



Telenovela e postura do espectador: estudo da recepção de *Avenida Brasil*

Bertrand Ficamos¹

Resumo

Novela das nove transmitida na Globo entre março e outubro de 2012, *Avenida Brasil* atraiu a atenção da mídia pela repercussão sem precedente que provocou na Internet e também porque estancou de forma momentânea a redução de audiência. Este sucesso é a oportunidade de reavaliar o papel da telenovela na sociedade brasileira. Com o objetivo de entender como se estabelece a interação entre a telenovela e os públicos, aplicaremos aqui a abordagem semiopragmática conceitualizada por Roger Odin. Na primeira parte do texto, veremos em que medida o contrato de comunicação próprio à novela se aplica a *Avenida Brasil*. Na segunda, analisaremos a recepção da novela com base nos conteúdos recolhidos nas redes sociais.

Résumé

Telenovela diffusée sur Globo entre mars et octobre 2012 à 21 heures, *Avenida Brasil* a attiré l'attention des médias en raison de la répercussion sans précédent qu'elle a provoqué sur Internet et parce qu'elle a momentanément stoppé l'érosion de l'audience sur cette tranche horaire. Ce succès est l'occasion de réévaluer le rôle de la *telenovela* dans la société brésilienne. Afin de comprendre les interactions qui s'établissent entre la fiction et ses publics, nous appliquerons l'approche sémiopragmatique conceptualisée par Roger Odin. En premier lieu, nous verrons dans quelle mesure le contrat de communication propre à la *telenovela* s'applique au cas particulier de *Avenida Brasil*. En second lieu, nous étudierons la réception du feuilleton en soumettant à l'analyse les contenus produits et diffusés sur les réseaux sociaux.

¹ Bertrand Ficamos é doutor em estudos cinematográficos pela Universidade Michel de Montaigne Bordeaux 3 e pela Universidade de São Paulo. Estudou como bolsista na Universidade de Campinas em 2002 e 2003. Atuou como professor na Universidade Michel de Montaigne (Departamento de Artes) entre 2005 a 2010. Autor de *Cinema Novo: Avant-garde et révolution* (éditions Nouveau Monde, 2013). Hoje é professor na Guiana Francesa, na área das mídias digitais.



A erosão dos índices de audiência, constatada desde os anos noventa, não mudou o estatuto da telenovela como sendo o programa mais popular e lucrativo da televisão brasileira. De fato, a multiplicação da oferta em termos de diversão e o aumento do poder aquisitivo dos brasileiros explicam a evolução das figuras. A televisão não é mais, como foi nos anos 70 e 80, a única opção de diversão e a única janela sobre o mundo para vastos setores da população. Além disso, com a democratização do acesso à Internet e a massificação das redes sociais, especialmente entre 2008 e 2013, houve mudanças nos hábitos de consumo dos produtos audiovisuais. Novas formas de interagir com o programa e entre espectadores apareceram.

Novela das nove transmitida na Globo entre março e outubro de 2012, *Avenida Brasil* atraiu a atenção da mídia pela repercussão sem precedente que provocou na Internet e também porque estancou de forma momentânea a redução de audiência. Este sucesso é a oportunidade de reavaliar o papel da telenovela na sociedade brasileira. Com o objetivo de entender como se estabelece a interação entre a telenovela e os públicos, aplicaremos aqui a abordagem semiopragmática conceitualizada por Roger Odin. Na primeira parte do texto, veremos em que medida o contrato de comunicação próprio a novela se aplica a *Avenida Brasil*. Na segunda, analisaremos a recepção da novela com base nos conteúdos recolhidos na Internet.

Um contrato de comunicação inalterado

Segundo Roger Odin, um contrato de comunicação é “um processo pelo qual os espectadores são convidados a efetuar um conjunto estruturado de operações de produção de sentido e afeto” (Odin, Casetti, 1989, p. 9). O leitor possui competências culturais que lhe ajudam a antecipar o conteúdo do texto e ativar estratégias de interpretação antes do confronto direto com a obra. No caso do cinema, o título, o cartaz, a propaganda do filme, já guiam a interpretação antes que a primeira imagem apareça na tela. Da mesma forma, vários modos de leitura são possíveis dependentemente do contexto de comunicação. Não vemos um filme da mesma forma em uma sala de aula ou em uma sala de cinema. Contudo, a análise da obra e do seu contexto de recepção não basta para inferir na interpretação que fará um público real. Critérios sexuais, sociais, étnicos, culturais, históricos, geográficos, vivência e sensibilidade próprias, afetam a leitura. “Existem tantos ‘públicos’ construídos pelo texto quantos textos construídos pelos diferentes públicos” (Odin, 1985, p. 28). Interpretações surpreendentes surgem do tratamento parcial e subjetivo dos índices presentes no texto e no contexto. Isso justifica a



abordagem semiopragmática que consiste em articular o paradigma imanentista (análise textual) e o paradigma pragmático (que toma em conta a relação entre os interlocutores e a influência do contexto).

