

A divina paródia da “nova classe média”: notas sobre a teleconstrução do subúrbio na novela *Avenida Brasil*

Rafael Drumond*

Resumo

A proposta com este artigo é refletir sobre as implicações oriundas da teleconstrução do subúrbio carioca, o fictício “Divino”, na telenovela Avenida Brasil, da Rede Globo. Baseando-se em elementos narrativos que caracterizaram a composição desse espaço e de seus personagens, relativiza-se o movimento de “popularização” da trama como gesto de reconhecimento e representação das minorias não hegemônicas, isto é, como forma de ascensão de novas “figuras cidadãs” ao plano da visibilidade midiática. Partindo-se da caracterização do idílico subúrbio do “Divino”, demonstra-se como se abordou, na telenovela, a ascensão da chamada “nova classe média” de forma parodística, apostando em uma montagem de mundos movida por intencionalidades cômicas que revelavam severos e perniciosos distanciamentos em relação aos espaços referenciados e aos atores sociais nele residentes.

Palavras-chave: *Avenida Brasil. “Nova classe média”. Subúrbio. Telenovela/teleficção.*

* Professor. Mestre da Faculdade de Comunicação e Artes da PUC Minas. Membro do grupo de pesquisa “Campo Comunicacional e suas Interfaces”, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC Minas.
E-mail: rafael.drumond@yahoo.com.br.

Introdução: “É divino...”

Avenida Brasil, Rio de Janeiro. 1999.

Bola rolando, câmera em movimento. Pipa, bicicleta, suor, sol. Mais futebol. Do campo ao trilho: o metrô. Pedestres. PF, ovo frito, almoço no boteco. Uma mangueira e um carro: a rua. Uma mangueira, uma mulher e o calor: um corpo. Corpo, copo, cerveja suada. Um gole. Gol! Cadeira de praia no asfalto, caixa de isopor, vizinhos. Dia quente: a tela-pele transpira e acelera: metrô, pessoas, trânsito, lotação, água. Mais rua, negros, música, dança, camelôs, mais gente, crianças.

Periferia, enfim.

Na voz de Arlindo Cruz, “[...] o meu lugar é sorriso, é paz e prazer, o seu nome é doce dizer [...]”. (CRUZ, 2012)

É “Divino”.



FIGURA 1 – Sequência-Epígrafe de *Avenida Brasil*.

Fonte: SEQUÊNCIA-EPÍGRAFE de *Avenida Brasil*. Disponível em: <gshow.globo.com/novelas/avenida-brasil/>. Acesso em: 15 jan. 2014. Montagem autoral.

Foi com a sequência descrita que o novelista João Emanuel Carneiro introduziu, em 26 de março de 2012, a telenovela *Avenida Brasil*. A abertura relatada – responsável por localizar temporal e espacialmente a primeira fase da novela – circunscreveu a “boa periferia” carioca como ambiência dramaturgica do folhetim: na sequência, a imagem de alta resolução, os planos com diferentes usos de luz, a câmera em movimento e a edição sincopada aliaram-se à motivação dramaturgica do novelista em estampar um subúrbio de paz e boa vizinhança, espaço no qual a sociabilidade das ruas é extensão do mundo da casa, lugar onde vive uma gente batalhadora e feliz, feita de lágrimas, suor e risos. Nesse prelúdio, o espectador foi convidado a seguir pela *Avenida Brasil* em direção a um mundo ficcional não fortuitamente batizado de “Divino”, sendo que, dessa periferia idílica e da classe social ali vivente, a telenovela se construiu como estética de imagem e singularidade narrativa.

Assim, do ponto de vista espacial, *Avenida Brasil* trouxe uma narrativa incomum à *performance* ficcional mais própria à telenovela brasileira, particularmente no que se refere ao destaque adquirido por uma periferia urbana e cultural, que, mesmo figurando em quase todos os folhetins, raramente é elevada à condição de centro dramaturgico. Nesse contexto, o fictício bairro do “Divino” protagonizou uma guinada teleficcional em direção à periferia carioca – raro pretérito à televisionada Avenida Vieira Souto e suas adjacências beira-mar. Esqueçamos, portanto, os costumes bossa-novistas e a política da agradável vizinhança do Leblon e das “Helenas” de Manuel Carlos: no “Divino”, roupa suja se lava na rua, silêncio é sinônimo de recalque e extravagância é indício de personalidade.

