

## Avenida Brasil: o popular como pós-modernismo televisivo

Maria Beatriz Furtado Rahde, Roberto Tietzmann, Cristiane Finger  
Costa, Beatriz Dorfman

*Pontifícia Universidade do Rio Grande do Sul, Brasil*

E-mail: maria.rahde@pucrs.br, rtietz@pucrs.br,  
cristiane.finger@pucrs.br, bdorfman@pucrs.br

### Resumo

A telenovela Avenida Brasil traz como protagonistas a nova classe média brasileira, um movimento de ascensão econômica de parte da população a partir dos governos de Fernando Henrique Cardoso e potencializado nos mandatos de Lula.

Neste artigo exploramos esta temática através de um olhar da pós-modernidade em comunicação discutindo aspectos de narrativa, caracterização dos espaços e da sequência de abertura e trilha sonora da telenovela.

Palavras-chave: telenovela, avenida Brasil, TV Globo, pós-modernidade, análise

### “Avenida Brasil”: the popular as televised post-modernism

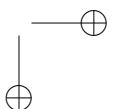
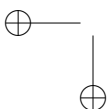
### Abstract

The telenovela Avenida Brasil presents as protagonists the new Brazilian middle class, the representation of an economic upward movement of the population underway since the presidency of Fernando Henrique Cardoso and strengthened

in the subsequent mandates of Lula. In this article we explore this issue through a post-modern look at communication studies, discussing aspects of narrative, set design and the opening titles sequence and its soundtrack.

Keywords: soap opera, Avenida Brasil, TV Globo, post-modern, analysis

**D**ESDE a sua implantação em 1950 nada abalou o sucesso da televisão junto ao público brasileiro. Ao longo de sua história, o veículo conquistou abrangência (99% do território nacional é coberto pelo sinal de TV), penetração (97,2% dos lares brasileiros têm pelo menos um aparelho) e lucro



(recebe 64% de toda a verba publicitária) inigualáveis<sup>1</sup>. E mais, de acordo com um estudo divulgado pela UNESCO<sup>2</sup>, a média de aparelhos ligados entre às sete horas da manhã e a meia-noite atinge 45% da população, um dos maiores índices no mundo.

O espaço público no Brasil começa e termina nos limites postos pela televisão. (...) Dentro desses limites, o país se informa sobre si mesmo, situa-se dentro do mundo e se reconhece como unidade. Diante da tela, os brasileiros torcem unidos nos eventos esportivos, choram unidos nas tragédias, acham graça, unidos, dos palhaços que aparecem. Divertem-se e se emocionam (Bucci, 1996, p.11).

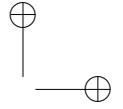
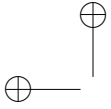
Passada a primeira década do século XXI o meio passa por mudanças. A primeira é a tecnológica, com a troca da plataforma analógica para a digital na transmissão e recepção de sinal de TV, com previsão de conclusão determinado pelo Governo Federal em junho de 2016. Outras novidades incluem a abertura do mercado de distribuição dos canais de TV por assinatura às operadoras de telefonia de capital estrangeiro e o estabelecimento de cotas de produção de conteúdo nacional e independente na programação. Uma mudança que vem acontecendo nas narrativas e formatos tradicionais no conteúdo da programação da televisão aberta é o privilégio à nova classe média como público alvo referencial.

Este é um movimento que pode parecer contraditório uma vez que a televisão aberta, principalmente a brasileira, sempre procurou atingir o chamado “público de massa”. Wolton (1996) afirma que este é um público complexo demais para ser caracterizado, uma vez que não se trata de um público popular, nem de um público de elite, nem tampouco um público “médio”, mas uma espécie de mistura dos três. Por outro lado, o autor também já antecipava a dificuldade de manter alguma autonomia da programação na televisão privada, levando em consideração a relação assimétrica entre oferta e demanda.

Com o crescimento econômico do país e o novo perfil socioeconômico da população a televisão no Brasil segue falando com todos os públicos e focando especialmente na maior classe social. Nos últimos cinco anos, cerca de 20

1. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2001-2009. In: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento. Disponível em [http://www.ibge.gov.br/brasil\\_em\\_sintese](http://www.ibge.gov.br/brasil_em_sintese). Acesso em: abril, 2012.

2. O ambiente regulatório para radiodifusão: uma pesquisa para os atores-chave brasileiros. Comunicação e Informação. Série Debates. Número 7. Fevereiro de 2011.



milhões de brasileiros passaram para a classe C, a chamada classe média. Segundo a FGV, uma família é considerada de classe média quando tem renda mensal entre R\$ 1.064 e R\$ 4.591, somando 91,8 milhões de brasileiros. São pessoas que ascenderam economicamente das classes D e E, já que as classes A e B mantiveram-se praticamente do mesmo tamanho. A soma dos públicos das classes C, D e E chega aos 80% da população.<sup>3</sup>

Esta é uma audiência que merece atenção especial uma vez que com sua ascensão econômica, aumentou também a sua autoestima, representatividade e visibilidade. Elas não querem mudar da periferia para os bairros de elite das grandes cidades. Desejam permanecer nas suas comunidades, com seus princípios, valores e hábitos de consumo. Não são mais apenas seguidores dos padrões das classes A e B. Para os produtores de televisão o desafio está em encontrar uma nova forma de representar esta audiência e fazer com que o telespectador se identifique com o que é veiculado, seja em programas jornalísticos, humorísticos ou na teledramaturgia.<sup>4</sup>