O contrato de comunicação que rege a recepção da telenovela é o resultado da interação com o público. São mais de quatro décadas de presença diária do folhetim na casa de dezenas de milhões de brasileiros no horário nobre. Com efeito, se a telenovela está presente na televisão brasileira desde os primórdios, é somente no final dos anos sessenta, com a ascensão fulgurante da TV Globo, que ela ocupa lugar de destaque e adquire características que permanecem até hoje. Influenciada pelo modelo norte-americano, a Globo investiu no acabamento técnico dos seus produtos e na elaboração de uma linha editorial que possa atender melhor às necessidades dos anunciantes. Identificando de forma clara o público-alvo de cada programa em função da faixa horária, a Globo apostou em dois produtos que se tornariam a sua marca registrada, o Jornal Nacional e as novelas. Segundo Lopes :

O 'horário da novela' foi uma criação da TV Globo nos anos 1970 quando passa a produzir três novelas diárias. Esse horário se estende por uma faixa delimitada entre 17:30 e 22:00. Com isso, a Globo sincronizou o horário de cada novela e acabou por determinar horários de assistência específicos (Lopes, 2009, p.24).

A novela, com uma meta de 180 capítulos, de estrutura aberta, apareceu como uma solução para captar a atenção do público. A dinâmica narrativa do folhetim mantém o interesse, deixando uma questão em suspense com ganchos fortes de um episódio para outro. O fato de guardar uma margem importante de improviso, filmando somente parte do seriado antes do início da difusão, permite ajustar ou modificar a trama conforme a evolução dos índices de audiência e o retorno das pesquisas de opinião. Este dispositivo de produção logo provou sua eficiência. Assim, a Globo conseguiu adequar um gênero importado de outros países latino-americanos (principalmente México e Cuba) aos gostos do público brasileiro.

No final dos anos sessenta, a telenovela brasileira se torna um produto distinto privilegiando a comédia urbana contemporânea com linguagem coloquial. O bom humor permeia o melodrama que se caracteriza pela repetição de situações similares de uma história para outra. As situações recorrentes nas telenovelas brasileiras são: traição, amor impossível, identidade falsa, pais desconhecidos, herança inesperada ou ascensão social promovida pelo casamento. Apesar de estereotipados, os personagens podem apresentar certa ambiguidade. Contaremos sempre com um par romântico e um vilão com traços marcados, entretanto a narrativa consegue efeitos patéticos mostrando seres humanos falhos que não são mestres dos seus destinos. Esses personagens nem sempre agem de forma



coerente, erram, se enganam, são vítimas das paixões humanas ou das circunstâncias. A sorte joga um papel decisivo.

Fincando suas raízes no teatro popular europeu do século XIX, o melodrama é também marcado pelo exagero dos efeitos, um estilo pomposo e o uso constante da hipérbole nos diálogos, no histrionismo dos atores e na mise-en-scène. Na televisão, o gosto pela ênfase se prolonga com músicas e efeitos sonoros acentuando a emoção, uma montagem que favorece a leitura dos conflitos e maneirismos como câmera lenta, gelo de imagem e filtros na fotografia que mudam conforme as modas e os progressos técnicos. Em cada capítulo, o programa repete a mesma promessa: cativar, surpreender, dar o que falar. Daniel Filho aponta com propriedade que a novela satisfaz o gosto do público pela fofoca (Filho, 2001, p. 67). A convivência diária com personagens fictícios oferece matéria para especular sobre os percalços que eles encontram. O bom humor próprio à telenovela brasileira acrescenta uma dimensão metalinguística. Confrontado com revelações bombásticas, escândalos estrondosos e reviravoltas inesperadas, o espectador incrédulo está sempre induzido a se perguntar: O que os autores vão inventar agora? Que recurso será usado para prolongar e intensificar o suspense? De que proeza os atores serão capazes para que acreditemos em personagens e situações outrora inverossímeis?