O subúrbio como espaço narrativo

No estudo das narrativas ficcionais, sejam elas televisivas ou não, o *espaço* é correntemente abordado como traço composicional de um exercício de “montagem de mundos” – *ways of worldmaking* (GOODMAN, 1978 *apud* ISER, 1996). Nesse âmbito, toma-se como premissa que os espaços narrativos não se reduzem a uma condição neutra diante de eventos supostamente testemunhados por ambiências aleatórias. Ao contrário, as escolhas dessa natureza implicam formas específicas de narrar, estratégias voltadas para a construção de personagens e conflitos, singularidades linguísticas e poéticas, enfim, um modo basilar de proposição do jogo comunicativo de uma obra ficcional.

Nessa medida, o espaço assume diferentes graus de entrelaçamento aos aspectos dramaturgicos de uma narrativa, podendo desempenhar funções como: 1. gerenciar informações sobre uma obra, na medida em

que as estruturas físicas e psicológicas de seus personagens imbricam-se a um espaço de enunciação, e vice-versa (tal como realizado pela corrente realista-naturalista na literatura brasileira, cujas heranças encontram-se, ainda hoje, presentes na estética da teledramaturgia); 2. marcar lugares de consciência subjetiva e/ou social, assim como distribuir, espacialmente, relações de poder e conflitos de classe (dimensão marcante em *Avenida Brasil*, como sugerido pelo próprio nome da trama, um espaço de passagem que conecta Zona Sul e Zona Norte, centro e periferia, elite e classes populares); 3. evidenciar certa *camada semiológica* (FOUCAULT, 2001) de um enredo com base nas simbologias espaciais [em *Avenida*, o lixão idílico de Mãe Lucinda (Vera Holtz) desempenhou esse papel metaforizante: situado em um plano de densa simbolização, desprovido de um interesse mimético diante das dinâmicas reais do espaço referenciado, tal ambiência apresentou uma suspensão espaço-temporal em relação à própria ficção].

Na teledramaturgia, a lógica da montagem de mundos acompanhou, quase sempre, a lógica de segregação dos espaços reais, uma vez que, em ambos os casos, os fluxos econômicos, políticos e artístico-culturais parecem imprimir uma distinção espacial que hierarquiza a relação entre centro e bordas, “morro” e “asfalto”, espaços de protagonismo e de coadjuvação teledramatúrgica. Dessa forma, os espaços narrativos que tradicionalmente centralizaram a ação das telenovelas são aqueles que se encontram assentados sobre as fisicalidades turísticas de cidades postais, assim como sobre os fluxos significantes que acompanham os valores e os sentidos habitualizados pelas práticas socioculturais desenvolvidas nessas espacialidades. Essa política de representação espacial, no decorrer da história da telenovela, optou pelos mesmos lugares de performance e, não fortuitamente, por espaços fundados sobre sistemas simbólicos hegemônicos, atravessados por significantes de uma elite a um só tempo econômica, cultural, artística, geográfica e racial. Conforme avalia o crítico e blogueiro Stycer (2012, p. E6),

por décadas, a zona sul do Rio foi representada nas novelas como centro do universo, um local mítico e charmoso a partir do qual se definia a moda, os hábitos, as gírias e até o sotaque que os demais brasileiros, inclusive cariocas da zona norte, adotariam. Diversas outras cidades, em especial São Paulo, têm merecido a honra de servir de cenário às novelas da Globo, mas esse caráter especial que se atribui à zona sul carioca, na caixa de ressonância de usos e costumes, segue irredutível.

Nesse sentido, o jornalista reconhece a singularidade e a expressividade da montagem espacial de *Avenida Brasil*, ainda que, no decorrer de sua argumentação, Stycer relativize a projeção do “Divino” (suspeita a qual se endosso e trata-se de discutir na sequência). Em vista desse deslocamento, o assentamento ficcional sobre o subúrbio suscitou expressivos movimentos fabulativos, evidenciando gestos simbólicos que, tomados em sua origem e em seus fins, motivam esta reflexão.

Entre as marcas dramatúrgicas imbricadas à teleficcionalização do espaço periférico, destaca-se, de partida, a estratégia narrativa que parece dissolver, de forma bastante particular, as dinâmicas pública e privada de uma vida, a um só tempo, social, familiar e subjetiva. Em certa medida, parece que a periferia idílica, habitada por sujeitos alegres e receptivos, confunde-se com o imaginário romântico-indígena do “popular” autêntico, uma ficção sociológica que diz tanto de uma resistência simbólica ante a mecanização da vida urbana quanto do estereótipo da pobreza como um tipo de marginalidade não civilizada, entendida como verve animalesca do “popularesco sem superego”, o sujeito que grita publicamente as pulsões íntimas de um “eu” selvagem. Nesse sentido, quando comparadas às práticas de sociabilidade dos espaços hegemônicos, a periferia configura-se, quase miticamente, como lugar de forte imprecisão entre as fronteiras do público e do privado, tendo em vista, notadamente, a extensão da sociabilidade da “casa” em direção ao espaço da “rua”.

