sonhos dos telespectadores.

É neste sentido que a telenovela que nasceu do folhetim, que cresceu no rádio, que saltou para a TV, sempre tentando fidelizar seus seguidores através da venda de produtos dentro das produções e durante os intervalos comerciais, deixou de ser vista com mero produto de consumo, mas também como uma obra de produção de sentidos, inserida no contexto cultural, sendo ela mesma constitutiva dessa cultura.

3.2 Criando Avenida Brasil

O tema de *Avenida Brasil* era a vingança. Que tem como cenário o território existencial da Classe C emergente.

É uma típica história sobre vingança como *Revenge*⁷¹, uma série americana de muito sucesso também. Em ambas as histórias, uma heroína nada convencional se insere dentro de uma família rica, com outra identidade, para vingar a morte do pai. Em *Avenida Brasil*, a menina Rita, que foi abandonada num lixão pela madrasta após a morte criminosa do pai, cresce, torna-se uma excelente chef de cozinha fora do país. Com outra identidade, Rita retorna para o Brasil como Nina e conquista o cargo de cozinheira na casa da madrasta, que não sabe quem ela é, e que agora está casada com um rico jogador de futebol.

⁷¹ <http://pt.wikipedia.org/wiki/Revenge_%28s%C3%A9rie%29>. Acesso em: 22 nov. 2012.

Eis como um mito pode ser atualizado ao longo da história por apropriações da narrativa (ROCHA, 1996). Rita tem o amor ao pai e ódio à madrasta - o mito de Édipo/Eletra visto por Freud.

A menina órfã, que sabia a Verdade (as falcatruas da madrasta), foi em busca de revelar a Verdade para obter o poder (desmascarar o mal) - corresponde ao mito de Édipo interpretado por Foucault.

E a menina que nasceu no subúrbio feliz e foi jogada no lixão (infeliz). Foi adotada por pais argentinos (feliz) e, depois da morte deles foi se empregar como cozinheira na casa da madrasta (infeliz). Na casa da madrasta, reencontrou seu amor de infância (feliz) no meio de sua trama de vingança pela morte do pai (infeliz). O que dá origem a Nina/Rita. Mas, o que de fato origina Nina/Rita? O amor do pai ou o ódio da madrasta? O amor do namorado de infância ou o seu desejo de vingança? Eis o mito de Levi Straus sobre o Édipo, reinterpretado também.

Em *Avenida Brasil* entramos também nesse mundo mítico, onde acordos impensáveis do destino podem ser feitos, como o reencontro de duas crianças que viveram num lixão, vinte anos depois, numa mansão do subúrbio carioca chamado Divino.

Mas, o que *Avenida Brasil* fez de excepcional foi ter começado sua trama num lixão e terminado essa trama no mesmo lixão. Ricos e pobres, num mesmo lugar. É o que relata o diretor José Luiz Villamarin em entrevista para esta pesquisa em 27 de janeiro de 2013.

“Um lixão de onde foi possível ver beleza, dignidade, amor, compaixão, trabalho, união. Uma metáfora da esperança para quem em condições como aquela acha que só existe espaço para sofrimento e dor. Inspiramo-nos em vários filmes, mas aqui, principalmente, no filme *Quem Quer Ser Um Milionário*. Claro, diminuimos as tintas, mas guardamos a poesia.”

Ainda segundo o diretor, se isso fosse falado há alguns anos, que uma novela ia começar e acabar num lixão, pareceria loucura de um autor em devaneios. Ele mesmo como diretor, se assustou ao ler a sinopse de *Avenida Brasil*. É isso mesmo? Foi a pergunta que se fez. Mas, o autor não só criou essa situação improvável como colocou todas as ações que moviam a trama partindo do plausível bairro do Divino, que poderia bem ser Madureira, Cascadura, um bairro de Duque de Caxias. Uma surpresa e uma novidade.

A zona sul carioca tão cantada em versos e prosas tornou-se uma caricatura, enquanto que a classe C se fez inteligente, esperta e humana. Todos os personagens da novela acabaram, no último capítulo, morando neste subúrbio dos sonhos, onde foi possível se ver

novos arranjos familiares, como Cadinho e suas três esposas e Suelen e seus dois maridos. "O subúrbio finalmente apareceu na televisão, sem folclore e sem ideologias", escreveu no jornal "O Globo" o diretor de cinema Arnaldo Jabor, para quem a telenovela "*matou nossa fome de verdades*".

“Verdades” que estavam nas lentes fixas usadas, segundo Villamarim, pela primeira vez num set de gravação de uma telenovela, como disse em entrevista para esta pesquisa em 27 de janeiro de 2013.

Parecia que demorava mais, ter que trocar as lentes, mas não. O tempo é quase o mesmo, e a qualidade, a impressão, a textura é totalmente outra. Dá muito trabalho, tem o foquista, mais não sei o quê, aumenta o tempo de produção, todo mundo dizia isso. Mas, eu insisti com o Ricardo Waddington, o diretor geral, (...) e quando a gente começou a testar, ah, tá lento, mas não eram as lentes que deixavam lento, é que era muito difícil o que a gente estava fazendo, uma interpretação fora do lugar, perdia o foco, tinha que voltar, é milimétrico, mas, a lente, marcada no relógio, trocá-la não demorava absolutamente nada! E uma lente fixa dá uma textura maravilhosa. Se vc começar a entender, souber usar lente a favor da imagem, da história, da narrativa, ai vira outra coisa, vira uma coisa nova. Eu tenho uma lente para nós dois aqui, e eu quero só você, eu pego uma lente aqui, e se eu colocar uma cem lá, eu fico desfocado e você vai ficar aí, entendeu? Se eu quiser nós dois, eu uso uma 35 aqui, entra tudo no quadro, tudo chamando a atenção. Então, essas opções na imagem foram novidades e foram determinantes junto com uma pesquisa de fotografia, a gente fez várias pesquisas de luz, de vapores, de sóis, veio o Fred (Fred Rangel, fotógrafo da novela), a gente discutia, como é que a gente vai usar isso, que os filtros que a gente vai usar? (VILLAMARIM, 2012).

O trabalho, ainda segundo entrevista com Villamarim, para compor aquele lixão foi uma obra à parte dentro da construção estética da novela. A equipe de direção foi inúmeras vezes ao Lixão de Gramacho e de Belford Roxo, fotografaram várias vezes o nascer e o pôr do sol. Verificaram como aquela população se relacionava com o trabalho, no meio da fumaça, do cheiro forte, com os urubus passeando sobre suas cabeças. Aliás, esses pássaros foram os únicos detalhes que eles não conseguiram reproduzir no Lixão de *Avenida Brasil*. Mas, o resto, tentaram traduzir exatamente o que viram. Segundo o diretor, ele acha que ficou bem próximo da realidade.

A base do cenário do Lixão de *Avenida Brasil* foi feita de todo tipo de entulho de obras. Por cima, foram colocados vários tipos de materiais velhos, como panos e sacolas. Para dar mais veracidade ao que se viu na tela, entraram em cena várias quinquilharias, como brinquedos antigos envelhecidos, explicou Alexandre Gomes, o cenógrafo da novela.

Como o lugar gigantesco não tem teto, todo cuidado era pouco para evitar que a chuva estragasse a obra de arte. A direção, segundo Villamarim, teve muito cuidado com a escolha do material para não prejudicar os atores. Era um lixo selecionado, não havia nada orgânico, justamente

para não contaminar o ambiente.

Antes de chegar ao resultado final, Villamarin e sua equipe foram à Gramacho conversar com pessoas que viviam ali, num trabalho que começou no meio do ano de 2011. A fotografia, ele conta, foi feita a partir de referências de artistas plásticos africanos. “*Queríamos buscar esse tom árido que remete ao deserto. Foi estimulante, um grande desafio, cujo resultado ficou bem legal.*”

Se por um lado, o Lixão mostrava as mazelas de se viver do lixo, a exploração da mão de obra infantil, a precariedade em todos os sentidos, por outro, trazia também uma beleza, uma espetacularização das imagens dos substratos, e até poesia, como aconteceu durante as cenas do casamento de Rita e Batata. Um lixo extraordinário, capaz de produzir arte, como aparece no documentário de Vick Muniz? Para direção da novela, esse foi o objetivo.

Mas, a própria emissora, na época, mostrou através do programa jornalístico *Profissão Repórter*⁷² exatamente o oposto: pessoas que ainda estavam vivendo no Lixão de Gramacho, mesmo depois do seu fechamento, e que dificilmente conseguiam encontrar arte entre detritos e substratos humanos. As crianças, quando indagadas sobre o desejo de futuro, não tinham dúvidas ao afirmarem que o futuro melhor seria fora dali, seria estar em uma escola, em não ter que trabalhar, em não ter que ajudar a mãe sem condições alguma de sobrevivência, seria estar brincando com brinquedos limpos, comendo em mesas fartas e saudáveis, seria estar noutro lugar e não ali. Mesmo que retirassem dos restos alguma alegria ao montarem espaços de divertimento e recreação.

Sobre o efeito documental que imprimiu às cenas do lixão, Villamarim esclarece que a cada cena que tinham que gravar no Lixão era preciso levar muita gente, além da equipe habitual de uma externa, muitos técnicos, desde o profissional responsável pelos efeitos especiais, os profissionais das várias máquinas de fog, fotógrafo, assistentes, etc. Eles só gravavam com câmera na mão. Uma, no máximo duas. Muitos planos fechados, outros desfocados, planos sequências e uma proximidade com os atores para que pudessem trabalhar concentrados.

Nesse processo, a equipe viu muitos filmes argentinos, aonde a estética vinha em função da dramaturgia. Por isso, também em *Avenida Brasil*, Villamarim afirma que uma das prioridades foi retirar o máximo de cada ator. Alguns com pouquíssima idade estavam estreando nas telas: “*Não quisemos tirar esse frescor deles. Muitas vezes eu acabava de gravar e ia à sala de edição, editar cada cena, dar o tempo necessário a elas.*”

Ainda sobre o aspecto documental da novela, Villamarim comenta que a câmera na

⁷²< <http://globoTV.globo.com/rede-globo/profissao-reporter/v/fechamento-lixao-de-gramacho-parte-1/2056249/>>

mão dá uma fluidez, traz o documental mesmo, é inerente a ela. E que as pessoas já aceitam mais essa câmera, “... porque ela também flui, parece que ela faz a cena desamarrar um pouco, com a câmera na mão a coisa fica solta. Em *Paraíso Tropical*, a novela do Gilberto Braga, eu fazia algumas cenas de ação com câmera na mão. Eu venho perseguindo, isso já é uma coisa minha, eu venho buscando, decidindo, de uns tempos pra cá, esse tom documental, mesmo antes de *Paraíso Tropical*, em *Paraíso Tropical* mais, e depois em *Força Tarefa* de novo, mas, assumidamente como estética mais exacerbada aconteceu mesmo em *Avenida Brasil*.”

Questionado se tinha sido isso que tinha imprimido um tom mais cinematográfico à produção, Villamarim confirma que se tem falado muito sobre essa questão entre os profissionais. Ele concorda que aumentou muito a qualidade das imagens da televisão com as novas câmeras digitais e as novas formas de gravação. Ele lembra também das séries americanas que chegaram ao mercado com muitas inovações, tanto estéticas quanto narrativas, o que acaba influenciando nossas telas também. “Por isso, quanto mais a gente vai assumindo determinadas formas, a câmera na mão vai ficando cada vez mais inerente, a quebra de eixo passa a ser mais natural, o erro passa a ser estilo, é essa confusão estética do século 21, que está existindo e que o pessoal tá curtindo fazer, um espaço diferente começa a surgir.(...) Mas, não adianta nada fazer uma cena com uma câmera na mão se você não sabe dirigir um ator, trabalhar um texto com o ator, essa é a diferença de **Avenida Brasil**.”

O diretor conta como era o processo de gravação: “A gente tinha uma bíblia e trabalhava com essa bíblia direto, fazíamos o que a gente chamava de jazz, tudo era muito estudado, pensado, muito cuidado com o texto, mas, a gente dirigia o ator, trabalhava ele, e depois soltava ele para “cacear”. Aí a gente trazia de novo para cena, aproveitando a improvisação. Faz, improvisa, faz de novo, era assim. Mas, isso é uma coisa do jazz da direção. Você tem um tema, segue o tema e de repente, improvisa. O improviso misturado com a bíblia. O texto tá lá, você solta, improvisa com ele, e depois volta nele, improvisado, o jazz é isso”.

Nesse contexto descrito pelo diretor de *Avenida Brasil*, podemos fazer uma aproximação do que ele chamou de direção jazz com o que Comolli descreve como “ver”, em seu artigo “*Ver e Poder: A Inocência Perdida*”:

Ver é um modo de atravessar as coisas, de passar por entre os limites, de povoar as bordas, de variar. O xamã e o guerreiro ameríndios postulam que para conhecer-ver-experimentar é preciso suprimir aquilo que é impedimento e acrescentar aquilo que permite deslizar entre as coisas, entrando numa linha de fuga que é a ligação entre o indiscernível, o imperceptível e o impessoal. Para eles, ver, sonhar, existir são atitudes e condições que se transformam incessantemente, pois humanos e não

humanos são estado transitórios, em puro devir. (COMOLLI, 2008, p.42)

Em outro trecho, acrescenta:

O que queremos dizer é que filmar no cinema documentário significa “devir-outro”, “devir-filmado”, o que implica total despojamento, pois, como diria o antropólogo Marcio Goldman, o devir é o que nos arranca não apenas de nós mesmos, mas de toda identidade substancial possível. Trata-se, pois, de apoiar-se em diferenças não para reduzi-las às semelhanças (seja absorvendo-as, seja absorvendo-se nelas), mas para diferir, simples e intransitivamente. (COMOLLI, 2008, p.36).

O exercício do jazz na direção de Villamarim aproxima-se desses conceitos, apropriando-se do que ele chama de “cacear” e “improvisar” diante da câmera. É um exercício de diferenciação de fato, pois ao assistir com minha filha de 11 anos umas cenas no Lixão e no Bairro do Divino, de *Avenida Brasil*, o comentário dela foi o seguinte: “*Eles erraram aqui, mãe. Olha só, a câmera está tremendo, e está tudo mais escuro. Não, eles erraram?, insistiu...*”

Para ela, acostumada ao padrão televisivo das séries e animações americanas, principalmente, aquela sequência fazia com que algo parasse o tempo de sua observação, criando um espaço de reflexão para imagem que estava tanto dentro, quanto fora da tela.

Minha filha estaria exatamente naquele espaço que Comolli (2008) chamou de “mau lugar do espectador”. Diferente do “bom espectador”, que considera que tudo lhe é dado, deve ser dado pelo caminho do menor esforço, sem nenhum risco. Esse espectador não deseja viver com as imagens uma experiência de distanciamento que o auxilie a refletir sobre o que nos acontece. Ele deseja que elas lhe proporcionem fortes emoções, que elas lhe ofereçam a sensação de controle, que elas afirmem a onipotência do seu olhar. Sem o saber, esse espectador está ocupando o que Comolli (2008) denomina de “bom lugar”.

Para Comolli (2008), o mau lugar do espectador é um lugar incômodo, pois exige que ele se engaje na construção dos sentidos das imagens. Entretanto, esse é o único lugar que funciona como motor de mudanças na medida em que é capaz de tensionar e torcer o mecanismo do olhar, incitar o espectador à sua própria transformação crítica, fazer cintilar o invisível como a superfície mesma do visível.

A mesma sensação foi sentida pelos telespectadores ao conviver com o fictício bairro do Divino e suas múltiplas vozes dobradas, uma por cima das outras, numa construção sonora inédita até então nas produções ficcionais seriadas, principalmente, nas telenovelas.

Villamarim explica que essa inovação aconteceu de forma orgânica. “*Teve isso, usou-se a marcação, o ruído e a música, elas dobravam o som, mas ficou orgânico aquilo. Num primeiro momento a gente ficou com dúvida, será que está demais? Mas, aquilo foi dando*

uma pontuada, umas pontuações que somaram. Mais uma vez eu cito o jazz. É difícil fazer, isso nunca foi feito, nesse grau de interferência, que eu me lembre, não.”

O diretor lembra ainda que essa improvisação nasceu naturalmente também: *“A gente improvisar, a gente deixar os atores entrarem. A gente começou assim: eu lembro um dia que eu fui gravar o Cauã - o ator Cauã Reymond - e ele começou a colocar uns cacos ali. E aí perguntou, como é que está, está bom, não está? Bom, o João - João Emanuel Carneiro - gosta, o Cauã falou. O Cauã já tinha feito uma novela dele. Depois, o Murilo Benício um dia também disse, o João adora! Aí a Amora – Amora Mautner, outra diretora da novela - começou a usar isso muito lá do outro lado – referindo-se à casa do Tufão – e aí eu também comecei a fazer muito, a gente foi então incorporando isso, o João gostava e virou parceria. A gente ensaiava um pouco, como disse antes e depois soltava, para os atores improvisarem. Ficou tão orgânico que me disseram que alguns atores tiveram dificuldades para voltar a gravar outras produções sem essa liberdade, sem esse improviso.”*

Sobre as referências cinematográficas que foram atualizadas em *Avenida Brasil*, como Tarantino e Fellini, José Luis Villamarim cita alguns filmes que serviram de referência ao trabalho de direção na novela, que inspiraram os diretores, como *“Quem Quer Ser Um Milionário”*, *“Estamira”*, entre outros. *“Quem Quer ser Um Milionário foi um filme que a gente viu, mas o cítrico do filme, por exemplo, a gente não gostava, a gente não queria, e nem aquela linguagem, tinha uma coisa documental, mas era muito alegre, muito pra cima, muito exagerado, a gente abaixou o tom dele. A gente viu muito cinema argentino, a Lucrecia Martel foi uma referência para gente. A gente não tinha uma cena, uma passagem, mas conceitos. Durante a gravação da novela isso não existe, se vem é porque já está na cabeça da gente, meio no inconsciente. A gente buscou conceitos. (...). Em Avenida Brasil tem muito Eduardo Coutinho, tem Estamira, tem muito documentário naquele Lixão. A gente viu muito filme, eu vi um filme do Bangu, que eu não vou lembrar o nome, também um filme do Artur Fontes, que era legal, sobre uma família de São Paulo, eles filmaram e depois, dez anos depois, eles voltaram e filmaram de novo, isso foi referência para gente (refere-se ao filme Família Braz, dos diretores Arthur Fontes Dorrit Harazim, 2000).*

A concepção da Carminha, como personagem, acrescenta Villamarim, foi inspirada em todas as “peruas” da Barra da Tijuca, nos perfis dos facebooks de todas as “peruas” do Rio. Para os jogadores de futebol foi feita uma pesquisa com todos os jogadores de futebol carioca, tipo de roupa, brinco, cabelo, comportamento; até o pai do Romário e a família dele serviram de dados para a construção dos personagens e da tipologia deles. *“A gente vai montando esse mix de coisas, só que aí a gente vai tirando as cores, vai botando a nossa palheta. A*

Carminha era toda na palha, na palheta palhosa, tudo no clarinho, para não bater no dourado, naquela parede dourada. O Tufão, no preto, quando ele botava cor era muito pouca, a cor ficava mais com o Leleco. Tudo isso aí a gente vai estudando. É um filme, né? Isso é como um filme. Mas, para mim o maior desafio foi fazer o lixão e não ter rejeição. Era o medo que eu tinha. Uma novela que tem uma criança largada num lixão, naquela sujeira, naquela desgraceira, tinha medo de que a pessoas não fossem querer assistir. Era o maior desafio, sem dúvida. (...) Mas, deu certo”.