Apesar de ter sido saudada por suas inovações estilísticas, *Avenida Brasil* não rompeu o contrato de comunicação firmado com o público há décadas. Encontramos neste sucesso todas as características fundamentais que definem o gênero. A dinâmica do melodrama serve uma história apresentando uma dosagem fina de tragédia grega e pitadas de comédia. Após ter sido maltratada pela madrasta e abandonada em um lixão quando criança, Nina (Débora Falabella) foi adotada, criada na Argentina e se tornou uma grande chefe de cozinha. Anos depois, já adulta, ela volta ao Rio de Janeiro buscando vingança. No intervalo, a vilã responsável pelo trauma da sua infância, Carminha (Adriana Esteves) casou com o jogador de futebol famoso, Tufão (Murilo Benício). Enquanto ele acredita ter uma esposa modelo, ela o engana, planeja roubá-lo e fugir com o amante. Carminha não reconhece Nina que se infiltra na mansão da família como cozinheira e espera o momento certo para mostrar a todos quem é sua madrasta e quais são seus planos.

Além das características formais já descritas nos parágrafos anteriores, *Avenida Brasil* é mais uma narrativa sobre a família (a família Tufão) que consegue articular “dois planos estruturais de toda novela: o renovado senso de exploração de temas contemporâneos [aqui a melhoria de vida no subúrbio] e o verdadeiro efeito-demonstração dos padrões de consumo vividos pelos personagens, os quais acenam



para a população com a possibilidade concreta de integração social pelo consumo” (Lopes, 2009, p. 23). Não é por acaso que *Avenida Brasil* termina com o lançamento de um shopping. Acima das oposições que estruturam a narrativa de toda novela, o consumismo une todos os personagens.

Inovações estilísticas permitem reordenar e revitalizar temas, personagens e situações antigas. O equilíbrio entre o novo e o velho é particularmente feliz em *Avenida Brasil*. O autor, João Emanuel Carneiro, reduziu o número usual de personagens e imprimiu um ritmo rápido na primeira metade da narrativa, de tal forma que o telespectador podia sentir uma verdadeira falta de informação caso perdesse um capítulo. Em outras novelas, a redundância de informação é tão grande que a perda de alguns capítulos não perturba a leitura. A escolha de não respeitar essa regra deu a *Avenida Brasil* um ar de modernidade e rejuvenescimento. A mistura dos gêneros, comédia, romance, suspense e ação, costumeira da novela, foi muito bem equilibrada. A busca de uma convergência com a estética do cinema contemporâneo, já ensaiada em outras telenovelas, logrou resultados convincentes, especialmente na assimilação do gênero de horror gótico. As aparições repentinas de Nina na mansão sombria de Tufão, o seu falso enterro em um cemitério isolado, as cenas de confrontação com Carminha, produziram imagens marcantes recorrendo às possibilidades ofertadas pelos cenários, a composição da imagem e o uso de filtro vermelho.



Uso do filtro vermelho quando Carminha ameaça Nina deitada no fundo da cova.

Paralelos podem ser estabelecidos também com a nova estética dos seriados norte-americanos que ganharam cada vez mais espaço junto ao público a partir da década de 2000. Sem dúvida, *Avenida Brasil* assumiu com eficiência a tarefa da



novela das nove de ser “antenada” (Hamburger, 2004), de captar e transpor na ficção televisiva uma certa interpretação da modernidade, na encruzilhada entre as propostas do mercado em termo de oferta de consumo e a demanda do público. A produção soube colocar em dia a linguagem da novela com uma evolução geral da linguagem televisiva. Porém o que chama ainda mais atenção são temas antigos e rebatidos com forte ressonância simbólica. Segundo um argumento frequentemente usado, *Avenida Brasil* caiu no gosto do grande público porque celebrou uma mudança de estatuto social da periferia através da trajetória de Tufão e porque o núcleo mais importante está ambientado na zona Norte do Rio de Janeiro. De fato, e pelo menos na primeira parte da novela, a questão da desigualdade social é central. A ameaça de desqualificação social aparece de forma particularmente clara, direta e angustiante com a metáfora do lixão. Vários personagens da narrativa foram criados no lixão e têm medo de voltar a morar nele.

