

De Voyeur a Protagonista:Nova classe média e telenovelas no Brasil¹Wesley Pereira Grijó²

Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS

Resumo

A partir do contexto da nova classe média como principal consumidora do mercado brasileiro, observa-se como esse fenômeno sócio-econômico se reflete na produção das telenovelas, produto audiovisual de maior lucratividade no Brasil. Faz-se a exposição dos protagonistas e dos núcleos pertencentes às classes populares na ficção seriada televisiva. Por fim, expõem-se como as classes populares foram representadas em produções da Rede Globo: *Fina Estampa* (2011), *Avenida Brasil* (2012) e *Salve Jorge* (2013).

Palavras-chave: Televisão aberta; Telenovela brasileira; Nova Classe Média; Classes populares.

A “nova classe média” e a televisão brasileira contemporânea

A partir da discussão sobre a chamada “nova classe média” no cenário sócio-econômico no país, este trabalho discute a relação das classes populares com a produção de telenovelas brasileiras, buscando traçar em linhas gerais o processo que levou as temáticas “pertencentes” a esses grupos sociais da posição de coadjuvantes a protagonistas dessas narrativas. Assim, abordamos a trajetória da presença das classes populares nas telenovelas, observando 15 produções das 21 horas da Rede Globo na década de 2000 até chegar ao atual momento em que protagonizam as tramas de *Fina Estampa* (2011), *Avenida Brasil* (2012) e *Salve Jorge* (2013). Nossas observações são alicerçadas, principalmente, na assistência sistemática dos capítulos dessas obras audiovisuais, na leitura das *sinopses* disponibilizadas pela emissora em sites institucionais, nas quais realizamos a leitura flutuante como forma de observar e identificar a presença das classes populares nas tramas.

Nesta discussão buscamos pensar a relação entre telenovelas brasileiras e a classes populares, refletindo essa problemática a partir das narrativas do produto audiovisual, suas tramas e seus personagens; mas também assimilando as contribuições de outros trabalhos

¹ Trabalho apresentado no VI Colóquio Brasil-Estados Unidos de Ciências da Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Doutor em Comunicação e Informação pela UFRGS; Mestre em Comunicação pela UFG. Graduado em Jornalismo e em Rádio e TV pela UFMA. Membro do Grupo de Pesquisa no CNPq “Comunicação e práticas culturais” e do Observatório Ibero-Americano de Televisão (Obitel). Professor da Unipampa, Campus São Borja-RS, email: wgrijo@yahoo.com.br.

que se propuseram a pensar a questão no nível da recepção (LOPES et al., 2002; RONSINI; ALMEIDA, 2011) e no nível da produção (DE SOUZA, 2004; SIFUENTES et al.; 2013).

O contexto midiático ao qual lançamos nossas observações emerge de um processo sócio-econômico posterior à implantação do Plano Real³. Com isso, aparece a chamada “nova classe média” que aglutina, atualmente, o principal segmento de consumidor do Brasil. Essa classe consumidora passou a ser o principal alvo das empresas, que a cada dia “adaptam” produtos a um suposto padrão de gosto e condições financeiras dessa categoria.

Esse cenário começou a se delinear há cerca de dez anos, com o aumento na renda *per capita* dos brasileiros, possibilitando o ingresso de milhões de pessoas à classe média do país. Neri (2010) aponta que essa ascensão social criou um segmento responsável por 46% do poder de comprar dos brasileiros. Em termos mais específicos, esse autor indica que uma família é definida como pertencente à classe média quando tem renda mensal abaixo de R\$ 4.854 e acima de R\$ 1.126, com isso houve um alargamento da faixa de famílias pertencentes à classe média, equivalente em aproximadamente 50% da população brasileira. Ao criticar essa classificação, Pochmann et al (2006) pondera que o estrato com renda mais baixa não necessariamente integra o modo de viver da classe média, e não cumpre critérios como emprego estável, educação, habitação, poupança, facilidade de consumo. Ou seja, essa definição de “nova classe média” ainda não é totalmente bem definida, sendo até mesmo questionada sua real existência.

Dados oficiais quantitativos indicam ainda que a “nova classe média” não deseja o estilo de vida das elites como outrora se pensou e prefere produtos que valorizam a sua origem⁴. Essa informação de contexto se refletiu progressivamente na grade de programação das televisões abertas brasileiras, visto que focam suas atrações a um público consumidor potencial para as empresas patrocinadoras. Ou seja, dentro dessa questão há a pressão do mercado publicitário que prefere investir em programas com maior número de telespectadores e, conseqüentemente, possíveis consumidores para as empresas contratantes⁵. Se formos pensar pela perspectiva de Thompson (2002), esse atual contexto brasileiro sobre o qual lançamos nossas reflexões tem relação também com a mercantilização das formas simbólicas, no sentido de que os objetos produzidos pelas instituições da mídia passam por um processo de valorização econômica.