Com relação a esse apontamento, recobra-se que a centralidade espacial das telenovelas sobre o entorno elitista das grandes cidades brasileiras, assim como o foco melodramático voltado para relações familiares (os dramas existenciais da média burguesia), conduziu a teleficção aos espaços da casa – grande palco para purgação e expiação das obscuridades íntimas dos personagens folhetinescos. Nesse compêndio, o âmbito doméstico deve ser lido como propriedade fundamentalmente simbólica de nossa formação social classista: como espaço moral importante e diferenciado, “a casa se exprime em uma rede complexa e fascinante de símbolos que são parte da cosmologia brasileira, isto é, parte de sua ordem mais profunda e perene” (DAMATTA, 1985, p. 27). Ressalte-se, ainda, que, no contexto da ficção, o espaço urbano público parece ter sido preterido por sintetizar, no contexto da domesticidade da elite brasileira, os *espaços de fora*, contraponto ao lugar afetivo da casa – terreno para as mazelas de um mundo desigual que se agigantam na forma de violência e vandalismo, traduzindo, no espaço da rua, a emergência do confronto, a inflexibilidade da competição e a insegurança do anonimato.

Em *Avenida Brasil*, contudo, o espaço público – ao menos seu espaço público central, o “Divino” – apresentava-se como uma “casa em forma de rua”: afinal, no subúrbio, vizinho é parente, do tipo meio distante, meio próximo, e a calçada, mais do que trânsito, é lugar para cadeiras de praia, isopor cheio de cerveja e um animado bate-papo. Dessa forma, quando “a moral fortificante do lar” passa a ser regida pela falsa beata Carmem Lúcia (Adriana Esteves), mais vale cultivar a primordialidade das relações de “boteco” – esses espaços conforme descreve Martín-Barbero (2006, sem paginação), feitos de um “calor no qual se entrecruzam as ilusões e as raivas dos oprimidos, onde se coze um idioma feito de partes iguais de grosseria e poesia, de palavra e grito [...]”.

Nesse sentido, não me parece coincidência que a mansão da família Tufão seja caracterizada de forma tão escura e pesada (em variações de preto e roxo), adornada por “misturas de estampas exageradas, excesso de elementos carregados de apelos visuais, misturas de matérias, exagero de detalhes, ornamentos e texturas” (RAHDE *et al.*, 2012, p. 338). Essa densidade visual do interior da mansão torna-se, assim, sintomática e indiciadora da dramaticidade das relações desenvolvidas em nível doméstico, tendo em vista a desfuncionalidade das relações entre os membros da família Tufão e a sobrecarga emocional típica ao melodrama parental. Em contrapartida à sua densidade interior, do ponto de vista externo, a mansão do ex-jogador de futebol é representada apenas por uma fachada, revelando uma ausência de profundidade na qual elementos de uma estética clássica (colunas colossais e cúpulas) integram uma composição tão simétrica quanto eclética, sugestiva de uma arquitetura *kitsch* de influência sacra.



FIGURA 2 – Visão frontal e interna da mansão Tufão.

Fonte: Disponível em: IMAGENS da visão frontal e interna da mansão Tufão. Disponível em: <gshow.globo.com/>. Acesso em: 15 jan. 2014. Montagem autoral.

Ainda na mansão da família Tufão, além dos marcadores estéticos que apontam para o *kitsch* e para o “luxo sem requinte”, sublinho a apropriação simbólica do espaço da casa como marca de distinção social. Nessa medida, a exuberância da fachada possui um valor informativo que ultrapassa o âmbito familiar, alcançando um sentido compartilhado por toda a vizinhança, constantemente reafirmado pela imponência de uma construção arquitetônica radicalmente diferente de todas as demais habitações do bairro. Logo, ao contrário dos prédios uniformizantes da Zona Sul, ou de suas mansões superprotegidas, quando não camufladas, a riqueza da família Tufão é ostentada sem qualquer resquício de pudor, conforme indicado por uma ausência de muros que confere ampla visão frontal da edificação (a casa-monumento conta apenas com grades). Não o bastante, a piscina – ao invés de se localizar, como usual, na parte traseira ou nas laterais da casa – foi projetada no jardim dianteiro da mansão, entre a magnânima porta principal e a rua, permitindo a exposição da boa vida de seus moradores. Nesse sentido, a obscuridade do interior da casa de Carminha – espaço sombrio e íntimo governado pela vilania da personagem – confronta-se com a majestade solar do palacete de Jorge Tufão (Murilo Benício), taça dourada erguida pelo jogador de futebol diante de sua comunidade natal.

