
**Reflexo de uma ascensão:
O imaginário da classe C nas novelas “Cheias de Charme” e “Avenida Brasil”¹**

Fabíola Paes de Almeida Tarapanoff²

Julio Cesar Fernandes³

Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), São Bernardo do Campo, SP

RESUMO

Espelho da vida real, a televisão desde os anos 1950 retrata os anseios de seus telespectadores. Com o crescimento da classe C, que já representa 52% dos telespectadores da TV aberta, as emissoras tiveram de se adaptar e criaram programas com linguagem e temas mais próximos a esse público. Este artigo tem justamente esse intuito: identificar imagens recorrentes relacionadas a essa parcela da população, utilizando como objeto de estudo as novelas exibidas simultaneamente atualmente pela Rede Globo de Televisão, “Avenida Brasil” (21h) e “Cheias de Charme” (19h).

PALAVRAS-CHAVE: televisão; telenovela; imaginário; classe C; representações.

INTRODUÇÃO

“Viva o subúrbio. É lá que está o futuro.” Cadinho, personagem de Alexandre Borges em “Avenida Brasil” diz com convicção, algo que executivos que atuam na área de televisão estão apostando, mas que outros segmentos já sabem há algum tempo: a classe C é a fatia da população que apresenta o maior crescimento nos últimos anos no Brasil. E por crescimento entende-se, aumento no poder aquisitivo, proporcionado principalmente pelos resultados do sucesso da economia. Mas como é essa classe C e como é representada na teledramaturgia nacional? Há um imaginário criado a seu respeito na televisão brasileira? Antes de responder a essas questões, é preciso compreender o conceito de imaginário.

De acordo com Gilbert Durand (1997, p.18), imaginário é o “conjunto de imagens e relações de imagens que constitui o capital pensado do *Homo sapiens*” e pode ser ainda descrito como “[...] a faculdade da simbolização de onde todos os medos, todas as esperanças e seus frutos culturais jorram continuamente desde os cerca de 1,5 milhão de anos que o *homo erectus* ficou em pé na face da Terra” (DURAND, 1998, p. 17).

¹ Trabalho apresentado no DT 4 - GP Televisão e Vídeo do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Fortaleza, CE – 3 a 7/9/2012.

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* - Área de Concentração: Processos Comunicacionais - Linha de Pesquisa: Processos Comunicacionais Midiáticos da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), e-mail: fabiolapaes@uol.com.br

³ Mestrando do Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* - Área de Concentração: Processos Comunicacionais - Linha de Pesquisa: Processos Comunicacionais Midiáticos da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), e-mail: juliofernandes01@gmail.com

Segundo Cornelius Castoriadis, o homem só existe na e pela sociedade, que é histórica. Essa sociedade possui uma forma e cada sociedade dada é uma forma particular e singular. E o que mantém essa sociedade coesa são suas normas, valores, instrumentos e procedimentos e também a maneira como um tipo particular deve se comportar ou o que é dele esperado nessa sociedade. E como essas instituições se impõem de forma efetiva? De modo superficial, mas em alguns casos, por meio de coerção e sanções. E em última análise, por meio da moldagem da própria matéria-prima humana em indivíduo social, por meio de instituições e mecanismos de perpetuação desses valores, do *status quo*, do que se considera adequado a uma determinada sociedade:

Somos todos, em primeiro lugar, fragmentos ambulantes da instituição de nossa sociedade – fragmentos complementares, suas partes totais, como diria um matemático. A instituição produz indivíduos conforme suas normas e esses indivíduos, dada sua construção, não apenas são capazes de, mas obrigados a reproduzir a instituição. A “lei” produz os “elementos” de tal modo que o próprio funcionamento desses “elementos” incorpora e reproduz – perpetua a “lei” (CASTORIADIS, 1987, p. 230).

Essa instituição da sociedade é constituída de várias instituições particulares. E o autor bem destaca que mesmo em situações de crise, conflitos e até nas guerras mais violentas, uma sociedade ainda é essa mesma sociedade. Se ela não fosse, não poderia ter uma luta em torno dos mesmos objetivos:

Há, portanto, uma unidade da instituição total da sociedade, observando-a mais de perto, descobrimos que essa unidade é, em última instância, a unidade e coesão interna do tecido imensamente complexo de significações que impregnam, orientam e dirigem toda a vida daquela sociedade e todos os indivíduos concretos que, corporalmente, a constituem. Esse tecido é o que eu chamo de magma das significações imaginárias sociais trazidas pela instituição da sociedade considerada, que nela se encarnam e, por assim dizer, a animam. Tais significações imaginárias são, por exemplo: espíritos, deuses, Deus, polis, cidadão, nação, Estado, partido, mercadoria, dinheiro, capital, taxas de juros; tabu, virtude, pecado etc. Mas também homem/mulher/criança, tais como especificados numa sociedade dada (CASTORIADIS, 1987, p. 231).