4 PRODUÇÃO DE SUBJETIVIDADE E TERRITORIALIZAÇÃO EM AVENIDA BRASIL

Os avanços tecnológicos, estéticos, narrativos, principalmente da mídia eletrônica, e especificamente da novela, aproximam universos de todas as espécies, numa variedade e densificação cada vez maiores. Segundo Suely Rolnik (1997), as subjetividades, independentemente de sua morada, tendem a ser povoadas por afetos dessa profusão de universos, numa constante mestiçagem de forças que delinea cartografias mutáveis e coloca em cheque seus habituais contornos. Isso porque a mesma mídia que intensifica as misturas, pulveriza as identidades, também produz “kits” de perfis padrão de acordo com cada órbita do mercado, para serem consumidos pelas subjetividades, independentemente do contexto geográfico, nacional, cultural, etc.

“Identidades locais fixas desaparecem para dar lugar a identidades globalizadas flexíveis, que mudam ao sabor do mercado e com igual velocidade”, diz Rolnik (1997).

Em outras palavras, tais identidades definem-se não só por certas características, mas também por certa aparência, um “estilo” de corpo, roupa e comportamento ditados pelas tendências do mercado, da moda, daquilo que se quer dar visibilidade no momento. Mantém-se, portanto, o princípio identitário, com a única diferença. As figuras a partir das quais a subjetividade se formata deixam de serem fixas e locais, para serem flexíveis e globalizadas. (ROLNIK, 1998).

Ao mesmo tempo em que em *Avenida Brasil*, a Classe C emergente ocupa o lugar de protagonista da narrativa, recebendo uma visibilidade inédita, ela amalgama a identidade dessa classe num modelo ideal de modos de ser e de estar hoje na sociedade.

A visibilidade da Classe C em *Avenida Brasil* perpassa por vários estratos que vão desde os comportamentos reconhecíveis que se manifestam nos personagens por estereotipia, como a roupa da vadia, do bonzinho, da heroína e da vilã, do trabalhador, do rico da periferia, do pobre da periferia, etc; até os camuflados, subliminares, embutidos nos discursos e enunciados de todos os personagens do bairro Divino para compor, por exemplo, um modelo de Classe C emergente.

São comportamentos prêt-à-porter que tornam visíveis tudo o que não foi nomeado, mas logo será. A prosperidade do subúrbio. O desejo de permanecer nele, a ascensão pelo próprio esforço, as culturas locais, os modos de ser e de estar naquele território.

A composição do lixão, da casa dos ricos, da casa dos pobres, a composição de cada segmento social também são elementos dessa visibilidade.

Vejam os espaços do subúrbio:

Avenida Brasil se passa no Rio de Janeiro, mais especificamente numa periferia carioca, em um bairro fictício que se chama Divino. A região é o cenário para quase todos os acontecimentos da trama. Mas esse subúrbio a que se refere a novela é aquele que os cariocas insistem em denominar de “subúrbio”, fazendo alusão aos bairros cortados pelas estradas de ferro na Zona Norte da cidade do Rio de Janeiro. Isto é, não é aquele lugar mais distante da área central da cidade, de habitat disperso, na franja da malha urbana, suburbano ou quase urbano, de transição espacial entre o rural e o urbano, com paisagem em permanente transformação e movimento, acompanhando a expansão da cidade e sua urbanização, conforme nos localiza o geógrafo Márcio Piñon de Oliveira, da UFF, em seu artigo *Soluções E Esperança Nas Fronteiras Da Cidade*⁷³

Nem é aquele subúrbio da cidade do Rio de Janeiro vista como a cidade partida entre Zona Sul e Zona Norte, sendo o subúrbio a parte onde se projeta para boa parte da tensão vivida no cotidiano da metrópole. Com seus espaços fragmentados, de forte conteúdo sociocultural, revestidos pela roupagem da violência e insegurança. O subúrbio como lugar de pessoas simplórias, trabalhadores pobres, não modernos, precarizados e imersos na violência da cidade; imagem de subúrbio construída na década de 1980, a chamada “década perdida”, e que perdura até os dias de hoje em boa parte das manchetes de jornais, nas suas páginas policiais.⁷⁴

O subúrbio apresentado por *Avenida Brasil* não é necessariamente pobre ou constituído de lugares precários para abrigar os pobres. Excluídos pela expansão da cidade, pelo déficit habitacional da metrópole ou seu alto custo de vida. Nem mesmo aquele subúrbio que abriga a grande empresa, a indústria que não cabe mais na zona urbana.

O subúrbio apresentado pela teledramaturgia de *Avenida Brasil* é próspero, sem violência, amistoso, aconchegante, comprometido com seus moradores, alegre, uma opção para se viver em paz.

Mas, mesmo assim, não deixou de ser retratado como lugar de fronteira, considerando que há sempre “um dentro” e “um fora” da cidade, tanto geograficamente quanto do ponto de vista social. Apresentou-se um dentro e um fora em relação a determinadas representações sociais projetadas para a cidade e que tendem a se fazer hegemônicas com referência ao que é

⁷³ < <http://especial.globouniversidade.redeglobo.globo.com/livros/CadernoGUSuburbia.pdf> > Acesso em: 03 mar. 2014

⁷⁴ < <http://especial.globouniversidade.redeglobo.globo.com/livros/CadernoGUSuburbia.pdf> > Acesso em: 03 mar. 2014

aceito ou não, ao que se considera como razoável para ser respeitado na sociedade. Nesse sentido, o subúrbio foi apresentado como um espaço-limite e limítrofe da ordem espacial e das relações sociais. Limite geográfico e limite social; limite entre o que é legal e o que não é legal; entre o que está dentro das normas, dos comportamentos, das convenções, e o que as transgride.

O subúrbio de *Avenida Brasil*, o bairro do Divino transformou-se em central e deixou como periférica a zona sul da cidade, invertendo os pólos através das escolhas de todos os personagens de viverem no Divino, de encontrarem nesse espaço o “aspiracional possível”, um tipo de felicidade perdida, um “shangrilá” onde até os ricos do Leblon vão desejar estar no final da novela.

O subúrbio de *Avenida Brasil* se expande. A zona sul se estanca. Os negócios do empresário rico do Leblon vão às ruínas. O jogador de futebol e a cabeleira em ascensão do Divino vão construir um Shopping Center.

Nesse sentido, esse subúrbio tanto vai abrigar, paradoxalmente, os problemas da cidade, que serão empurrados para ele, como será, também, solução para os problemas, com a criação de as novas empresas que, por não encontrarem mais terrenos na área central, instalam-se no subúrbio, em lugares disponíveis e em terrenos mais baratos.

Então, o subúrbio é o local que acolhe os problemas e, simultaneamente, abriga as suas soluções. O Divino de *Avenida Brasil* é o lugar para onde caminha a cidade; portanto, um lugar que abriga tanto os problemas como os projetos e soluções, um lugar de esperança.

E isso fica bem claro tanto no discurso e nos enunciados da novela, traduzidos pelas cenas em que a cabeleireira Monalisa se muda do Divino para a zona sul do Rio e nesse novo espaço odeia tudo o que essa área representa. Ao contrário do ex-milionário Cadinho, que se muda da zona sul para o Divino, com suas três mulheres e lá constrói uma nova vida.

Também é nesse subúrbio, parecido com o da novela, que as entrevistadas para esta pesquisa desejam viver e estar.

Há uma série de referências que ajudaram a construir essa produção de subjetividade, onde o subúrbio aparece como o lugar onde se queria estar naquela época da exibição da novela, quiçá, hoje também.

Monalisa, ao comprar o apartamento na zona sul, não esconde que a decoração “clean”, contemporânea, ao gosto das classes ricas, não faz apelo aos seus olhos, preferindo toda espécie de misturas e texturas, sempre quentes e volumosas. Também deixa explícito que os mercados da zona sul são assépticos, onde não se pode conversar com um amigo ou conhecido, onde há uma indiferença e uma distância que para ela são insuportáveis. Além

disso, Monalisa sente o peso de todo preconceito pelo fato de não ter nascido naquele espaço, naquele lugar. Vista como alguém inferior pelas medidas estéticas de suas roupas ou da decoração de sua casa.

Já o quarteto de ex-milionários, Cadinho e as três esposas, acabam se rendendo ao subúrbio e entendendo que o afeto vale mais do que o dinheiro, unindo a família no novo espaço onde cada esposa arruma um modo de ser e de viver no subúrbio, como o fazem seus moradores locais. Uma, inclusive, abre uma barraca de crepes, tentando aproximar culturas e modos de vida.

O subúrbio de *Avenida Brasil*, o bairro do Divino, cantado por Arlindo Cruz como sendo “o seu lugar de sorriso, de paz e prazer, cujo nome é doce dizer, é Divino”, seria de fato o portal da esperança?

Que espaço é esse construído por uma emissora de televisão que se transformou no devir de milhões de brasileiros? E quais seriam os objetivos dessa construção, dessa produção de subjetividade?

Voltemos ao desejo. Para a quase totalidade dos personagens de *Avenida Brasil*, o subúrbio, mais precisamente o Divino, é sim o caminho da esperança. Para as entrevistadas da pesquisa também. Porém, elas não se esqueceram das mazelas, da rotina diária e puxada de trabalho, das contradições, nem dos limites e dos preconceitos arraigados pelas fronteiras entre o centro e a periferia. Mas, estavam satisfeitas, mesmo assim, de serem vistas de forma mais glamorosas. Principalmente, fora da zona de violência.

Por que desejamos? Porque a produção desejante é também produção social; o desejo é tanto produtor de realidade como nela se insere. O desejo é máquina, agenciamento maquínico. Que se instala onde há falta. Ou onde faz crer que falte algo.

O resultado desse subúrbio desejado na tela foi também uma composição cenográfica que varia entre os tons amarelos, alaranjados e marrons, com frentes de casas características, com seus portões baixos, como um bairro de uma cidade do interior ou mesmo desse subúrbio cortado pela malha ferroviária, variando apenas o portão da Mansão do Tufão, alto e imponente, pontuando uma suntuosidade inesperada de mansão no meio de casas simples.

A casa de Tufão teve fachada que remetia o telespectador a um universo faraônico. Tufão construiu um palácio para viver com a família no subúrbio. A mansão tem piscina, edícula e colunas de mármore na fachada para mostrar imponência. Os ambientes internos receberam tratamento suntuoso também, articulado num visual bem dourado e com muitos detalhes em veludo.

A imagem da família unida, na casa de Tufão, onde pai e mãe moram com filhos,

nora, genro, neta, neto; diferente das famílias da zona sul que não se encontram à mesa mais, a família Tufão é o ideal de família brasileira. A família pobre que não foi esquecida pelo filho que prosperou no esporte e que quer dar todo o conforto possível aos seus.

A mesa da família Tufão recebeu ornamentos chamativos, como abacaxis de miçangas. Carminha não abriu mão do luxo e com ex-jogador rico, encheu a casa com objetos de estilos bem diferentes, do clássico ao moderno, passando pelo popular. Um tapete vermelho com detalhes em dourado abriga um imenso sofá nas cores preto e branco. Almofadas pretas, vermelhas e em estampa de zebra completam o visual. Na mesa de centro, destacam-se as miniaturas de abacaxi. Feitas de miçangas, elas servem como porta-velas. As fotos de família ganham espaço em porta-retratos prateados, cromados e com brilhos. Todos os clichês do novo rico, espalhafatoso, que enche a casa de objetos de decoração, mas que reproduz um status de condição econômica superior. Assim fez crer a novela ao construir a mansão do jogador Tufão no bairro do Divino.

Na cozinha, onde reinam os atributos culinários de Nina, peças rústicas se misturam a panelas vermelhas. Cerâmicas dão colorido às paredes. Vários empregados transitam pelo espaço. A família contrata uma chefe de cozinha argentina a família quer conhecer novos modos de consumir, querem entrar no universo da gastronomia. Cultura gastronômica que vai instigar cultura literária. Tudo é cultura. E a Classe C emergente quer estar mais educada. È isso que diz a cozinha da família, o escritório, a biblioteca, e o comportamento de alguns membros da casa. Principalmente Tufão. O ex-craque quer mais do que ser um atleta. Que gosta de literatura. Que quer aprender.

Destaca-se ainda no bairro do Divino, além dos estabelecimentos comerciais como o próspero Salão de Beleza de Monalisa, a loja de roupas Diógenes, o bar do Silas, o Divino Futebol Clube.

O Bar do Silas reproduz um botequim mais próximo do que os brasileiros estão acostumados a ver nas telenovelas. O bar é o ponto de encontro dos amigos. A amizade é a tônica do bar. Meio de trocas e debates. Relatos de experiências vividas e de frustrações. Um confessionário. Um território livre, com várias portas, entradas e saídas para todos os lados, rizoma que leva ao clube, ao lixão, à casa de Tufão, Monalisa, ao salão, à loja de Diógenes, de onde tudo é visto e para onde todos podem olhar. È um lugar para ver e ser visto.

O Divino Futebol Clube tem um estilo neoclássico, paredes ocre, salão pequeno para festas e bailes, gramado para treino dos jogadores, com direito á arquibancada e torcida para assistir aos treinos. Os jogadores vestem camisetas patrocinadas pela marca Lupo.

O merchandising explícito da Lupo marca um time que só treina para vender meias.

Não há um treino completo sem uma ação que o interrompa. E a vontade dos jogadores de realmente vencer o campeonato fica pendurada nos cabides do vestiário. As conversas entre eles giram em torno das disputas pela Suélen, a pirigueti do bairro; ou das decepções do Jorginho com as coisas mal resolvidas de sua vida. Apenas um jogador demonstra ter garra para ser uma revelação do futebol. Leandro. Rapaz pobre, que vive de favor na casa de Diógenes, melhor amigo de Iran, filho de Diógenes. Sem perspectiva na vida, vivendo de atendente na loja de Diógenes quando não está no clube, Leandro vê no futebol sua única chance de ser bem sucedido na vida. Só não esperava encontrar um triângulo amoroso no caminho. Muito menos o amor de seu melhor amigo por ele. Esse novo arranjo de relação afetiva na TV. Uma mulher que se casa com dois homens, sendo que um é amante do outro e ela, dos dois.

A grande ligação desse arranjo é a personagem Suélen. O vulcão do Divino não teme seu próprio desejo. Por isso, não teme exibir suas roupas curtas e justas, o batom vermelho na boca, os saltos altos, a correntinha envolvendo a barriga sarada de fora. Os cabelos longos jogados de um lado para o outro, explicitando a volúpia. Ela não teme dizer o que deseja, que é ser dona de seu próprio nariz, de sua liberdade. Deseja dinheiro e ascensão. Deseja ser desejada. Deseja ser famosa. Deseja aparecer nua numa revista – o que consegue, e todo tipo de consumo prêt-à-porter da celebridade instantânea. Ela está dizendo que está no comando. Que não vai desistir daquilo que sonhou ou foi sonhado para si. Mesmo que dentro desse sonho ela inaugure algo que não foi pensado, esse novo arranjo afetivo, algo que ainda não estava nas páginas de revistas. Mas, que avança na produção de subjetividades da novela.

Não podemos esquecer ainda no bairro do Divino, a casa da empregada da família Tufão, Janaína. É pequena, de cômodos, como se em constante construção. A sala abriga um sofá recém-comprado, que continua embalado em plástico, para não sujar. Até o final da novela ficará embalado. E uma geladeira de primeira linha que foi comprada pelo crediário e que é também vista como um sonho adquirido. A casa está em reformas constantes. É a casa da Classe C. É a representação mais visível dela. Tanto que Janaína tem até... empregada! E esta empregada tem tratamento idêntico àquele que a própria Janaína recebe da patroa má e que lhe confere a exploração histórica de classes. O desrespeito, a humilhação, o ser subjugado pelo outro, pelo poder do dinheiro.

Estaria a novela dizendo que não há saída para quem acessa o capital? Seria a exploração eterna? O controle está arraigado de tal forma que a Classe C emergente não mudaria em nada o desempenho das classes mais altas? Estaria destinada a repetir o mesmo padrão?

Até aqui, a estrutura do Divino apresentado como o melhor lugar para se estar, reproduz o sistema hierárquico de classes, igual ao que era apresentado quando a classe rica ocupava o papel de protagonista da história, em outras produções, em outras novelas do mesmo horário. O Tufão, representando a classe rica. Os comerciantes, a classe média, os empregados, a classe mais pobre e o pessoal do Lixão, os excluídos socialmente. O que quero dizer aqui é podemos supor que protagonismo da Classe C, que é uma novidade nas telas, de certa forma, reproduz o sistema hegemônico das classes altas.

O Lixão foi construído em tons dourados, marrons e terracota, espalhados pelos casebres, pela montanha de lixo e pelas roupas dos personagens. A casa de Mãe Lucinda parecia uma escola de material reciclado, bem arrumadinha, com mesa, fogão, caminhas e cortinado na janela, que reflete a luz do dia e o por do sol.

A casa de Nilo, já mais entulhada e suja, se parecia um pouco mais com abrigos que são construídos próximos aos lixões que conhecemos na vida real. Na casa de Nilo, cada um se ajeita como pode pelo chão, come-se com a mão, tudo demonstrando a rudeza e a crueldade do personagem que explora crianças para “catarem” lixo.

Os personagens do Lixão tiveram um figurino composto de roupas escurecidas, com peças sobrepostas, como se tivessem o objetivo de proteger os moradores de todo o lixo que contém no depósito. O plástico também foi usado para ajudar a compor o visual, propondo uma mistura do orgânico com o industrial. Mas, nada que chamasse realmente a atenção para a precariedade daquele ambiente.

No Lixão havia ainda um galinheiro onde era possível se esconder bens ou objetos de valor. Pertencia à mãe Lucinda, mas era irrestrito, qualquer um pode entrar lá.

Contudo, arquitetura do Lixão tornaram o local apreciável, mesmo com todas as mazelas. O que cria uma contradição em si. O subúrbio próspero não cuidou do Lixão ao lado. Preferiu deixá-lo “debaixo do tapete”. As ações benevolentes das personagens que acabam vivendo lá, no final da história da novela, Carminha e Lucinda, não servem para transformar aquela realidade degradante. De gente vivendo de lixo, no meio do lixo, sem acesso à moradia digna, água, esgoto, escola, saúde e todos os demais direitos de um cidadão. Elas transformaram aquele espaço numa espécie de purgatório. Ficaram lá para expurgarem a culpa por seus erros passados. Ajudando a catar lixo com as crianças, dando afeto a elas. Foi a solução encontrada pelo autor para redimir a vilã da história.

Com tanto dinheiro e prosperidade brotando do Divino, porque não usar um pouco dessa pujança para acabar de vez com a triste realidade o Lixão? Foi a pergunta feita por muitos dos entrevistados. Lixão que foi, inclusive, mostrado sem fantasias num programa de

documentário da própria emissora, “Profissão Repórter”, na mesma época da exibição da novela. No programa, o Lixão de Gramacho, já desativado, é ainda remexido por uma população remanescente. Em depoimentos, as crianças falam que não gostariam de estar naquele lugar, mas na escola, em casa, com brinquedos de verdade, e não com os que acham no resto do lixo que ficou.

A ficção não achou isso. A ficção jogou luz dourada no lixo e ele virou um lixo extraordinário, de escola de samba, um lixo alegórico, sem cheiro ou doenças por perto.

O Lixão de *Avenida Brasil* usou todos os recursos estéticos do documentário, a câmera na mão, a lente fixa, o “cacear” das falas; mas não deixou que ele nos repugnasse. Até as entrevistadas da pesquisa admitiram. O Lixão de *Avenida Brasil* é aceitável. E o mérito que o diretor diz ter conseguido, que era o de não obter a rejeição do público da novela pelo fato da história começar e terminar num lixão, realmente foi atingido. A questão que se coloca aqui é: poderia ter avançado?