³ Plano Real foi um programa brasileiro com o objetivo de estabilização econômica, iniciado oficialmente em 27 de fevereiro de 1994 com a publicação da Medida Provisória nº 434 no Diário Oficial da União e determinou o lançamento de uma nova moeda, o Real.

⁴ http://www.sae.gov.br/novaclassemedia/?page_id=58. Acesso em 15/05/2014.

⁵ <http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2013/01/atras-da-nova-classe-c-publicidade-muda-estrategias-e-vai-periferia.html>. Acesso em 15/05/2014.

Em decorrência desse cenário, houve o aumento de atrações que tentam atrair esse segmento da população para a audiência televisiva. No início desta década, somente na Rede Globo, maior emissora aberta no Brasil, surgiram produtos com grande repercussão sob o cenário da “nova classe média”, como: o programa de auditório *Esquenta* (2011 a 2013); seriados como *Subúrbia* (2012), *Tapas e Beijos* (2011 a 2013) e *Pé na Cova* (2013); e telenovelas como *Fina Estampa* (2011), *Avenida Brasil* (2012), *Salve Jorge* (2013) e *Cheias de Charme* (2012).

Entretanto, partimos do pressuposto de que a presença das classes populares na programação televisiva não pode ser considerada como algo sem precedentes. Por exemplo, conforme Hamburger (2005), no passado, os produtores de telenovelas brasileiras tinham a concepção que o gênero deveria apresentar personagens de todas as classes sociais em proporções semelhantes à distribuição sociológica da audiência. Contudo, ao longo da existência da ficção seriada no Brasil foram constantes as críticas de que ela não representava todos os estratos econômicos dos telespectadores em suas narrativas, principalmente, as camadas populares, em que os percentuais de audiência são os maiores.

Por isso, nesse momento de ascensão da “nova classe média” como maior segmento consumidor/telespectador, conjecturamos que a novidade está no maior espaço que as classes populares ganharam na programação televisiva em decorrência desse novo cenário, principalmente, o protagonismo exercido na ficção seriada; assim como a relação desse segmento social com os “núcleos populares” nas telenovelas, por exemplo.

O protagonismo das classes populares nas telenovelas

Apesar de ser alardeado como um fenômeno recente, na tradição de telenovelas brasileiras, várias produções tiveram como protagonistas personagens oriundos das classes populares, com narrativas que, muitas vezes, quebraram o padrão de suas antecessoras. Contudo, não deixaram de lado a forma estereotipada de representar a vida desses sujeitos, muitas vezes apresentados como vilões ou heróis-vilões dos personagens das classes abastardas. O exemplo comumente citado na literatura sobre o assunto é *Beto Rockfeller* (TV Tupi, 1968), que modificou o padrão de telenovelas do país, mostrando um anti-herói mecânico de oficina que tentava vencer na vida, aplicando pequenos golpes (MATTELART, MATTELART, 1989; ALENCAR, 2002). A produção rompeu com os

diálogos formais que caracterizavam as produções anteriores, propondo uma narrativa de cunho mais coloquial, com gírias e expressões do cotidiano dos telespectadores.

Podemos elencar outros exemplos desse protagonismo de personagens das classes populares nas telenovelas: *Dona Xepa* (Rede Globo, 1977) mostrava a rotina da personagem homônima ao título da telenovela, uma feirante moradora do subúrbio da capital do Rio de Janeiro que criava sozinha os filhos; em *Pecado Capital* (Rede Globo, 1978), o universo suburbano do Rio de Janeiro foi cenário para o dilema moral do protagonismo, o motorista de táxi Carlão; *Vale Tudo* (Rede Globo, 1988) trouxe como protagonista Raquel Accioli, mulher batalhadora e honesta que iniciou a trama como guia de turismo, vendeu sanduíches em praias do Rio de Janeiro até se firmar como promissora dona de restaurante; em *O Salvador da Pátria* (Rede Globo, 1989), o protagonista era o ingênuo Sassá Mutema, trabalhador braçal da colheita da laranja; *Rainha da Sucata* (Rede Globo, 1990) retratou o universo dos novos-ricos e da elite decadente paulistana, através da personagem de Maria do Carmo, que enriqueceu ao investir no negócio do pai, vendedor de ferro-velho; por fim, em *Senhora do Destino* (Rede Globo, 2004), a trama girava em torno da migrante nordestina Maria do Carmo que saiu de sua cidade natal com seus cinco filhos para tentar melhorar de vida e se tornou dona de uma loja de material de construções.