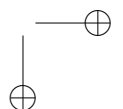
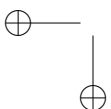
## Diálogos com a pós-modernidade

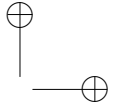
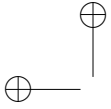
As transformações econômicas e sociais do Brasil das últimas décadas vêm tensionando as fórmulas estabelecidas do bem-fazer produtos audiovisuais de massa. A desconstrução do óbvio pregada por teóricos da pós-modernidade como Jameson (1997) urge a criação de uma renovada linguagem visual. Em contrapartida, pode-se também argumentar que a desconstrução de cânones estéticos convencionais da modernidade torna-se uma nova visualidade estética, que se transforma na estrutura de outros equilíbrios visuais, nos quais também uma nova vitalidade emaranhada se faz presente (COELHO NETTO, 1995).

As telenovelas brasileiras a partir do sucesso internacional de “Escrava Isaura” (TV Globo, 1976) pouco a pouco passaram a incorporar caracteres pós-modernos em sua estrutura e visualidade, passando pela inversão direta entre a identificação do público com protagonistas de caráter moral duvidoso como em “Vale Tudo” (TV Globo, 1988-1989) e chegando a um contexto potencializado a partir da primeira década do século XXI onde se justapõem os

3. Disponível em <http://www.ibge.org.br/>. Acesso em 10 maio de 2012.

4. Disponível em <http://www.fndc.org.br/>. Acesso em 12 maio de 2012.





cânones de narrativas tradicionais com a erosão da ideia de um bom caminho de bem fazer exclusivo de forma análoga à erosão dos meta-relatos organizadores de Lyotard (1998).

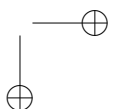
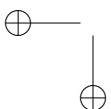
É assim que se pode perceber que as tecnologias do imaginário, que aparecem na televisão no cinema, nos vídeos, nos DVDs e nos demais meios vinculados à Internet abrem inúmeras possibilidades de novas visualidades imagísticas que se desenvolveram rapidamente nas últimas décadas e vêm estimulando a imaginação, mesmo na aparente racionalidade da mídia, sendo partilhados pela cultura. Os mitos permaneceram e poderiam ser chamados de uma cosmogonia destas culturas, assim como o sonho, a fantasia, a imaginação, residentes no imaginário. A aceitação do cotidiano vivenciado implica em compreensão dos anseios e necessidades humanas.

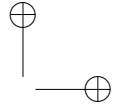
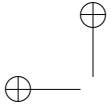
Será nesta nova forma de conceituar a estética relacional da pós-modernidade, que nos permitiremos expressar e viver muitas possibilidades do nosso ser, como o lúdico, num jogo de acasos e experimentações iconográficas, atestando imaginários que perpassam o pensamento atual, ao lado do conhecimento, dos sentimentos e da percepção, que podem melhor elucidar o pós-moderno. Se a modernidade era mais envolta no racional, na exclusão, a pós-modernidade agrega e inclui os mais diversos estilos, vivenciando um novo imaginário e pondo “a descoberto um real oculto e desconhecido, escondido sob o real conhecido, ‘natural’. [O imaginário] faz com que vejamos... outras realidades, que não estamos habituados” (Malrieu, 1997, p.81).

Em pouco mais que duas décadas este panorama se transformou. Mesmo que a centralidade da trama em personagens da classe alta ou da classe média alta ainda dialogasse com o público, a novela *Avenida Brasil*, desde o primeiro capítulo mostra um núcleo de classe média baixa em torno do qual se centraliza a temática principal. Sobre esta nova estética, Maffesoli (2001, p. 131) esclarece:

Podemos reconhecer a beleza da fealdade desde o momento em que arelativizamos: pomo-la em relação no quadro de uma globalidade. É efectivamente isso a característica do trágico. Ele não funciona a priori a partir de um cânone prestabelecido, mas vai reconhecer, de uma maneira incessante ou quase consciente, que pode existir uma certa ordem no seio da desordem.

De acordo com Rahde & Cauduro (2005), o ponto central do pós-modernismo é que a realidade passa a ser uma construção social que combina as





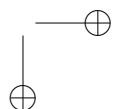
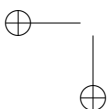
representações dos meios de comunicação com os da cultura e das artes populares, e ainda agrega a vivência particular de cada sujeito. A realidade compartilhada é aquela oferecida pela mídia e pela cultura, mas ela costuma ser apresentada em versões diversas. Portanto, a idéia de que os fatos e os objetos tenham uma essência e uma única interpretação não mais se sustenta. A aparência é o que se destaca cada vez mais, tornando a imagem estética e sedutora. Somos, certamente agora, consumidores de signos, de objetos de desejo. A diferença passa a ser mais valorizada que a uniformidade. Os cenários em Avenida Brasil retomam novas interpretações ou a prospecções futuras, que resgatam épocas de maneira híbrida; temáticas e roteiros, vestuário e adornos representam um período indefinido: é o espetáculo espetacularizado, um presente potencializado no hiper-real.