São assim imaginárias porque não correspondem e nem se esgotam a elementos racionais ou reais, sendo introduzidos por uma criação. E são sociais porque só existem quando instituídas e compartilhadas por um coletivo impessoal e anônimo, que podemos chamar de magma. Esse magma é o cimento social, cola que contém e une elementos e conjuntos da sociedade, mas não é redutível somente a eles.

E o social histórico não cria novas ordens, mas se materializa de diferentes formas, que são criadas pelo homem, como as artes. Essa criação, como obra do imaginário social, da sociedade instituinte refletirá, portanto, o modo de ser no campo social-histórico em que existe. Afinal a “sociedade é a autocriação que se desdobra como história”, como propõe o autor (CASTORIADIS, 1987, p. 237).

E em uma sociedade cada vez mais complexa, globalizada, vemos “o antigo que entra no novo com a significação que o novo lhe dá e não poderia entrar nele de outra maneira” (CASTORIADIS, 1987, p.238). E uma das formas em que o novo se manifesta de forma significativa é por meio da criação, da obra de arte, como uma música, um filme ou uma novela. O que pode parecer desordem no interior de uma sociedade pode revelar um sistema em crise ou uma ruptura de paradigma, como o crescimento ou a ascensão de uma camada da sociedade, como a classe C.

TELENOVELA NO BRASIL

Em 18 de setembro de 1950, quando foi inaugurada a primeira emissora de televisão: a TV Tupi. Criada pelo empresário Assis Chateaubriand, proprietário dos “Diários Associados”, foi a segunda emissora a funcionar na América Latina.

No dia em que o brasileiro sintonizou a TV pela primeira vez, havia estações funcionando na Inglaterra, Estados Unidos, França, União Soviética e México. Ao contrário do que muitos pensam, a Tupi não foi a primeira emissora de TV da América Latina, tendo entrado no ar 18 dias depois da TV mexicana, cuja inauguração oficial está toda documentada. [...] De certa forma, pode-se dizer que o Brasil foi o quinto país do mundo a ter um serviço diário de televisão aberto – isso se desconsiderarmos a Alemanha, pioneira da televisão em 1935, que interrompeu suas transmissões após a Segunda Guerra Mundial e reativou o serviço em 1952, já com o país dividido em Alemanha Ocidental e Alemanha Oriental, e União Soviética, cuja TV já funcionava em 1936, mas saiu do ar durante a guerra, sendo reativada duas vezes por semana em 1945, finalmente passando a operar diariamente em 1951 (XAVIER; SACCHI, 2000, p. 20).

A primeira telenovela, ainda não diária, exibida no País foi “Sua Vida me Pertence” em 1951, na TV Tupi. Na trama foi protagonizado o primeiro beijo da televisão brasileira entre os atores Walter Foster, que também era o escritor e diretor, e Vida Alves, que relatou sobre tal feito:

Ninguém fotografou o beijo. [...] Também não havia videoteipe e não foi filmado. As fotos alusivas ao fato registram momentos antes e momentos depois. Mesmo assim o beijo passou a ser um fato histórico. Passou para os anais. Marcou a história da televisão (ALVES, 2008, p. 115-117).

Já a primeira telenovela diária da televisão brasileira foi “2-5499 Ocupado” exibida na TV Excelsior. O texto original era argentino e foi adaptado por Dulce Santucci. Tarcísio Meira e Glória Menezes a protagonizaram. Quando estreou em julho de 1963, a novela era transmitida somente três vezes na semana (segunda, quarta e sexta-feira). Após dois meses de sua estreia, a emissora passou a exibí-la diariamente.

Ismael Fernandes (1997) divide a história da telenovela brasileira em períodos. O primeiro deles é considerado o de “implementação e consolidação”. Dramalhões adaptados do rádio dominavam o cenário da teledramaturgia da época. Vale destacar nesse primeiro período, a telenovela “O Direito de Nascer”, exibida pela TV Tupi em 1964.

O segundo período, de acordo com Fernandes (1997, p. 63), é marcado por um grande número de produções: “[...] a segunda metade dos anos 1960 assistiu ao maior torvelinho de emoções que a nossa televisão tem para contar. Tupi, Excelsior, Record e Globo entraram no páreo pra valer.” A cubana Glória Magadan foi a autora que mais se destacou com tramas que não se passavam e nem refletiam a realidade do País.

Período de ruptura de paradigmas, a década de 1960 foi retratada em toda sua efervescência pela televisão brasileira, principalmente nos grandes festivais de música mobilizavam o público a cada ano. E é nesse cenário que se pode verificar o terceiro período da teledramaturgia brasileira, com a estreia das novelas “Antônio Maria”, de Geraldo Vietri e Walter Negrão, e “Beto Rockefeller”, de Bráulio Pedroso, ambas exibidas na TV Tupi em 1968. Os telespectadores começaram a ser identificados nas tramas cada vez mais. A TV Globo seguiu o mesmo caminho e lançou em 1969 a novela “Véu de Noiva”, escrita por Janete Clair. A novela acabou por eliminar os dramalhões de Magadan e inaugurou o quarto período, o de “liderança global”, assim chamado por Fernandes (1997).