Com os exemplos mencionados acima de protagonistas oriundos das classes populares, podemos verificar como esses personagens foram representados em momentos pontuais da sociedade e da produção brasileira de teleficção seriada. Nos dois primeiros exemplos, *Beto Rockefeller* e *Pecado Capital*, a questão era de sujeitos que queriam ascender socialmente por um desvio de caráter, mesmo com arrependimentos posteriores. Em *O Salvador da Pátria* e *Rainha da Sucata*, os protagonistas ascenderam ao mundo dos ricos e poderosos, entretanto sob um viés de ingenuidade que lhes casou problemas de relacionamento, prisão e perda de fortuna. *Vale Tudo*, ao mesmo tempo em que mostrava uma mulher trabalhadora e ética, tinha como vilã uma jovem de origem pobre que não admitia sua situação e utilizava de maldades para ascender socialmente. Ao abordar a vida de uma migrante nordestina, sua família e seus vizinhos, *Senhora do Destino* possivelmente seja o exemplo mais próximo de uma representação sem estereótipos sobre as camadas populares, até mesmo pelo novo contexto das representações desses grupos nas telenovelas iniciado nos anos de 1990 e mais bem desenvolvidas nos anos 2000.

Esses exemplos situam relativamente como era feita a representação das camadas populares nas telenovelas nos anos anteriores a ascensão da “nova classe média”, visto que

a audiência não pertencente às classes altas ainda estava em papéis menores e sem grande importância maioria das produções. Ao observarmos as tramas exibidas, podemos caracterizar o telespectador das classes populares nesse período como um *voyeur* do modo de vida das elites, sendo essa relação consubstanciada na tela partir da ostentação da riqueza dos personagens ricos, em suas viagens internacionais, festas de casamento, mesas de café da manhã, figurino, decoração das casas, etc. Outro ponto a ser frisado é que essa representação estava ainda alicerçada no contexto de Ditadura Militar e no período posterior a esse momento quando houve uma maior liberdade dos autores na tentativa de retratar o povo brasileiro. Os profissionais procuravam um caminho para representar os segmentos sociais do Brasil sem as amarras da censura.

Os núcleos populares nas telenovelas da década de 2000

Neste momento, a análise se foca na representação das classes populares nas telenovelas das 21 horas da Rede Globo na década de 2000, expondo como foi a presença dos núcleos que representavam as classes populares nessas produções. Em relação aos anos anteriores, várias produções desse período trouxeram algum diferencial ao representarem os sujeitos desse segmento social, entretanto a relação com o núcleo cômico da trama persistiu de forma majoritária. Mesmo assim, verificamos exemplos singulares da representação das classes populares num meio de comunicação de massa hegemônico, vinculado à indústria cultural. Como aponta Wolton (1996) é preciso pensar a telenovela brasileira a partir de sua importância como espelho da sociedade, assim como fator estruturador da identidade brasileira.

Evidentemente, tal representação também tem relação com a autoria das obras, pois há roteiristas que têm como característica abordar temas relacionados aos grupos populares, como Aguinaldo Silva e Glória Perez; enquanto outros têm um estilo de crônica do cotidiano das classes abastadas contemporâneas, como Gilberto Braga, Sílvio de Abreu e, principalmente, Manoel Carlos, contudo, em sua telenovela, *Viver a Vida* (2009), o autor inovou o perfil da protagonista ao colocar uma atriz afrodescendente e um dos núcleos da trama tendo uma favela como cenário. Na **Tabela 1**, apresentamos de forma resumida a presença desses núcleos nas telenovelas da década de 2000.

TABELA 1: Telenovelas das 21h da Rede Globo na década de 2000.

Ano	Telenovela	Autor	Protagonista	Ocupação	Núcleo popular
2000	Laços de Família	Manoel Carlos	Helena	Esteticista	Não definido
2001	Porto dos Milagres	Aguinaldo Silva	Guma	Pescador	Cidade Baixa
2001	O Clone	Glória Perez	Jade	Não definida	Bairro São Cristóvão
2002	Esperança	Benedito R. Barbosa	Toni	Escultor	Colonos, operários
2003	Mulheres Apaixonadas	Manoel Carlos	Helena	Pedagoga	Não definido
2003	Celebridade	Gilberto Braga	M ^a Clara	Empresária	Bairro do Andaraí
2004	Senhora do Destino	Aguinaldo Silva	M ^a do Carmo	Empresária	Vila São Miguel
2005	América	Glória Perez	Sol	Não definida	Vila Isabel
2005	Belíssima	Sílvia de Abreu	Vitória	Empresária	Não definido
2006	Páginas da Vida	Manoel Carlos	Helena	Médica	Não definido
2007	Paraíso Tropical	Gilberto Braga	Paula	Gerente	Edifício Copamar
2007	Duas Caras	Aguinaldo Silva	M ^a Paula	Caixa	Favela Portelinha
2008	A Favorita	João E. Carneiro	Donatela	Socialite	Operários da fábrica
2009	Caminho das Índias	Glória Perez	Maya	Dona de casa	Bairro da Lapa
2009	Viver a Vida	Manoel Carlos	Helena	Modelo	Favela (não definida)

FONTE: Memória Globo.