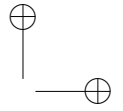
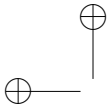
Podemos, hoje, encontrar uma nova estética, à qual Maffesoli (1995) refere como sentimentos partilhados ou sensibilidade coletiva. O autor ressalta também que existe uma autonomia de formas que são significativas para o espectador: as imagens agregadas numa outra perspectiva estética passam a seduzir e integrar grupos, que nelas vêem e sentem prazer. Maffesoli (1995) ainda considera que é nesse sentido que a emoção estética é o compartilhar e o cimentar do nosso estar com o outro, o que, na verdade, nada mais é do que permitir-se sentimentos, símbolos, emoções de forma mais liberta, sem a aura que pontuava a telenovela modernista.

Na busca da liberdade estão implícitos riscos a correr e a assumir, mas este assumir pressupõe uma consciência crítica diante de tantas incertezas do “ser liberto”, pois, como refere Bauman (1998, p.136):

Uma vez que a liberdade toma o lugar da ordem e do consenso como critério de qualidade de vida, a arte pós-moderna ganha muitos pontos. Ela acentua a liberdade por manter a imaginação desperta e, assim, manter as possibilidades vivas e jovens. Também acentua a liberdade ao manter os princípios fluidos, de modo que não se petrificassem na morte e nas certezas engeucedoras.

Esta nova classe popular não deixa de participar dos sonhos e, portanto do imaginário de uma cultura, antes ignorada nas novelas modernistas. Desta forma, conduz o espectador a participar e a visualizar novos mundos, antes inexplorados nas telas mas presentes no cotidiano. Nos exemplos evocados, encontramos os mesmos sinais do imaginário como uma amálgama dos mitos, das fantasias, das artes e do fantástico bem como dos meios de comunicação





contemporânea. É assim que encontramos pequenos núcleos de classe média alta, como Tufão e Carminha, que preferiram morar no subúrbio, pois a maior parte da novela é constituída de uma classe média baixa, em contraste com as novelas escritas por Manoel Carlos, que só apresenta a classe alta. Portanto, é preciso lembrar que esta nova classe popular também participa dos sonhos de cada indivíduo e, desta forma, faz vivo e potente seu imaginário.

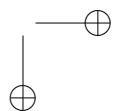
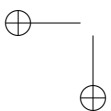
### **O popular e a telenovela: categorias e sedução**

É neste contexto que reúne o popular em meios massivos como um caracter da pós- modernidade que o horário nobre da televisão brasileira aberta mantém os gêneros e formatos consolidados na grade de programação mas tem alterado o conteúdo do que é veiculado.

No livro *Memória da Telenovela Brasileira*, Fernandes (1997) identifica cinco períodos distintos no desenvolvimento do gênero. O primeiro, marcado pela influência do rádio, com adaptação de textos estrangeiros. O segundo período, identificado pela programação horizontal das emissoras, com telenovelas em todos os canais existentes na época: Tupi, Excelsior, Record e Globo. Nesta época, surgiu o destaque ao autor nacional, os atores ganharam importância e o mercado foi ampliado. No terceiro período aconteceu a substituição da fantasia dos melodramas pela busca de uma verossimilhança do cotidiano. No quarto momento a Rede Globo conseguiu consolidar sua liderança técnica, estética e de audiência. O quinto período, de acordo com o autor, foi marcado pela atualização dos temas e renovação do público, com a busca da audiência dos jovens, sendo o exemplo *Malhação*, uma novela infanto-juvenil que passou a ocupar o horário vespertino na programação há mais de uma década.

Sugerimos a partir desta cronologia que a telenovela brasileira inaugura, neste momento, o seu sexto período marcado pela ascensão da classe C ao núcleo principal das tramas, pela concorrência com a TV por Assinatura e também pela utilização das novas plataformas para a fidelização dos públicos.

O público acompanha mais do que uma história que gira em torno da vingança de uma enteada contra a sua madrasta má, velha conhecida desde os antigos contos de fada. A novela ganha ares de novidade ao inserir um novo universo (o subúrbio carioca), novos cenários (um depósito de lixo a céu aberto) e eleger personagens centrais que pertencem à nova classe média ou



poderiam ser os chamados “novos ricos” (classe media alta). Joan Ferrés, no livro *Televisão Subliminar*, já chamava a atenção para a eficácia do discurso televisivo pela sedução, através da criação de modelos: Na moderna psicologia social se tende a propor concepção dos processos de influência social sustentada por mecanismos de identificação (1998, p.55).

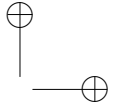
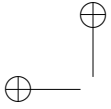
Nas narrativas das telenovelas, os conflitos e impasses são essencialmente de ordem moral. Quando a atitude da personagem coincide com aquela que tomaria o telespectador acontece uma identificação, caso contrário, há frustração e decepção. Mas antes de tudo, as personagens precisam ser sedutoras, para isso são focalizados alguns aspectos isolados de sua personalidade: o atrativo físico, a graça, a força, o poder, o status social. A estratégia sedutora atua com mecanismos simplistas e elementares. Por outro lado, Ferrés (1998) lembra que outra estratégia de sedução é o fascínio do mal, do fracasso, da monstruosidade, da loucura. Personagens que são a encarnação na tela dos próprios monstros interiores dos espectadores.