Sendo “universo pop” uma das grandes influências em *Avenida Brasil*, alguns núcleos da novela apareceram carregados em cores, quase chegando ao caricato. As unhas super coloridas das jovens e das personagens eram feitas com adesivos, desenhos, e cores chamativas e metalizadas, que foram tendência do mercado de moda no ano de 2012.

Uma das caracterizações que mais chamou a atenção foi o cabelo de Carminha, na segunda fase da trama. A atriz apareceu na telinha com um visual diferente de tudo o que já fez em sua carreira. Teve a longas madeixas loiras cortadas pela rival Nina, e pintadas de castanho escuro, dando um ar moça pobre de subúrbio a ela (do outro subúrbio, o não mostrado nessa ficção!). O louro pertence á camadas sociais emergentes. O castanho não.

A protagonista Nina caracterizou-se com cabelos bem curtinhos, em sintonia com a alma transgressora desta heroína. Carminha vestia-se de branco, Nina de preto.

O destaque para essa oposição de cores e padrões de figurinos, o de Carminha quase sempre claro e dourado e o de Nina, escuro e básico, acentuam a dualidade das personagens. A mocinha tinha em alguma parte um tanto de vilania, assim como a vilã escondia algum resquício de heroína. A primeira, por não conseguir abrir mão de uma vingança, do difícil caminho da revanche, nem em nome do amor mais puro de infância que reencontrou. A segunda, mesmo sendo fria, calculista, amoral, não consegue deixar de amar ao filho, por quem seria capaz de atrair os mais nobres sentimentos. Ninguém é exatamente só bom ou só mal. E os figurinos brincam com isso. A narrativa também.

Há de se dar destaque a fina ironia da personagem Carminha usar um crucifixo no pescoço, num sinal de uma fé em Deus que ela nunca teve, mas que ajudava a angariar

simpatia dos religiosos do Divino.

A Igreja Católica não passou incólume de críticas pela narrativa da novela. Através de Carminha e suas ações de caridade atualizadas em quermesses promovidas no jardim de sua mansão, cuja arrecadação era dividida entre o padre corrupto, ela mesma e o amante, a igreja saiu “chamuscada” pela corrupção e má uso da fé.

Mas, é do salão de Monalisa que nasce a ação de maior impacto na população feminina. O produto para o alisamento perfeito dos cabelos. No concurso da Chapinha de Ouro, Tersália troca os lindos cachos por um cabelo perfeitamente alisado, como as de muitas jovens bem nascidas da zona sul. O chapinha vira uma febre entre as meninas do Divino. Cabelo liso promove ascensão. Enrolado não.

Para dar reforço à turma do charme, do rap e do hip hop, vários personagens que viviam e circulavam pelo Divino, apareciam de jeans, brilhos, saltos e muita cor nas roupas justas ao corpo. Olenka e Suéllen representaram bem este universo. Que é outro clichê do subúrbio. Nada de jazz, música clássica, choro.

Um grande destaque do Divino foi Suelen, que ganhou o adjetivo de piriguete do ano e lançou moda de norte ao sul do país. A calça estampada era uniforme, seja no modelo *legging* ou *skinny*. O importante era ser bem apertada para valorizar as curvas. E usadas com salto de acrílico, fazendo curvar seu corpo e projetar a posterior baixa da coluna. A “*Gilda*”⁷⁵ do subúrbio de *Avenida Brasil*.

Os tecidos estampados foram os mais usados por Muricy, mãe do Tufão. Usufruindo da ascensão econômica do filho, Muricy aparece muito produzida, com blusas de estampa de oncinha, zebra, muitos colares dourados, calças justas. Outra tendência que tomou os mercados das mulheres acima dos trinta anos.

Essa mulher madura que também não abre mão do prazer, e por isso se reveste de tecidos de peles de feras, tornou visível a possibilidade de outras mulheres buscarem homens mais jovens para namorar e até casar.

O universo do núcleo do Cadinho e de suas três famílias apresentaram outras especificidades.

O personagem Cadinho é um grande investidor e vive de seu trabalho. A filha de Cadinho, Débora, é praticante de tecidos acrobáticos. Foi recriado na ficção um ambiente próximo a essa realidade.

Na casa das três esposas de Cadinho, os ambientes são ricos e sofisticados, de

⁷⁵ Gilda: <<http://www.adorocinema.com/filmes/filme-1906/>> Acesso em: 11 ago. 2014

arquitetura arrojada e contemporânea. A Casa de Verônica, por exemplo, é ampla e clara. Fica na Vieira Souto, no bairro de Ipanema, zona sul carioca. Têm vários cômodos, quartos amplos, sala de recepção, sala de jantar, escritório, uma imensa cozinha, tudo decorado com acuidade, com os melhores objetos de design vistos em revistas da época, seguindo tendência da moda. Verônica aparece como uma típica “perua” da zona sul carioca. Gosta de se exibir e ostentar suas riquezas. A casa de Noêmia fica no serra, próxima ao Rio de Janeiro. É uma casa também ampla e confortável, versão contemporânea para casa de campo, como as que se veem em revistas de arquitetura e decoração. Adepta de um estilo de vida natural e saudável, Noêmia usa roupas confortáveis, porém elegantes. A casa de Alexia é um super apartamento, também na zona sul carioca, onde ela dispõe de todo requinte em termos de design para compor seu ambiente. A referência para compor o visual da personagem foi inspirada pela marca norte-americana J.Crew. Ela também usa roupas das grifes Givenchy, Talie NK, Carlos Miele e Max Mara. Independente, Alexia transita entre o moderno e o esportivo.

As três esposas de Cadinho formam um vértice da mulher contemporânea bem nascida, que povoam as páginas de revistas e colunas sociais. Elas se completam. E justamente por isso, é possível pressupor que elas permaneçam juntas no final, como se fossem uma única mulher, multifacetada pelo capital, que é o marido que as sustenta.

O novo arranjo familiar que surge desse quarteto, um marido com três esposas, remete ao seriado americano, *Big Love*⁷⁶, sobre uma família poligâmica. O personagem Bill Henrickson (vivido pelo ator Bill Paxton) é um polígamo contemporâneo que vive no subúrbio de Salt Lake City, estado de Utah, Estados Unidos, com três esposas, sete filhos e uma avalanche de responsabilidades. Senador e dono de uma promissora cadeia de lojas de artigos domésticos, o personagem — que também é mórmon — luta para manter o equilíbrio entre as necessidades financeiras e emocionais de suas esposas e ainda manter em segredo seu estilo de vida, uma vez que a poligamia foi proibida pela Igreja mórmon há mais de um século e é crime pela lei dos EUA. Assim, como no Brasil.

O que a produção de subjetividade aponta aqui é que esse arranjo considerado uma novidade nas telas da telenovela brasileira, além da inspiração vinda de um seriado americano, só parece ser possível devido ao alto capital do provedor - o marido - para sustentá-lo.

⁷⁶ *Big Love* – seriado americano sobre poligamia. <<http://www.hbo.com/big-love/index.html#/>> Acesso em: 23 out. 2013.

Os enunciados

O enunciado é o produto de um agenciamento, sempre coletivo, que põe em jogo, em nós e fora de nós, as populações, as multiplicidades, os territórios, os devires, os afetos, os acontecimentos. São normas, regras, formas que fazem com que haja comunicação.

Para Guattari e Rolnik (1999), a subjetividade é produzida por esses agenciamentos de enunciação. Os processos de subjetivação, de semiotização, toda a produção de sentido, não são centrados em agentes individuais, nem em agentes grupais. Dependem do funcionamento de máquinas de expressão que podem ser tanto de natureza extra-pessoal, extra-individual (sistemas maquínicos, econômicos, sociais, tecnológicos, ecológicos, de mídia, entre outros), quanto de natureza infra-humana, infrapsíquica, infrapessoal (sistemas de percepção, de sensibilidade, de afeto, de representação, de imagens, de valor, modos de memorização e produção de idéia, sistemas de inibição e de automatismos, sistemas corporais, orgânicos, biológicos, fisiológicos, etc.).

Em “*Avenida Brasil*”, o roteiro da novela carrega seus enunciados, os agenciamentos coletivos de enunciação, onde vamos encontrar os saberes que definem a Classe C emergente, a classe alta, o subúrbio, a periferia, a zona sul carioca, o clube de futebol e o recreativo, as corporações, o comércio local, o lixão, a igreja, as instituições em geral.

Tramas e discursos

A trama de *Avenida Brasil* gira em torno do tema da vingança. Ambientada num bairro fictício de periferia, o Divino. A vingança e a justiça como motes para mover a personagem principal fez com que todas as tramas paralelas se encaixassem numa só história, amalgamando umas nas outras. Mas, cada personagem tem o seu desejo, que corresponde a uma produção de subjetividade.

Dentro da linha do melodrama, Nina, uma jovem chef de cozinha, deseja vingar a morte do pai, causada por Carminha, no passado. Mesmo que para isso tenha que sacrificar o amor que sente por Jorginho, garoto abandonado num Lixão como ela, e que foi adotado pela sua inimiga Carminha.

Carminha deseja enriquecer muito, com a ajuda de seu comparsa Max, enganando o marido Tufão, ex-jogador de futebol rico e fiel à família.

Max deseja estar com Carminha, dando golpes, e aceita quaisquer condições de sua amante para continuarem juntos

Tufão deseja uma família unida e feliz. Vivendo juntos na mansão do bairro Divino. Ele, Carminha, os pais, a irmã e o cunhado, os dois filhos. O sonho mais difícil da trama, pois ele é enganado constantemente e não tem domínio sobre os acontecimentos que o cercam.

Jorginho deseja ficar com Nina, sua ex-companheira do lixão, que fora adotada por um casal de argentinos. De volta ao Brasil, anos depois, Nina é descoberta trabalhando como chef de cozinha da casa dos pais adotivos de Jorginho.

Mãe Lucinda, a mãe do Lixão, deseja que Nina e Jorginho esqueçam o passado e sigam em frente, pois há um segredo terrível que não pode ser revelado.

Nilo, venal do Lixão, deseja explorar e chantagear todo mundo, das crianças do Lixão aos bem sucedidos Nina e Jorginho. Numa forma de expurgar seu ódio pelo passado, também nebuloso e não revelado, de rejeição.

Enquanto essas tramas principais vão tecendo seus fios como numa arapuca para prender os personagens, quer revelando seus segredos, quer armando a rede de vingança na qual não sabemos se a vingadora será vingada ou se será vencida pela sua antagonista; as tramas paralelas giram em tono do cotidiano do próspero bairro do Divino. E dos casais caricatos e ricos da zona sul carioca.

No Divino, jovens jogadores de futebol aspiram serem contratados por times mais importantes, piriguetes correm atrás de casamentos e ascensão social, e mulheres atrás da melhor chapinha para os cabelos.

No amor, uma ciranda: o amor não correspondido de Monalisa (dona de uma rede de salão de beleza e da fórmula do melhor produto de alisamento para cabelos) por Tufão, seu ex-noivo e atual marido de Carminha. Amor não correspondido de Silas (dono do Bar mais badalado do Divino) por Monalisa. Amor não correspondido de Olenka (melhor amiga de Monalisa e sua assistente no salão de beleza) por Darkson (filho de Silas e propagandista da loja de roupas de Diógenes). Amor não correspondido de Darkson por Tessália (a garota chapinha do Divino). Amor não correspondido de Tessália por Leleco (pai do Tufão). Amor não correspondido de Leandro (jogador de futebol do Divino Futebol Clube e vendedor da loja de Diógenes) por Suelen (pirigueti, Maria chuteira, a mulher mais sensual e desejada do bairro). Amor não correspondido de Roni (filho de Diógenes, dono da loja de roupas e diretor do Divino Futebol Clube) por Leandro. Amor não correspondido de Débora (filha do rico empresário cadinho, moradora da zona sul, atleta das cordas) por Jorginho (filho adotivo de Carminha e Tufão, jogador do Divino Futebol Clube). Amor de Jorginho por Nina (CEF de cozinha que só pensa em vingança). Amor não correspondido de Aduauto (ex-jogador do Divino Futebol Clube, “faz tudo” do bairro) por Muricy (mãe de Tufão, esposa de Leleco).

Amor não correspondido de Iran (filho de Monalisa, jogador do Divino Futebol Clube) por Débora. Amor não correspondido de Jimmy (assistente de cadinho na corretora) pelas três esposas de Cadinho. Amor não correspondido de Nilo (catador de lixo) por Lucinda. Amor não correspondido de Carminha pelo filho Jorginho.

Até aí, a roda parece parada. Mas, não. Muricy e Leleco são apaixonados, mas nem tanto que os impeça de se separarem por ciúmes um do outro e caírem nos braços dos jovens Aduino e Tessália, respectivamente. Suelen, por sua vez, transita entre os jovens do bairro, indo de Leandro, ao Iran, passando por Darkson e terminando na cama também com Roni. Silas consegue uma brecha com Monalisa e inicia um romance com ela. Débora fica para escanteio quando surge Nina, rediviva diante de Jorginho. Iran vai aproveitar a sobra para tentar, por sua vez, um novo romance. Olenka quer ficar com o que sobrar, mesmo que seja o recém separado marido de sua melhor amiga.

Na mansão do Tufão, o ex-jogador vai se apaixonar por Nina e disputar o amor dela com o filho, sem saber o que está por trás da história deles. Carminha vai trair Tufão com Max de todas as formas, sem que nunca o jogador desconfie disso, nem a irmã dele, Ivana.

Diógenes também será testado no amor quando reaparecerá em sua vida a mãe de seu filho, Dolores, regenerada do passado de atriz de pornochanchada, desejando voltar a ter com ele uma vida conjugal “santa”.

Há uma indecisão sobre a sexualidade do filho de Diógenes, Roni, mas nada que não possa ser resolvido num jogo amoroso entre dois amigos e uma namorada em comum. No caso, Suelen, Leandro e Roni.

Do lado lá, na zona sul do Rio de Janeiro, três “dondocas” disputam o amor de um mesmo homem: o milionário Cadinho. No início, não sabiam umas das outras. Depois, num acordo amigável, assumem um novo arranjo social e, completamente falidos, mudam-se todos também para o Divino, na tentativa de sobreviverem com der.

Muitas ações ocorrem movimentando todos esses personagens, variando suas motivações e objetivos, mas nunca variando o objetivo principal de Nina, que é desmascarar Carminha, e vingar a morte do pai.

Os enunciados principais de *Avenida Brasil* em destaque nesta pesquisa são: o subúrbio próspero e feliz, um lugar onde se quer estar, o meu lugar, como canta Arlindo Cruz. A possibilidade de ascensão da Classe C. A inversão do eixo de importância da cultura do subúrbio: a periferia se faz central e o centro se faz periférico. As mulheres movendo as ações. Os novos arranjos familiares e afetivos que podem ser uma saída para os desejos não normalizantes. A vingança é um desgaste, mas necessária para fazer valer a justiça. O perdão

é redentor no final. Bons e maus são recompensados e punidos, respectivamente.

João Emanuel Carneiro criou uma série de agenciamentos para retratar a Classe C emergente, com detalhes tão significativos, que incluem os jogadores de futebol que luta para pertencer a grandes times. Comerciantes prósperos e de bem com a vida. Crédito para trabalhadores comuns que desejam acesso à educação, cultura, lazer e bens materiais.

Não podemos deixar de destacar a personagem Suelen, o furacão do Divino, a mulher poderosa, que não tem medo do próprio desejo e nem do próprio corpo provocante, ao contrário, é dele que ela retira sua maior potência, como um puro sangue em uma pista de corrida num dia de grande prêmio no Jóquey Club. Suelen decididamente é a mulher do subúrbio que não conhece a palavra derrota, e que busca sem freios à ascensão social, seja pelo casamento com um jogador de futebol eminente ou pelas fotos de nudez numa revista masculina. Suelen não poupa a língua para falar do seu desejo e do seu prazer, da sua independência e de seus objetivos na vida. Das mulheres do Divino é uma das mais poderosa.

Também não podemos esquecer cada um dos comentários depreciativos de Monalisa sobre os homens da zona sul e suas dondocas, sua aversão por tudo o que foge do seu subúrbio Divino. Ela vai à zona sul e conhece o inferno. Retorna ao subúrbio e vai ao paraíso. Monalisa sintetiza a mulher bem sucedida economicamente, que pode escolher onde e como viver. Como ela mesma diz: aqui em casa, eu escolho o canal do controle remoto!

As mulheres foram destaque em *Avenida Brasil*. Fortes, decididas, emocionais, racionais, lutadoras, companheiras, solidárias, vingativas e justiceiras, elas tomavam as decisões finais, representando e defendendo o público feminino que, segundo o IBGE, já constituem um terço da chefia dos lares brasileiros, ou seja, um terço da população feminina hoje no Brasil são chefes de família.

Dos personagens masculinos, o destaque maior foi o jogador de futebol aposentado Tufão. A transformação do atleta em intelectual extemporâneo foi destaque na imprensa e causou curiosidade no público. Com Tufão, acompanhamos as leituras e os comentários sobre os clássicos da literatura mundial como *Madame Bovary*, *A Metamorfose*, *Interpretação dos Sonhos*, *O Primo Basílio*, entre outros. Trunfos da produção de subjetividade da narrativa criada por João Emanuel Carneiro.

Avenida Brasil não economizou nas estratégias de captura do público com seus enunciados bem amarrados. Todos os capítulos traziam uma novidade e tinham ganchos fortes de desfecho.

A novela teve preocupação em explorar temas próximos de seu público como o futebol, um esporte que apaixona os brasileiros e é extremamente popular. A vaidade das

meninas do subúrbio; os ritmos quentes do kuduru, funk, charme, do funk; a alegria da Classe C emergente.

O Lixão era o lixão que conhecemos mesmo na vida real. Mas, foi o lugar onde escondeu os mistérios, o lixo material e espiritual, as tragédias pessoais, as revelações finais.

Também apostou em colocar a Classe C emergente nos papéis principais da trama, já que considerou que o público estava farto de ver gente rica circulando nas janelas mais importantes da teledramaturgia.

Vários autores como Deleuze e Guattari, Foucault e tantos outros partem do princípio de que a subjetividade não tem origem dada a priori, mas se forma, pelo menos, no campo das forças sociais. As subjetividades que interagem no plano social são substancialmente criadas pela sociedade. (HARDT, 1996).

A subjetividade capitalística é projetada na realidade do mundo e na realidade psíquica, incidindo nos esquemas de conduta, de ação, de gestos, de pensamento, de sentido, de sentimento, de afeto, etc (GUATTARI, 2007).

Um telespectador que assiste à novela entra num processo de subjetivação incorporando uma subjetividade que Suely Rolnik chama de prêt-à-porter onde os modos de ser são desejados de acordo com cada nova situação do mercado.

Nesse caminho, a produção de subjetividade construída pela narrativa de *Avenida Brasil* potencializava o desejo do telespectador, principalmente o morador de uma periferia como a do Divino, do subúrbio, ou daqueles que são retratados como pertencentes à Classe C emergente, de também conquistar os bens materiais e imateriais retratados nesse bairro fictício. Potencializava modos de ser e de estar dentro desse contexto.

Era possível pensar, a partir de uma série de agenciamentos e enunciados, na possibilidade de também poder ter um bar como o do Silas, ou um salão como o da Monalisa, de encontrar prosperidade em sua pequena comunidade, a alegria num cotidiano sem a “chapa quente” da violência tão propagada historicamente pelas mídias tradicionais. Fato é que essa subjetividade vai encontrar eco em cenas onde a classe C aparece como consumidora dos bens materiais e imateriais produzidos pela sociedade em que vivemos.