Dessa forma, observamos que nas telenovelas da década de 2000, os personagens que representavam as classes populares são mostrados a partir de duas vertentes pelos autores: 1) a partir de estereótipos alicerçados no senso comum, como malandros, caricaturas, envolvidos na comichidade, vinculados à violência, à insegurança, assim como personagens de sem grande importância dramática na trama central; 2) nesse mesmo período presenciamos telenovelas em que houve um aumento na importância desses núcleos nas narrativas, com personagens com grande teor dramático, relações de cidadania, casos mais explícitos de emancipação feminina, maior presença de personagens afrodescendentes; participando ativamente da trama central ou mesmo já como protagonista na narrativa, acenando para o que seria mais presente nas telenovelas que viriam nos anos posteriores. Assim, percebemos que naquela década as produções ainda têm resquícios da representação dos anos anteriores, mas já esboçam uma maior participação das tramas dos núcleos com personagens das classes populares.

Classes populares como protagonistas das telenovelas das 21h

Se na década anterior, das 15 telenovelas produzidas para o horário das 21 horas da Rede Globo, apenas quatro tiveram protagonistas pertencentes às classes populares (Guma, em *Porto dos Milagres*; Toni, em *Esperança*; Maria do Carmo, em *Senhora do Destino*; Sol, em *América*), nesta década que se iniciou a situação parece caminhar para o contrário. O mesmo ocorreu com os “núcleos populares” das narrativas: nos anos 2000, das 15

telenovelas observadas, quatro não deram ênfase a esse tipo de núcleo em suas narrativas. Nas telenovelas exibidas no início desta nova década, observamos que esses núcleos ganharam maior importância e tiveram o número de personagens aumentado, inclusive, tornando-se o ponto central das tramas.

No cenário atual, conjecturamos que a pressão do público consumidor/telespectador pede uma nova forma de retratar os personagens que representam as classes populares nas tramas, visto que ser *voyeur* do modo de vida das elites já não satisfaz a audiência como os produtores consideravam nos anos antecedentes. Assim, exemplificamos essa questão a partir de três recentes telenovelas em que essa abordagem foi latente, produzidas e exibidas já no contexto da “nova classe média” como público majoritário do mercado consumidor brasileiro e, conseqüentemente, principal alvo das empresas patrocinadoras dessas produções: *Fina Estampa*, *Avenida Brasil* e *Salve Jorge*. Entretanto, a década se inicia com duas telenovelas (*Passione* e *Insensato Coração*) ainda pautada no antigo movimento de classes populares estereotipadas (representação) e *voyeur* da vida das elites (audiência).

Conforme evidente na **Tabela 2**, nesses primeiros anos, três as telenovelas da Rede Globo das 21 horas tiveram como protagonistas personagens pertencentes a essa chamada “nova classe média”, com profissões bem definidas, que nem sempre foi de fácil identificação em suas antecessoras, e moradoras de locais com forte ligação com as classes populares: a Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro, que apesar de ser uma localidade fortemente atrelada aos ricos emergentes cariocas, ainda concentra um grande número de pessoas pertencentes às camadas populares; o fictício bairro do Divino, uma tentativa de representação dos bairros suburbanos cariocas; e por fim, o Complexo do Alemão, uma das maiores favelas do Rio de Janeiro que passou por um processo de “pacificação” alguns anos atrás.

TABELA 2: Telenovelas das 21h da Rede Globo na década 2010.

Ano	Telenovela	Autor	Protagonista	Ocupação	Núcleo popular
2010	Passione	Sílvia de Abreu	Totó	Agricultor	Zona leste de SP
2011	Insensato Coração	Gilberto Braga	Pedro	Piloto de avião	Bairro do Horto
2011	Fina Estampa	Aguinaldo Silva	Griselda	Serviços gerais	Barra da Tijuca
2012	Avenida Brasil	João E. Carneiro	Nina/Rita	Cozinheira	Bairro do Divino
2013	Salve Jorge	Glória Perez	Morena	Prostituta ⁶	Complexo do Alemão

FONTE: Memória Globo.

⁶ No caso da protagonista de *Salve Jorge*, Morena, a ocupação de prostituta não ocorria por sua própria vontade, mas sim porque era obrigada por ser vítima do tráfico internacional de pessoas.

As duas primeiras produções da década ainda foram concebidas sem focar explicitamente no contexto atual da “nova classe média” brasileira, mostrando para os telespectadores tramas centradas no estilo de vida e os conflitos melodramáticos das classes abastadas. Ou seja, são histórias que seguem a lógica das telenovelas exibidas nos anos anteriores com protagonistas ricos e “núcleos populares” retratados de forma cômica, estereotipada e com o desejo de ascensão social desses personagens mostrado de forma negativa.