A sedução é a um tempo uma experiência de plenitude e de vazio. Neste sentido, não é estranho que seduzam tanto a beleza como a monstruosidade, tanto a luz como a treva, tanto o cume como o abismo, tanto a vida como a morte.(...) A televisão seduz porque é espelho, não tanto da realidade externa representada quanto da realidade interna de quem a vê (Ferrés, 1998, p. 71).

Para buscar situar estes mecanismos de identificação, neste trabalho foram utilizados os procedimentos metodológicos da análise de conteúdo que, segundo Bardin (1977), são compostos de três fases distintas: a pré-análise, na qual a amostra é escolhida e organizada; e onde deve ser realizada a leitura flutuante do material selecionado, para exploração de indicadores a serem utilizados. Em seguida, é a vez da exploração do material, com aplicação das práticas de categorização dos dados. E, por fim, o tratamento e interpretação do que foi encontrado.

Com a observação sistemática do conteúdo de três capítulos, escolhidos aleatoriamente, ao longo dos meses de março, abril e maio (26/03; 02/04; 01/05),<sup>5</sup> foi possível destacar algumas categorias onde esta identificação com a nova classe média é visivelmente construída: núcleos dramáticos e personagens; vinheta de abertura com trilha sonora e locações, cenários e figurinos.

5. Endereço eletrônico: <http://tv.globo.com/novelas/avenida-brasil/capitulos/>. Acesso em 10 de maio de 2012. Todas as sinopses dos capítulos, com as principais cenas, estão disponíveis para visualização no site oficial da emissora.



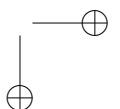
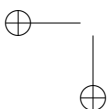
## **Núcleos dramáticos e personagens: a periferia é o centro**

Núcleos dramáticos são formados por grupos de personagens que atuam em um lugar comum onde se desenvolvem subtramas e são utilizados paralelamente ou concomitantemente com a história principal. Renata Pallottini (1998) destaca a insistência dos autores, ao longo da história das novelas brasileiras, em contrabalançar núcleos de personagens ricos com núcleos de personagens pobres ao afirmar que são “gente da pequena classe média; os pobres mesmo dificilmente têm lugar na telenovela. (...) são tramas paralelas de tons mais leves, feitas para amenizar o teor dramático de certos enredos (p.76).”

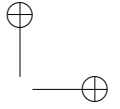
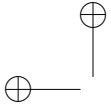
Em Avenida Brasil, passa a acontecer o contrário, os núcleos principais são formados pelos moradores do subúrbio e do lixão (uma espécie de aterro sanitário). No primeiro, há um ex-jogador de futebol que fez fortuna e sua família; a dona de um salão de beleza que também enriqueceu prestando serviço para mulheres das camadas populares. Em outro núcleo principal estão os moradores do lixão (adultos e crianças que vivem abaixo da linha da pobreza). Eles são os “catadores” trabalham na seleção de montanhas de lixo e moram no mesmo local.

O núcleo periférico, de menor importância para o desenvolvimento da trama desta novela, mora na zona sul do Rio de Janeiro, lugar nobre, são pessoas da chamada classe alta (A e B) que formam um núcleo cômico, onde os conflitos se remetem a poligamia e infidelidade, mas de uma forma leve. É neste núcleo, que se desenvolvem as cenas de alívio, utilizadas pelo autor para fugir do ambiente excessivamente pesado da história principal.

Na telenovela Avenida Brasil o deslocamento das personagens principais para a classe média, sejam eles do bem ou do mal, carrega também a identificação das aspirações do público, ser da classe média passa a significar um status social positivo. Ascender socialmente pode até estar relacionado com ganhar dinheiro, mas continuar no subúrbio, sem precisar deixar suas origens.







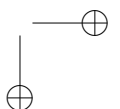
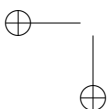
## Vinheta de abertura e trilhas sonoras: repetição e referências

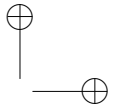
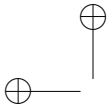
A popularidade da telenovela no Brasil sempre foi acompanhada pelo sucesso das suas trilhas sonoras. Ao servirem de fundo musical para as infinitas tramas, que invadem diariamente os lares brasileiros, elas também engrossam o faturamento das gravadoras. De acordo com Fernandes (1997), a empresa Som Livre, criada em 1969, em alguns anos passou a cuidar das trilhas sonoras da Rede Globo, gerando uma revolução na vendagem de discos. A partir de então, os temas passaram a ser lembrados e os personagens principais ganharam músicas exclusivas, uma prática que coexiste com a erosão das vendas da indústria fonográfica.

Na novela Avenida Brasil, o universo popular aparece nos ritmos das canções escolhidas para a trilha sonora, ligados originalmente aos espaços de comunidades das periferias, pouco conhecidos e apreciados do grande público se consideradas as dimensões e variedade de contextos do Brasil. A música tema da novela é uma versão relida e feita “censura livre” do ritmo e dança angolanos, chamado kuduro; as festas são embaladas por outros ritmos vindos da periferia conhecidos como charme e também eletroforró, sertanejo universitário, pagode e tecnobrega.