A celebração da prosperidade do Brasil no momento de otimismo vivenciado antes da crise que se iniciou em 2014 está sendo moderada por vários elementos. Primeiro, o modelo de ascensão social oferecido pela novela é um jogador de futebol profissional, este modelo é pouco convincente. Muitos brasileiros sabem que entre muitos jogadores merecedores, poucos acederão um dia a um nível de vida confortável. Ademais, os poucos personagens “batalhadores” da novela devem o seu sucesso à ajuda financeira inicial do Tufão. As virtudes da meritocracia aparecem bem limitadas. De forma explícita, a novela testemunha uma incontestável melhoria das condições de vida da população dos bairros da periferia com o acesso a bens de consumo que ela não podia adquirir ainda recentemente. Ao mesmo tempo, mostra que isso não implica modificação da estrutura social. As sequências dedicadas à empregada de Tufão, Janaína, ilustram esse fato. Por sua vez, Janaína pode contratar uma doméstica, reformar sua casa, comprar fogão, geladeira e televisão. Porém, esse novo poder aquisitivo é limitado e não significa mudança de estatuto social. Janaína é e permanece empregada de casa, dependente do emprego e da boa vontade do seu patrão.

Avenida Brasil não expõe apenas a contradição entre a melhoria de condições de vida na periferia e a permanência de uma estrutura social estritamente hierarquizada e rígida. A oposição entre as classes sociais estrutura a narrativa. Isso começa com a escolha do título. A avenida Brasil é conhecida no Rio de Janeiro por ligar os bairros da zona Norte, tradicionalmente de menor prestígio social, ao centro da cidade. Na diegese, este eixo une e ao mesmo tempo separa dois espaços caracterizados como antagônicos, usando e ampliando representações sociais largamente difundidas. Os personagens da zona Norte reivindicam a origem



humilde, a alegria de viver, a autenticidade e o apego a identidade brasileira concedendo certa falta de educação. Os personagens da zona Sul se distinguem pela sofisticação e o cosmopolitismo. Tentativas de trânsito de um espaço para outro resultarão sistematicamente em conflitos culturais.

A oposição de classes está plenamente explorada no principal conflito da narrativa, a protagonista sendo doméstica da antagonista, modelo de patroa irascível e cruel. A identificação da oposição entre as duas mulheres com um conflito de classes se expressa no vestuário, na composição da imagem, na postura das duas atrizes na mesma cena, nos diálogos. De fato, o clímax da novela será atingido quando Nina obriga Carminha a aceitar uma inversão de papel, a empregada sendo a nova patroa e a patroa, empregada. Essa sequência corresponde com o bordão de maior sucesso da novela: “Me serve vadia”. A violência das relações sociais é expressa em outros momentos. Por exemplo, quando Nina diz à Carminha:

- Quem trabalha de verdade tem sono. Rico é quem tem insônia.
- Agora eu sou Madame e você é minha empregadinha.
- Vida brasileira é assim mesmo. Tem gente que tem até três empregos por dia, dorme em pé, no ônibus ou no trem.

Esse antagonismo de classe não pode ser separado de outro tema importante: a impostura. Quando Carminha defende a família, a igreja e os bons costumes, e ainda quer se apresentar como vereadora, o seu discurso se identifica com outros discursos que permeiam a vida pública. O espectador sabe que ela é hipócrita. Sendo caracterizada como perita nas técnicas de manipulação, a sua personagem instiga a questionar as aparências no mundo social e político fora do universo da ficção. A crítica social e política pode surpreender quem vê na telenovela um produto alienante sem interesse artístico. Contudo, mais uma vez, a proposta de *Avenida Brasil* permanece fiel a uma tradição velha de quarenta anos. O comentário social faz parte da telenovela brasileira. Mudanças tecnológicas, culturais, políticas e sociológicas não afetaram o contrato de comunicação no qual se enquadra a telenovela brasileira. O sucesso de *Avenida Brasil* provou, aliás, que ele continuava válido e eficiente.



Nina em pé, Carminha sentada, identificação da oposição entre as duas mulheres com um conflito de classes.