Tinha começado a chamada “era industrial da telenovela”, apoiada em planejamentos de produção e na revolução de sinopses, diálogos, direção, interpretação, edição, abertura, trilha sonora, tudo. A velha improvisação já estava devidamente aposentada, enquanto eram sepultados condes, duques, *sheiks* e que tais (ALENCAR, 2004, p. 26).

A TV Globo se consolidou como líder de audiência e crítica no gênero. “Na década de 1970, a Globo define de maneira fixa seus horários e os temas de cada um deles, além de padronizar a duração das novelas e dos capítulos” (ALENCAR, 2004, p. 28). O horário das 18 horas ficou marcado por adaptações de obras da literatura

brasileira e o das 19 horas se caracterizou por histórias mais leves e descontraídas. “O horário das 20 horas abordava temas rurais e urbanos, além de discussões sobre acontecimentos do dia a dia. E o horário das 22 horas, já não tão vigiado pela censura, exibia tramas adultas” (ALENCAR, 2004, p. 31).

Destacaram-se autores como Dias Gomes, que escreveu a primeira novela gravada em cores, “O Bem-Amado”, de 1973, e Janete Clair com “Irmãos Coragem” de 1970 e “Pecado Capital”, de 1976. Ainda na década de 1970, Gilberto Braga escreveu em 1976 as novelas “Escrava Isaura”, adaptada do romance homônimo de Bernardo Guimarães e que foi vendida para mais de 80 países, e “Dancin’ Days”, de 1978.

Na década de 1980, o cenário de liderança global permanece e, entre outros sucessos, vale destaque para “Roque Santeiro”, de 1985, que foi escrita originalmente para ser exibida em 1975 e foi vetada pela censura. Assim como “Roque Santeiro”, outros títulos da década também tinham como pano de fundo a política, como é o caso de “Vale Tudo”, escrita por Gilberto Braga em 1988; “O Salvador da Pátria”, de Lauro César Muniz e exibida em 1989 e do mesmo ano “Que Rei Sou Eu?” de Cassiano Gabus Mendes.

Em 1990, a TV Manchete ameaçou a hegemonia global: colocou no ar a novela “Pantanal”, de Benedito Ruy Barbosa. Outra novela de sucesso fora da TV Globo veio do México: a história infantil “Carrossel”, exibida no SBT, pela primeira vez, em 1991. A TV Globo inaugurou em 1995 um complexo de estúdios, batizado de PROJAC, em uma área de 1 milhão e 300 mil m². “O PROJAC foi concebido para introduzir na televisão o processo empresarial da indústria cinematográfica, concentrando num só local o maior número de etapas de uma produção” (DICIONÁRIO..., 2003, p. 237). Nos anos 1990, Benedito Ruy Barbosa escreveu as tramas “Renascer”, de 1993, “O Rei do Gado”, de 1996 e “Terra Nostra”, em 1999. A TV Globo também produziu muitos *remakes* nessa década, como “Mulheres de Areia” (1993) e “A Viagem” (1994) dos originais de Ivani Ribeiro na TV Tupi de 1973 e 1975, respectivamente.

Na virada de século, a novela “Laços de Família”, de Manoel Carlos, se caracterizou com um modelo de *merchandising* social. Com o drama da personagem Camila, interpretada por Carolina Dieckmann, sofrendo com leucemia na novela, houve uma mobilização de doadores de medula óssea. “O Instituto Nacional do Câncer, que registrava dez novos cadastramentos por mês, passou a receber 149 nas semanas que se seguiram ao término da novela.” (DICIONÁRIO..., 2003, p. 278). Nos anos 2000, um

dos maiores sucessos de teledramaturgia foi a novela de Glória Perez “O Clone”, exibida em 2001. Mais recentemente, o autor João Emanuel Carneiro emplacou as novelas “Da Cor do Pecado”, de 2004 e “A Favorita”, de 2008.

A TV Record entrou no filão dominado há anos pela TV Globo e colocou no ar uma adaptação de “Escrava Isaura”, feita por Tiago Santiago em 2004. No ano seguinte, o mesmo autor escreveu “Prova de Amor”, a primeira telenovela gravada no RecNov, um complexo de estúdios no Rio de Janeiro, comparada ao PROJAC.

Em 2011, em comemoração aos 60 anos da telenovela no Brasil, a TV Globo inaugurou um novo horário de novelas: o das 23 horas com “O Astro”, adaptação de Alcides Nogueira e Geraldo Carneiro da novela de Janete Clair exibida na mesma emissora em 1977. Em 2012, outro *remake* entrou no ar. Desta vez é “Gabriela”, baseada no romance “Gabriela Cravo e Canela” de Jorge Amado e escrita por Walcyr Carrasco.