Em *Passione*, de Sílvio de Abreu, cuja trama era centrada no melodrama familiar de uma rica família paulistana, as classes populares estavam limitadas à representação cômica dos “novos ricos” formada pelo núcleo do “Rei do Lixo”. O casal Olavo e Clô era mostrado como pessoas que ascenderam economicamente, mas não conseguiam ter o mesmo comportamento dos chamados “ricos de berço”. O sonho da “rainha do lixo” era fazer parte da alta sociedade paulista, inclusive trocando o casarão onde eles moram, na zona leste de São Paulo, por uma mansão no Jardim América, bairro nobre da Zona Oeste. As relações melodramáticas das elites cariocas foram representadas novamente por Gilberto Braga, em *Insensato Coração*. Mesmo assim, o “núcleo popular”, composto por moradores do bairro Horto, teve grande participação na narrativa, mesmo sendo retratado a partir de traços estereotipados. Os grandes destaques eram: Eunice, que queria fazer parte da elite carioca e para isso exigia que suas filhas se relacionassem com rapazes ricos; a ex-participante de *reality show*, Natalie Lamour, que se utilizava de todos os artifícios para ser famosa e conseguir casamento com algum magnata; e a chefe de família Sueli, que trabalhava para sustentar a pequena família e tornou-se dona de um ponto comercial *gay* na praia.

Já *Fina Estampa* é considerada a primeira produção em sincronia com o perfil da “nova classe média”, tentando retratar para esse público uma história com grande identificação com seu contexto⁷. Em números de audiência, após *Passione* e *Insensato Coração* com dificuldade em cativar o público, a Rede Globo voltou a ter uma telenovela com o sucesso próximo aos resultados das décadas anteriores, apesar de ainda serem dígitos inferiores aos que já foram no passado. Outro fator importante foi a grande repercussão nas redes sociais.

Um dos grandes fatores responsáveis pela identificação dos telespectadores com *Fina Estampa* foi a personagem central, enquadrada como pertencente a essa nova classe de consumo: uma mulher trabalhadora e chefe de família, como boa parcela das

⁷ <http://entretenimento.br.msn.com/famosos/aguinaldo-silva-afirma-que-griselda-%C3%A9-o-espelho-da-nova-classe-c>. Acesso em 15/05/2014.

telespectadoras⁸. Griselda era a heroína da “nova classe média”, caracterizada por ter um forte senso moral, colocar os filhos acima de tudo, batalhar pela sobrevivência, etc. Para garantir o sustento da família trabalhava realizando pequenos serviços domésticos na vizinhança e passou a ser conhecida como “Pereirão”. A personagem era caracterizada com um jeito masculinizado de andar, usando um macacão azul como vestimenta e portando uma caixa de ferramentas.

O início da trama foi fortemente marcado pela tônica melodramática e pela sustentação dos valores da família. Griselda sofreu ao ser renegada pelo filho estudante de medicina que contratou uma atriz para mostrar à família da noiva como sua genitora, mas foi desmascarado logo nos primeiros capítulos. O destino da protagonista mudou ao receber o prêmio de R\$ 50 milhões, se envolver com o *chef* de cozinha René Vermont e despertar a ira de sua esposa, a rica, mau-caráter e fútil Tereza Cristina. A narrativa possuía uma estética simplista, linguagem fácil e personagens maniqueístas, considerada pela crítica de caráter “mais popular”. Assim a história central girou em torno das peripécias e enfrentamentos entre a “nova rica” Griselda e a “rica de berço” Tereza Cristina.

Outros personagens também ganharam repercussão junto à audiência, como o fiel mordomo, Crodoaldo Valério, apelidado de Crô, cujos trejeitos afetados e caricatos de sua homossexualidade o tornaram um dos pontos fortes cômicos na trama. Como contraponto à personalidade do mordomo havia o motorista homofóbico Baltazar, cujas cenas de embate com Crô se tornaram um dos pontos fortes, de grande apelo popular e conseqüentemente de grande audiência. Atuações eram feitas num tom de humor que beirava a caricatura bem comum em telenovelas anteriores do mesmo autor, que se passavam em cidades fictícias do nordeste brasileiro. Ainda nesse núcleo havia a esposa de Baltazar e amiga de Griselda, Celeste, que sofria agressões físicas e verbais do marido, mas por ser uma mulher submissa, ela não tinha coragem de denunciar o marido à polícia, o que só fez com a ajuda dos amigos, mas logo depois o perdoou.

Também centrada na “nova classe média”⁹, *Avenida Brasil* tinha como cenário principal o bairro fictício Divino, uma caricatura do subúrbio do Rio de Janeiro, servindo de ambiente para uma trama de vingança, mas com muitas nuances de comicidade, ou seja,

⁸ Segundo os dados da Pnad/ IBGE (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio), que teve como ano base 2011, 37,4% das famílias têm como pessoa de referência uma mulher. <http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2012/11/28/numero-de-mulheres-chefes-de-familia-cresce-mais-do-que-quatro-vezes-segundo-ibge.htm>. Acesso em 15/05/2014.

http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=6055. Acesso 15/05/2014.