Recepção da telenovela nas redes sociais

Enquanto as matérias publicadas na mídia tradicional não apresentaram nada de inédito em relação à telenovela, os internautas multiplicaram os “posts” nas redes sociais: Facebook, Orkut, YouTube, Tumblr, Instagram e Twitter. A criação de comunidades e espaços de discussão, montagens fotográficas, gifs e vídeos demonstraram que este tipo de programa podia, ainda em 2012, oferecer matéria de especulação intelectual e estética para um vasto público. Dois espaços se tornaram muito populares. A página Facebook “Conselhos da Carminha” ultrapassou 100.000 seguidores em abril de 2013, meses depois do final da novela. As fotomontagens que propunha foram largamente compartilhadas. A comunidade Orkut “Avenida Brasil Rede Globo” contou com até 24.300 membros que produziram 449 tópicos e publicaram 904.980 comentários. Retomando fontes primárias levantadas em outros trabalhos acadêmicos e dando atenção especial a esses dois sites, analisaremos aqui os conteúdos publicados observando quais são os modos de leitura (Odin, 1985, p. 35) do produto audiovisual que foram privilegiados pelos internautas.



Seja qual for a plataforma visitada e o modo de expressão escolhido (texto ou imagem), as publicações se assemelham. O primeiro elemento que chama a atenção é a ausência de manifestação de certos modos de leitura que correspondem a funções sociais da telenovela que sabemos existir. O modo de leitura documentarizante, consistindo em “assistir a um filme para obter informações sobre a realidade do mundo”, corresponde, no caso da novela, a usar o texto audiovisual para aprender sobre padrões de consumo, saber mais sobre o espaço geográfico onde está ambientada a narrativa e os modos de agir, pensar e se expressar dos seus habitantes (Almeida, 2001). Esses temas não aparecem nos comentários dos internautas ou apenas na questão específica do comportamento sexual à qual voltaremos mais para frente. O merchandising social (a favor da leitura) e o *product placement* também não são assuntos de comentários. Outro modo de leitura não expresso correspondendo a função social fundamental, é o modo argumentativo/persuasivo. Este modo de leitura consiste em “ver um filme para elaborar um discurso” e corresponde, no caso da telenovela, a usar o texto audiovisual para discutir interpretações do Brasil (Hamburger, 2005, 2011, Lopes, 2003) e debater sobre cidadania (Lopes, 2009). É o modo de leitura que praticamos quando tratamos da crítica social e política veiculada por *Avenida Brasil*. Ora, essa crítica não é objeto de elaboração por parte dos internautas. Ela aparece apenas de forma implícita, por exemplo na reação de catarse provocada pelo clímax da novela:

No mesmo dia em que foi ao ar o capítulo no qual Nina humilha Carminha com a frase “Me serve, vadia!”, a expressão tomou conta dos sites de redes sociais da Internet. No Twitter, dados do Topsy indicam que, nesse dia, o bordão registrou quase 16 mil menções (YOUPIX, 2012). Apenas algumas horas depois de a cena ter ido ao ar, o Tumblr “Me serve, vadia, me serve” já havia sido criado com o objetivo de reunir as fotomontagens com essa expressão, que já circulavam nas redes sociais online. Vários vídeos baseados neste bordão também foram produzidos e disponibilizados no Youtube, sendo a maioria videoclipes com remixagem do diálogo entre Nina e Carminha. Em aproximadamente dois meses de exibição, o videoclipe “Carminha e Nina – Me Serve” já possuía mais de 790 mil visualizações no Youtube. (Oikawa, John, Avancini, 2012, p. 114)

Essa crítica aflora também através da fascinação exercida por Carminha. É o caso na página Facebook “Conselhos da Carminha” cujo princípio é simples: publicar uma foto da personagem com uma frase de efeito. O título da página é saboroso porque, se tivesse de escutar conselhos de alguém, certamente não seria da grande vilã. Carminha, porém, assume papel catártico: sem caráter, manipuladora, politicamente incorreta, suas declarações vingam e consolam o espectador das suas frustrações cotidianas. Os conteúdos produzidos na Internet demonstram



compreensão e satisfação com o texto audiovisual expandindo de forma espontânea o universo ficcional.