Em vista dessa caracterização, a riqueza da família Tufão – núcleo central da novela – foi determinante para a construção da imagem midiática do “Divino” de *Avenida Brasil*, ainda que nem todos os moradores da comunidade desfrutassem o alto padrão de vida desses personagens. Nesse sentido, o caso do suburbano que fez fortuna na indústria do futebol operou a metáfora televisiva sobre as melhorias de vida no país, o que atrelou a novela ao fenômeno igualmente midiaticado de “ascensão da nova classe média”. É sobre essa derivação do “Divino” – periferia de um “Brasil em franco desenvolvimento” – que se centra a reflexão deste artigo.

Um novo espaço para uma nova classe

Em *Avenida Brasil*, a seleção dos espaços da periferia como lugares de narrativização revelou uma intencionalidade autoral e um investimento simbólico-midiático explicitamente voltados para as atuais modulações socioeconômicas do Brasil, notadamente a ascensão da “nova classe C”. Nesse âmbito, a escolha por matrizes espaciais ligadas aos espaços da periferia implicou um jogo de mediações produtivas que, não fortuitamente, potencializou a comunicabilidade desempenhada pela telenovela, justificando, em partes, seu sucesso perante o público telespectador.

Contudo, a *inversão espacial* empreendida por “Avenida” aponta não apenas para um fenômeno contemporâneo, como a melhoria dos índices nacionais de desenvolvimento e a remodelação dos mercados consumidores, mas relaciona-se, ainda, à própria imagem e/ou identidade que os brasileiros, em geral, fazem de seu país. Nesse contexto, do ponto de vista da encenação de costumes, assim como do sistema de valores e sentidos referenciado por *Avenida Brasil*, a “nova classe C” traduzida pelo “Divino” não apresentou uma *diferença de base* em relação a outras representações nacionalistas que, desde o surgimento da TV, vêm veiculando elementos e imaginários articulados em torno de um certo projeto de “brasilidade”; um projeto, no caso, revelador de uma identidade corporativista que, da literatura à sociologia, ou da política à criminalidade, fundamenta simbologias em torno de um “híbrido brasileiro” sincretizado, dentre outros aspectos, por malandros e trabalhadores. Nesse sentido, a possibilidade de dialogar com uma série de matrizes culturais, filiadas tanto à memória psicossocial, quanto teledramatúrgica, denota a potência social e amplamente significativa erigida em torno das recentes reconfigurações sociais do país, o que sugere o poder mediativo desse campo simbólico de ficcionalização.

Nesse contexto, parece-me que a configuração da “nova classe C”, condicionada à fabricação particularmente midiática de uma estética do “emergente”, deixa de dizer de uma composição de classe social, no sentido de uma especificidade diferenciadora, para, em contrapartida, conformar um campo simbólico mais amplo no qual se entrelaçam aspectos constituintes de uma “autoimagem” nacional. Por esse argumento, independentemente da filiação de classe, a audiência da telenovela se projetaria nos personagens veiculados, tendo em vista o diálogo narrativo dessas construções diante das matrizes culturais que oferecem um sentido histórico-social de ser brasileiro.

No caso midiático e teleficcional, um dos trunfos simbólicos oriundos da mediação estética da “nova classe média” reside na “mitologia do emergente”, representada em *Avenida Brasil* por meio do contraste em relação à tradicional figura do “novo rico”. Nota-se que essa diferença é estabelecida, nuclearmente, com base no sentimento que essas figuras sociais alimentam por seus *lugares de origem*, uma vez que, enquanto o novo rico busca apagar os rastros do passado e os resquícios culturais da pobreza, submetendo-se a um processo de aburguesamento e aculturação, os emergentes (da classe C, do “Divino”) não se envergonham de suas origens humildes; ao contrário, valorizam as condições que lhes permitiram abandonar certa situação de precariedade, quase sempre por meio do trabalho, para, assim, conquistar “um lugar no mundo”.