As classes populares sempre participaram das tramas das telenovelas, marcando uma posição importante dentro do gênero melodrama. Conflitos causados por diferenças de status social, pela vergonha sobre a origem humilde, pela falta de acesso aos bens primários, pela falta de reconhecimento da paternidade ou maternidade, entre outros; foram alguns dos temas que a teledramaturgia já abordou. Em novelas como *Dona Xepa*, de Gilberto Braga, de 1977; *Rainha da Sucata*, de 1990, de Silvio de Abreu; *Vida Opostas*, de Marcilio Moraes, de 2006 e

Duas Caras, de Agnaldo Silva, de 2007.

Mas, normalmente, esses conflitos ocupavam quase sempre a posição subalterna, posição alterada radicalmente com a novela *Avenida Brasil*, impactada pelo movimento da economia brasileira da última década, e que colocou as classes C, D e E como destinatárias de uma política econômica de ampliação de consumo e ascensão. Nesse sentido, a novela ocupou-se também de retratar um movimento em curso e tratou de colocá-lo como protagonista de uma história, dentro uma dramaturgia televisiva. E tão próximos da realidade quanto possível.

Em *Avenida Brasil* não há uma mágica, um trabalhador doméstico que ganha na loteria ou uma “empreguete” que sabe cantar e dá sorte de fazer sucesso nas rádios, nem uma herança da patroa ou de um pai rico, como foi mostrado na novela vespertina das 19 h, *Cheias de Charme*, que também abordou os dramas da classe c. Em *Avenida Brasil*, o trabalhador doméstico, o trabalhador da área de serviços, trabalha e consegue com seu trabalho, apenas com ele, acessar aos bens que deseja: seja material ou imaterial.

No capítulo do dia 27 de julho, por exemplo, *Avenida Brasil* apresentou uma cena na qual a empregada da mansão do Tufão, Janaína, recebe sua geladeira duplex comprada à prestação. Ela cuida do sofá novo revestido de plástico ainda, para não sujar o estofado recém adquirido, e vive uma cômica cena com sua empregada doméstica. Sim, a empregada também tem uma empregada, e com ela reproduz o modelo hegemônico de patroa. Trata a pobre moça que trabalha em sua casa como Carminha trata seus empregados. Aos gritos e xingamentos. Exige bandeja para o cafezinho, não permite que a empregada use celular e cobra com severidade com a limpeza e com arrumação exigidas pelas reformas na casa. Aqui podemos traçar um paralelo com o filme “Salve Cinema”, de Mohsen Makhmalbaf, de 1995, onde uma atriz ao galgar o cargo de diretora reproduz um mesmo comportamento opressor do diretor, a quem criticara momento antes, quando era apenas uma atriz.

O filho “garotão” de Janaína tem obrigação de ir ao curso técnico e não precisa trabalhar para ajudar a mãe. É o retrato da empregada “que está podendo”, como se diz na gíria atualmente. Mesmo que seja um poder que reproduz aquilo que é criticável, mas que é representativo da classe dominante. Seria assim a classe C no poder? O autor parece questionar.

Numa outra cena, no dia 11 de agosto, Carminha entra furiosa na cozinha de sua mansão do bairro do Divino e começa a dar uma tremenda bronca em Janaína. No meio da discussão toca um celular. É o de Janaína. Janaína atende. Carminha não se contém:

- Era só o que faltava! Ter que interromper a bronca da empregada por causa do pré-pago que

a criatura adquiriu... Em que mundo estamos?!

Num mundo onde a empregada ou qualquer trabalhador também pode manter um celular e acessar seus conteúdos, como qualquer cidadão do mundo faz, é o que o autor está dizendo subliminarmente.

Durante os capítulos que vão de 98 ao 106, Nina revela ser Rita, a órfã abandonada pela madrasta num lixão. Num jogo de troca de papéis, ela decide dar início a sua vingança, tornando-se patroa e fazendo de Carminha sua empregada.

Nesse esse período, o autor João Emanuel Carneiro parece ter desejado fazer justiça às domésticas pelas décadas de submissão e maus tratos a que foram submetidas por grande número de patroas e patrões. No discurso de Nina, ela diz a Carminha como se deve tratar uma serviçal, uma empregada doméstica, reproduzindo o modo como Carminha trata seus empregados domésticos. A primeira coisa dita por Nina é que a empregada deve ocupar o espaço da cozinha, sempre, um espaço mínimo, e de maneira silenciosa. Deve ter que se antecipar aos desejos da patroa, segurar pratos quentes no fogão, ajoelhar-se para calçar a madame, vestir a patroa sufocada pelo perfume excessivo dela, sem demonstrar contrariedade, deve abaixar-se para servir o drink na piscina, não ter hora para dormir e nem acordar, e, principalmente, tentar viver no quarto de empregada: sem luz, sem ventilação, perto da caixa de gordura, onde tudo cheira mal, onde o estrado da cama está meio quebrado, a tv mal funciona, e o chuveiro fica sempre frio, porque a promessa da troca da resistência nunca foi cumprida pelos patrões.

Há uma justiceira social por detrás da vingadora Nina, que quer quartos melhores para suas parceiras de faxina e de cozinha, e exige isso de Carminha.

Ela faz o que gostaríamos de fazer com nossos patrões, ela desanuvia o recalque das humilhações pelas quais passam vários trabalhadores, recalques provocados por patrões autocentrados, que não têm nenhuma alteridade, que acham normal a submissão humilhante em vez da colaboração e da troca de saberes. Nina vem vingar uma classe secularmente oprimida, que não busca o milagre da empreguetes que viraram fenômeno no youtube, que tiveram a fama rápida e a fortuna fácil, simplesmente porque isto só acontece em novela, assim como a revanche da classe trabalhadora doméstica. Mas, já têm alguns especialistas dizendo que não. Que a revanche já está em curso, e que o autor só fez traduzir.

Vale destacar que meses depois saiu a Lei das Empregadas Doméstica, uma atualização dos direitos das trabalhadoras domésticas, dando-lhes garantias como décimo terceiro salário, INSS, fundo de garantia, horas extras trabalhadas e uma série de outros benefícios. São questões que vão além do consumo de bens materiais, falam de mudanças de

comportamentos e de novos arranjos sociais.

A produção de subjetividade também incita o consumo. Não raro encontramos cena no subúrbio onde não tivesse uma cervejinha servindo de apoio aos personagens. Fomos também entupidos de produtos de alisamento de cabelo, lingerie, roupas esportivas, acessórios de casa, marcas de carros, serviços bancários, um mundo de marcas e um fluxo de bens de consumo estampados em merchandisings subliminares e outros sem nenhuma vergonha de serem explícitos.

A produção de subjetividade ali construída, como fatias do real, espelharam o momento histórico, com a verossimilhança necessária para dialogar com o público telespectador. Até a dubiedade das protagonistas contribuíram para isso. Não há só bom e não há só mau nesse mundo. Também não há nada que seja central que não possa ser periférico.

Uma enorme produção de subjetividade também se deu no ambiente da web.

Os usuários do Twitter, para facilitar a busca de assuntos sobre a novela, criaram a hashtag #oioioi, baseando-se no tema de abertura Kuduro. Surgiram na rede diversos memes e avatares sobre *Avenida Brasil*, muitos deles já apresentados aqui nesta pesquisa. Uma das grandes explosões da novela na rede foi o que surgiu á partir do esperado episódio 100. O autor João Emanuel Carneiro havia antecipado que o capítulo causaria uma grande reviravolta na trama e a estratégia funcionou: a hashtag especial para o dia, #oioioi100, chegou ao topo dos Trending Topics mundiais do Twitter. Assim, como o último capítulo da novela. Como demonstrando de força que "Avenida Brasil" teve nas redes, a hashtag #oioioi100 foi lembrada mesmo após meses sua aparição. Ela foi usada em comparação ao centésimo capítulo da vigente telenovela "Salve Jorge", que a substituiu, mostrando que a devoção dos tuíteiros ao oioioi foi real e pouco passageira. "Não trate como #OiOiOi100, a quem te trata como #SalveJorge100." tuitou o usuário de nome Niko (_nikooficial).

Para o último capítulo de *Avenida Brasil*, aguardado com ansiedade pelos internautas, os internautas fizeram montagens de personagens com expressão de tristeza e em contagem regressiva para o final da trama.

No dia 19 de outubro de 2012, quando ocorreu a exibição do episódio final de *Avenida Brasil*, desde o início do dia, a telenovela era o principal assunto da web. Notícias sobre a novela foram destaque tanto em grandes webportais, blogs e redes sociais como também em programas de televisão da Rede Globo e até mesmo de concorrentes. Durante a exibição do capítulo, a participação popular na rede continuou com força: foram mais de 150 mil tuítes e quatro nomes relacionados à atração nos Trending Topics mundiais. Mesmo após o fim da novela, o movimento na rede não cessou. Muitos usuários reclamavam do desfecho, outros

expressavam saudosismo.

Toda essa produção de subjetividade na web expressa um imaginário ativo da audiência, a convergência efetiva entre televisão e rede, a criatividade dos usuários. Tudo isso esteve presente ao longo da trama, mas teve seu pico no último episódio. Até quem não assistiu à novela participou dela, criticando o excesso de trânsito e de novas produções de sentidos na internet.

O último capítulo, tão esperado quanto emblemático, resultou numa série de observações negativas ao autor da novela. O desfecho tão esperado a ponto de o governo se preparar para lidar com uma possível sobrecarga no sistema elétrico, foi criticado pela previsibilidade do destino de personagens que protagonizaram reviravoltas intensas ao longo da trama.

Carminha matou Max para defender Nina e impedir a morte da enteada a facadas pelo amante. A redenção da vilã foi questionada por ter se concretizado através de um ato relacionado justamente à pessoa que ela mais odiou ao longo da novela. E que foi responsável por transformar sua vida num inferno.

Ao traçar esse desfecho, o autor João Emanuel Carneiro passou a mensagem de que os maus pagam no final e os bons colhem os bons frutos do compromisso com a verdade.

Para uma novela que se apresentou como um melodrama moderno, urbano, com uma criança sendo abandonada no lixão no início da trama, o final com Carminha pagando seus pecados voltando para o Lixão, ajudando as crianças de lá, pareceu um pouco incoerente. Depois de ter sido presa pelo assassinato de Max, Carminha, a personagem que foi a encarnação da maldade, surgiu com os cabelos presos e escuros catando entulho no lixão. As pazes com Nina e Jorginho foram seladas sobre a mesa de jantar do barraco da mãe Lucinda. Com o filho nos braços, Jorginho perdoou a mãe e Nina foi para a cozinha ajudar a sogra passar um café.

Com setenta minutos de duração, o último capítulo deixou os internautas revoltados com as questões sem solução. O que teria acontecido com Santiago (Juca de Oliveira)? O pai de Carminha, vilão maior da novela que parecia invencível foi traído por ela filha. Depois de ter sido baleado por ela na perna, Santiago nunca mais apareceu. Ficamos sabendo que ele estava vivo porque o delegado informou à família Tufão que Santiago estava no hospital e, por isso, não poderia comparecer à acareação pela morte de Max.

Suelen terminou grávida, mas sua barriga não apareceu e, muito menos, o bebê.

Adauto teve seu segredo revelado: ele era viciado em chupeta e convivia com o trauma de ter sofrido bullying na adolescência, quando era chamado de Chupetinha. O amor de

Olenka o ajudou a superar o vício e o fez queimar a "pepeta".

A catarse deu resultado e Adauto acertou o pênalti em jogo do Divino Esporte Clube, tornando-se herói do título.

No núcleo do Cadinho, o amor falou mais alto e o mulherengo levou suas três mulheres ao altar, Alexia, Verônica e Noêmia. Que igreja fez esse acordo com Deus ninguém ficou sabendo também. Também o autor estivesse solicitando igrejas que celebrem o amor e não o dogma.

A cena derradeira inovou em relação às tramas anteriores. A clássica sequência em que todos os personagens se unem em confraternização foi substituída pelo o jogo do Divino Esporte Clube. Nada dos rebarbativos casamentos. Nina, Tufão, Muricy e família torceram pelos jogadores vestidos com uniforme laranja e até cantaram o hino do clube em uníssono na arquibancada. Com o gol de Adauto, o time do Divino subiu para a primeira divisão e *Avenida Brasil* por pouco não entrou para a história como a novela mais surpreendente dos últimos tempos. Era verdadeiramente a “pátria de chuteiras”, como criticava Nelson Rodrigues. Ou a pátria inteira na *Avenida Brasil*.

O acionamento do processo de inscrição da periferia e da Classe C na teledramaturgia e, por conseqüência, em outras mídias parece ser operacionalizado como um movimento em via de mão dupla. De um lado, reforçar as práticas culturais configuradas a partir das experiências fundamentadas na vivência do lugar de fala marginalizado, dando a elas visibilidade midiática para ingressar em outros níveis de existência e reconhecimento. Por outro, alimentar essa mídia dos elementos do mundo “real” construindo novas produções de sentido, visando o mercado e o consumo.

A relação de proximidade dos personagens e da narrativa de *Avenida Brasil* com a audiência foi efficientíssima. Para isso, a televisão precisou engendrar projetos explícitos e implícitos, em várias áreas, que vão desde a produção até o marketing, das redes sociais à transmidiação. Uma emissora de televisão esta está envolta pelo discurso do controle. Na sociedade de controle, os fluxos, as linhas, as teias de controle são empregadas de formas fluidas, mutantes. Elas não estão mais no esquema da sociedade disciplinar em que os confinamentos são os moldes, mas se espalha pelos canais da sociedade de controle, de modo a tornarem-se atraentes, sedutoras. Desta forma, a mídia televisiva atua de forma operacional no adestramento das identidades femininas ou masculinas, habitantes do centro ou da periferia, jovem ou velho, rico ou pobre, dentro de certos padrões desejáveis, como já vimos.

Avenida Brasil, medida pela atuação do marketing da emissora, conseguiu vender, só para o último capítulo, ações comerciais para mais de 500 empresas nacionais, regionais e

locais, nos espaços nos intervalos da trama. Foram 500 marcas espalhadas pelo Brasil que acreditaram na visibilidade da novela e garantiram seu espaço no capítulo final há mais de dois meses.⁷⁷ O faturamento da novela também foi estrondoso. Estimou-se que chegou ao valor de dois bilhões de reais, se somados os contratos fechados com as afiliadas da Globo, segundo a Forbes.

As pessoas que assistiram com regularidade à novela *Avenida Brasil*, mesmo com um bom grau de informação e conhecimento sobre o objeto de sua fascinação, não imaginam como ela pode realmente modelar comportamentos, estilos e atitudes através de suas imagens e enunciados. Já citei o caso das meninas da zona sul que começaram a se vestir como Suelen, o “furacão” do Divino.

Também pode ser percebido um maior fluxo de vendas de imóveis em locais fora do centro, em subúrbios ou bairros mais distantes⁷⁸. E o aumento de vendas de carro no ano de 2012 teve recorde em agosto e continuou em alta até outubro, mês de encerramento da novela.

⁷⁹

Avenida Brasil também utilizou blogs como extensão da ficção seriada para se aproximar da audiência.

A análise da transmidiação em *Avenida Brasil* levou em consideração os materiais das seguintes plataformas: blogs, Twitter (lista da hashtag #AvenidaBrasil e de personagens), sites da Globo, fan page não oficial de Avenida Brasil no Facebook, e a fan page oficial das novelas da Globo (NTVG), páginas oficiais dos atores, dos seus fãs, sites de jornais como o O Dia, Extra, de portais como Oi e Terra.

A fan page não oficial de Avenida Brasil não produzia conteúdos próprios e tinha a função de convergir em um só lugar os vários conteúdos acerca da telenovela espalhados na internet, já que a fan page oficial não era exclusiva de *Avenida Brasil*, mas das telenovelas da emissora que se encontravam no ar. Apesar de todas as postagens da fan page terem sido caracterizadas como reprodução, apenas algumas traziam a “fonte” da notícia, que, em sua maioria, pertencia à Globo. São os dados obtidos pela última OBITEL, que promoveu o

⁷⁷ Trânsito de marcas em Avenida Brasil. <<http://newsevoce.com.br/10/avenida-brasil-tera-500-anunciantes-no-intervalo-do-capitulo-de-hoje/>> Acesso em: 27 jun. 2014

⁷⁸ Forte valorização de bairros do subúrbio faz cair a diferença de preços na cidade <<http://www.agenteimovel.com.br/noticias/2013/07/19/zona-norte-carioca-tem-maior-alta-no-preco-dos-imoveis-no-primeiro-semester/>> Acesso em: 27 jun. 2014

⁷⁹ Venda de carros aumenta 17,7% em outubro, aponta Fenabreve <<http://g1.globo.com/carros/noticia/2012/11/venda-de-carros-aumenta-177-em-outubro-aponta-fenabreve.html>>. Acesso em: 27 jun. 2014

seminário Estratégias e Transmídiação da Ficção Televisiva.⁸⁰

Para capitanear audiência a favor de uma “novidade”, com a qual o telespectador ainda não se considera íntimo e com a qual deverá conviver por aproximadamente oito meses, é fundamental que os canais intensifiquem seu merchandising de novela e, no caso da Globo, é comum que os atores escalados para o elenco saiam do Projac/Central de Produção da emissora, no Rio de Janeiro, e ganhem a estrada levando a marca/logotipo e todo o discurso nela inserido, a várias partes do Brasil. É importante investir nessa conquista de uma audiência ainda incauta sobre a telenovela, pois ela encontra-se praticamente envolvida com os capítulos finais da outra novela que está no ar. No caso da trama de João Emanuel Carneiro, o “Lixão” trabalhado por *Avenida Brasil* era mais forte do que as chamadas comerciais, teasers, sobre a distante Turquia e a comunidade do Morro do Alemão, de Salve Jorge, que a substituiu.⁸¹

Ana Bueno, Diretora de Internet e Planejamento da Rede Globo de Televisão, revelou em entrevista para esta pesquisa que antes mesmo da estréia de *Avenida Brasil* na TV foi fundamental trabalhar com a imersão do público no universo de Nina/Rita através de uma rede social fictícia, com perfis de personagens e comentários da protagonista que levavam à compreensão de seu plano de vingança dela. A ação está no link: <http://especiais.avenidabrasil.tvg.globo.com/novelas/avenida-brasil/redesocial/>.

Esse foi o início de tudo, afirma Ana Bueno. Ao longo da trama, o marketing da emissora percebeu o aumento do interesse do público sobre o suspense do que iria acontecer entre Nina e Carminha. Rapidamente foi então criado o teaser exclusivo para a web, editado para dar o clima de apreensão ao capítulo que passaria mais tarde.⁸²

Em *Avenida Brasil*, a emissora investiu pesado no Departamento de Internet e Planejamento, a partir do movimento espontâneo do público gerado pela novela. A linguagem dos fãs foi levada ao site através de inúmeros conteúdos, principalmente do aplicativo "Congele sua foto" e do blog de gifs Oi Oi Oi. O universo peculiar do fictício bairro do Divino também foi ampliado em ações pontuais no site, como a capa do jornal do escândalo

⁸⁰ Estratégias e Transmídiação da Ficção Televisiva: <<http://pt.slideshare.net/obitelbrasil/08-11-teledramaturgia-2013completo-29246403>> Acesso em: 01 jul. 2014.

⁸¹ Estratégias e Transmídiação da Ficção Televisiva:< <http://pt.slideshare.net/obitelbrasil/08-11teledramaturgia-2013completo-29246403>> Acesso em: 01 jul. 2014.