Curiosamente, o primeiro modo de leitura manifestado de forma explícita é o modo privado. Os internautas comentam as dificuldades encontradas pelos personagens, lembram episódios das suas próprias vidas, pedem conselhos sobre casos pessoais ou trocam ideias sobre relacionamentos. Para os mais jovens, a ficção oferece matéria adequada para fazer sua educação sentimental. O modo de leitura privado se aplica também a esfera coletiva. No caso da comunidade Orkut, os comentários manifestam frequentemente a consciência (e o prazer) de pertencer a uma comunidade específica (os fãs de *Avenida Brasil*) que faz parte de uma comunidade maior (os noveleiros) que, por sua vez, faz parte de uma comunidade ainda maior (os brasileiros). Vários elementos reforçam o sentimento de pertencer a um grupo maior: a própria natureza da rede social que torna concreta a participação do indivíduo ao grupo, a evolução dos índices de audiência muito comentada assim como as matérias publicadas na imprensa que atestam o sucesso, e, portanto, a importância cultural da novela. Para a comunidade Orkut, a história de *Avenida Brasil* se confunde com a história coletiva da comunidade e a história do Brasil. Assistindo a novela, manifestando publicamente opiniões sobre as peripécias da ficção, o internauta participa de algo maior que a sua história individual. As mensagens de despedida, depois do último episódio, não apresentam ambiguidade a esse respeito: "Primeiro cartão: " Um sucesso que chegou ao fim para a tristeza de muitos. A comunidade "acabou" mas a amizade continua. Aqui fizemos amigos, rolou de tudo, muitos se foram, outros chegaram, mas o que importa, são os momentos bons que ficarão na lembrança de cada um de nós."¹

Outro modo de leitura evidenciado pelos arquivos da comunidade Orkut é o modo ficcionalizante. Neste arquivo, podemos ler os comentários publicados no chat durante a difusão de numerosos capítulos da novela. Os membros da comunidade vibram com os eventos da ficção e dividem suas emoções. A identificação com personagens é perceptível no uso de apelidos: Carminha é uma "diva", Nina é "bitch" ou "little devil". A identificação com personagens através da construção de gênero e da sexualidade é também um dos grandes atrativos da telenovela. Antes do tópico "Nina • Débora Falabella", o tópico mais popular da comunidade é "Suelen & Roniquito". O romance entre Suelen e Roni faz parte dos núcleos secundários de *Avenida Brasil*. Este tópico reúne os "shippers Lenni", ou seja, os fãs do casal que estão a favor da concretização do par amoroso entre a "piriguete/Maria chuteira" e o

¹Disponível em: < <http://orkut.google.com/c118270167.html> >. Acesso em: 30/07/2015.



jogador de futebol. Entretanto essa união está constantemente ameaçada por uma possível revelação sobre a sexualidade de Roni, que nunca será definida. De fato, nunca se saberá se ele é homossexual, bissexual ou heterossexual. Fraca e pouco coerente do ponto de vista dramático, essa trama aparece como sendo a maior motivação de vários internautas para acompanhar a novela.

Outros modos de leitura são mobilizados. É o caso do modo de leitura artístico. João Emanuel Carneiro é chamado de “bruxo”, devido a sua capacidade em surpreender e encontrar soluções para as reviravoltas mais improváveis. Este tipo de comentário é comum:

V♥: Quero mais Roni e Suelen +++

Eu também, vou falar o autor é incrível fez de uma maneira escondida que eu não poderia desconfiar de algo m+ próximo entre os dois e agora está revelando um spert na arte de começar a trama de Suelen e Roni sem nenhuma pretensão e mostrou que pode revelar a verdadeira história no tempo certo. Chocante!!!¹

Os personagens e eventos são comparados com telenovelas anteriores. Transpondo a abordagem da cinefilia ao universo da telenovela, alguns internautas dissertam sobre a originalidade do autor e o seu estilo, em relação a outros autores.

O modo de leitura estético é ainda mais presente. Trata-se dos comentários sobre o “show” dado pelos atores, a precisão da montagem, as escolhas de mise-en-scène, a seleção das músicas e sua intervenção no meio de uma cena: « A cena extremamente bem dirigida, trilha instrumental criando uma aura...” / “Marcelo Novaes merece aplausos de todos...”²

Os modos de leitura artístico e estético testemunham certo distanciamento do espectador com a teleficção que ele considera de forma explícita como mero objeto estético. Este distanciamento é também presente no modo de leitura espetacularizante:

Na leitura espetacularizante, o espectador é conduzido a se situar em relação ao espaço da representação (em oposição ao espaço da diegese) e a considerar os movimentos que lhe são apresentados como movimentos interessantes, independentemente das ações que eles servem para efetuar no mundo da história narrada. Chamo de público espetacularizante aquele que utiliza esse modo. É claro que os amantes das comédias musicais constituem tal público. Durante a leitura de uma comédia musical, o espaço representado é construído não como um mundo, mas como um espetáculo no qual cantores e bailarinos se deslocam. Os movimentos do(s) cantor(es), assim como os dos bailarinos aparecem como se tivessem sido feitos

¹Disponível em: < <http://orkut.google.com/c118270167-tce1aabbab585189cda4a4037ebdcd2a.html> >. Acesso em: 22/08/2015.