⁹ <http://diversao.terra.com.br/tv/novelas/avenida-brasil/39avenida-brasil39-fenomeno-aplaudido-pela-nova-classe-media-brasileira,e139316b99a1b310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>. Acesso em 15/05/2014.

dois elementos bastantes característicos do melodrama. A personagem principal, Nina/Rita, teve a família e infância destruída por sua madrasta Carminha. Anos depois, a protagonista aparece no bairro para se vingar da ex-madrasta e a encontra como uma honrada mãe de família, casada com o famoso ex-jogador de futebol Tufão. A trama focava nos planos de Nina para executar sua vingança, os estratagemas de Carminha para manter a postura de uma mulher honesta e a ingenuidade excessiva de Tufão.

A produção tinha poucos personagens, muitos construídos numa linha tênue melodramática entre a bondade e a vilania - como era o caso da própria protagonista -, com a maioria residindo no bairro Divino, onde estavam situados vários núcleos da trama: o Divino Futebol Clube, espaço de treinamento e campo oficial do time da terceira divisão; os bailes charme, que reúnem grande parte do elenco; o Bar do Silas, onde Leleco, pai de Tufão era um dos mais assíduos frequentadores; a Loja do Diógenes, especializada em moda e acessórios femininos, destinados às moradoras do bairro; e o salão de beleza de Monalisa, que depois de alguns anos se tornou uma grande rede de salões de beleza.

Ou seja, todos esses núcleos eram fortemente ligados a questão do trabalho e com narrativas de grande importância para a trama. No bairro, havia ainda a mansão em que residia Tufão e sua família, onde se passou grande parte das cenas da trama, em algumas delas toda a família se reunia à mesa e todos falavam alto ao mesmo tempo. Outro cenário importante, mas fora do bairro Divino, era o lixão onde viviam os personagens Mãe Lucinda, Nilo e várias crianças órfãs que trabalhavam na coleta do lixo. Entretanto, os dois personagens principais desse núcleo tinham posturas diferentes de caráter: enquanto Lucinda tratava bem as crianças que acolhia, Nilo as explorava e as agredia.

Uma grande diferença em relação às produções antecedentes diz respeito ao núcleo dos personagens ricos, representando pelo empresário do mercado financeiro Cadinho e suas três mulheres. A comicidade do núcleo estava no fato de Cadinho conciliar sua vida entre sua empresa, três mulheres e três filhos. Após toda a poligamia ser revelada e o empresário perder sua fortuna, este foi obrigado a viver com as três famílias na mesma casa no bairro Divino, onde as ex-mulheres ricas passaram por situações cômicas por não estarem acostumadas ao ambiente suburbano do bairro, numa alusão ao choque de classes presentes na sociedade brasileira.

Posteriormente, *Salve Jorge* manteve a temática do cotidiano da “nova classe média”¹⁰, tendo como principal cenário uma favela para abordar a vida de uma vítima do tráfico internacional de pessoas. Como em outras produções de Glória Perez que retratam uma cultura estrangeira e possuíam um “núcleo popular” para dar ares de brasilidade na trama, *Salve Jorge* foi escrita com a mesma fórmula, sendo que dessa vez esse núcleo era o mais importante da trama, onde mostrava para o público o cotidiano dos moradores da favela pacificada do Complexo do Alemão, no Rio de Janeiro. A protagonista era a moradora da comunidade, Morena, cuja família era formada pela sua mãe Lucimar e pelo filho que tivera ainda na adolescência. Assim como ocorreu na vida real, após o processo de pacificação da comunidade, o exército passou a estar presente no local e por conta dessa situação, Morena conhece o oficial da cavalaria, Théo (Rodrigo Lombardi), de quem se apaixona, mas encontrou grande preconceito social da sogra, que não aceitava o envolvimento do filho com uma moradora de favela.

Ao ver que sua família poderia ser despejada, pois com a “pacificação” do local, o imóvel onde era locatária ficou mais valorizado¹¹ e o dono pretendia vendê-lo, Morena aceitou o convite para trabalhar em outro país, e foi vítima do golpe de uma quadrilha de tráficos internacional de mulheres e foi obrigada a se prostituir. A antagonista da trama era empresária Lívia Marini que, na alta sociedade, era conhecida agenciadora de talentos artísticos, circulando livremente no mundo da moda e do *showbusiness*. Como forma de *merchandising social*, a telenovela mostrou como garotas das classes populares são enganadas por pessoas acima de qualquer suspeita com promessas de turnês artísticas e ofertas de empregos no exterior.

Assim como o bairro Divido em *Avenida Brasil*, o Complexo do Alemão de *Salve Jorge* estava repleto de personagens destinados a representar sujeitos das classes populares ou da “nova classe média”. Entretanto, a grande diferença era que a trama de Glória Perez tinha a participação de moradores reais da favela que serviam como figurantes das cenas. Além disso, assim como Griselda, em *Fina Estampa*, a mãe da protagonista representava bem o perfil dos moradores do local e da mulher contemporânea chefe de família: teve a filha ainda adolescente e, sem ajuda da figura masculina, teve que criar a filha com o trabalho de diarista e empregada doméstica. Apesar de ter vivido toda essa situação, viu

¹⁰<http://noticias.r7.com/blogs/daniel-castro/com-salve-jorge-globo-sobe-o-morro-atras-da-classe-media/2012/10/23/>. Acesso em 15/05/2014.