‘Divino’ e os personagens centrais da novela representam claramente a nova classe C. Não são os novos ricos, não é a classe operária chegando ao paraíso (apesar da proximidade semântica dos dois substantivos); é a classe popular (o suburbano) ostentando boas condições de vida e consumo. (FRANÇA; VAZ, 2012, p. 117)

Nessa direção, França e Vaz (2012), em uma análise sobre o sentido das espacialidades de *Avenida Brasil*, destacam que, do ponto de vista do “Divino” e da “nova classe” em relevo, a Zona Sul sintetiza as condições recém-adquiridas de riqueza e qualidade de vida, bem como o luxo e a arrogância sempre repudiados pelo subúrbio; por outro lado, o lixão retrata a miséria que o “Divino” superou, assim como a solidariedade e a alegria que foram, por ele, conservadas. Na novela, essa fabulação sobre a “nova classe C” (consumidora, mas não esnobe; batalhadora, mas não “boba”), em distinção ao protótipo do novo rico (ambicioso, ostentador e desmemoriado) pode ser verificada a partir de situações ficcionais como: 1. a mansão-palacete de Tufão foi construída em plena periferia, ou seja, o jogador de futebol, ao enriquecer, optou por continuar vivendo em meio à comunidade aonde fora criado; 2. Nina (Débora Falabela), *chef* de cozinha profissional, conquista a família Tufão com seu requinte gastronômico, mas não sem enfrentar a relutância de seus patrões, estes afirmativos quanto a seus gostos populares (“Somos ZN. A gente gosta é de feijoada, buxada, picadinho carioca”, colocou, mais de uma vez, a vilã Carminha); 3. Max (Marcelo Novaes) vivia à custa de Tufão e não entendia o gerenciamento que o jogador fazia de sua fortuna. No caso, o malandro encarnava o espírito do novo rico – um sujeito que cobiça ascender socialmente e desfrutar de outros modos de vida, marcadamente, elitistas (“Se fosse eu, estaria em Miami.”). A certa altura da novela, Max realizou parte dos seus sonhos de alta burguesia e comprou, com dinheiro extorquido, um iate que nunca zarpava; (4) por fim, quando a cabelereira Monalisa (Heloísa Périssé) atende a um capricho do filho e resolve se mudar para a Zona Sul carioca, o não pertencimento àquele espaço lhe trouxe saudosismos daquilo que “o dinheiro não compra”, confirmando a previsão de Stycer (2012, p. E6) à época do acontecimento teledramatúrgico: “[...] o abandono do “Divino”, ainda em curso, tem tudo para se transformar em mais uma lição do autor aos suburbanos, no sentido de valorizarem suas raízes”.

Em outra dimensão, na montagem do subúrbio de *Avenida Brasil*, a representação dessa “nova classe C” não foi unissonante aos sentidos gerados sobre o mesmo fenômeno de outros campos sociais. Nesse sentido, uma diferença entre a fabulação do “Divino” e, por exemplo, o imaginário político-social erigido em torno da “nova classe média”,

encontra-se, no caso da novela, na constante alusão dos personagens à prática da malandragem, em desfavor da *centralidade do trabalho* (SOUZA, 2012) como marca de suas identidades. Conforme explorado por Pires (2012), no campo da midiaticização da política, a “nova classe C” encontra-se vinculada a uma cartografia social que ressalta não apenas a melhoria dos índices nacionais de renda (perspectiva macroeconômica), mas, também, uma noção trajetiva e meritocrática a partir da qual se valorizam as condições de ascensão pessoal, a cultura do trabalho e a ética do sacrifício (perspectiva individualizante). Nessa segunda direção, a “nova classe média” é entrevista de traços como o esforço e a memória (característica dos emergentes), endossando, portanto, os processos de “luta” responsáveis por transformar a pobreza em horizontes razoáveis de vida (lógica congênita à ideologia da superação, forte matriz melodramática).

Nessa medida, quando as possibilidades de consumo são colocadas como marca identitária da “nova classe C”, não se deve considerar apenas o acesso material aos bens e produtos que, no passado, eram inacessíveis a seus membros, mas também, senão principalmente, o valor pessoal da possibilidade de *adquirir* essas posses. Conforme colocado por Martín-Barbero e Muñoz (1992, p. 125), uma forma de consumo que transcende à “posse dos objetos, pois passa ainda mais decisivamente pelos usos que lhes dão forma social e nos quais se inscrevem demandas e dispositivos de ação que provêm das diferentes competências culturais”. Assim, a aquisição (menos do que a propriedade) fornece à classe em questão um sentido de direção – um *telos* de vida – que, subjetivamente, contribui para a adequação de um padrão originário de existência a outra ordem socioeconômica. Por esse raciocínio, a legitimidade desses novos emergentes não se daria apenas pelo acesso torpe ao consumo (como feito por Carminha por meio de falcatruas e crimes, ou mesmo pelos demais parentes de Tufão que vivem à custa do ex-jogador de futebol), mas, principalmente, por aquele respeito que a “nova classe média” ou “batalhadora” depreende do sentido social e subjetivo do trabalho, o que define um quadro de valores no qual o *esforço* dá sentido às práticas de consumo, assim como o desempenho pessoal-familiar torna-se sintomático de uma meritocracia social.