²Disponível em: < <http://orkut.google.com/c118270167-fcab332a59ad44b5.html> >. Acesso em: 10/08/15.



diretamente para mim, espectador (ver os olhares em direção à câmera e os gestos endereçados), e os cenários parecem explicitamente concebidos para o prazer dos olhos do espectador (existem os grandiosos, ou os delirantes) (ODIN, 1985, p. 35).

Uma das características da telenovela é que uma ação longa (em média 180 capítulos) se desenvolve em um número restrito de espaços fechados que o espectador reencontra em todos os episódios. Cada um destes espaços funciona como um pequeno palco. Portanto a mise-en-scène da telenovela se inspira muito da mise-en-scène do teatro. Entre os recursos mais usados, observamos a entrada e a saída de personagens da cena e a evolução dos personagens na mesma cena planejada como uma verdadeira coreografia de dança. A forma com a qual a estética da novela lida com os espaços tem muito a ver com a entrega física pedida aos atores. A agitação dos personagens aliás, pode dar a um espectador acostumado com outras estéticas a impressão de assistir a uma compilação de situações limites com personagens sempre a beira da crise de nervos. Pantomimas, caretas, gritos, choros descontrolados ou grandes risadas, a regra é o *over acting*. Isso serve a aumentar o impacto de diálogos, porém já bombásticos, que assumem um papel predominante na progressão da narrativa.



Pantomimas e caretas, a entrega física da atriz seduz o espectador.

Os internautas manifestam através das suas observações um comportamento que privilegia o modo espetacular. Muitas vezes o suspense conta menos que a forma com a qual os personagens vão reagir em certa situação. Não



podemos esquecer que a novela obedece aos princípios da fofoca. Portanto, cenas são antecipadas, especialmente as cenas de escândalo. A recorrência de alguns termos demonstra esse gosto pelos momentos de confronto quando personagens históricos são violentos, patéticos e ridículos ao mesmo tempo. Os termos “barraco” e “barraqueira” são usados na novela “programando” os espectadores e chamando atenção para tal momento. Os neologismos criados a partir da palavra “diva”, “divo”, “divando” são frequentes para expressar a satisfação com a cena exibida. De forma significativa, esses termos se aplicam sem distinção tanto ao personagem quanto ao ator. Isto é característico do modo de leitura espetacularizante valorizar antes a performance do que a ficção e a impressão de realidade. O fato de Carminha incarnar ao mesmo tempo uma diva brilhante e uma vilã antenada com as frustrações da época certamente é umas das razões do sucesso de *Avenida Brasil*.

A busca e a celebração da “diva” se encaixa perfeitamente no gênero do melodrama que programa o espectador da novela. Isto é particularmente visível nessa fusão/separação ator-personagem com a troca idealizada de certas qualidades de um para o outro e reciprocamente. Por exemplo, nas publicações dos internautas, fica claro que todos os defeitos são da Carminha e todas as qualidades da Adriana Esteves. A ficção fica no segundo plano, o espetáculo é mais importante. Existe na telenovela essa tensão da espera que antecede o confronto no modo performático dos atores. A expressão “roubar a cena”, frequente nos comentários e equivalente ao elogio máximo, testemunha, mais uma vez, uma leitura no modo espetacularizante. Outro elemento que atesta o caráter lúdico, de farsa, da novela é o retorno cíclico de um pequeno grupo de atores nos papéis principais, alguns fiéis da Globo há décadas, que descobrimos usando um figurino diferente, disfarce muitas vezes grotesco, que se encaixa, porém na mecânica do melodrama e lembra outra estética, a estética do Carnaval. Assim, não por acaso, um internauta comenta na difusão do último capítulo: “NOSSA A NOVELA TÁ PARECENDO UMA FESTA; TODO MUNDO ENTRA NA CENA”¹.