⁸² <<http://globo.com/rede-globo/avenida-brasil/v/assista-ao-teaser-do-capitulo-de-segunda-feira-1009/2130193/>>. Acesso em: 1 mar. 2014.

de Suélen no clube de futebol, entre outras ações.⁸³

Apesar das inúmeras perguntas enviadas ao departamento de marketing e merchandising da emissora, depois de passar por uma enorme burocracia para isso, muitas respostas foram evasivas e tentavam ao máximo não particularizar as questões relativas à produção de subjetividade. Pesquisas de opinião, por exemplo, sobre como eram feitas, com quais grupos focais, em que locais, quais as perguntas que foram sendo feitas ao longo da novela para medir a resposta do público diante de um conflito ou de uma ação, as pesquisas qualitativas; sobre esses temas não recebemos qualquer resposta. Essas questões eram tratadas como segredo de estado, segundo os diretores das áreas comerciais.

A televisão tem uma importância inquestionável na construção da subjetividade capitalística, forjando identidades, exercendo a função de espelho de uma cultura, um povo, uma nação. Isto se dá através do desejo e da proximidade das pessoas com os objetos de desejo, criando com esses objetos - materiais e imateriais - um vínculo afetivo.

Apesar de a televisão apresentar-se como um meio de entretenimento, ela vai além desse ofício, pois molda gostos, sentimentos e atitudes. Esse trabalho de moldar não é feito de forma inocente e despreziosa. Programas e novelas são dirigidos a grupos específicos de sexo, de idade e de condição social na intenção de exercer certo adestramento. Sempre visando o mercado, a política, o controle.

Mesmo no espaço da internet, onde a emissora trabalhada ciberidentidades isso se apresenta totalmente diferente das ressignificações que os internautas dão aos produtos da novela, recriando narrativas, numa linha de fuga. Para emissora, o ambiente da web é mais uma possibilidade entre os vários fragmentos e deslocamentos para reforçar sua dinâmica capitalista. Para Deleuze (1992), nas sociedades de disciplina não se parava de recomeçar (da escola à caserna, da caserna à fábrica), enquanto nas sociedades de controle nunca se termina nada, a empresa, a formação, o serviço sendo os estados metaestáveis e coexistentes de uma mesma modulação, como de um deformador universal.

A televisão, enquanto um forte modulador do mundo ocidental, nunca deixa de se revestir de um discurso atraente. A atração que o discurso televisivo propaga tenta se aproximar do sentimento de proximidade e de identificação das pessoas que estão do outro lado da tela. A televisão é um mecanismo de controle contínuo. Por isso, seus agenciamentos são fortes, potentes, articulados, multifacetados, espalhados, pulverizados em deslocamentos

⁸³ Ações de merchandising e marketing: < <http://tv.globo.com/novelas/avenida-brasil/Fique-por-dentro/noticia/2012/08/me-congela-transforme-suas-fotos-com-o-efeito-do-final-de-avenida-brasil.html> > e < <http://tv.globo.com/novelas/avenida-brasil/oi-oi-oi/platb/> >. Acesso em: 1 mar. 2014

que circulam em prol da manutenção do controle.

Quando essas estratégias encontram eco num desejo potente do telespectador, como foi o caso de *Avenida Brasil*, e esse desejo também encontra modos de expressão e de produção no campo artístico, através da produção de subjetividade, criando o que podemos chamar de Devir Divino. O Brasil inteiro coube nesse bairro do Divino e esse bairro do Divino era o próprio Brasil, reconfigurado para as telas.

4.1 *Avenida Brasil* e a narrativa estética: luz, imagem e direção

Como diz Guattari (1992), é desde cedo que somos moldados pelas imagens e seus enunciados, sujeitos à produção de subjetividades.

As cenas das novelas são construídas de modo a retratar o mais fielmente possível a realidade, reforçando a tendência da telenovela brasileira de andar pelos caminhos da autorreferencialidade.

As imagens são trabalhadas de acordo com o que as pessoas as sentem ou as recebem, ou mesmo, como estão "sensibilizadas" a senti-las.

A iluminação, o figurino, os objetos, tudo o que se relacionar com a cena, são planejados a partir do roteiro e da opção estética que os diretores da novela vão dar a ela.

As novelas, por serem programas totalmente roteirizados, permitem um planejamento quase que completo de áudio e vídeo, diminuindo o surgimento de possíveis situações que possam fugir do controle. E mesmo quando fogem, como foi o caso dos diretores experimentarem uma estética mais documental em *Avenida Brasil*, desenvolvendo entre os atores o que chamaram de "cacear", que é deixarem que os personagens falem quase que ao mesmo tempo, como num improviso, mesmo adotando o estilo "jazzístico", traduzido pela performance da câmera na mão, das lentes fixas, que imprimem maior verossimilhança e veracidade às cenas; isso tudo tem que estar dentro de certo patamar de controle da empresa.

O objetivo principal da iluminação, por exemplo, o que vai imprimir o que chamamos de boa fotografia, e de todos os outros processos técnicos da produção é a manutenção do interesse do telespectador, do seu envolvimento emocional e do crescente aumento da audiência. Por isso, a criatividade e variedade das imagens devem estar sempre presentes. E de modo bem explícito, foi o que *Avenida Brasil* apresentou de diferencial, numa produção para aquele horário prime time.

"*Avenida Brasil*" já começou chamando a atenção pela sua abertura. Nela, vemos

reunidos moradores de um bairro fictício, o Divino.

Figura 4 - Foto da cena da abertura de Avenida Brasil



Fonte: REDEGLOBO, 2013.

Figurantes rebolam em uma passarela, ao som de "Vem dançar com tudo", em uma movimentada avenida. A iluminação simula faróis de carros e sinais de trânsito. A cena acontece em horário noturno. Os atores são iluminados em forma de silhueta e penumbra. Para isso, foi preciso encher o fundo de luz para que os bailarinos ficassem completamente no escuro. É possível observar ainda uso da fumaça para imprimir a luz. Nessa cena, ficamos diante de um grupo de jovens da periferia ou do subúrbio, que dançam enquanto a música diz que quer ver todo mundo balançando, que ninguém pode ficar parado, embalado no final pelo “oi, oi, oi” que tomou as redes sociais. É um chamado para uma festa em que você, morador dessa área, será o convidado principal. Mas, você não tem um rosto. Tem um corpo que mexe e remexe. Você não tem diferenças. Singularidades. Você é uma massa (NEGRI; HARDT, 2005), no sentido de que “*todas as diferenças são submersas e afogadas nas massas. Todas as cores da população reduzem-se ao cinza. Essas massas só são capazes de mover-se em uníssono porque constituem um conglomerado indistinto e uniforme*” (NEGRI; HARDT, 2005, p.13).

Vamos destacar outras cenas e imagens com a iluminação construída para atingir a visibilidade almejada.

Figura 5 - Foto da cena de Nina/Rita na Argentina



Fonte: GUIADASEMANA, 2013.

Nina/Rita (figura nº 5), a protagonista da novela, em uma gravação na Argentina. A cena se passa em ambiente externo, durante o dia. Mostra Rita crescida, depois de ter saído do Lixão e adotada por uma família de Mendonça, Argentina.

A iluminação de exterior/dia, levou em consideração a luz do sol, como o céu e a paisagem. A contraluz projetada pelo sol é real. Dá a sensação de que estamos vivendo o mesmo momento de Nina. Também é intensa, o que diminui muito o aparecimento de sombras. O sol rebatido pelo chão ou pelas nuvens cria uma luz difusa e suave. Essa cor e o recurso de luz ajudam a sinalizar que Nina está triste, mesmo tendo sido adotada por uma família estrangeira e estar vivendo bem. A realidade é clara! E as cores que a envolvem, principalmente o chalé, que lembra aqueles cobertores de mendigos de rua, mostram a ligação com o passado, o cinza com o vermelho, acentuando as duas emoções dela, de perda e de

desejo de vingança.

Figura 6 - Foto da cena de casamento de Rita e Batata



Fonte: COMVCAPRENDI, 2013.

A imagem do Lixão em clima de festa (figura nº 6). Casamento de Rita e Batata, primeira fase. A imagem é uma externa, de dia, onde a luz natural parece mesclada com a luz artificial. Temos a sensação de um por de sol, pois a diferença de cor reflete que a luz incide mais em cima do que em baixo do cenário. Vemos também uma luz que vem de dentro do barracão, por uma janela. A outra, do lado esquerdo está apagada. A luz escolhida remete ao filme *Quem Quer ser Um Milionário*, conforme disse o diretor José Luiz Villamarim em entrevista. Os tons dourados seriam para humanizar e dar a sensação de acolhimento e calor ao local, já que esse espaço poderia ser rejeitado se mostrado exatamente como é na realidade. Os tons que amenizam o ambiente também mostram que é possível retirar beleza da escassez, da precariedade. As toalhas feitas de tecidos rústicos, emendados por patchwork, as latas de tintas com flores de papel, os objetos reciclados servindo de decoração, tudo querendo dizer que mesmo sem recursos é possível construir um cenário afetivo, capaz de fazer com que se esqueça das mazelas cotidianas.

Figura 7 - Foto da cena do Lixão



Fonte: TELEVISAO, 2013.

Já nesta cena (figura nº 7), o Lixão aparece em suas cores mais cruas, com a luz incidindo com certa dureza sobre os personagens e os materiais em volta. A luz se concentra no centro e é difusa ao redor. É exterior, dia, mas há também um preenchimento de luz pela frente, pois vemos brilhar o suor do rosto do menino Batata. Há uma fumaça de fundo, um fog, que lembra bastante a poeira e a fumaça dos lixões que estamos acostumados a ver em reportagens da TV. O lixo parece com lixo real, o tambor, a caçamba de fundo, a população em volta, tudo foi ambientado de modo a dar credibilidade à cena. Entretanto, as pessoas estão bem limpas, assim como suas roupas e seus sacos de sisal. Tirando os calçados, elas se apresentam poupadas da sujeira do ambiente. Um contraste que pareceu ser proposital para que não houvesse rejeição pela audiência.

Figura 8 - Foto da cena de Leleco espiando Tessália



Fonte: AUDIENCIADAMIXTV, 2013.

A cena de Leleco espiando Tessália pela janela (figura nº 8) mostra Leleco escondido, escutando a conversa de Tessália e Darkson, com o objetivo de dar um flagrante nos dois. Um plano que não dá certo, já que Tessália confessa que ama Leleco.

Tessália aparece desfocada, enquanto ao fundo, Leleco está em foco. É uma técnica usada para chamar a atenção a um determinado lugar. A iluminação é difusa e suave. As cores do cenário e do figurino dos atores estão em tom pastel, mesmo assim, diferenciados. Quase todas as paredes dos cenários das novelas levam cor, dificilmente são pintadas de branco, a maioria usam tons diferenciados, que ajudam a separar o cenário do personagem. A cor do figurino, também é escolhida de maneira a destacar o foco principal. A luz entra em cena para finalizar e destacar o foco da ação.

Nesta cena é possível ver que os espaços do subúrbio são facilmente invadidos por escutas de terceiros. Mesmo com as janelas abertas, a personagem sente-se segura em casa. O fundo do quintal ou a lateral dele mostra uma área verde, mais bucólica, com plantas e ramas. Mais uma vez, temos um subúrbio calmo e pacífico.

Figura 9 - Foto da cena de Nina e Jorginho na chuva



Fonte: NUEVODIAARIOWEB, 2013.

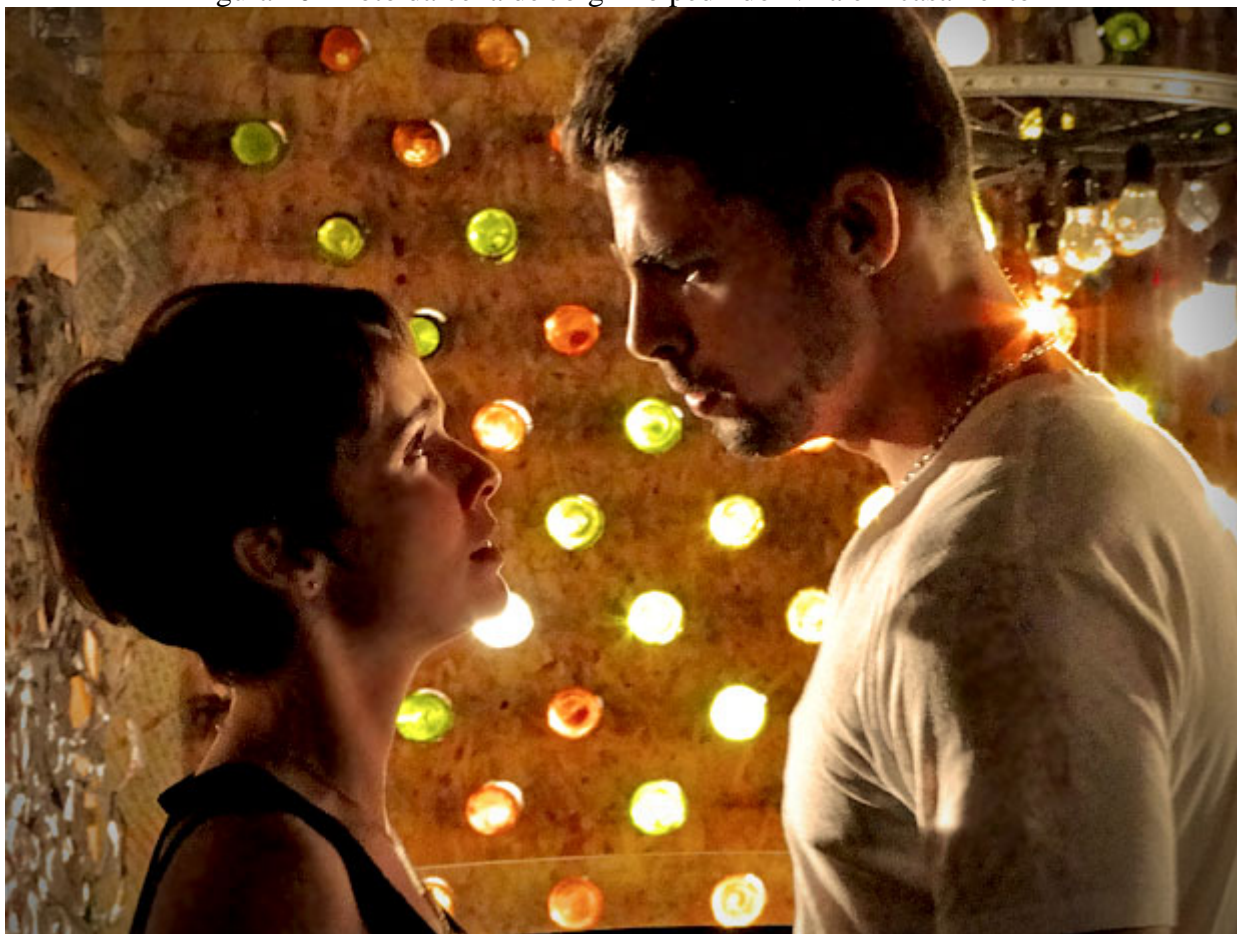
Essa é uma imagem que foi bem trabalhada, em cores, texturas, enquadramento e luz. (figura nº 9). É um momento em que Nina descobre que sua grande paixão da infância é filho adotivo de sua inimiga, o amigo que ficou no Lixão, enquanto ela foi para Argentina. Nina está confusa. Jorginho pode colocar em risco os planos dela de vingança. Entre conversas e discussões, Nina não pode revelar suas verdadeiras intenções para Jorginho, que é desmascarar a mãe adotiva dele. Mais idas e vindas, e ela vai ao apartamento dele. A atração é imensa entre os dois. Eles quase se beijam. Ela sai às pressas de lá. Está chovendo. Nina com medo e se molha completamente na rua. Jorginho sai a sua procura e a protege da chuva.

A cena é feita no exterior, de dia, com chuva e apresenta uma iluminação difusa. A chuva reflete a luz, talvez vinda do sol e dos refletores. A água é um elemento que muitos fotógrafos usam para obter luzes refletidas vindas do chão, para tornar os ambientes mais interessantes, as intempéries do tempo atraem o olhar do espectador. No cinema, muitos diretores pedem que o piso seja molhado constantemente, para conseguir esse brilho nas lentes das câmeras.

O importante aqui é destacar como a dramaturgia acompanha a estética e vice-versa. O

casal arde de desejo, mas a chuva molha e quase esfria a cena. Eles ainda não podem ficar juntos. Há uma vingança em curso. Nina não cede para o amor, e sim para a vingança. A chuva é para esfriar seus desejos de amor. Acentuação da ambigüidade da heroína. Dividida entre o bem e o mal.

Figura 10 - Foto da cena de Jorginho pedindo Nina em casamento



Fonte: SHOWBIZ.PUBLIMETRO, 2013.

Cena em que Jorginho pede Nina em casamento. (figura nº 10). Chama a atenção na cena as garrafas coloridas instaladas na parede do cenário, que desempenham o papel de uma espécie de roleta de parque de diversões, ou mesmo de janelas. Isso se passa no Lixão, portanto, a construção da cena é adequada aos materiais adquiridos no próprio local. No canto superior direito vemos um lustre com lâmpadas incandescentes comuns. O que torna a cena simples e singela. A sensação que se tem com essa imagem é que a iluminação é feita á partir de pequenos feixes de luz, vindos das inúmeras garrafas pregadas na parede. Vemos ainda uma contraluz suave, pois não há luz direta no rosto dos atores. O espaço montado para a cena

de amor remete a todos os parques de diversão do mundo, onde casais passeiam de mãos dadas, onde a beleza do amor brilha mais do que todas as luzes em volta. É uma cena romântica, que destaca a força da paixão dos personagens. Um clichê que não pode faltar na telenovela, mesmo no melodrama moderno.

Figura 11 - Foto da cena de Roni espancado traficantes



Fonte: TRIBUNALHOJE, 2013.

A violência da cena de Roni espancado por traficantes para salvar Suelen (figura nº 11). Roni está em um cativado e os capangas começam a espancá-lo. A dramaticidade da cena é reforçada pelos fortes contrastes de luz e sombra. Com certa medida, lembramos dos quadros de Caravaggio⁸⁴. Uma única fonte de luz vinda de cima em diagonal e com níveis de

⁸⁴ Caravaggio, pintor italiano barroco: < <http://www.suapesquisa.com/biografias/caravaggio.htm>>

Obra relacionada:

<https://www.google.com.br/search?q=caravaggio&rlz=1C1SKPL_enBR410BR420&espv=2&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=sB2rU87zG6jO8wGDhoHoAg&ved=0CAYQ_AUoAQ&biw=1440&bih=766#facrc=_&imgdii=_&imgsrc=UHRUcfz1w4k6eM%253A%3B7gYRkRKQZnmKfM%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.ibiblio.org%252Fwm%252Fpaint%252Fauth%252Fcaravaggio%252Fst-thomas.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.ibiblio.org%252Fwm%25>

iluminação maiores sobre o que é considerado mais importante, os atores. O cenário está na sombra. Com esse efeito de luz, dirigimos o olhar para o ponto de maior tensão, que é também o ponto de interesse da cena, o ponto emocional. A luz é um elemento essencial nessa cena, ela é forte, direta e cênica, aparentemente vinda de uma única lâmpada refletora, que se está no alto da imagem. Tenho lembrança dessa cena vista em casa, durante a exibição da novela. Ela passa muita agonia e violência, contrastando com a quase nenhuma violência desse tipo no Divino. Não vimos traficantes no Divino, ladrões, abusadores, meliantes. Mesmo esses bandidos aqui retratados vinham de fora, de outro país. A cena, plasticamente muito bonita, bem elaborada, nos remete às cenas de cinema, ao universo de gângsteres e máfias. Mas, esse mal não pertence ao Divino. Pertence ao que está fora dali. Isso é importante destacar!

Figura 12 - Foto da cena de Carminha ameaçando Mãe Lucinda



Fonte: ODIA, 2013.