Atualmente estão no ar na TV Globo simultaneamente duas novelas que são objetos do estudo deste artigo: “Cheias de Charme” de Filipe Miguez e Isabel de Oliveira e “Avenida Brasil” de João Emanuel Carneiro, que retratam muito bem a questão da ascensão da classe C por meio de seus personagens, representações de uma classe que deixou de ser coadjuvante e passou a ser protagonista.

ASCENSÃO DA CLASSE C

Mas como a classe C obteve essa ascensão tão grande em tão pouco tempo? Podemos atribuir isso a alguns fatores, como estabilização da economia, que teve início em 1994 com a implementação do Plano Real, pelo então ministro da Fazenda, Fernando Henrique Cardoso. Nos anos 1980 e 1990, o País atravessou um período em que a inflação fazia parte do dia a dia do brasileiro. Preços mudavam às vezes no mesmo dia em supermercados e era necessário que essa situação tivesse fim. Com uma moeda forte, o Real, o País passou a ter maior estabilidade econômica, atraindo investimentos estrangeiros. Outros fatores que contribuíram para a ascensão dessa classe foram o investimento dos governos de FHC e Luiz Inácio Lula da Silva em programas sociais e de estímulo ao emprego no País. Com maior renda e emprego, além de juros menores e a possibilidade de maior parcelamento no momento da compra, o brasileiro passou a consumir mais e produtos que não eram considerados básicos.

De mera coadjuvante, hoje a classe C é protagonista. E muitas empresas que criavam produtos para as classes A e B, hoje apostam na nova classe emergente como público-alvo.

Segundo dados do “Observador Brasil 2012”, estudo anual da empresa especializada em crédito, financiamento e investimento Cetelem GNB realizada em parceria com o instituto de pesquisa Ipsos-Public Affairs, de 2010 para 2011 2,7 milhões de brasileiros subiram das classes D e E para C, que hoje representa 54% dos consumidores do país. Em 2005, a classe C era composta de 62.702.248 brasileiros. No ano passado, esse número havia subido para 103.054.685.

A classificação de “classe C” segue o sistema proposto pelo Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB), que tem como objetivo dividir a população não em classes sociais e sim em classes econômicas, ao avaliar o seu poder de compra. Os atuais cortes do critério, baseados em pontos atribuídos a características domiciliares, são A1, A2, B1, B2, C1, C2, D e E.

A pesquisa ainda apontou um dado importante: o aumento da renda média disponível da classe C, de 50% em 2011, comparado a 2010, segundo o “Observador Brasil 2012”. Essa elevação no poder aquisitivo vem acompanhada de maior exigência.

Marcelo Néri, economista-chefe do Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas (FGV), confirmou esse dado na reportagem “Reflexo da vida real” (BRITTO, 2012): a nova classe média brasileira tem uma renda familiar de R\$1.800 a R\$7.400:

Das 105 milhões de pessoas que compõem esse grupo hoje, 40 milhões foram incorporados a partir de 2003. Foi um crescimento enorme. É uma classe média nova, não é igual à tradicional. São pessoas otimistas e consumidores valorizados, pois sua renda cresce em pleno momento de estagnação no mundo inteiro.

Outra 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” (HERZOG, 2009, p.58).

O segundo perfil identificado pela pesquisa é o planejador. Trata-se do extremo oposto do consumista: um consumidor mais cauteloso, que gasta seus rendimentos com parcimônia e mostra-se cético quanto à propaganda. Por se preocupar com o futuro, ele investe em sua educação e na de seus filhos. Não gosta de dívidas e, em alguns meses, consegue até guardar um dinheirinho (HERZOG, 2009, p.59). Há ainda um terceiro perfil, batizado pelo Ibope de retraído, um sujeito que muda seu comportamento segundo a situação e, por isso mesmo, é mais difícil de ser compreendido.

RECRIAÇÕES IMAGINÁRIAS

Com maior poder aquisitivo, essa nova classe média brasileira tem atraído também as emissoras de televisão. Segundo a pesquisa “Classe C urbana do Brasil: Somos iguais, somos diferentes” realizada pelo Ibope Mídia em 2010, a TV é a maior fonte de entretenimento dessa parcela da população. Além disso, de toda a audiência dos canais abertos em 2011, 52% era de espectadores da classe C.

Emissoras já buscam acompanhar a tendência. Em março deste ano o diretor-geral da Rede Globo, Octavio Florisbal, ressaltou que a classe C era tema de seus estudos. “São mudanças importantes, que precisamos acompanhar na nossa dramaturgia, com nosso humor, na prestação de serviço com o jornalismo. As próximas novelas terão realmente uma abordagem mais popular”, explicou o diretor-geral (BRITTO, 2012).

Prova disso são as duas novelas exibidas atualmente: às 19h, “Cheias de Charme” mostra o dia a dia de três empregadas domésticas, as “três Marias”: Maria da Penha (Taís Araújo), Maria do Rosário (Leandra Leal) e Maria Aparecida (Isabelle Drummond). Cansadas das patroas que se reclamam e exploram, elas se juntam e criam um grupo musical para melhorar de vida, “As Empreguetes”.