O destaque da trilha sonora é apresentado na sequência de abertura da novela, servindo como sua faixa de assinatura. A música “Vem Dançar Com Tudo (Vem Dançar Kuduro)” com os vocais de Robson Moura e Lino Krizz é marcada por um ritmo animado e um refrão de fácil memorização.

A abertura de Avenida Brasil tem um minuto de duração e apresenta vinte e dois planos para seu espectador concluindo com a marca da telenovela como é de praxe na emissora. O conceito de uma identidade visual aplicada à televisão foi formulado em emissoras norte-americanas a partir da década de 1950 conforme Krasner (2008) sendo baseado na ideia que cada programa tem um a marca específica, podendo ser reproduzida tanto em meios eletrônicos quanto impressos sustentando assim uma identidade visual coerente. No caso da Globo a formalização do design visual foi primeiro organizado por Cyro del Nero e posteriormente consolidado por Hans Donner e seus sucessores. A abertura introduz uma lista de nomes de elenco e equipe, vinhetas de entrada e saída de blocos e créditos finais, na maioria das vezes trazendo uma inter-





pretação visual dos temas do programa sem usar cenas dele diretamente. Em outras palavras, é uma realização separada da produção dos demais segmentos e episódios e que acompanham o programa durante toda a sua veiculação.

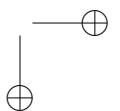
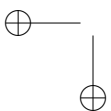
Visualmente os planos da abertura de Avenida Brasil exploram os mesmos elementos ao longo de sua duração: uma situação de festa onde dezenas de pessoas vistas em silhueta dançam animadas, iluminadas por luzes cujas cores vêm dos faróis e luminosos que fazem o fundo de quadro desfocado. A variação entre planos mais próximos de um indivíduo e a visão da massa dançando faz um dos eixos de variação desta abertura, sendo o outro representado se a velocidade das ações será representada em andamento normal ou em câmera lenta. Todas as cenas de dança são acompanhadas por legendas com nomes de elenco e equipe situadas nos cantos dos quadros de maneira a não desviar a atenção das imagens principais.

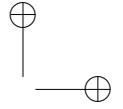
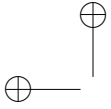
O uso de referências para a criação de aberturas é algo histórico nas produções da Globo, incorporando influências frequentemente do cinema como afirma Filho (2001). No caso de Avenida Brasil podemos situar um diálogo com as referências utilizadas com duas fontes externas à Globo e uma fonte interna às criações da emissora.

Sublinhamos as fontes externas de referência como o cinejornal Canal 100, veiculado das décadas de 1959 a 1986 cujo cartão de abertura trazia imagens muito semelhantes aos do fundo de quadro desta telenovela: faróis em movimento desfocados ao ponto de se tornarem marcas gráficas abstratas e dissociadas de seu referente imediato.

O uso de tais imagens no cinejornal Canal 100 se explica de várias maneiras. Em primeiro lugar é um recurso que é facilmente alcançável tecnicamente – basta levar a lente a uma posição de desfoque – e rápido de realizar, algo essencial a um cinejornal. A imagem abstrata das manchas de luz percorrendo a tela também permitia uma combinação com qualquer tema que fosse necessário abordar na pauta semanal. As notícias da semana eram precedidas de cartelas de texto, também de elaboração ágil. A incorporação destas manchas de luz desfocadas também ganha ainda outro contexto: sugeria um dinamismo urbano e traz em si as marcas da difusão da indústria automobilística nacional, algo que acontecia no mesmo período da criação do cinejornal e que depois tornou-se sua identidade.

Outra referência externa presente na abertura de Avenida Brasil é o crédito inicial do filme “007 Contra o Satânico Dr. No” (Terence Young, 1962). A





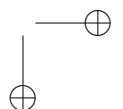
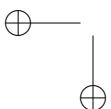
abertura de James Bond traz em seu segundo momento um animado baile de silhuetas que recebe cada vez mais participantes, acompanhados por uma batida caribenha. As silhuetas dos dançarinos, tanto no filme britânico quanto na telenovela brasileira, não representam nenhum personagem específico mas demarcam um espaço onde as emoções estarão colocadas à flor da pele. Além disto, a sobreposição destas silhuetas com as luzes desfocadas aponta para um espaço de periferia das grandes cidades, mais próximo de vias de grande velocidade que ligam núcleos urbanos.

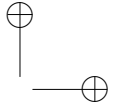
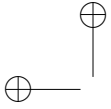
A aparente descontração presente na dança mostrada na abertura é cuidadosamente coreografada, um legado do conjunto das aberturas do programa Fantástico, revista televisiva dominical da Rede Globo no ar desde a década de 1970. Em suas diversas versões, as aberturas do programa de seu início até sua redução a apenas uma assinatura com o título invariavelmente contaram com um balé que foi ganhando versões progressivamente vinculadas a um estilo visual tecnológico a partir da abertura estreada em 1983 e chegando à síntese total de animação em sua versão estreada em 1996. O balé da abertura do programa dominical contava com coreografia e efeitos especiais servindo como uma demonstração de capacidade técnica e artística da TV Globo.