Nesse âmbito, a cabelereira Monalisa talvez seja a única personagem de *Avenida Brasil* que represente os valores laborais da “nova classe C”. A personagem é uma migrante paraibana que, como muitos, vem tentar a sorte no Rio, a cidade-espaco das telenovelas Globais (por sinal, o programa de televisão favorito da nordestina). Ao chegar ao “Divino”, a retirante ocupou-se como cabeleireira e, com a ajuda do ex-namorado e sócio Tufão, lançou uma técnica de “chapinha” que a enriqueceu. Empreendedora e batalhadora, já que, mesmo “rica”, Monalisa não deixou

de trabalhar em seu salão fazendo cortes e penteados como qualquer uma de suas funcionárias, orgulhando-se sempre de seu jeito popularesco de ser (falava alto, gesticulava muito e “não levava desaforo pra casa”). Sua personalidade envolvia a conservação dos hábitos adquiridos ao longo da vida (por exemplo, “meter a colher no feijão gelado”). Sua casa é espaçosa, bem mobiliada e toda equipada com eletrodomésticos que saltam aos olhos pela textura metálica e fosca do indefectível aço inox. Ademais, Monalisa é uma mulher forte (adotou e criou o filho sozinha), daquelas que não se deixam subjugar por nenhum homem que queira invadir seu território: “Não te dou meu controle remoto”, disse, em certa ocasião, ao namorado. “Quem escolhe meus canais sou eu!”.

Desse modo, concluo que, apesar de *Avenida Brasil* ser prontamente identificada como uma narrativa característica à “nova classe média”, quando comparada às modulações que situam o mesmo fenômeno partindo de outros campos sociais, sua construção simbólico-narrativa parece hibridizar fórmulas entre o velho popular-brasílico e os valores colocados em jogo pelas mudanças recentes do país. Isso poderia até resultar em um exercício interessante de bricolagem, mas, na trama em questão, acaba por linearizar uma imagem nacional desprovida de suas tensões intrínsecas, substituindo-as, em outra dimensão, por uma camada semiológica humorística cuja construção de sentidos revela que a hegemonia simbólica deste país ainda passa, tanto quanto, pela mesma e sempre Zona Sul.

A paródia da periferia

Na casa de Carminha, a estampa do sofá é a mesma da cortina: listras de zebra. O vaso de flores possui a cara de um boneco deformado e os abajures da sala são lacaios negros em tamanho quase real. Os falsos abacaxis estão por todos os lados. A piscina, além de se encontrar na parte frontal da propriedade, transforma-se em um chafariz luminoso em dias festivos.

Apesar da repercussão positiva dessas caracterizações, *Avenida Brasil* trouxe à tona uma relação conflitiva de classes na qual a aparente democratização do “gosto” e da “estética” suburbana escondeu uma política questionável de construção simbólica. A questão centra-se aqui, particularmente, no *exagero* dessas representações cômicas, tendo em vista a intencionalidade parodística com a qual a classe popular socialmente ascendente foi representada. Nesse sentido, reafirma-se que o “Divino”, especificamente a família Tufão, ilustrava certo deboche diante das recentes reconfigurações sociais atravessadas pelo Brasil, revelando, para além das matrizes de uma cultura pretensamente popular, um olhar de centro falsamente afinado a dinâmicas periféricas.



FIGURA 3 – Detalhes da decoração da sala de Carminha: mistura de estampas; abajur com formas humanas; uma bússola luminosa; peixinhos de cristal; fruteira em forma de macaco; abacaxis-luminárias; gato de porcelana.

Fonte: Imagens retiradas diretamente das cenas da novela (*print*). Montagem autoral.