¹¹<http://extra.globo.com/casa/um-ano-apos-pacificacao-do-alemao-precos-de-locacao-venda-disparam-3374688.html>. Acesso em 15/05/2014.

tudo se repetir com a filha que engravidara aos 14 anos e foi abandonada pelo namorado antes do nascimento do neto.

Cabe ressaltar outro personagem importante desse núcleo, Pescoço, uma caricatura da figura do malandro carioca sedimentada no senso comum da população brasileira: afrodescendente, avesso ao trabalho, aplicava pequenos golpes, com malemolência para se livrar das acusações e com grande tendência às relações extra-conjugais. Ele era ex-presidiário e por não conseguir emprego era sustentado pela esposa Delzuíte, que chefiava economicamente a família com seu trabalho de manicure. Pescoço era ainda a permanência da representação caricata do homem das classes populares comum nas telenovelas das décadas anteriores.

Diferentemente de *Passione* e *Insensato Coração*, as três telenovelas exibidas posteriormente trouxeram algumas similares entre si, como o fato das protagonistas pertencerem às classes populares ou à “nova classe média”, terem profissões bem definidas (serviços gerais, cozinheira, prostituta, respectivamente), assumirem papel de liderança etc. Além dessa abordagem com as protagonistas, a questão da representação do trabalho possivelmente seja uma das principais inovações dessas telenovelas se comparadas às suas antecessoras, visto que o ofício de praticamente todos os personagens foi enfatizado, com profissões similares às dos telespectadores: mecânico, taxista, professora, cozinheira, cabeleireira, vendedor, diarista, manicure, dono de bar, entre outras profissões.

Outra questão importante está no papel dos personagens ricos nessas produções, visto que em *Fina Estampa* e *Salve Jorge* eram representados por mulheres ricas, bem situadas socialmente e vilãs. Caminha, de *Avenida Brasil*, apesar de moradora do subúrbio também pode ser caracterizada como uma mulher da elite, entretanto de uma nova elite emergente carioca. Ou seja, a típica figura do personagem antagonista passou a ser imbricada também por uma relação dicotômica de classe, de oposição entre ricos e pobres, vilões e mocinhos.

Ainda em relação os núcleos dos personagens ricos, podemos observar que, se nas tramas das décadas passadas, esse tipo de personagem assumia o papel central das narrativas, ficando os telespectadores das classes menos abastadas como *voyeur* desse grupo econômico. Já nas telenovelas produzidas no contexto da “nova classe média”, tais personagens aparecem com menor destaque, construídas de forma estereotipada assim como ocorria como os “núcleos populares” anteriormente. Como exemplos, temos a histeria de Tereza Cristina que não admitia dividir espaço no condomínio com uma família que já

fora pobre, em *Fina Estampa*; a excentricidade conjugal de Cadinho e suas três mulheres e respectivas famílias, em *Avenida Brasil*; e a relação cômica da matriarca Leonor, seus filhos e a excentricidades de uma cadela, em *Salve Jorge*. Exceto por Tereza Cristina, uma vilã cômica, os personagens ricos das outras produções, apesar de terem algum destaque e aceitação do público, tinham trajetórias sem grande importância para a trama, muitas vezes, sem qualquer conexão com a história central, se tornando “núcleos apêndices” das telenovelas.

Dentro dessa representação de classe, houve a emergência de um fenômeno de gênero presente na conjuntura social brasileira. Se nas produções antecessoras havia a comichidade do personagem que representava de forma estereotipada a figura do “malandro”, um morador dos bairros populares, nas produções discutidas aqui, essa a personagem foi acrescentada a figura feminina contemporânea da “periguete”: Natalie Lamour, em *Insensato Coração*; Teodora, em *Fina Estampa*; Suelen, em *Avenida Brasil*; e Lurdinha e Maria Vanúbia, em *Salve Jorge*. São personagens femininos que representariam um tipo de mulher das classes populares presente na sociedade brasileira atual, de forte apelo sexual, detentoras de suas escolhas sexuais e colocada como um problema numa sociedade machista.

Nas telenovelas observadas, essas personagens muitas vezes têm ligação mais próxima ao perfil de uma vilã do que a uma mocinha tradicional, se consideramos dois parâmetros de personagens melodramáticos. O distanciamento da figura da “periguete” de uma mocinha clássica ocasionaria a rejeição do público a uma personagem com características dessas mulheres, criando uma relação de alteridade, principalmente com as telespectadoras. Por exemplo, a protagonista de *Salve Jorge*, Morena, por exemplo, teria sido considerada uma “periguete” pela audiência, o que foi responsável pela rejeição da personagem nos primeiros meses da trama.