### **Espaços e cenografia: ascensão material e crítica ao “bom gosto”**

Coerente com o conceito da abertura da novela, já analisada anteriormente, a cenografia caracteriza, valoriza e antecipa elementos da ação dramática. Contextualiza os diferentes grupos sociais, explicita as suas relações e suas diferenças e confere visualidade aos contrastes e harmonias que têm lugar nas vidas dos personagens da trama.

O papel da arquitetura vai além de uma contextualização da narrativa, seja no teatro, no cinema ou num programa de televisão. A ambientação cenográfica, aliada à concepção dos figurinos e dos demais elementos gráficos adotados, configura a identidade visual do conceito e da trama ficcional. A caracterização dos espaços físicos onde a ação se desenrola define e caracteriza personagens e eventos.





O arquiteto, designer e artista italiano Stefano Casciani entrevistou Wim Wenders<sup>6</sup>, desenvolvendo interessantes reflexões sobre as relações entre a percepção da cidade e a sua representação no cinema. A percepção do cineasta é muito próxima da abordagem do arquiteto porque, para ele, a forma urbana é muito mais do que cenário: em seus filmes, a cidade é protagonista. Suas análises exemplificam e enriquecem estudos sobre os significados da paisagem urbana, desenvolvidos por autores como Lynch (2010).

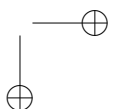
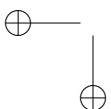
O cineasta confessou, na entrevista, que é um apaixonado pela cidade – para ele, os edifícios são seres humanos e cidadãos urbanos e, em muitos de seus filmes, a cidade é o protagonista principal. O lugar transmite energias e sentimentos que interagem com as pessoas, estabelecendo o diálogo. Wenders acredita que o cinema tem a função de ajudar a decifrar a cidade e assim interagir com ela de maneira mais harmoniosa e consciente. O cinema coloca a imagem da cidade em foco e torna mais tangível a sua percepção, e esta ideia pode ser transposta para a telenovela.

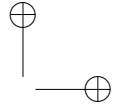
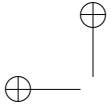
A cidade fala, numa linguagem desenhada através da composição e da articulação da ação com a arquitetura, em termos da estrutura formal, que se consolida na imagem. O observador estabelece relações entre elementos da arquitetura e dos espaços urbanos, numa leitura que influencia a compreensão da narrativa e da própria vida da sociedade.

A produção nacional recente, na televisão como no cinema, tem abordado a paisagem da cidade em sua multiplicidade expressiva e sua riqueza cultural e sociológica. O filme “O maior amor do mundo” (Carlos Diegues, 2006) revela uma arquitetura da cidade, das relações sociais em uma abordagem sensível e poética. A ambientação cenográfica do filme apresenta uma estética do lixo, que mistura diversas concepções estéticas. A lente sensível do filme atravessa a cidade, da Zona Sul até a favela, por meio do personagem que cruza todos os mundos, atravessa todas as fronteiras sociais, econômicas e culturais na perseguição do maior amor do mundo.

O documentário “Lixo extraordinário” (Lucy Walker, João Jardim e Karen Harley, 2010) apresenta a obra do artista brasileiro contemporâneo Vik Muniz e mostra que a arte, além de renovar a cultura e os valores, tem um papel decisivo para reciclar simultaneamente vidas e a sociedade. O filme torna extraordinário aquilo que é mais ordinário, banal, que está em todo o lugar, o

6. CASCIANI, Stefano. Entrevista Wim Wenders. *Domus*, n.943, janeiro de 2011 p. 36-44.





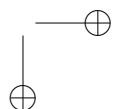
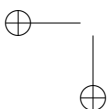
que sobra, o que ninguém quer. No entanto, o reaproveitamento, a reciclagem e o cuidado com o lixo, além de servirem como fonte de renda para numerosas famílias, constituem processos fundamentais para a sobrevivência do planeta. O equilíbrio ecológico e a sustentabilidade do ambiente dependem do destino que a sociedade der ao seu lixo. Não há vida sem lixo e o lixo produzido pela sociedade é o reflexo da cultura. Há diversos tipos de lixo, como lixo limpo e lixo sujo, lixo orgânico e lixo seco, lixo rico e lixo pobre. E nem tudo o que é lixo é lixo.

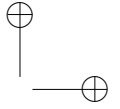
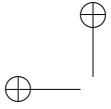
A riqueza das imagens, criadas pelo artista, com a colaboração dos catadores de material reciclável e fixadas nas fotografias, produzidas em equipe, reside numa sobreposição de paradoxos. São releituras de obras da história da arte, compostas com lixo, ao invés de tintas. Restos de matéria suja e malcheirosa constituem texturas que substituem as cores tradicionais. As fotografias de Vik Muniz reciclam restos da matéria durável com que são fabricados os produtos descartáveis da sociedade industrial em imagens extraordinárias.