Carminha ameaça matar Mãe Lucinda com uma faca (figura nº 12). Ela está no início de sua decadência, perdendo poder e espaço. Além do mais, elas têm contas do passado para acertar. A principal iluminação vem de uma contraluz. Quando a luz passa pelos cabelos das duas atrizes, que são claros, provoca um efeito de uma aura quase branca em torno delas. A luz vinda pelo alto e por trás é efeito muito usado também em cinema. Posso citar pelo menos três cineastas que fizeram uso profícuo desse efeito: Terrence Malick, Ridley Scott e Orson

Welles. Nesta cena, a percepção que temos é que a luz do sol (?) invade o local através de uma janela. Uma luz intensa e amarelada. Mais uma vez, uma contraluz separando a ação central do fundo. Esse efeito dá a sensação de que elas pertencem a um espaço escuro, a luz está longe delas, que têm assuntos obscuros a resolver.

As cenas de tensão em *Avenida Brasil*, muitas vezes, foram trabalhadas em cores ocres, quentes, com iluminação caminhando para um dourado, como se essa luz fosse redimir os personagens, diminuir suas ações maléficas. Ou fazer o público suportá-las.

Figura 13 - Foto da cena de Carminha enterrando Nina viva



Fonte: TVEFAMOSOS, 2013.

Cena de altíssimo suspense e um clima de muito terror (figura nº 13). Carminha enterra Nina viva para assustá-la e fazê-la desistir de sua vingança. É uma externa, de noite, num cemitério. A luz vem de baixo, do lado esquerdo. A fotografia e iluminação parecem ter sido realizadas para acentuar o clima de noite escura da cena. Existe um predomínio da cor vermelha no quadro, dando a entender que tenham usado filtros para construir a cena, conforme havia já dito o diretor José Luiz Villamarim, em entrevista para esta pesquisa. Os tons diferentes das roupas e do cenário dão maior perspectiva à fotografia. Essa cena foi inspirada em *Kil Bill 2*, do diretor americano Quentin Tarantino, já citado anteriormente. O destaque é que a reinvenção da cena também trouxe sua ressignificação. Enquanto que na cena do filme americano a mocinha era dada como morta, sem chances de escapar daquele túmulo coberto por terra, e mesmo assim ela escapa, porque tem dons espaciais adquiridos por técnicas milenares de uma luta marcial; aqui, em *Avenida Brasil*, a vilã não tem intenção de

matar sua inimiga. Mas, assustá-la, afastá-la de seu caminho, insinuando que o que virá depois disso será bem pior. Tudo o que a heroína teve que fazer é deixar-se encher de terra e sair daquele buraco com mais sede de vingança. Para os fãs do diretor, foi uma bela homenagem. Para os que não conheciam a cena de Tarantino, foi uma cena que acentuou o caráter malévolo da vilã Carminha.

Essa cena resultou em um evento muito criativo na web e rendeu muitos pontos de audiência para a telenovela. Das imagens congeladas no final de capítulo, foi uma das mais utilizadas pelos internautas.

Figura 14 - Interface da Web, avatares congelados de Avenida Brasil



Fonte: CONGELAAVENIDABRASIL, 2013.

Figura 15 - Interface da Web, avatares congelados Avenida Brasil



Fonte: HIPERSESSAO, 2013.

As imagens congeladas (Figuras nº 14 e 15) foram um grande trunfo para a novela. Trouxeram um frescor que outras novelas não tinham. E ajudaram a movimentar o ambiente digital, quase que diariamente. O recurso foi oferecido pela própria emissora e todos podiam se ver congelados como seus ídolos da novela. Elas apareciam no final de cada capítulo, acentuando o clímax do gancho para o dia seguinte. O fundo da fotografia tinha sempre cor escura, com luzes coloridas desfocadas. São as mesmas luzes usadas na abertura da novela: luzes de faróis de carros e sinais de trânsito. O personagem congelado aparece sempre em preto e branco. É usada uma contraluz, pois os cabelos louros da atriz aparecem com uma aura branca em volta, e ela se encontra perfeitamente afastada do fundo da imagem. E ainda pode-se perceber que a pouca sombra no rosto das atrizes das fotos aqui apresentadas, foi usado alguma luz pela frente.

O efeito dos congelamentos sobre os telespectadores foi definitivo para movimentar a web.

É importante destacar que a telenovela *Avenida Brasil* continha cenas de drama, romance, suspense e comédia; e por se passar em ambientes simples e sofisticados ao mesmo tempo, a iluminação empregada chamou a atenção, desde a abertura da novela com uso da silhueta, luzes coloridas e fumaça, até o final de cada capítulo, com o congelamento da

imagem.

A iluminação é o braço direito da fotografia da novela. É um recurso de expressão visual usado para revelar e destacar os espaços. Mesmo que as cenas de uma novela sejam compostas por vários elementos como o roteiro, o cenário, os atores, a direção de arte, o figurino, todos esses elementos vão ter maior ou menor recepção com o auxílio de uma iluminação eficientemente aplicada.

Assim como muitas novelas até hoje não passam da estética do plano e contra plano, dos closes em profusão, das cenas sobrecarregadas de luz; em outras, como *Avenida Brasil*, já é possível ver que elas cumprem uma função estética mais próxima às funções estéticas do cinema, repletas de efeitos de luz, sombra e cor.

Em *Avenida Brasil*, as cenas inspiradas no dia a dia das pessoas do subúrbio, suas relações, seus sentimentos e anseios foram minuciosamente trabalhadas para dar um efeito mais artístico, artesanal, ressaltando sempre o lado solar desse cotidiano.

É importante pensar que a luz, a fotografia, o encadeamento de uma imagem à outra, devem ser instigantes, e se possível, sempre levar à reflexão. Foi o que aconteceu com *Avenida Brasil*.

A novela *Avenida Brasil*, logo nas primeiras semanas, revelou apuro estético, com plano-sequência no primeiro capítulo inspirado no filme argentino “*O Segredo de Seus Olhos*”, um ritmo mais acelerado de ações, fotografia com grandes efeitos, elenco afiado.

A arte da telenovela precisa, muitas vezes, acentuar o que parece óbvio, para que todos, sem exceção, possam entender. A arte da telenovela é rebarbativa. Todos os dias, a cada capítulo, aquele personagem vai caminhar um pouco mais rumo ao seu objetivo, sempre explicitando novamente qual é.

Dirigir personagens que oscilam de caráter foi um desafio para os diretores e um diferencial. Podemos perceber que ao longo da história a audiência chegou a questionar o caráter de Nina e até que ponto ela podia chegar para obter seus objetivos.

Lembro que esse comportamento de Nina não seria possível em outras épocas.

Na novela da TV Globo, *O Dono do Mundo*⁸⁵, de Gilberto Braga, exibida de 1991 a 1992, a heroína Márcia (vivida pela atriz Malu Mader), perde a virgindade às vésperas do casamento. Não para o noivo, mas para o chefe dele, o todo poderoso cirurgião plástico Felipe Barreto (interpretado por Antonio Fagundes), que apostou com um amigo que dinheiro comprava tudo, até a virgindade de uma moça simples como Márcia. Felipe Barreto apostou

⁸⁵ Novela O Dono do Mundo: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/o-dono-do-mundo/galeria-de-personagens.htm>> . Acesso em: 14 mai. 2014.

que levaria para a cama a noiva virgem, antes do marido Walter (Tadeu Aguiar). Ele presenteia o casal com uma viagem de lua de mel ao Canadá e vai junto, sob a alegação de que viajava a negócios. O médico consegue afastar Walter do hotel e seduz Márcia, concretizando seu plano. Desesperado ao flagrar a mulher nos braços do patrão, Walter sai de carro e sofre um acidente fatal.

Esse início de trama chocou a audiência, que rejeitou a história e o fato da heroína ter cedido aos seus impulsos. A heroína tinha que ser imaculada. Pesquisa de audiência na época, encomendadas pela emissora, apontavam que ninguém suportava as vitórias do protagonista e nem que uma jovem com curso superior, vivendo no Rio de Janeiro dos anos 90, pudesse ser seduzida assim tão facilmente. A saída do autor foi fazê-la ferir o protagonista no rosto com um bisturi e ser presa por isso, para assim pagar pela sua falta e ganhar a simpatia do público.⁸⁶

A dubiedade de personagens ou personagens que não são só bons ou só maus já vem sendo trabalhada na teledramaturgia mais contemporânea. No entanto, em *Avenida Brasil* esse dado foi bastante comentado não só pelos pesquisadores como pelo público. E refletiu de certo modo o ambiente político atual que, por sua transparência, revelou muitas personalidades envolvidas em casos de corrupção. Por outro lado, também as instituições passaram por abalos sistemáticos em função de denúncias de fraudes em seus meios. Igrejas, escolas, hospitais, e outras tiveram seus membros expostos em páginas de jornal. A realidade alimenta a ficção assim como a ficção alimenta a realidade.

Por isso, Carminha e Nina tiveram muitos componentes em suas trajetórias para que aparecessem com mais relevos do que protagonistas do passado, de outras novelas.

O tema da Classe C emergente foi um dos maiores diferenciais da novela. Mostrar que essa classe é a que mais consome, dita a moda e influencia muito o mercado, tal qual o empresário indiano previu, foi importante porque transferiu para essa classe a centralidade da ação da novela. Usando de todos os recursos citados anteriormente, luz, cenário, figurino, caracterização, enredo, foi construído o subúrbio do sonho da Classe C. Ou de outro modo, a novela refletiu um subúrbio vivido por parte da Classe C.

Como diferencial estético, o diretor José Luiz Villamarim aponta para a simplicidade dos planos e dos movimentos de câmera. Uma simplicidade usada a serviço de se contar uma boa história. Longe dos planos e contra planos, foi uma estética que valorizou o trabalho do ator, que deu destaque ao texto antes da imagem. O uso da câmera fixa, que imprime mais

⁸⁶ A baixa audiência em O dono do Mundo: <<http://www.teledramaturgia.com.br/tele/donob.asp>> Acesso em: 14 mai. 2014.

veracidade a cena, foi um dos recursos usados.

Outro foi o improviso em cena, os “cacos” dos atores⁸⁷, o “cacear”, falar ao mesmo tempo, improvisar a fala na hora da gravação. Nunca tinha sido feito antes e deu aos atores uma autonomia de interpretação, trazendo para o vídeo um resultado de maior proximidade.

Villamarim também destaca que, pela primeira vez em uma novela das nove, foi usada câmera de cinema com lentes de distância focal fixa (ao invés de mexer no zoom, a lente é trocada para proporcionar maior nitidez). O que trouxe uma qualidade muito maior aos planos, closes, enquadramentos. Foi uma experimentação inovadora, porque além de ser mais difícil de trabalhar com essas lentes, demanda mais tempo de produção. Por outro lado, imprime uma beleza estética maior à fotografia da novela.

Além das lentes fixas, os diretores usaram também câmeras que imprimem uma qualidade parecida com a qualidade da imagem cinematográfica, de 24fps.⁸⁸ Para isso, foi usada uma Sony F35⁸⁹. Câmeras que receberam comentários dos cinegrafistas e diretores de fotografia no site Mundo Fotográfico⁹⁰, onde os profissionais reconhecem a qualidade das imagens produzidas pela novela *Avenida Brasil*.

Também ficou evidente o uso do recurso de câmera na mão, planos fixos e imagens tratadas na pós-produção, como as usadas em telejornais, para dar um tom documental às imagens.

4.2 Produção de Subjetividade na Web

O Facebook e o Twitter se transformaram na sala de estar do telespectador de *Avenida*

⁸⁷ “Cacos dos Atores”: falas inventadas e ditas de improviso, pelos atores, fora do texto de teledramaturgia que estão trabalhando.

⁸⁸ 24fps: Medida do número de imagens ou quadros individuais que um determinado dispositivo óptico ou eletrônico processa e exibe por unidade de tempo. Em cinema, cada uma destas imagens é chamada de fotograma e a cadência é medida em *fotogramas por segundo* (fps). Em vídeo e demais mídias eletrônicas, as imagens individuais são chamadas de frames e a medida da cadência é em *frames por segundo* (fps)¹. <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Cad%C3%Aancia_\(audiovisual\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Cad%C3%Aancia_(audiovisual))>. Acesso em: 06 nov. 2013.

⁸⁹ Reunindo as vantagens da tecnologia digital com da película, a sony F35, também chamada de cinematografia digital oferece uma qualidade de imagem empolgante, uma extensa gama de profundidade dos controles de campo, faixa dinâmica, e F23-equivalente ampla gama de cores e a utilização flexível do que a grande maioria das lentes de 35 milímetros de cinema, o que expande as possibilidades criativas.< http://www.pcmall.com.br/loja/produto-170722-2259-sony_f35__cinealta_camara>. Acesso em: 06 nov. 2013. Acesso em 06 de novembro de 2013.

⁹⁰ Fórum de discussão sobre as câmeras usadas na novela Avenida Brasil: <<http://forum.mundofotografico.com.br/index.php?topic=69405.0>>. Acesso em: 06 nov. 2013.

Brasil, com usuários compartilhando opiniões e repetindo frases dos personagens da novela. Diariamente, muitos hashtags eram levantados para os Trending Topics e a novela se transformava no assunto do momento.

Ela inaugurou um intenso fluxo de produção de sentidos, novas formas de ver e participar da novela. *O fandon*⁹¹. Que é o diálogo com o público que se amplifica cada vez mais em experiências chamadas *fandon* ou televisão participativa. Os integrantes do *fandon* acompanham o programa predileto deles, construindo narrativas paralelas àquelas que a televisão está mostrando. Podem interagir e receber retorno da emissora, que acata sugestões e os fazem co-autores da narrativa exibida pelo canal. Através desse processo podem também contratar novos autores, descobrir novos talentos.

Na verdade, a força e a disseminação da internet fazem tudo se amplificar. Ela aparelha o anônimo em casa com meios de produção necessários a um mínimo de espetáculo com alcance de público. O que não dá para passar despercebido por uma emissora que deseja manter sua audiência em alta. O que modifica também a narrativas, impondo a elas novos discursos e estéticas. Foi o que aconteceu em *Avenida Brasil*.

A novela pautou dois temas principais: o desejo de vingança e o desejo de visibilidade de uma classe social emergente, a Classe C. O desejo de vingança que engendrou uma trama entre duas personagens femininas, Carminha (Adriana Esteves) e Nina/Rita (Débora Falabella) também repercutiu em pequenos desejos de vingança entre uma classe e outra.

O diálogo incessante na rede permitiu aferir não só a audiência, mas, também forçou o próprio autor a vir a público se desculpar por falhas de comunicação, por seu desconhecimento das ferramentas do mundo virtual. Como não saber que existe pen drive, pequeno dispositivo onde se armazena fotos e informações. Falhas que os internautas consideraram impossíveis de serem cometidas hoje, com todo acesso que se tem para esse ambiente digital.

A primeira grande visibilidade que *Avenida Brasil* ganhou na web foi através de sua música de abertura, o “*Oi, Oi, Oi*”. A hashtag #oiioi teve mais de 1.300 citações diárias, segundo o site Topsy⁹². O *oi, oi, oi* funcionava como uma chamada: preste atenção! Ou uma surpresa: o que é isso? *Oi, oi, oi!* Por isso, servia tanto para fazer brincadeiras na internet como para criticar assuntos sérios nas redes sociais.

Os gifs (Graphics Interchange Format ou formato de intercâmbio de gráficos é um

⁹¹<<http://kogut.oglobo.globo.com/noticias-da-tv/critica/noticia/2014/04/dialogo-da-tv-com-o-publico-se-amplifica-cada-vez-mais.html>>, Acesso em: 25 abr. 2014.

⁹² Site Topsy: <<http://topsy.com/>> Acesso em: 21 set. 2102

formato de imagem muito usado na Internet) de Carminha não paravam de ser criados na rede. Pelo Tumblr (rede social), principalmente. Geralmente com a vilã fazendo caretas ou falando suas frases “antológicas”. Carminha, aliás, foi considerada pelo público da web a vilã mais careteira da teledramaturgia. Mereceu ser eternizada em gifs. O mais famoso foi *É tudo culpa da Rita*. Qualquer coisa que acontecia com alguém, era essa a frase que se dizia nas redes sociais. A Rita se tornou culpada de todos os problemas brasileiros, políticos, econômicos, sociais. Também por todos os problemas pessoais, de namoro, casamento, amizade, de trabalho, de família.

Figura 16 - Interface da Web, bordão: A Culpa é da Rita



Fonte: KNOWYOURMEME, 2013

Figura 17 - Interface da Web, bordão: A Culpa é da Rita



Fonte: CIENCIAEMTUDO, 2013.

Figura 18 - Interface da Web, bordão: A Culpa é da Rita



Fonte: BLOGTUDO AVER COM VOCE, 2013.

Outro gif que fez muito sucesso entre os internautas foi o *Me serve, vadia*. Quando Nina finalmente revelou ser a vingadora, ela engendrou um plano em que a patroa virava empregada e a empregada, ela Nina, virava patroa. Isso mobilizou um enorme fluxo de comunicação. Era como se todas as empregadas domésticas do Brasil se vissem vingadas através desse bordão.

O capítulo em que a “Nina/Rita” corta o cabelo de Carminha e a faz de empregada, dizendo *Me serve, vadia*, foi meme (viral) imediato. O cartaz *Keep Calm and Me Serve Vadia* correu a web. A fala virou até funk nas mãos do DJ Masa, com quase 50 mil plays no Soundcloud.

E claro, virou também camiseta, capa de caderno, adesivo, convite, motivo para críticas, etc.

Figura 19 - Interface da Web, bordão: Me Serve, Vadia



Fonte: ACONTECEMCOISAS, 2013.

Figura 20 - Interface da Web, bordão: Me Serve, Vadia



Fonte: SITEDEMULHER, 2013.

Figura 21 - Interface da Web, bordão: Me Serve, Vadia



Fonte: FALADANOITE, 2013.

Figura 22 - Interface da Web, bordão: Me Serve, Vadia



Fonte: TODATEEN, 2013.

Chamar de amendoim. Zezé, a empregada da mansão de Tufão, fez uma paródia da música do grupo Aviões do Forró, que é trilha da novela, “Eu quero ver tu me chamar de amendoim”, que virou mais um viral das timelines (publicações da web), ganhou versão funk e também dance, esta última do Las Bibas from Viscaya.

O viral trouxe deu visibilidade para aquela antiga “ignorância” do povo brasileiro. A empregada que não entende direito a letra da música e troca um verso por outro absurdo, causando graça para os outros. O bordão foi usado também com outras apropriações, sempre pelo reforçando o lado cômico da situação.

Figura 23 - Interface da Web, bordão: Eu quero ver tu me chamar de amendoim



Fonte: GRUPOBS, 2014.

Figura 24 - Interface da Web, bordão: Eu quero ver tu me chamar de amendoim



Fonte: GERADORMEMES, 2014.

Faltou pen drive. O furo tecnológico da vingança de Nina virou até anúncio publicitário. Não

faltou gente criando Tumblrs (redes sociais) com as fotos comprometedoras de Carminha e Max, salvando as imagens com o nome Valendo2.zip.

No Facebook, a proposta era compartilhar as fotos pela internet para que elas chegassem, enfim!, ao traído Tufão. Foi um momento em que se cobrou do autor verossimilhança. O telespectador ficou ironizando o fato de uma foto não ter sido salva em um pen drive. Informação que o autor deveria saber. A matéria foi parar no Estadão.

Figura 25 - Interface da Web, bordão: Um pen drive para Nina



Fonte: FOLHA.UOL, 2013.

