



## A COMPLEXIDADE TELEVISIVA NA PÓS-MODERNIDADE: A TELENOVELA AVENIDA BRASIL EM PAUTA

Roberto Ramos<sup>1</sup>

Liége Zamberlan<sup>2</sup>

**RESUMO:** O ser humano, na contemporaneidade, desfruta de acessos e facilidades de conforto nunca vivido antes na história. Vive no paraíso tecnológico. Dispõe de um acesso informativo singular. Protagoniza a Pós-Modernidade. Nesse período líquido, fluído e efêmero, as produções midiáticas parecem híbridas, refletindo a essência do uno. A telenovela Avenida Brasil pode revelar essa complexidade por meio de um contexto produtivo no qual a condição pós-moderna mostra-se em voga, infiltrando-se, de forma multimidiática, no seio das interações sociais.

**PALAVRAS-CHAVE:** Agenda Setting; Complexidade; Pós-Modernidade; Televisão.

---

<sup>1</sup> Ph.D em Ciências da Comunicação, professor da FAMECOS-PUCRS, Graduação e Pós-Graduação. Obras publicadas: Futebol: Ideologia do Poder. Grã-finos na Globo, Manipulação e Controle da Opinião Pública. A Máquina Capitalista, Mídia, Textos e Contextos (org.). A Ideologia da Escolinha do Professor Raimundo e Os Sensacionalismos do Sensacionalismo – uma leitura dos discursos midiáticos. E-mail: rr@puers.br

<sup>2</sup> Jornalista, Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), professora dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Design de Moda no Centro Universitário Ritter dos Reis (Uniritter) – POA/RS. E-mail: liegezm@uol.com.br

## Introdução

Nós vivemos e convivemos em um mundo contemporâneo, dimensionado pelo conflito. Sua complexidade é diária. Parece que temos tudo e, ao mesmo tempo, podemos sentir-nos filhos legítimos de quase nada.

A Comunicação é, talvez, um dos símbolos do espectro contemporâneo. Estamos conectados com o mundo e entre si. Não há mais distância entre nós. Os conceitos de tempo e espaço mudaram. A Geografia não parece ser a mesma.

McLuhan (1969) observou a existência da aldeia global, mesmo no século XX. Projetado para avanços tecnológicos, especialmente, a Mídia, impressa e eletrônica, reescrevendo o tamanho do mundo. Tudo conectado, num agir e interagir como uma Aldeia Global<sup>3</sup>.

A precocidade da ideia não demorou muito para se materializar. Deixou de ser uma premonição de patrocínio, de ficção científica. Em 1980, a CNN começou a ser exibida nos Estados Unidos, como uma emissora dedicada à informação 24 horas, mudando o sentido da história.

Produtos e produtores desse meio, o mundo pós-moderno parece ser uma areia movediça, constante movimento. A verdade de hoje deixa de ser ou é revisitada no amanhã. As novas tecnologias são adicionadas, todos os dias, nossas vidas diárias. Tudo pode ser descartado pela fluidez e pela velocidade.

As prática rotineiras, nas suas singularidades, pronunciam-se, gradualmente, mais complexas. O lazer e o trabalho, antes de claramente compartimentados, mostram-se em simbiose, misturando-se como faces da mesma moeda.

Algumas teorias e métodos ruíram, como um castelo de areia. Eles não parecem dar mais conta da realidade na sua mobilidade diária, que modula as cores e os tons de ambiguidade. A imprevisibilidade tornou-se constante. Combina aspectos do passado e do presente, com um prazer quase infinito.

---

<sup>3</sup> Algumas palavras ou expressões são grafadas com inicial maiúscula em função da relevância para a presente produção analítica.

A partir da década de 70, do século XX, satélites, celular, Internet e as novas tecnologias globalizam o circuito de informação. Materializou-se a III Revolução Industrial. Houve as alterações nas dimensões de tempo e de espaço, permitindo o deslocamento para vários lugares, sem deslocamento físico, via toque de teclas e telas.

O sociólogo Michel Maffesoli (1988) caracteriza o período contemporâneo, como a Pós-Modernidade. São as interações entre o arcaico e as transformações tecnológicas. Possui algumas características básicas: Presenteísmo: Domínio do Presente; Tribalismo: É a Cultura do estar-junto e o Barroco: Estilo, que cultua o conflito e a assimetria.

Outro significativo principal da Pós-Modernidade é a imagem, que tece as aparências. O visto torna-se quase sinônimo de real e verdadeiro. O homem pós-moderno parece cultivar uma chamada explícita para São Tomé: o ver para crer.

A imagem tem algumas características fundamentais. Debray (1994, p. 92-100) oferece alguns dos seus recursos básicos:

A imagem é mais emoção do que a idéia, tenho a multidão em movimento (...) Uma imagem viaja melhor do que um texto -. Aparentemente saltos mais leves (...) de fronteira Encurta demonstrações econômicas e explicações abreviada(...).

3

É interessante notar a este respeito que a imagem é quantitativa. Ele oferece uma variedade de informações em um curto espaço de tempo. É o reino do superficial, expresso pelo reducionismo.

A brevidade é uma de suas qualidades. Reproduz os pressupostos do capitalismo, com máximo significado em mínima indicação espaço-temporal, impulsionando o consumo fácil, dirigido pelas leis do mercado.