As três personagens são representações típicas de uma figura presente no imaginário sobre a classe C: da mulher que batalha, passa por dificuldades, mas que no final vence devido à sua garra e força de vontade. As três trabalham como domésticas, mas querem mudar de vida. Uma sonha com a carreira artística (Rosário), incentivando as amigas a também seguirem os seus sonhos. Aparecida (Cida) e Penha apresentam sonhos comuns a essa classe: querem cursar a universidade, sendo que a primeira deseja fazer jornalismo e a segunda enfermagem, sonho que abdicou, pois como ficou órfã, teve de trabalhar desde cedo e cuidar do irmão mais novo. Sua amizade e amor à família também são valores destacados pela classe C.

De acordo com os autores da novela, Filipe Miguez e Izabel de Oliveira, a história nasceu da vontade de comentar sobre um conflito feminino. “Vimos nas possíveis relações entre duas mulheres, patroa e empregada, duo tão característico da cultura brasileira, e, curiosamente, pouco explorado pela teledramaturgia, um filão de boas histórias’, relata Miguez” (JOORY, 2012).

Izabel complementa dizendo que na novela busca-se abordar não só a vida das domésticas, mas comentar sobre a cultura da periferia e ritmos populares. “Os personagens são muito próximos da realidade, parece que você já os conhece, que os vê na rua [...] Não acho que Maria da Penha seja uma personagem cômica, mas sim alguém que leva a vida com muito humor e leveza”, diz Taís Araújo (JOORY, 2012).

Há a patroa “boa” na figura da advogada Lygia (Malu Gali). Mas há um verdadeiro time de patroas vilãs, como Sônia (Alexandra Richter), que acolheu Cida, a filha da empregada em sua casa e diz tratá-la bem, mas não perde uma oportunidade de humilhá-la junto com suas filhas Ariela (Simone Guterrez) e Isadora (Giselle Batista), em um enredo que lembra muito o conto de fadas *Cinderela*. O grande destaque, sem dúvida, é a rainha do eletroforró Chayenne, interpretada por Cláudia Abreu. Apesar de dizer que adora seu público, formado em grande parte por domésticas, a diva não perde uma oportunidade para espezinhar suas ex-empregadas Penha e Rosário. Enciumada com o sucesso do grupo As Empreguetes, que estouram com o hit *Vida de empreguete*, cujo vídeo apresenta acesso recorde na internet, ela faz de tudo para acabar com o trio.

Repleto de humor, “Cheias de Charme” ainda traz como música de abertura o *hit Ex Mai Love*, da rainha do tecnobrega Gaby Amarantos. Essa combinação agradou o público e hoje a novela faz grande sucesso principalmente junto ao público infantil e adolescente, rendendo mais de 8 milhões de acessos na Globo.com, o braço *web* das Organizações Globo (ROXO, 2012).

De carona no sucesso virtual do grupo, a TV Globo lançou uma promoção no Fantástico para que domésticas da vida real apareçam na telinha. O concurso “A Empregada Mais Cheia de Charme do Brasil” vale a participação em uma novela para quem possuir carteira assinada como doméstica. A participante deve enviar um vídeo em que mostre suas aptidões artísticas.

Segundo o autor de “Cheias de Charme” Filipe Miguez, essa mobilidade social é interessante porque possibilita a apresentação de novas histórias e hábitos do brasileiro.

“Isso é tudo o que uma novela quer. E dá um frescor. Mostramos personagens que ainda não tinham sido vistos, ao menos não daquela forma” (BRITTO, 2012).

O pesquisador Marcelo Néri, economista-chefe do Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas, também ressalta que o cenário econômico é muito favorável a esse grupo e a TV de certa forma ajuda a consolidar e amostrar os desejos dessa nova classe média: “Antes, os exemplos das novelas eram de pessoas muito sofisticadas. As domésticas assistiam àquilo como quem olha de baixo. Agora, essa nova classe média quer ver um espelho do que ela se tornou. Se a novela colocar uma empregada submissa, que é simplesmente uma coadjuvante, ela não vai agradar a esse público nem representar o cenário brasileiro”, comenta (BRITTO, 2012).

Dessa forma a novela procura se aproximar de sua audiência: apresenta o sonho de ascensão da classe C por meio da carreira artística e dos estudos, mas que são fiéis às suas origens, sendo apegadas à família e tendo seus gostos musicais próprios. A trama ainda mostra que apesar de tradicional, a classe C aderiu às novas tecnologias e utiliza a internet para acessar o clipe das “Empreguetes”, que apresentou recorde de acessos, prova de que esse segmento da população já utiliza em seu dia a dia novas tecnologias. Como Guillermo Orozco, pesquisador da Universidad de Guadalajara (México) e que apresentou uma palestra no mês de junho na Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), as pessoas hoje são *comunicantes*, não só recebendo a informação de forma passiva pelos meios de comunicação, mas interagindo sobre o que recebem desses meios, apresentando novas criações, que podemos considerar como *midiatizações*. É o caso de pessoas que no YouTube já estão criando suas próprias versões do clipe das “Empreguetes”, que têm feito enorme sucesso devido ao seu humor principalmente junto ao público infantil e juvenil.