Ainda sobre o impacto de *Avenida Brasil* nas redes sociais, uma pesquisa da agência de publicidade multinacional JWT (J. W. Thompson) mostrou que as mídias tradicionais influenciam e pautam as redes sociais. Mas, nunca como no ano de 2012, a partir da exibição da novela *Avenida Brasil*. A produção movimentou de maneira expressiva a internet. Foi considerada pela agência a maior audiência já criada por uma novela nas redes sociais desde o advento do hábito de ver TV e comentar tudo online. *Avenida Brasil* teve mais de 218 mil fãs no Facebook, mais de 400 mil likes na rede, por dia, no Get Glue, rede social de compartilhar o que se assiste na TV ou cinema, a novela recebeu mais de 20 mil check-ins, a hashtag #oioioi chegou a ser mencionada mais de 1.300 vezes no Twitter e a busca por “*Avenida Brasil*” aumentou mais de 3.000% no Google.

Assim, esse outro sistema de comunicação transformou radicalmente o espaço e o tempo, assistimos a uma reinauguração do tempo, pois passado, presente e futuro eram ser programados para interagir em uma mesma mensagem. Nessa nova forma de produção de sentido, podemos afirmar que houve uma desterritorialização de *Avenida Brasil*, que aparece reintegrada em redes e colagens imagéticas, criando novos fluxos. Nessa ascensão do mundo das virtualidades, pelo site especializado You Pix⁹³ foi possível separar o que de melhor andou circulando sobre a novela e os efeitos de *Avenida Brasil* no cotidiano da web do brasileiro. *Avatares congelados*. No dia do centésimo capítulo, alguns dos tuiteiros mais engraçados apareceram com suas fotos sobre o fundo de bolinhas coloridas que encerra a novela, em uma espécie de flash mob digital que foi parar nos Trending Topics. O sucesso foi tanto que o site da novela criou um aplicativo para que os espectadores fizessem seu avatar congelado. Virou uma proliferação de Tumblrs do tipo, como *Congela Avenida Brasil* e *Avenida Brasindie*. Virou uma mania nacional. Até a presidente Dilma teve sua imagem congelada.

Figura 26 - Interface da Web, avatares congelados de Avenida Brasil



Fonte: BUZZFEED, 2013.

⁹³ Efeitos de Avenida Brasil na Web: <<http://youpix.com.br/memepedia/o-efeito-avenida-brasil-na-internetvadias-hashtags-e-oioioi/>> Acesso em: 06 nov. 2013.

Figura 27 - Interface da Web, avatares congelados de Avenida Brasil



Fonte: DZAI, 2013.

Figura 28 - Interface da Web, avatares congelados de Avenida Brasil



Fonte: ASK, 2013.

Brincar com os recursos tecnológicos que foram dispostos pela novela foi um enorme ganho de visibilidade para a própria novela.

Algumas vezes, os internautas ressignificavam essas imagens para fazer críticas sociais e políticas, ou críticas á própria narrativa da novela, ou criar outras narrativas, fora do contexto da novela. Como vemos abaixo:

Figura 29 - Interface da Web, crítica do internauta



Fonte: BLOGDOJORGE, 2013.

Figura 30 - Interface da Web, crítica do internauta



Fonte: PLC.CL, 2013.

Figura 31 - Interface da Web, crítica do internauta



Fonte: GSHOW, 2013.

Figura 32 - Interface da Web, crítica do internauta



Fonte: YOUPIX, 2014.

Nina das Entocas. Um perfil no Tumblr, a chefe de cozinha aparece, a cada dia, em uma cena

emblemática – no encontro de Lula e Fernando Haddad com Paulo Maluf, por exemplo:

Figura 33 - Interface da Web, Nina com políticos brasileiros



Fonte: BIT, 2014.

Ou dentro do seriado americano Games of Thrones:

Figura 34 - Interface da Web, Nina com personagem do seriado Games of Thrones



Fonte: GERADORDEMEMES, 2014

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Cartografando o dispositivo *Avenida Brasil*, me lembrei de um texto de *Mil Platôs: Capitalismo e Esquizofrenia* (1995), de Gilles Deleuze e Félix Guattari, em que eles refletem a cultura do livro, diferenciando o livro-raiz, que segue uma lógica binária e não admite multiplicidade, do livro-rizoma, de haste subterrânea, que tem nele mesmo formas muito diversas, desde sua extensão superficial ramificada em todos os sentidos até suas condensações em bulbos e tubérculos. Ao aplicar essas diferenças no campo do pensamento e do conhecimento, os autores associam essas áreas às formas e maneiras das árvores ou dos rizomas. A árvore obedece a uma ordem fixa, a da raiz, para crescer. Seu modelo seria o da autoridade, do controle e da tradição, baseado, portanto, em hierarquia. O rizoma se espalha, se desdobra, não tem centro, nem hierarquia. Articula-se por princípios como o de conexão, heterogeneidade e multiplicidade, e assume configurações distintas, expandindo-se horizontalmente para todos os lados, interconectando-se por linhas de fuga. Um processo que vivenciado amplamente na cartografia.

O rizoma é feito de platôs – e um platô é toda a multiplicidade conectável com outras hastes subterrâneas superficiais. Cada platô pode ser lido em qualquer posição e posto em relação com qualquer outro. Não poderíamos fazer uma aproximação do sistema rizomático com a estratégia narrativa e estética de *Avenida Brasil*? Cada produto que parte da telenovela, inclusive ela mesma, seria um platô. A trama com a inversão de eixo, a direção buscando efeitos cinematográficos, os figurinos, a direção de arte, a cenografia, o subúrbio, a Classe C emergente, o lixão, as transmídiações, entre outros elementos. E continua sendo rizomática se espalhando, através das vendas internacionais, por centenas de países, conectando outras culturas, vendendo produtos adaptados para as realidades locais.

Mas, pode acontecer de existir uma estrutura de árvore-raiz nos rizomas, formando nós arborescentes; e, também um galho de árvore pode brotar em rizoma.

Neste sentido, o comando central de todas as novelas da TV Globo, inclusive, *Avenida Brasil*, a Central Globo de Produção, é arborescente, pertence ao sistema raiz, de poder hierárquico.

Avenida Brasil desenvolveu-se em platôs que se intercomunicam, seja por produção de bens materiais ou imateriais. A novela cresceu por si mesma, com a força do ambiente digital e alavancada pelo momento por que passava o país. Assim os platôs foram se ligando,

plugando-se. Linhas de fuga foram surgindo e dando ressignificação à narrativa, através de novas produções de sentidos criados pelos internautas.

A própria inversão de eixo, que colocou a Classe C emergente no centro do debate e a classe alta na periferia, em posição caricatural, também pode ser vista como linha de fuga de uma estrutura narrativa historicamente amparada pelos discursos dos vitoriosos, poderosos e cheios de dinheiro.

Mesmo quando se tem linhas de fuga elas são rapidamente capturadas. São movimentos que se deslocam e retornam para o sistema arborescente, que está sempre focado no controle. Em absorver tudo o que foge ao controle raiz.

Mesmo com estrutura de árvore raiz (melodrama moderno), a narrativa de *Avenida Brasil* teve galhos brotando em rizomas, ao inaugurar alguns temas complexos e novos dentro da narrativa, como o da mobilidade social: quase 90 por cento dos personagens, inclusive os principais, viviam no subúrbio. Ou como o tema dos novos arranjos familiares e afetivos, representados pela célula familiar de Cadinho, Verônica, Noêmia e Alexia. E pela célula familiar de Suelen, Leandro e Roni. Outro tema foi o do papel feminino. As mulheres moviam as ações da narrativa, em quase todos os núcleos. Elas apareceram fortes, decididas, poderosas e mais inteligentes do que os homens.

Podemos destacar ainda o tema da ambigüidade dada às protagonistas. Ao evitar o clichê de mocinha e bandida, vilã e heroína, para as protagonistas, a narrativa despertou outro interesse da audiência, que vibrou com as interpretações das atrizes Adriana Esteves (Carminha), sempre solar, e de Nina/Rita (Débora Falabella), sempre taciturna.

A novela realmente tocou em temas bastante nevrálgicos, como a relação patroa-empregada doméstica, explicitando a luta de classe. Objetivamente, o que vimos na tela foi a vingança de uma classe sobre a outra. Nesta fala de Nina vemos exemplarmente esse contexto. O texto precede a rendição da vilã e a inversão dos papéis entre as antagonistas de *Avenida Brasil*.

“Eu vou te explicar algumas coisas sobre o quarto que você mal conhece, apesar de fazer parte da sua casa. Trata-se de um cômodo simples, pouco iluminado e pouco arejado... Mas, uma patroa do seu tipo deve achar que uma empregada não precisa mais do que isso para sobreviver... Temos TV, que as vezes pega, às vezes não (...). Vem ver o banheiro. (...) O chuveiro é elétrico, mas não temos água quente, porque apesar das promessas, a resistência nunca foi trocada... O ralo entope formando uma poça de água que inunda o banheiro inteiro. Cuidado para não escorregar. E o cheirinho? Ruim, não é? (...) Com o tempo você acostuma. A cama é uma porcaria... O estrado quebrado. Não se mexe muito porque senão você cai no chão... Alguma dúvida?”

Num país em que as empregadas começam a trabalhar na puberdade, a carapuça deve ter servido para muitas “patroas” do Brasil. São assuntos tabus pelos quais *Avenida Brasil* se aventurou, no sentido rizomático, dentro da narrativa.

Ainda sobre classes, Verônica (Débora Bloch) ironiza os emergentes dizendo que eles subiram tanto que chegaram ao andar dela, na Vieira Souto. Por sua vez, Monalisa (Heloisa Perissé), a rainha das chapinhas, ridiculariza os hábitos alimentares sadios da classe alta, dizendo que são alimentos sem graça, cor, e gosto. Assim como as mulheres são magras, sem carne, as festas são chatas e sem música. Enquanto as classes abastadas riem do modo deseducado dos suburbanos, tosco, ignorante, sem boas maneiras; os suburbanos se vangloriam por gostarem de cores, flores, dourados, falarem alto, terem alegria e sensualidade, serem musicais, e saberem fazer a boa e gostosa comida caseira, o típico arroz com feijão do brasileiro. No ringue de luta entre as classes o que se realizou em *Avenida Brasil* foi uma audiência policlassista, inserindo dentro do discurso da ascensão social ufanista de uma classe, o temor de outra. A classe urbana que toma a maioria das telas da teledramaturgia nacional tendo que encarar a vingança da “empregadinha”.

O tema da Classe C emergente também ganhou ênfase rizomática ao ser representado por pessoas parecidas com as que conhecemos no dia a dia, próximas de nós, vistas por seu lado mais empreendedor, criativo, alegre, próspero, não mais por sua ‘fala’ marginal, distante, agressiva; fazendo diminuir as margens que separam os centros das periferias.

Esse processo se deu através de um movimento de territorialização da novela. Um processo que implica no agenciamento entre o corpo do telespectador e o fluxo audiovisual das imagens em movimento, dentro de uma narrativa que exige operações intelectuais e emocionais de tomada de posição contra ou a favor. É um agenciamento maquínico travado entre o corpo do telespectador, com suas vivências, e o processo de territorialização das imagens em movimento que configuram uma linha de fuga, cujo efeito é a emergência de um devir-outro. Neste sentido, esse devir-outro do telespectador de uma telenovela produz um efeito semelhante a uma desterritorialização do corpo e das ideias, o que o leva a um campo de produção de subjetividades, agenciamentos, a uma suspensão momentânea da visibilidade do processo constitutivo das alteridades. Acompanha imediatamente esse processo uma posterior separação, que recompõe o corpo e a singularidade do telespectador reterritorializados quando acaba a última cena do capítulo da novela.

É uma relação aparentemente paradoxal, de um lado o telespectador cuja identidade é premissa para interagir com o processo da telenovela, do outro, esse mesmo telespectador estabelece como atração a esse dispositivo, uma promessa de desterritorialização de sua

própria identidade no espelho da telinha: “onde outros são como eu, de forma a que eu possa ser quem sou”.

O autor e os produtores da telenovela souberam produzir esses territórios existenciais, e se lançaram vorazmente no caminho de agarrar o telespectador pela história, pelo local onde ela se passa e pelos personagens que dela emergem. O Brasil se viu dentro do Divino e o Divino era um Brasil que desejava se ver.

Nesse contexto, passamos achar que o Divino é o melhor lugar para se estar, é o meu lugar, como canta na música Arlindo Cruz (*o meu lugar é sorriso, é paz e prazer, o seu nome é doce dizer: é Divino...*). Divino, subúrbio povoado pela “ariranha pirigueti” Suelen, que com seu poder de sedução também ficou conhecida como o “furacão do Divino”. Onde moram os jogadores de futebol que desejam subir para os times da primeira divisão, onde a cabeleireira Monalisa enriquece pelo próprio empreendedorismo, onde o Divino Futebol Clube tem sábados de charme, funk e pagode. Onde o bar do Silas é o ponto de encontro dos amigos fiéis, trabalhadores de bem com a vida. Onde o ex-craque do Flamengo, campeão do campeonato estadual, prefere morar em sua linda mansão, com a família. Onde os falidos da zona sul carioca se mudam para tentar um futuro mais feliz. “Viva o subúrbio. É lá que está o futuro.” Diz Cadinho, personagem de Alexandre Borges em *Avenida Brasil*. E essa não é qualquer avenida. É a Avenida Brasil, logradouro do Rio de Janeiro, de maior extensão do Brasil, e que liga dezenas de bairros.

Mas, vejamos, uma pesquisa do Ibope revelou que o consumidor da classe C não tem um comportamento uniforme e sim perfis diferentes, que podem ser classificados em três tipos. Um dos perfis que o estudo identificou é o consumista. Como o próprio nome sugere, ele compra muito e por impulso, frequentemente mais do que a renda permite. É aventureiro, extrovertido, vaidoso e sonhador. Acostumou-se a viver com dívidas e não se preocupa com isso. Muita gente o classificaria como o emergente deslumbrado com as benesses que o dinheiro pode trazer. O segundo perfil é o planejador. Oposto do consumista: um consumidor mais cauteloso, que gasta seus rendimentos com parcimônia e mostra-se cético quanto à propaganda. Preocupa-se com o futuro, investe em sua educação e na de seus filhos. Não gosta de dívidas e prefere poupar, mesmo que leve alguns meses até conseguir um dinheirinho. O terceiro perfil foi batizado pelo Ibope de retraído, um consumidor que muda seu comportamento segundo a situação e, por isso mesmo, é mais difícil de ser compreendido. (HERZOG, 2009, p.58-59). Em *Avenida Brasil* encontramos a prevalência quase total de um perfil, o primeiro. E ênfase na mobilidade social dele.

Em *Avenida Brasil* não há conflitos de credo, raça ou cor. Não há violência, crimes,

tráficos, pobreza explícita, carência dos serviços básicos como saúde, escola, habitação, saneamento, eletricidade, entre outros. A representação chamada Classe C é feita basicamente de gente branca, de cabelo liso, dentes perfeitos e português correto.

Esse subúrbio também não era o subúrbio de alguns moradores do subúrbio que escreveram para a seção de cartas aos leitores do Jornal O Globo,⁹⁴ reclamando que na área onde moravam as pessoas não falavam alto daquela maneira como era mostrada na novela, assim como disseram as entrevistadas desta pesquisa. Há vários subúrbios com características distintas das que vimos no Divino, de *Avenida Brasil*. Inclusive, o de nossas entrevistadas. Que gostaram de ver o lado solar do Divino, mas reclamaram da falta de singularidades, de coerência com o que viviam no dia a dia. Mas, certamente, esse Divino é o Divino desejado, imaginado e lembrado pela audiência que o consagrou. É o Devir Divino.

São arborescências que podem acontecer nos rizomas e empuxos rizomáticos que podem acontecer na raiz.

Para construir esse Devir Divino, a direção da novela não poupou recursos estéticos que também percorreram terrenos rizomáticos, como o uso de câmeras mais sensíveis, aproximando as imagens de *Avenida Brasil* das imagens cinematográficas. O uso de lentes fixas que garantiam uma abordagem quase documental, que trouxe maior veracidade às cenas e aos personagens. Os enquadramentos fugiram do plano e contra plano, comuns nas novelas, assim como os closes. E ainda, os sons sobrepostos, o tom “jazzístico” ou improvisado das encenações, o “cacear” dos personagens quando falavam uns com os outros.

Os diretores buscaram construir imagens que às vezes pareciam desfocadas, outras vezes, escuras, também em contrastes de claro e escuro, realçando a dramaticidade da fotografia. A iluminação foi trabalhada como um vetor a mais de dramaticidade, com destaque para as cenas inspiradas em filmes de diretores reconhecidos como Tarantino (Kil Bil 2), Jonathan Dayton e Valerie Faris (Pequena Miss Sunshine), Juan José Campanella (O Segredo de Seus Olhos), Danny Boyle (Quem Quer Ser Um Milionário), e ainda, Eduardo Coutinho, Lucrecia Martel, Artur Fontes, entre outros.

Destacam-se na novela também as virtudes da transmissão em alta definição, em especial nas cenas do lixão: enquadramentos ricos em detalhes, em vários planos, fotografia expressiva e uma direção de arte que sugere mais realismo do que em novelas anteriores.

As imagens de *Avenida Brasil* se configuram dentro do esquema de imagens em movimento, encadeadas numa lógica que apela ao sistema sensorial motor do espectador,

⁹⁴Leitor reclama do subúrbio de Avenida Brasil: link <<http://www1.folha.uol.com.br/paineldoleitor/1173410-suburbio-como-protagonista-explica-sucesso-de-novela-diz-leitor.shtml>>. Acesso em: 02 jul. 2014.

construindo um todo no final, uma moral da história, que dá sentido ao que foi dado como imagem inicial.

Entretanto, a velocidade de acontecimentos, de ganchos em cada cena e em cada final de capítulo, a quantidade de ações paralelas aos acontecimentos principais, às vezes, desmontavam esse esquema de imagem-movimento, causando um estranhamento capaz de desconectar esse sistema sensorio motor e produzir virtualidades advindas de imagens que não se conectavam com as anteriores. Essa estranheza, esse impacto, muitas vezes, produzia um espaço de alteridade, onde se é chamado à reflexão sobre o que se vê, se ouve, ou se entende da narrativa. Não posso afirmar que se trate de imagem tempo, mas de uma imagem inaugural de outro espaço que não é aquele dado de graça pela novela. É o que fez, como já citei em outro capítulo, minha filha dizer que havia algo de errado com a imagem. Ela estava tremida, ela estava escura, ela não parecia ser da novela. “É novela, mãe, isso que está passando?” Foi a pergunta que me fez. Aquela imagem não pertencia ao fluxo de imagens que ela estava acostumada a ver na televisão, na novela, e até em *Avenida Brasil*.

No livro *Cinema/Deleuze* (2013), de André Parente, no capítulo *Imagem e Afecção nas Novas Mídias*, o autor faz uma reflexão sobre a imagem digital, trazendo os conceitos e Bérson e Deleuze sobre a imagem para uma nova perspectiva. Nessa nova perspectiva talvez pudéssemos inscrever as imagens de *Avenida Brasil*, e as ressignificações que delas surgiram no ambiente digital.

Parente (2013) trabalha com os conceitos de Mark Hansen, que reanimam as proposições de Bérson, principalmente em relação ao papel produtivo desempenhado pelo corpo, introduzindo um conceito original de imagem digital em um contexto de identificação e legitimação do potencial inovador das novas mídias. Haveria um marco inaugural, à frente dos dois regimes da imagem cinematográfica sugerida por Deleuze – Imagem- Movimento e Imagem-Tempo. Para Hansen, a Imagem-Tempo pressupõe a ênfase sobre as operações o pensamento (paralisia motora e ênfase nos nexos mentais) em detrimento das relações sensoriais da natureza corpórea, exatamente aquelas que a mídia coloca na ordem do dia. (PARENTE, 2013).