Nessa medida, a discursividade de *Avenida Brasil* é avaliada como um olhar “elitizado” (classe A/B) dirigido às camadas populares (“nova classe C”), ainda que o envolvente jogo ficcional da novela faça crer que estamos diante de uma representação genuinamente popular. É nesse compêndio que se identifica na telenovela um *metadiscorso* sobre a classe C, isto é, a produção de um discurso parodístico diante das outras discursividades erigidas em torno do fenômeno, revelando, por conseguinte, certa impropriedade quanto ao tratamento das matrizes culturais representadas (o *outro* da periferia e do subúrbio). Logo, a ideia de que a classe que mais consome novela se vê, finalmente, representada na pequena tela, soa, no mínimo, folclórica: queríamos nós, brasileiros, que nossas periferias fossem tão aprazíveis quanto o subúrbio de *Avenida Brasil*, ou, ainda, que a “Divina” comédia da cafonice emergente cobrisse as favelas deste país com exageros de cores, estampa e comida. A pergunta deixa, então, de ser “por que ‘Avenida Brasil?’”, para se transformar em: “afinal, que classe C é essa?”, conforme indaga Machado (2012, sem paginação), de 23 anos, estudante de Letras e morador de Ferraz de Vasconcelos (periferia de São Paulo, capital):

[...] percebi aos pouco que eu e minha nova classe somos as celebridades do momento. [...]. Além do aumento dos programas que relatam crimes bizarros (supostamente gosto disso), as telenovelas agora têm empregadas domésticas como protagonistas,

cabelereiras como musas e até mesmo personagens ricos que moram em bairros mais ou menos como o meu. [...]O problema é que me esforço, juro, mas o ceticismo é ainda minha perdição: levo 2h30 para chegar ao trabalho porque o trem quebra todos os dias, meu plano de saúde não cobre minha doença no intestino e morro de medo das enchentes do bairro. Ou seja, ao mesmo tempo em que todos querem me atingir por meu razoável poder de consumo, passo por perrengues do século passado. Eu e mais 30 milhões de pessoas – não somos pobres, mas classe C.

Consonante ao depoimento de Leandro, acrescente-se que, no “Divino” de *Avenida Brasil*, não havia espaço para violência, preconceito de raça – na periferia “sueca” da novela quase não havia espaço para negros –, para problemáticas sociais relacionadas ao tráfico de drogas, de armamento, à prostituição. Pontua-se, assim, que o “Divino”, por mais adorável que fosse, revelou-se um espaço francamente monofônico, no sentido mesmo da ausência daquela multiplicidade de vozes da qual nos fala Bakhtin (2003). Apesar de inúmeras intertextualidades (entre diferentes matrizes culturais, Zona Norte e Zona Sul, formatos mundializados e tradicionalismos novelescos, cultura digital e princípios televisivos), não se percebe, na teleconstrução dessa periferia, um espaço de multiplicidade e divergência (confronto de vozes sociais), mas, sim, um campo de uma pseudodiversidade que dissimula as relações de força colocadas em cena pela novela. Esse processo relaciona-se, em parte, às verticalidades da atividade autoral e oligopólio do audiovisual no Brasil, sobretudo no campo televisivo. Diante desse cenário de concentração dos meios, a mídia hegemônica acaba por revelar uma estrutura simbólica na qual as classes sociais são consideradas “fundamentos últimos das significações que elas mesmas produzem e consomem, *segundo uma hierarquia de legitimidades dominada pela cultura da classe dominante*”. (MICELI, 2005, p.160, grifo nosso)

Nesse contexto, é imperioso operar uma distinção entre as modulações semânticas originadas desse “subúrbio de Projac” e os sentidos sociais que vociferam nas periferias brasileiras. Assim, tomando como referência o teatro popularesco e a encenação da “cafonice” em *Avenida*, discorda-se de Jabor (2012, p. 23) quando afirma que, por meio da novela, “o subúrbio, finalmente, apareceu na TV, sem folclore e sem ideologia”. Na mesma medida, avalia-se como arriscado o juízo publicado pela *Revista Época* (2012, p. 78) quando o periódico afirma que “Avenida Brasil” será lembrada como a crônica aguda do Brasil emergente do início do século XXI”. Em ambos os casos, parece que estamos esquecendo que, a centralidade espaço-ficcional da periferia, bem como a correlata “visibilidade” da “nova classe C”, ao expressar a metáfora nacional do país em desenvolvimento,

acaba por obliterar processos que não podem ser subtraídos de nossa autoimagem nacional. Nesses termos, enquanto narrativa, a crônica do “Divino” é morna, justamente porque não assumiu questões conjunturais impreteríveis; ao contrário, a trama de João Emanuel Carneiro optou por uma forma de entretenimento que desconsiderou (quando não mascarou) conflitos de classe que fazem parte da cotidianidade do brasileiro.

Conclusão

A título de conclusão: a ficção é o maior exercício de liberdade ao qual possuímos acesso. Porém, não se trata de uma liberdade sem condicionantes, sobretudo no caso teledramatúrgico, em que as narrativas dessa natureza se projetam massivamente diante de todo um país. Além disso, quando a ficção se atrela a um discurso como o da “nova classe média” – anteparo quase mítico para os que ainda acreditam na ideia do desenvolvimento galopante –, essa liberdade pode se tornar conivente com os projetos que transformam sofrimento social em publicidade verde e amarela. Esta discussão, tão pertinente aos tempos correntes, leva a questionar: como fonte expressiva de imaginários amplamente socializantes, qual o “real” que estamos impugnando por meio de representações ordeiras como o aprazível subúrbio de *Avenida Brasil*?