Já “Avenida Brasil” possui como fio condutor a vingança de Rita, interpretada pela atriz Débora Falabella, contra sua madrasta Carminha, papel de Adriana Esteves. O motivo para tanto rancor é que Carminha casou com seu pai, deixou-a na miséria e a ainda a abandonou criança em um lixão. Adotada por um médico, Rita vai morar na Argentina e torna-se *chef* de cozinha. Após a morte do pai adotivo, ela retorna ao Brasil com o nome de Nina e aproxima-se de Carminha para realizar sua vingança, tornando-se cozinheira da família. Além disso, Carminha traía seu pai com Max (Marcelo Novaes). Atormentado com a descoberta da traição, o pai de Rita morre no primeiro capítulo, sendo atropelado pelo jogador de futebol Tufão (Murilo Benício) na Avenida

Brasil, que dá nome à história. Depois o craque do Flamengo é seduzido pela vilã, com quem se casa e adota Jorginho (Cauã Raymond), que vivia em um lixão e que na verdade é filho de Carminha com Max.

Inspirado no Aterro Sanitário e em Gramacho, o lixão apesar das más condições traz esperança para a vida de crianças de rua, que são abrigadas pela generosa Lucinda (Vera Holz). No local nasce uma linda história de amor, das crianças Batata e Rita, que depois se reencontrarão na vida adulta com novos nomes: Jorginho e Nina.

Antigamente considerado decadente, o subúrbio retratado na novela é próspero. No bairro do Divino fica o palacete de Tufão, quando ele “aposenta as chuteiras” e vira homem de negócios, dono de uma fábrica de jeans e de motéis. O bairro fictício também possui o salão de beleza da batalhadora Monalisa (Heloísa Périssé), ex-noiva de Tufão, a Loja de Diógenes (Otávio Augusto) e a sede do Divino Futebol Clube, onde jogam Jorginho e Iran (Bruno Gissoni). No clube também são realizados bailes, nos quais a periguetete Suelen (Ísis Valverde) leva os homens à loucura com sua sensualidade.

Assim como em “Cheias de Charme”, “Avenida Brasil” mostra a vida de uma empregada, a cozinheira Nina, interpretada por Débora Falabella, que também almeja melhorar de vida. No bairro do Divino, há também representações típicas da classe C, como Monalisa, que trabalhava como cabeleireira e com seu esforço conseguiu adquirir seu próprio negócio, como tantos pequenos e médios empreendedores desse segmento da sociedade. Outro personagem representado é o ex-jogador de futebol Tufão, interpretado por Murilo Benício, que vence com sua garra, mas não deixa de lado suas origens, continuando a residir no subúrbio, ao invés de buscar morar em um bairro mais sofisticado. Quando se aposenta, ele vira empresário, investindo em outros segmentos, como muitos jogadores da vida real.

O universo do futebol e da sua paixão aparece também na figura de Diógenes, que ama o Divino Futebol Clube, que não vence há décadas, mas continua apostando em seus novos talentos, como Jorginho e Iran. Mostra também como esses jogadores atraem mulheres que querem melhorar de vida, conhecidas como “marias-chuteiras”, como é o caso da personagem de Ísis Valverde, que interpreta Suelen. A jovem utiliza roupas curtas e sensuais, como muitas meninas que frequentam os bailes. Verdadeiro sucesso nos subúrbios cariocas, eles são mostra de que mesmo ascendendo na vida, pessoas da classe C preferem se manter fiéis às suas origens e gostos musicais e valorizam a família e as amizades antigas.

Considerado um verdadeiro perigo à beleza da “Cidade Maravilhosa” devido ao seu crescimento descontrolado, hoje o subúrbio carioca começa a ser visto com mais simpatia devido à sua representação presente na novela. Segundo Mauro Alencar, especialista em telenovela da Universidade de São Paulo (USP), o subúrbio

“[...] tornou-se mais um personagem na história”. Para Heloísa Perissé, a imagem do subúrbio está mudando porque a novela mostra que ele é “solar, alegre, tem um tom para cima e um quê de humor mesmo nos momentos mais difíceis. Acredito que é por isso que encanta o público, que se reconhece naquele mundo” (KNOPLECH e PIMENTA, 2012).

A novela faz sucesso porque o público se reconhece nas novelas e personagens citados. De acordo com Maria Immacolata Lopes, coordenadora do Centro de Estudos de Telenovelas da Universidade de São Paulo, uma das principais características da telenovela brasileira é que ela tem se tornado uma narrativa do cotidiano (BRITTO, 2012). Por isso ela diz que essa tendência de retratar a classe C não é algo imposto aos autores, mas um movimento natural de retratar como a sociedade é hoje, com suas mudanças estruturais.