Porém, as novas mídias vieram deflagar relações temporais e espaciais inaugurais, irreduzíveis às mídias analógicas, entre elas, a fotografia e o cinema. A tese central de Hansen é de que, na ausência dos suportes materiais específicos que singularizaram as mídias analógicas, as novas mídias passam a convocar o corpo como um processador de informação, agora chamado a desempenhar as funções seletivas anteriormente delegadas às interfaces midiáticas. Na impossibilidade de identificação das singularidades técnicas e processuais de

cada mídia, o corpo é chamado a desempenhar funções de diferenciação anteriormente delegadas ao sistema de mídias. Prevalece nessa passagem o deslocamento das funções seletivas das interfaces midiáticas para o corpo, seguindo a lógica de que o corpo assume uma função mais proeminente de processador seletivo de informação. (PARENTE, 2013).

Isso faz todo sentido quando uma imagem faz parar o olhar de minha filha vendo a novela. Ou mesmo quando deixo que uma imagem seja ponto de partida para outra informação que seleciono para criticar, repercutir, ou pensar outro pensamento, outra imagem, diferente daquela imagem inicial, ou que me inspira criar na web outra narrativa. Seríamos todos editores de imagem e produtores delas também, em outra perspectiva. “Esse corpo ampliado, chamado a desempenhar funções anteriormente atribuídas às mídias modernas, passa, ele próprio, nessa nova condição de operador de uma interface pós-cinemática, a filtrar e a criar imagens.” (PARENTE., 2013, p168).

A questão colocada neste momento não vai encontrar resposta, pois se refere às transformações em curso, processadas no interior das imagens e entre os sistemas de mídias. O próprio autor se pergunta: revolução, mudança de paradigma ou reconfiguração do lugar e da importância do sujeito e da imagem? Esse seria um trabalho para a próxima pesquisa.

O que fica pertinente para esta pesquisa é que as imagens que foram construídas para esta novela *Avenida Brasil* e que colocaram a Classe C emergente e o subúrbio no centro do debate, podem ter contribuído para a fundação de uma relação fortemente alterada entre sujeito e imagem, o que implicaria também novas relações pressupostas entre consciência e mundo material objetivo. O tempo dirá.

REFERÊNCIAS

- ACONTECEMCOISAS.COM, **Interface da Web, bordão: Me serve, vadia**, Disponível em: <<http://www.acontecemcoisas.com/2012/12/nina-de-avenida-brasil-no-seu-celular.html>> Acesso em: 12 dez. 2013.
- ALMEIDA, M. J. **Imagens e sons: a nova cultura oral**. São Paulo: Cortez, 2001.
- AMADOR, Fernanda; FONSECA, Tania Mara Galli, Da intuição como método filosófico à cartografia como método de pesquisa, **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, Rio de Janeiro, n.1, v. 61, 2009.
- ASK.FM, **Interface da Web, avatares congelados de Avenida Brasil**, <<http://ask.fm/BiaBiscoita>> acesso em: 21 dez. 2013.
- AUDIENCIADAMIXTV.COM, **Foto da cena de Leleco espionando Tessália**, Disponível em: <<http://audienciadatvmix.com/2012/07/11/avenida-brasil-leleco-espiona-e-descobre-o-que-nao-queria-tessalia-e-fiel/>> Acesso em: 10 nov. 2013.
- BACCEGA, M. A.; BUDAG, F. E.; HOFF, T. M. C.; CASAQUI, V. Consumo, trabalho e corpo: representações em a favorita. In: LOPES, M. I. V. (Org.) **Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas**. São Paulo: Globo, 2009.
- BIT.COM. **Interface da Web, Nina com os políticos Brasileiros** Disponível em: <<http://bit.ly/1EeSCIg>> . Acesso em: 5 mar. 2014.
- BLOGDOJORGE.COM, **Interface da Web, crítica do internauta**, Disponível em: <http://www.blogdojorge.com.br/2012_10_01_archive.html> Acesso em: 21 dez. 2013.
- BLOGTUDO AVER COM VOCE.COM, **Interface da Web, bordão: A culpa é da Rita**, <<http://blogtudoavercomvoce.blogspot.com.br/2013/03/culpa-da-rita.html>> acesso em: 21 nov. 2013.
- BUZZFEED.COM, **Interface da Web, avatares congelados de Avenida Brasil**, Disponível em: <<http://www.buzzfeed.com/blankabr/9-coisas-que-voca-nao-sabia-sobre-dilma-marina-wtu0>>. Acesso em: 21 dez. 2013.
- BORELLI, Silvia Helena Simões. **Vivendo com a telenovela**. São Paulo: Summus, 2002.
- BORELLI, S.; Silva, J. F. T.; Figueiredo, A. M.; Gomes, M. Narrativas da juventude e do feminino. In: LOPES, M. I. V. (Org.) **Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas**. São Paulo: Globo, 2009.

CALABRE, Lia. **No tempo das radionovelas e O rádio na sintonia do tempo: radionovelas e cotidiano (1940-1946)**. Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, 2006.

CHAUÍ, Marilena, “**Simulacro e Poder**”. São Paulo: Ed. Perseu Abramo, 2006.

CIENCIAEMTUDO.COM, **Interface da Web, bordão: A culpa é da Rita**, <<http://cienciaemtudo.spaceblog.com.br/2046591/A-Culpa-e-da-Rita-Rsrsrsrc/>> acesso em: 21 nov. 2013.

COMOLLI, Jean-Louis. **Ver e poder: a inocência perdida**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008. p.215.

COMVCAPRENDI.COM, **Foto da cena de casamento de Rita e Batata**, <https://comvcaprendi.files.wordpress.com/2012/08/casa_lucinda_decoracao.jpg> acesso em: 10 nov. 2013.

CONGELAAVENIDABRASIL.TUMBLR.COM, **Interface da Web, avatares congelados de Avenida Brasil**. Disponível em: <<http://congelaavenida brasil.tumblr.com/page/10>> . Acesso em: 10 nov. 2013.

DELEUZE, G, **A Imagem-Tempo**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

_____, **A Imagem-Movimento**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

_____. **Conversações**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

_____. **Foucault**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1984.

DELEUZE, G. CLAIRE Parnet, **Diálogos**. Trad. Eloisa Araújo Ribeiro, São Paulo: Escuta, 1998.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix - **Mil Platôs** (Vol. 4). Rio de Janeiro: Editora 34.

_____. **“O que é Filosofia”**. Rio de Janeiro: Ed34, 1992.

DELEUZE, Gilles; PARNET, Claret. **Diálogos**. São Paulo: Escuta, 1998.

DINIS, Nílson Fernandes, **Educação, cinema e alteridade**. Paraná: Editora UFPR.

DZAI.COM, **Interface da Web, avatares congelados de Avenida Brasil**, Disponível em: <http://www.dzai.com.br/blogdigital/blog/blogdigital?tv_pos_id=109602>. Acesso em: 21 dez. 2013.

FALADANOITE.FESTABELEM.COM.BR, **Interface da Web, bordão: Me serve, vadia**,

Disponível em: <<http://faladanoite.festabelem.com.br/category/rawr/>>. Acesso em: 12 dez. 2013.

FELDMAN, Ilana, “O Apelo Realista”, Revista Famecos. Porto Alegre, nº 36, 2008.

Disponível em:

<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/4416/3316>>. Acesso em: 07 nov. 2013.

FELLINI Par Fellini, 1984, p. 63 e em A lição civilizatória de Roberto Rossellini, artigo do **Jornal Estadão**, de 3 de abril de 2012. Disponível em:

<<http://heliofernandes.com.br/?p=34985>>. Acesso em: 3 fev. 2013.

FILHO, Kleber Prado e TETI, Marcela Montalvão, “A Cartografia Como Método Para As Ciências Humanas E Sociais”. **Revista barbarói**, Santa Cruz do Sul, n. 38, 2013. Disponível em:

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:_mnwjEmdLHIJ:online.unisc.br/ser/index.php/barbaroi/article/download/2471/2743+&cd=6&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>. Acesso em: 5 fev. 2013.

FISCHER, Rosa M. Bueno. **O mito na sala de jantar**. Porto Alegre, Ed: Movimento, 1984.

FOLHA.UOL.COM.BR, **Interface da Web, bordão: Doe um pen drive para Nina**,

Disponível em: <<http://outrocanal.blogfolha.uol.com.br/2012/09/20/furo-no-roteiro-de-avenida-brasil-vira-piada-na-internet/>>. Acesso em: 21 dez. 2013.

FOUCAULT, M. **As Palavras e as Coisas**. S. Paulo: Martins Fontes, 1981. p. 61-92.

FOUCAULT, M. **As Palavras e as Coisas**. S. Paulo: Martins Fontes, 1981, p. 231-264.

FREITAS, Guaciara Barbosa, “**Periferias Midiatizadas**”. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 4, 2008, Salvador. Disponível em:

<<http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14175.pdf>>. Acesso em: 29 out. 2013

GLOBO.Com. **A TV se rende à nova classe média**, 2012. Disponível em:

<<http://oglobo.globo.com/revista-da-tv/a-tv-se-rende-nova-classe-media-4934814>>. Acesso em: 9 set. 2013.

GERADORMEMES.COM, **Interface da Web, bordão: Eu quero ver tu me chamar de amendoim**. Disponível em: <<http://geradormemes.com/meme/balov8>>. Acesso em: 3 mar. 2014.

_____. **Interface da Web, Nina no seriado Game of Thrones**. Disponível em:

<<http://geradormemes.com/system/search.php?term=tyrion&type=memes>> Acesso em: 5 mar. 2014.

GRUPOBS.COM, **Interface da Web, bordão: Eu quero ver tu me chamar de amendoim** Disponível em: <<http://wp.clicrbs.com.br/novelleiros/tag/carminha/?topo=52,2,18,,186,e173>> Acesso em: 3 mar. 2014.

GSHOW.COM, **Interface da Web, crítica do internauta**, Disponível em: <http://gshow.globo.com/novelas/avenida-brasil/Vem-por-ai/noticia/2012/08/com-ajuda-de-zeze-carminha-foge-da-mansao-para-procurar-fotos-de-nina.html>>. Acesso em: 21 dez. 2013.

GUATTARI, F. **Caosmose: um novo paradigma estético**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

GUATTARI, F. Divã do Pobre. In: METZ, C. et al. **Psicanálise e Cinema**. São Paulo: Global, 1980. p 117.

GUATTARI, Felix; ROLNIK, Suely. **Micropolíticas: Cartografia do Desejo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

GUIADASEMANA.COM, **Foto da cena de Nina/Rita na Argentina**. Disponível em: <<http://www.guiadasemana.com.br/system/pictures/2012/3/44175/cropped/tv-globo-estevam-avellar-novela.jpg>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

GUILLERMO, Orozco; LOPEZ, Maria(Coords.) **Convergencias y transmediación de la ficción televisiva**. São Paulo: Globo, 2010.

HAESBAERT, Rogério, BRUCE, Glauco. **Desterritorialização na obra de Deleuze e Guattari**, NUREG - Núcleo de Estudos sobre Regionalização e Globalização, Universidade Federal Fluminense. Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:sqMdO6qlPMkJ:www.uff.br/geografia/ojs/index.php/geografia/article/download/74/72+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>>. Acesso em: 5 fev. 2013.

HAAS, Guilherme Volkmann, “Interstícios No Cinema e Na TV: Diferenças no Devir do Pensamento a Partir de Gilles Deleuze”. **Revista Electrónica Razon Y Palabra**. Número 73, 2010. Disponível em: <www.razonypalabra.org.mx>. Acesso em: 9 set. 2013.

HERZOG, Luisa, “Para Entender a Classe C”, **Revista Eletrônica**, n. 944, 2009. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/0940/noticias/entender-classe-c-432188>> Acesso em: 04 abr. 2009.

HIPERSESSAO.BLOGSPOT.COM. **Interface da Web, avatares congelados de Avenida Brasil**. Disponível em: <<http://hipersessao.blogspot.com.br/2012/07/programa-que-faz-fotos-ficarem-iguais.html>>. Acesso em: 21 nov. 2013.

KNOWYOURMEME.COM. **Interface da Web, bordão: A culpa é da Rita**, Disponível em:

Disponível em: <http://knowyourmeme.com/photos/364979-mussum-forevis-mussum-swap_>
Acesso em: 21 nov. 2013.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo De. **Brasil: Caminos de la ficción entre viejos y nuevos medios**” In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; Guillermo Orozco-Gómez. (Org.). **Obitel**, 2011. Disponível em: <<http://obitelbrasil.blogspot.com.br/p/publicacoes.html>> ou em <<http://obitelbrasil.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 10 Set 2013.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo De. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Revista Comunicação & Educação**, São Paulo, n.26, 2003.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo De; MUNGIOLI, Maria Cristina Palma - **Transnacionalização Da Ficção Televisiva Nos Países Ibero-Americanos**. São Paulo: Obitel, 2012.

MACHADO, Arlindo. **“A Televisão levada a Sério”**. São Paulo: Editora Senac/SP, 2005.

MARTÍN-Barbero, Jesús. Viagens da telenovela: dos muitos modos de viajar viajar em, por, desde e com a telenovela. IN: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de Lopes. (Org.). **Telenovela: internacionalização e interculturalidade**. São Paulo: Loyola, 2004. p. 23-46.

MAFFESOLI A, Michel, **No fundo das aparências, Por uma ética da estética**. Petrópolis: Vozes, 1994. (Expressão “mundo imaginal”).

MAFFESOLI, M., **O fantástico cotidiano, A ficção da realidade**”. Rio de Janeiro: Rocco, 1984 (1979). p. 64-80.

NATÁLIO, Carlos. Territorialização e Desterritorialização. In: ENCONTRO ANUAL DA AIM, Associação de Investigadores da Imagem em Movimento, 2., 2013, Portugal. **Atas II**. Disponível em: <<http://aim.org.pt/atas/pdfs-Atas-IIEncontroAnualAIM/Atas-IIEncontroAnualAIM-18.pdf>>. Acesso em: 05 fev. 2013.

NERI, Marcelo. **A nova classe média: o lado brilhante dos pobres**. Rio de Janeiro: FGV/CPS, 2010. Disponível em: <<http://www.cps.fgv.br/cps/ncm/>>. Acesso em: 11 ago.2013.

NUEVODIARIOWEB.COM.AR, **Foto da cena de Nina e Jorginho na chuva**, <http://www.nuevodiarioweb.com.ar/fotos/notas/2014/02/27/tmb1_511650_20140227111308.jpg> acesso em: 10 nov. 2013.

ODIA.IG.COM.BR, **Foto da cena de Carminha ameaçando Mãe Lucinda**, <<http://odia.ig.com.br/porta/diversaoetv/avenida-brasil-carminha-amea%C3%A7a-lucinda-com-uma-faca-1.451285>> acesso em: 10 nov. 2013.

OROFINO, Maria Isabel. **“Mediações na produção de TV: um estudo sobre o Auto da**

Compadecida. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

ORTIZ, Renato; BORELLI, Sílvia Simões; RAMOS, José Mario Ortiz. **Telenovela**. História e produção. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.

PARENTE, André, **Narratividade e Modernidade**. São Paulo: Papyrus, 1994.

PARENTE, André. **Cinema/Deleuze**. São Paulo: Papyrus, 2013.

PAIVA, Cláudio Cardoso de, **Metodologia Científica, Televisão e Ficção Seriada**.

Disponível em: <

http://www.bocc.ubi.pt/pag/paiva_claudio_metodologia_televisao_ficcao_seriada.pdf>.

Acesso em: 2013.

PASSOS, Eduardo, KASTRUP, Virgínia e ESCÓSSIA, Liliana da (Orgs.). **Pistas do método da cartografia**: Pesquisa-intervenção e produção de subjetividade. Porto Alegre: Sulina, 2009.

PCL.COM, **Interface da Web, crítica do internauta**, Disponível em:

<<http://plp.cl/id/614555>>. Acesso em: 21 dez. 2013.

REDEGLOBO.COM. GLOBO.COM, **Foto da cena de abertura de Avenida Brasil**,

Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/novidades/novelas/noticia/2012/03/avenida-brasil-confira-o-making-e-abertura-da-novela-em-primeira-mao.html>> Acesso em: 10 nov. 2013.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco, **História da Televisão no Brasil**. Contexto, 2010.

ROCHA, Everardo P. Guimarães. O Que é Mito. São Paulo: Brasiliense, 1996.

ROCHA, EVERARDO P. GUIMARÃES. **Magia e Capitalismo**: um estudo antropológico da publicidade. 2 ed. São Paulo: Brasiliense, 1990.

SADEK, José Roberto, **Telenovela, um Olhar do Cinema**. São Paulo: Summus Editorial, 2008.

SHOWBIZ.PUBLIMETRO>.CL, **Foto da cena de Jorginho pedindo Nina em casamento**,

Disponível em: <<http://showbiz.publimetro.cl/galeria-los-momentos-mas-hot-de-nina-y-jorgito-de-avenida-brasil/showbiz/2014-01-28/213006.html>> . Acesso em: 10 nov. 2013.

SITEDEMULHER.NET, **Interface da Web, bordão: Me serve, vadia**, Disponível em:

<[http://www.sitedemulher.net/wp-](http://www.sitedemulher.net/wp-content/uploads/2012/08/fe0b90e0q32i1712faqdyns4u325r.jpg)

[content/uploads/2012/08/fe0b90e0q32i1712faqdyns4u325r.jpg](http://www.sitedemulher.net/wp-content/uploads/2012/08/fe0b90e0q32i1712faqdyns4u325r.jpg)> . Acesso em: 12 dez. 2013.

TELEVIZAO.WORDPRESS.COM, **Foto da cena do Lixão**, Disponível em:
<<https://televizao.wordpress.com/2012/03/28/rita-e-maltratada-por-nilo-no-lixao/>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

TODATEEN.UOL.COM, **Interface da Web, bordão: Me serve, vadia**. Disponível em:
<http://todateen.uol.com.br/tt/wp-content/uploads/2012/07/551009_136303726509992_983671966_n.jpg> Acesso em: 12 dez. 2013.

_____. **Foto da cena de Roni espancando traficantes**, Disponível em:
<<http://www.tribunahoje.com/noticia/31283/entretenimento/2012/06/26/avenida-brasil-roni-e-espancado-na-frente-de-suelen.html>> Acesso em: 10 nov. 2013.

TVEFAMOSOS.UOL.COM.BR, **Foto da cena de Carminha enterrando Nina viva**, Disponível em: <<http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2012/07/21/com-enterro-de-nina-avenida-brasil-fica-entre-assuntos-mais-comentados-na-web-neste-sabado.htm>> . Acesso em: 10 nov. 2013.

YOUPIX.COM. **Interface da Web, bordão de Avenida Brasil: A culpa é da Rita**, Disponível em: <<http://youpix.virgula.uol.com.br/wp-content/uploads/2012/08/culpadarita.jpg>> . Acesso em: 6 nov. 2013.

_____. **Interface da Web, bordão de avenida Brasil: Keep Calm and Me serve vadia**, Disponível em: <http://youpix.virgula.uol.com.br/wp-content/uploads/2012/08/oioioi_instagram1.jpg> . Acesso em: 6 nov. 2013.

_____. **Interface da Web, bordão de Avenida Brasil: Me serve vadia**, Disponível em: <<http://youpix.virgula.uol.com.br/wp-content/uploads/2012/08/camiseta-meservevadia.jpg>>. Acesso em: 6 nov. 2013.

_____. **Interface da Web, crítica do internauta**, Disponível em:
<<http://youpix.virgula.uol.com.br/memepedia/o-efeito-avenida-brasil-na-internet-vadias-hashtags-e-oioioi/>> Acesso em: 6 mar. 2014.