The divine parody of the “new middle class”: notes on the teleconstruction of the suburb in the soap opera Avenida Brasil

Abstract

This article, is reflected about the implications originating from of the teleconstruction of the carioca suburb, the fictitious “Divino”, in the soap opera Avenida Brasil, of the Rede Globo. Basing on narrative elements that characterized the composition of that space and of their characters, relativize up the movement of “popularization” of the plot as recognition gesture and representation of the minorities no hegemonics, that is, as form of ascension to the new “figures citizens” to the plan of the media visibility. Leaving of the characterization of the idyllic suburb of the “Divino”, it is demonstrated as it was approached, in the soap opera, the ascension of the call “new middle class” of form parodic, betting in an assembly of worlds moved by intentions comic that revealed severe and harmful distances in relation to the spaces referenced and to the social actors in him residents.

Keywords: *Avenida Brasil. “New middle class”. Suburb. Soap Opera/Telefiction.*

Referências

AVENIDA Brasil. Telenovela. Criação: João Emanuel Carneiro. Direção: Amora Mautner, José Luiz Villamarim e Ricardo Waddington. Rio de Janeiro: Rede Globo, 2011. 179 episódios.

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

CRUZ, Arlindo. *Meu lugar*. 2012. Disponível em: <<http://letras.mus.br/arlindo-cruz/1249031/>>. Acesso em: 12 jan. 2014.

DAMATTA, Roberto. *A casa e a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1985.

ÉPOCA. São Paulo, n. 731, 28 maio 2012.

FOUCAULT, Michael. Linguagem e literatura. In: MACHADO, Roberto. *Foucault, a filosofia e a literatura*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

FRANÇA, Vera V.; VAZ, Paulo B. A felicidade na Avenida Brasil. In: HERSCHMAM, Micael; RIBEIRO, Ana Paula Goulart; FREIRE FILHO, João (Org.). *Entretenimento, felicidade e memória*. São Paulo: Anadarcy, 2012.

GOODMAN, N. *Waysofworldmaking*. Indianapolis: Hackett, 1978.

IMAGENS da visão frontal e interna da mansão Tufão. Disponível em: <gshow.globo.com/>. Acesso em: 15 jan. 2014.

JABOR, Arnaldo. Ficção, não, ela faz parte da nossa realidade. *O Tempo*, Belo Horizonte, 9 out. 2012.

MACHADO, Leandro. De repente, classe C. *Folha de S. Paulo*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaio/54594-de-repente-classe-c.shtml>>. Acesso em: 30 out. 2012.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Nuevas visibilidades de lo cultural y nuevos regímenes de lo estético. In: HERRERA, D.; PIAZZINI, C. E. *[Des]territorialidades y [no]lugares*. Medellín: Universidad de Antioquia, 2006.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; MUÑOZ, Sonia. *Televisión y melodrama: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo, 1992.

MICELI, Sergio. *A noite da madrinha*. São Paulo: Editora Perspectiva, 2005.

PIRES, Terezinha Maria de Carvalho Cruz. Em defesa da “igualdade de oportunidades”: o discurso político eleitoral de Dilma Rousseff na campanha presidencial de 2010. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM CIÊNCIAS SOCIAIS (ANPOCS). 36. Águas de Lindóia, 2012. *Anais...* Disponível em: <www.anpocs.org.br/portal/35.../TeresinhaPires.pdf>. Acesso em: 2 jun. 2013.

RAHDE, Maria Beatriz Furtado *et al.* Avenida Brasil: o popular como pós modernismo televisivo. *Estudos em Comunicação*, Porto Alegre, n.12, p. 325-341, dez. 2012. Disponível em: <www.ec.ubi.pt/ec/12/pdf/EC12-2012Dez-16.pdf>. Acesso em: 13 out. 2013.

SEQUÊNCIA-EPÍGRAFE de *Avenida Brasil*. Disponível em: <gshow.globo.com/novelas/avenida-brasil/>. Acesso em: 15 jan. 2014.

SOUZA, Jessé. *Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?* 2. Ed. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2012.

STYCER, Mauricio. Divino maravilhoso. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 19 ago. 2012.

Enviado em 30 de abril de 2014.

Aceito em 1º de novembro de 2014.