No início da televisão no País, as telenovelas não refletiam a realidade dos brasileiros, depois com a terceira fase da teledramaturgia, já explicada neste artigo, o público passou a se reconhecer cada vez mais. Mas, mesmo com história mais próximas à realidade, personagens pobres não protagonizavam as tramas, participavam em papéis secundários, assim como as locações principais em que se passavam as tramas não eram subúrbios e sim bairros e casas luxuosos.

Um exemplo que contradiz, em partes, esse argumento é a novela “Anjo Mau”, escrita por Cassiano Gabus Mendes e exibida na TV Globo em 1976. A protagonista era a babá sem escrúpulos Nice, interpretada por Suzana Vieira. No capítulo final a personagem morre, o que mostra uma forma de castigo em represália as suas atitudes durante a história. Em uma versão contemporânea, Maria Adelaide Amaral adaptou a história em 1997. Dessa vez Nice, agora vivida por Glória Pires, tem um final feliz: não morre e fica com o ex-patrão, Rodrigo, vivido por Kadu Moliterno.

Essa modificação no fim da novela já mostrava como a maneira de se apresentar estava mudando: não era mais preciso castigar a empregada da família que se apaixonou pelo patrão.

Na história das telenovelas conseguimos encontrar casos isolados em que domésticas protagonizam a trama, como na adaptação de Thalma de Oliveira e Teixeira Filho para “O Direito de Nascer”, da TV Tupi, em 1964. Ou “Simplesmente Maria”,

também da Tupi, escrita por Benjamin Cattan em 1970. Mais recentemente em 2009, a TV Globo apresentou “Cama de Gato” de Duca Rachid e Thelma Guedes, em que a faxineira Rose, interpretada por Camila Pitanga, era a protagonista.

Outro exemplo de protagonista doméstica na teledramaturgia, agora não em novela, mas em série é “A Diarista”, exibida também na TV Globo entre os anos de 2004 e 2007. A personagem principal Marinete, interpretada pela atriz Cláudia Rodrigues, a cada episódio passa por situações engraçadas com suas patroas. Na área de programas humorísticos, podemos ainda encontrar outra personagem protagonista que era doméstica: a Filó, interpretada por Gorete Milagres na série “Ô... Coitado!” exibida no SBT entre 1999 e 2000.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por fim, podemos concluir que classes menos favorecidas estão ganhando cada vez mais espaço na teledramaturgia. A presença se verifica não só em papéis secundários ou em programas humorísticos, mas em telenovelas com tramas complexas e até mesmo como protagonistas é visível. Atualmente duas telenovelas apresentadas simultaneamente pela maior emissora de televisão do Brasil, a TV Globo, têm personagens da classe C como protagonistas. Um fato importante se considerarmos a trajetória das telenovelas e o momento econômico do País. Eugênio Bucci (2004, p. 222) diz que “a TV conseguiu produzir a unidade imaginária onde só havia disparidades materiais. Sem tal unidade, o Brasil não se reconheceria Brasil. Ou, pelo menos, não se reconheceria como o Brasil que tem sido.” A realidade imaginada da população está interagindo com a produção ficcional atual. Luhmann (2005, p. 96) aponta que:

[...] no entretenimento, especialmente quando a história é contada de forma ficcional, nem tudo pode ser ficcional. O leitor/espectador precisa ser colocado na situação de constituir muito rapidamente uma memória adaptada à narrativa, talhada especialmente para ela, e isso ele só poderá fazer se detalhes que lhe são familiares forem fornecidos juntos e suficientemente, nas imagens ou textos.

Para que haja uma identificação do público com as tramas, as telenovelas se vêm pressionadas a ter personagens que façam parte de uma classe econômica que está em ascensão e com poder de compra.

Por isso que Jesús Martín-Barbero, em sua obra clássica na área de comunicação, *Dos meios às mediações* (2009), propõe que a mídia abandone seu *mediacentrismo* e “ao invés de partir das lógicas de produção e recepção para depois

buscar suas relações de imbricações e enfrentamento, parta das *mediações*, ou seja, dos lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade da televisão”.

E ao procurar essa mediação, as construções que se operam na realidade brasileira e o crescimento expressivo da classe C, como consumidora e, portanto, importante para a audiência das emissoras, a televisão brasileira busca esse reconhecimento, “essa familiaridade que a televisão proporciona ao telespectador, pois seus personagens são próximos do público, os rostos da televisão serão próximos, amigáveis, nem fascinantes nem vulgares” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 297).