A estética do lixo já foi objeto de abordagens artísticas, desde a década de 60, quando os artistas trabalhavam com materiais de origens alternativas, como sucatas e remete aos *object trouvé* e ao dadaísmo, do início do século XX. Materiais alternativos ganharam acabamentos requintados por Picasso e Braque, e linguagem requintada no cubismo sintético, na década de 1920, em obras que abordavam questões da linguagem visual, temas específicos dos movimentos modernos. No Brasil dos anos 60, Helio Oiticica criou os penetráveis e os parangolés, que questionaram linguagens e conceitos artísticos, com o emprego de materiais e de técnicas alternativas. Nas grandes exposições e bienais de arte contemporânea, os materiais adotados comportam outras mensagens e constituem elementos conceituais.

O título da novela *Avenida Brasil* remete à paisagem urbana, na qual a trama se desenvolve, e a análise da sua concepção cenográfica conduz a reflexões sobre a organização socioeconômica da cidade e sobre a cultura contemporânea. São cinco ambientes bem diferentes, cujas características formais contextualizam instantaneamente os padrões sociais, econômicos e culturais dos distintos grupos que se entrelaçam na ação. Os deslocamentos dos personagens entre estes espaços físicos tão heterogêneos evidenciam a complexidade das relações sociais, com ironia e bom humor.

Na caracterização dos espaços, destacam-se dois extremos: de um lado, o lixão e a favela e, do outro, a “mansão”, onde vive o personagem Tu-



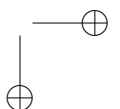
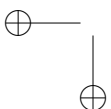


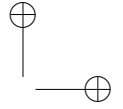
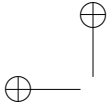
fão com sua família. E entre os exageros caricaturais dos extremos opostos, encontram-se ainda mais duas categorias, os ambientes simples do subúrbio e a elegância requintada da Zona Sul carioca.

O uso da cor já transmite mensagens eloquentes: na “mansão”, cores vivas, misturas de estampas exageradas, excesso de elementos carregados de apelos visuais, misturas de materiais, exagero de detalhes, ornamentos e de texturas. No lixão, predominam cores neutras, a cor do lixo é parda, empoeirada e sem vida, como massa amorfa. As cores deste cenário não se diferenciam das que se apresentam nos apartamentos de luxo da Zona Sul, com cores neutras, mobiliário discreto e de bom gosto, poucos elementos e estilo “clean”. A cenografia da novela revela um olhar irônico sobre o contexto histórico contemporâneo, ao aproximar características espaciais dos extremos opostos. O uso abusivo da cor dourada também pode ser interpretado com ironia. Na mansão, os ouros falsos, em contraste com o preto e outras cores vivas transmitem as ideias de ostentação, de falsidade e de futilidade. Os adornos representando escravos negros de pele e músculos reluzentes vestidos com trajes e turbantes dourados são um apelo ao gosto kitsch.

A casa da mãe Lucinda no lixão é cheia de amor e valorizada por uma iluminação suave, discreta e sofisticada, que denota vida e esperança, valores muito mais sólidos do que os falsos brilhos da casa dos milionários sem caráter. Vidros coloridos de garrafas filtram e desenharam esta luz que se reflete em adornos também dourados, feitos de papel alumínio reciclado de embalagens descartadas. Aqui, o dourado é autêntico, porque ostenta a sua fragilidade de papel, não quer imitar o ouro ou a riqueza, quer apenas refletir o brilho do sol. A pobreza material deste lar repleto de crianças abandonadas é compensada por um ambiente acolhedor, onde reina a hospitalidade e há lugar para todos, na longa mesa de refeições. As instalações são precárias, adaptadas, improvisadas, mas funcionam, promovendo proteção e abrigo aos seus habitantes.

A fachada da “mansão” aparece como uma personagem, anunciado a ação que vai ter lugar no seu interior, contextualizando, colocando o espectador no interior deste “mundo”. Tal caracterização espacial parece emergir do texto de Venturi *Complexidade e contradição em arquitetura* (1995), que analisa o discurso da arquitetura ao longo da história em suas múltiplas dimensões. A fachada apresenta elementos simbólicos da arquitetura clássica, como as





colunas de ordem colossal<sup>7</sup> e a composição simétrica, como se fosse um templo. Tais elementos são empregados frequentemente em edifícios públicos e representativos, que são símbolos de ostentação e poder, além de aparecerem em clássicos do cinema, denotando luxo, que nem sempre está associado ao verdadeiro requinte.

Para Pignatari (2009: 178), “os traços fundamentais de uma semiótica do poder devem ser enfeixados pelas palavras *alto* e *grande*”, que são identificadas na arquitetura deste cenário. O enquadramento frontal é antiespacial, nega a profundidade da construção, apresentando a silhueta do casarão, uma construção imponente, circundada por uma vegetação exuberante. A alta cerca

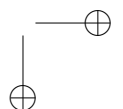
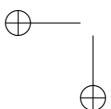
metálica, estruturada por pilares ornamentados, um jardim e a piscina isolam o edifício do tumulto da cidade, sem, no entanto, conferir privacidade aos seus habitantes. Cercada pela natureza, a arquitetura da mansão ostenta um estilo eclético, com uma decoração kitsch, com colunas e arcos, em composição simétrica coroada, no terraço, por duas cúpulas e uma pérgula.