O estudo da recepção de *Avenida Brasil* nas redes sociais mostra que o espectador de novela pratica uma leitura seletiva, privilegiando três modos: privado, ficcionalizante e espetacularizante. Essa leitura atesta a sua capacidade de distinguir no texto, diversos regimes de enunciação, de forma concomitante ou simultânea. Tudo acontece como se ele modulasse o seu nível de credulidade perante o conteúdo da ficção, aceitando algumas representações como realistas, vendo outras

¹Disponível em: < <http://orkut.google.com/c118270167-tf2f9b65cc2cfb7ea5f50a484ee7a3c60.html> >. Acesso em: 25/10/2015.



como pura fantasia. Assim fazendo, ele manifesta autoconsciência em relação ao processo de consumo da teleficção. Ou seja, ele reflete sobre si mesmo enquanto espectador, ser privado e membro de uma comunidade social, vê o programa audiovisual como mero espetáculo e acompanha a narrativa ficcional com certa distância, como se ele estivesse ao mesmo tempo por dentro e por fora do processo de atualização da ficção. Portanto, a postura do espectador de novela é bem distinta da postura do espectador de cinema clássico dominado pelo mergulho na narrativa e a impressão de realidade (AUMONT, 1983, p. 107). Essa distinção explica a oposição entre quem gosta e quem não gosta de novela, mesmo que os argumentos avançados evoquem a sua suposta “inferioridade” cultural ou artística: “Anti-Globo: É ISSO AÍ POVO BRASILEIRO CADA VEZ SEM CULTURA VÃO SE EMBURRANDO ASSISTINDO NOVELAS! E O PAÍS CADA VEZ PIOR!!!! Jorge: Cara, deixa de ser retardado e vai curtir um pouco mais a sua vida. Tú deve ser o cara mais infeliz da face da terra”¹.

De fato, o jogo metalinguístico, lúdico, induzido pelo melodrama constitui a principal chave de leitura da novela. É o melodrama que permite dupla leitura do programa audiovisual como espetáculo e como ficção assim como a articulação complexa de temáticas coletivas (a nação, a modernidade, conflitos sociais e culturais que existem de fato fora da narrativa) e temáticas privadas (como consumir, como se comportar, como interpretar o comportamento dos outros no dia a dia).

¹Disponível em: < <http://outrocanal.blogfolha.uol.com.br/2012/10/09/carminha-vence-corinthians-e-conquista-a-maior-audiencia-da-tv-no-ano/>>. Acesso em: 25/10/2015.



Bibliografia

ALMEIDA, Heloísa Buarque de. **"Muitas mais coisas": telenovela, consumo e gênero**. 2001. 328f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas. 2001.

AUMONT, Jacques; BERGALA, Alain; MARIE, Michel; VERNET, Marc. **L'Esthétique du film**. Paris, Nathan, 1983. 224 p.

CASSETTI, Francesco; ODIN, Roger. **Da Paleo à Neotelevisão: abordagem semiopragmática**. Tradução de REICHEL, Henrique. *Ciberlegenda*. Rio de Janeiro, n. 27, p. 8-22, 2012 [1989].

Disponível em:

<<http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/view/596/339>>.

Acesso em: 29/04/2016.

FILHO, Daniel. **O Circo eletrônico: Fazendo TV no Brasil**. 1.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001. 359p.

HAMBURGER, Esther. **O Brasil antenado: A Sociedade da Novela**. 1.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005. 196p.

_____. Telenovelas e interpretações do Brasil. In: **Lua Nova**, São Paulo, n. 82, p. 61-86, 2011.

Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64452011000100004>.

Acesso em: 14/07/2015.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Telenovela brasileira : uma narrativa sobre a nação. In: **Comunicação & Educação**, São Paulo, n. 26, p. 17-34, jan./abr. 2003.

Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37469>>.

Acesso em: 29/04/2016.

_____. Telenovela como recurso comunicativo. In: **Matrizes**, São Paulo, v. 3, n. 11, p. 21-48, ago./dez. 2009.

Disponível em:

<<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/127>>.

Acesso em: 06/07/2015.

ODIN, Roger. A questão do público: uma abordagem semiopragmática. In RAMOS, Fernão Pessoa. (Org.). **Teoria Contemporânea do Cinema: documentário e narrativa ficcional**, v. 2. São Paulo: SENAC São Paulo, 2005 [1985].

OIKAWA, Erika; JOHN, Valquíria; AVANCINI, Denise. De @berilopassione a #MeServeVadia: Passione e Avenida Brasil no contexto de convergência midiática. In: **Ciberlegenda**. Rio de Janeiro, n.27, p. 106-118, 2012.

Disponível em:

<<http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/view/584>>.

Acesso em: 06/07/2015.

THOMAS, Erika. **Les Telenovelas entre fiction et réalité**. Paris: L'Harmattan, 2003. 178 p.