Trata-se de um discurso que familiariza tudo, torna próximo, organizando as imagens, permitindo maior transparência em termos de simplicidade e clareza narrativa, na qual reconhecer significa interpelar, saber mais sobre cada pessoa:

E não só os sujeitos individuais, mas também os coletivos, os sociais, inclusive os sujeitos políticos. Todos se fazem e se refazem na trama simbólica das interpelações, dos reconhecimentos. Todo sujeito está sujeito a outro e é ao mesmo tempo sujeito par a alguém [...] Não estará aí a secreta conexão entre o melodrama e a história desse subcontinente? Em todo caso, o des-conhecimento do “contrato social” no melodrama fala, em alto e bom som, do peso que têm, para aqueles que nele se reconhecem, essa outra sociabilidade primordial do parentesco, as solidariedades locais e a amizade. Seria então sem sentido indagarmos até que ponto o sucesso do melodrama nesses países testemunha sobre o fracasso dessas instituições políticas que se desenvolveram desconhecendo o peso dessa outra sociabilidade, incapazes de assumir sua densidade cultural? (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 306).

E no melodrama, Martín-Barbero (2009) diz que se apresenta com toda a força o drama do reconhecimento, do filho que não sabe quem é seu pai, da doméstica que luta contra as injustiças e busca vencer na vida. Mostram dessa forma uma luta de uma classe que ascendeu e busca se fazer reconhecer. E como provam as novelas atuais, está sendo reconhecida.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, Mauro. **A Hollywood Brasileira**: panorama da telenovela no Brasil. 2. ed. Rio de Janeiro: Ed. Senac Rio, 2004.

ALVES, Vida. **TV Tupi**: uma linda história de amor. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2008.

BRITTO, Thaís. Reflexo da vida real. **O Globo**. Rio de Janeiro, 20 mai. 2012. Disponível em: <<http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=1139652>>. Acesso em: 27 jun. 2012.

CLASSE C URBANA DO BRASIL: somos iguais, somos diferentes. São Paulo: Ibope Mídia, 2010. Disponível em: <<http://www.ibope.com/maximidia2010>>. Acesso em: 29 jun. 2012.

CUNHA, Magali do Nascimento. Da imagem, à imaginação e ao imaginário: elementos-chave para os estudos em comunicação e cultura. p. 33-48. In: BARROS, Laan Mendes de (org.) Diversos autores. **Discursos midiáticos**: representações e apropriações culturais. São Bernardo do Campo: Ed. da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), 2011.

BUCCI, Eugênio. Ainda sob o signo da Globo. In: BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias**: ensaios sobre televisão. São Paulo: Boitempo, 2004.

CORNELIUS, Castoriadis. **As encruzilhadas do labirinto**: os domínios do Homem. Volume II. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

DICIONÁRIO da TV Globo, v. 1: programas de dramaturgia & entretenimento. Projeto Memória das Organizações Globo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

FERNANDES, Ismael. **Memória da telenovela brasileira**. 4. ed. ampl. São Paulo: Brasiliense, 1997.

HERZOG, Luiza. Para entender a classe C. **Portal Exame**. Revista eletrônica n. 944, 4 abr. 2009. Disponível em: <www.portalexame.com.br>. Acesso em: 25 jun. 2012.

JOORY, Eva. Novela mira relação patroa-empregada. p. E7. Caderno Ilustrada. **Folha de S. Paulo**, 15 abr. 2012. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/37073-novela-mira-relacao-patroa-empregada.shtml>>. Acesso em: 27 jun. 2012.

KNOBLECH, Carla e PIMENTA, Letícia. Orgulho suburbano. **Veja Rio**, 30 mai. 2012. Disponível em: <<http://vejario.abril.com.br/edicao-da-semana/novela-avenida-brasil-686225.shtml>>. Acesso em: 27 jun. 2012.

LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. MARCONDES FILHO, Ciro (trad.). São Paulo: Paulus, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Prefácio de Néstor García Canclini. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 6ª edição. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2009.

MOREIRA, Paulo Ricardo. A cara do Brasil. Caderno Diversão & TV. **O Dia**, 15 mar. 2012. Disponível em: <<http://odia.ig.com.br/portal/diversaoetv/a-cara-do-brasil-1.419620>>. Acesso em: 27 jun. 2012.

O OBSERVADOR Brasil 2012. São Paulo: Cetelem BGN/Ipsos-Public Affairs, 2011. Disponível em: <http://www.grupodemidiars.com.br/upload/content/0_pdf_observador2012.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2012.

ROXO, Elisângela. Televisão - Novela “Cheias de Charme” bate recorde na TV e na web. Caderno “Ilustrada”. **Folha de S. Paulo**. 2/6/2012. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/1099361-novela-cheias-de-charme-bate-recorde-na-tv-e-na-web.shtml>>. Acesso em: 27 jun. 2012.

STYCER, Maurício. Globo muda a programação para entender a nova classe C: Entrevista com Octávio Florisbal. **UOL** - Disponível em: <televisao.uol.com.br/ultimas-noticias/2011/05/09/globo-muda-programacao-para-atender-a-nova-classe-c.jhtm>. Acesso em: 25 jun. 2012.

XAVIER, Ricardo; SACCHI, Rogério. **Almanaque da TV**: 50 anos de memória e informação. Rio de Janeiro: Objetiva, 2000.