Considerações finais

A partir de toda exposição realizada sobre como as telenovelas representaram as classes populares em suas narrativas, podemos apontar que, na atual conjuntura social brasileira, a ficção seriada televisiva está acompanhando as mudanças sócio-econômicas. Evidentemente, essa relação deve-se mais a uma questão mercadológica do que pela necessidade real de uma representação politicamente correta da sociedade brasileira na

ficção. Como afirma Wolton (1996), não é a televisão que cria as distâncias sociais, mesmo que ela seja capaz de representá-las, isso quer dizer também que ela contribui para evitar uma fratura social muito forte.

Apesar de estarmos presenciando esse protagonismo das classes populares nas telenovelas brasileiras, ainda seria cedo afirmar que essa tendência passaria a ser algo comum nas produções, visto que elas seguem a lógica modificável de acordo com as demandas econômicas, do mercado publicitário e das empresas patrocinadoras. A partir da experiência brasileira de pesquisas com telenovelas, sabemos que tal indústria está alicerçada pela lógica do mercado: “É impossível entendermos o fenômeno telenovela sem levarmos em consideração o seu significado econômico” (ORTIZ; BORELLI; RAMOS, 1989, p. 113). Outra questão importante a ser levada em consideração é a aceitação do público com a história. *Salve Jorge* já não obteve a mesma boa aceitação perante a audiência em comparação às suas antecessoras e sucessora, *Amor à Vida* (2013), já teve sua trama centrada em uma rica família paulista, com personagens do “núcleo popular” retratados de forma cômica e estereotipados, apesar de terem grande importância na narrativa.

Há algo bastante presente em *Fina Estampa*, *Avenida Brasil* e *Salve Jorge* que não presenciamos nas produções que as antecederam: a emancipação feminina, a formação de novos padrões familiares, a desacralização do modo vida das elites, a valorização da vida das classes populares e a questão do trabalho colocada de forma explícita no cotidiano dos personagens e mais apenas como uma informação de contexto social dos sujeitos representados.

Outra questão importante nas produções e que conjecturamos ser uma imposição da “nova classe média” descontente em ser *voyeur* do cotidiano das elites, foi deslocamento dos cenários centrais, que já não ficaram restritos aos bairros nobres, para bairros e favelas/comunidades reais e fictícias: a comunidade Pedra Lascada, em *Senhora do Destino* (2002); a favela Portelinha, em *Duas Caras* (2007); o Morro Dona Marta, em *Escrito nas Estrelas* (2010); o Morro da Providência, em *Lado a Lado* (2012); a favela Covil do Bagre, em *Aquele Beijo* (2011); o bairro Borralho, em *Cheias de Charme* (2012); e o Complexo do Alemão, em *Salve Jorge* (2013).

Se levarmos em consideração os mais de 50 anos de produção e exibição de telenovelas brasileiras, o cenário sobre o qual lançamos nossas considerações é ainda recente e instável, necessitando de um maior número de pesquisas e observação temporal

dessas produções. O questionamento a se fazer *a posteriori*, através de trabalhos empíricos e que abarquem todo o processo comunicativo, é como essa “nova classe média” se apropria dessas representações atuais presentes nas telenovelas e como faz a conexão com seu atual contexto e suas expectativas de vida.

Referências bibliográficas

ALENCAR, M. **A Hollywood brasileira**: panorama da telenovela no Brasil. São Paulo: Senac, 2002.

DE SOUZA, M. C. J. **Telenovela e Representação Social**: Benedito Ruy Barbosa e a representação do popular na telenovela Renascer. Editora E-papers, 2004.

HAMBURGER, E. **O Brasil antenado**: a sociedade da novela. São Paulo: Zahar, 2005.

LOPES, M. I. V.; BORELLI, S. H. S.; RESENDE, V. R. **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus Editorial, 2002.

MATTELART, A.; MATTELART, M. **O carnaval das imagens**: a ficção na TV. Rio de Janeiro: Editora Brasiliense, 1989.

NERI, M. C. **A classe média brasileira**: o lado brilhante dos pobres. Rio de Janeiro: FGV/CPS, 2010.

ORTIZ, R.; BORELLI, S. H. S.; RAMOS, J. M. O. **Telenovela**: história e produção. Rio de Janeiro: Editora Brasiliense, 1989.

POCHMANN, M.; PEREIRA, M.; BARBOSA, A.; SILVA, R.; AMORIN, R.; BENEDITO, M.; PEREIRA, M. A. **Classe Média**: desenvolvimento e crise. São Paulo: Cortez, 2006.

RONSINI, V. M.; ALMEIDA, J. F. O consumo da televisão por jovens de classe popular e as mediações da família e da escola. **Revista ECO-Pós**, v. 13, n. 3, 2011.

SIFUENTES, L.; SILVA, L.A.P.; FEITOSA, S.A.; RONSINI, V.M.; GRIJÓ, W.P. As classes populares dentro e fora da tela. **Derecho a Comunicar**, Número 8, Mayo – Agosto, 2013.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**. Uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 2002.

WOLTON, D. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 1996.