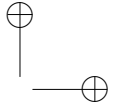
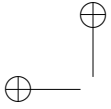
A falsidade da arquitetura da mansão reflete o caráter dos seus moradores e remete ao texto emblemático de Robert Venturi sobre Las Vegas (1978), que analisa os símbolos no espaço e a paisagem da cidade como fenômeno de comunicação arquitetônica. A estética da pop art, desenvolvida pelos padrões da publicidade, disseminou a cultura da mistura de estilos a tal ponto, que uma linguagem visual como esta já não choca o telespectador.

As tomadas da paisagem dos subúrbios do Rio, com suas belezas naturais, suas ruas e praças mostram a diversidade da vida cotidiana, com a animação e o caos característicos da cidade contemporânea, com a animação do comércio e com o movimento do trânsito e dos pedestres. Visões panorâmicas da cidade alternam-se com detalhes e revelam a riqueza visual da vida, da cultura e do imaginário, as contradições da urbanização com a exuberância do relevo e da vegetação, realçando os contrastes entre a beleza da natureza e a crueldade das diferenças sociais. Voando pela cidade, a câmara revela a realidade da paisagem carioca, que inclui os elementos naturais e artificiais em arranjos e combinações que representam a riqueza das relações sociais e da vida na cidade.

---

7. A ordem colossal é como se definem as colunas de proporções robustas, que atravessam mais de um pavimento e geralmente tem seção circular e elementos decorativos como volutas e capitéis.





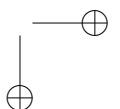
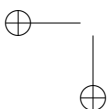
## Considerações finais

Uma telenovela é uma obra que depende de uma grande estrutura de financiamento e realização para ser produzida e veiculada. Desta maneira também temos que levar em consideração que o imaginário nas suas variações e visualidades produz estéticas circunstanciais que aglutinam tanto visões autorais quanto os reflexos das estruturas que as viabilizam. Assim podemos entender que uma telenovela incorpora elementos inovadores a cada edição, em um constante desafio de manter-se relevante em meio às infinitas opções de informação e entretenimento, mas também traz fatores tradicionais de fácil reconhecimento e diálogos com a massa de espectadores.

Uma vez que dialoga com a massa de espectadores a telenovela busca também caminhos esteticamente modernos evitando se perder em propostas de um pós-estruturalismo narrativo frequentes no contemporâneo. Avenida Brasil traz a face e o protagonismo de uma circunstância não mais aurática mas popular e compreensível para todas as camadas da sociedade, sejam aquelas com identificação imediata ou não.

## Referências

- BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BAUMAN, Zygmunt. O mal-estar da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998. BUCCI, Eugênio (Org.). Brasil em tempo de tv. São Paulo: Boitempo, 1996.
- CASCIANI, Stefano. Entrevista Wim Wenders. *Domus*, n.943, janeiro de 2011 p. 36-44. COELHO NETTO, J. T. *Moderno Pós-Moderno* (3a edição). São Paulo: Iluminuras, 1995. FERNANDES, Ismael. *Memória da Telenovela Brasileira*. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 1997. FERRÉS, Joan. *Televisão Subliminar*. Porto Alegre: Artmed, 1998.
- FILHO, Daniel. *Circo Eletrônico: fazendo TV no Brasil*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- JAMESON, Fredric. *Pós-modernismo - a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática, 1997.
- KRASNER, Jon S. *Motion graphic design: applied history and aesthetics*. Nova Iorque: Focal Press, 2008.





- LYNCH, Kevin. A imagem da cidade. Tradução Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- LYOTARD, Jean-François. A condição pós-moderna. Rio de Janeiro: José Olympio, 1998.
- MAFFESOLI, Michel. A contemplação do mundo. Porto Alegre: Artes Médicas, 1995.
- \_\_\_\_\_. “O imaginário é uma realidade”, in Revista FAMECOS. Porto Alegre: EDIPUCRS, no 15, ago. 2001a, p. 74-81.
- \_\_\_\_\_. “O eterno instante. O retorno do trágico nas sociedades pós-modernas”. Lisboa: Instituto Piaget, 2001b.
- MALRIEU, Philippe. A construção do imaginário. Lisboa: Instituto Piaget, 1997.
- MELO, Victor Andrade de; PERES, Fabio de Faria (orgs.). O Esporte Vai ao Cinema. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2005.
- PALLOTINI, Renata. Dramaturgia De Televisão. São Paulo: Editora Moderna, 1998. PIGNATARI, Décio. Semiótica da arte e da arquitetura. Cotia: Ateliê Editorial, 4ª. Ed., 2009.
- RAHDE, Maria Beatriz Furtado; CAUDURO, Flávio Vinícius. Algumas características das imagens contemporaneas. Revista Fronteiras, São Leopoldo/RS, v. VII, n. 3, p.195-205, 2005.
- TV GLOBO NOVELAS E MINISSÉRIES/PROJETO MEMÓRIA GLOBO (Guia Ilustrado). Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2010.
- VENTURI, Robert, et alii. Aprendiendo de Las Vegas: El simbolismo de La forma arquitectónica. Barcelona: Gustavo Gili, 1978.
- \_\_\_\_\_. Complexidade e contradição em arquitetura. Tradução: Álvaro Cabral. São Paulo: Martins Fontes, 1995.
- WOLTON, Dominique. Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 1996.