### **A televisão na Pós-Modernidade**

A realidade pós-moderna mostra-se dialógica<sup>4</sup>. Seus produtos e produções parecem refletir a múltipla essência de seus produtores. Essa postura, em consonância

---

<sup>4</sup> Princípio dialógico: vem justamente de ser ilustrado pela forma heraclitiana. Une dois princípios ou noções, devendo excluir um ao outro, mas que são indissociáveis numa mesma realidade. [...] Sob as formas mais diversas, a dialógica entre a ordem, a desordem e a organização, através de inúmeras inter-retroações, está constantemente em ação nos mundos físico, biológico e humano. A dialógica permite assumir racionalmente a associação de noções contraditórias, para conceber um mesmo fenômeno Complexo. (MORIN, 1999, p. 34).

com Princípio do Anel Recursivo<sup>5</sup>, trazido por Morin (1999), via Paradigma da Complexidade<sup>6</sup>, é passível de revelar o formato líquido e efêmero das amostragens midiáticas, que contribuem para a formação dos cidadãos e da construção de uma sociedade cujo conhecimento busca bases no duo informação/entretenimento.

No complexo escaninho da Comunicação, a televisão brasileira parece ser uma das representantes da vertente que procura legitimar a hibridação entre os recortes noticiosos e os de diversão e/ou alienação.

Desse conjunto produtivo eletrônico, a telenovela mostra-se um campo fértil para o aflorar da Pós-Modernidade, espelhando um cotidiano que abandona o simplismo, assumindo o papel principal e espetacular. A rotina e a vida de tribos, eventualmente, marginalizadas por hierarquias dominantes, atualmente, estão sob os holofotes e comandam o show, traduzindo as mutações sociais atreladas ao poder de consumo (MAFFESOLI, 1988).

Um dos registros históricos da teledramaturgia fica por conta de Avenida Brasil. A trama escrita por João Ubaldo Ribeiro, veiculada pela Rede Globo em seu horário nobre, conquistou admiradores e seguidores, fiéis telespectadores que preteriam as relações interpessoais em prol da adoração ao ecrã. Entre março e outubro de 2012, Avenida Brasil regeu diversidades através do comando da tela global<sup>7</sup> (LIPOVETSKY, SERROY, 2009).

A capacidade de persuasão desse produto de entretenimento alastrou-se no universo comunicacional, abandonando o reducionismo. Na noite de exibição do último capítulo de um enredo que fez jus à origem literária da novela, a Rede de Globo de Televisão emplacou, com mestria, a hipótese do Agendamento ou Agenda *Setting*

---

<sup>5</sup> Princípio do Anel Recursivo: supera a noção de regulação com a de autoprodução e auto-organização. É um anel gerador, no qual os produtos e os efeitos são produtores e causadores do que os produz [...] Os indivíduos humanos produzem a sociedade nas – e através de – suas interações, mas a sociedade enquanto todo emergente, produz a humanidade desses indivíduos, apontando-lhes a linguagem e a Cultura. (MORIN, 1999, p. 33).

<sup>6</sup> Segundo Morin (1999, p. 31-32) “Complexus significa, originalmente, o que se tece junto. O Pensamento Complexo, portanto, busca distinguir (mas não separar) e ligar”.

<sup>7</sup> “Tela em todo lugar e a todo momento, nas lojas e nos aeroportos, nos restaurantes e bares, no metrô, nos carros e nos aviões, tela de todas as dimensões, tela plana, tela cheia e minitela portátil; tela sobre nós, tela que carregamos conosco; tela para ver e fazer tudo. Tela de vídeo, tela em miniatura, tela gráfica, tela nômade, tela tátil: o século que começa é o da tela onipresente e multiforme, planetária e multimidiática” (LIPOVETSKY, SERROY, 2009, p.12)

(HOHLFELDT, 2001) que, na generalidade, configura-se na transmissão de temas variados, via meios de comunicação, cuja consequência pode ser a repercussão nas interações cotidianas.

Diante disso, destacamos o conceito básico de Acumulação, parte do todo caracterizador da hipótese, acima, pontuada. Assim, definimos que o Agendamento é passível de indicar:

A capacidade que a mídia tem de dar relevância a um determinado tema, destacando-o do imenso conjunto de acontecimentos diários que serão transformados posteriormente em notícia e, por consequência, em informação (HOHLFELDT, 2001, p.201 ).

Logo, os temas pendentes, compositores da trama, geradores de expectativa numa audiência com feições homogêneas, assumiram diferentes versões na quase ou na totalidade da grade de programação da Rede Globo. E o telejornalismo não ficou de fora (REDE GLOBO, 2012).

Em dezenove de outubro de 2012, ou seja, quando na exibição do último capítulo da telenovela, o Jornal Nacional destinou os seus momentos finais à veiculação de uma reportagem mostrando habitantes de diversas capitais do Brasil rumo a um destino em comum: a ecranosfera (LIPOVETSKY, SERROY, 2009).

Na sequência e ao vivo, o JN trouxe flashes das avenidas mais movimentadas dos principais centros urbanos nacionais. Do congestionamento ao tráfego desobstruído. A responsabilidade por esse feito quase miraculoso, em *rush*<sup>8</sup> de sexta-feira pode se atribuído ao Agendamento, já que a Avenida Brasil ganhou destaque em capas de impressos, em sites de notícia e de curiosidades, em meios virtuais de relacionamento e em programas televisivos das mais variadas emissoras, em especial, nos da Rede Globo (HOHLFELDT, 2001).

Em diálogo com essa amostragem, podemos perceber o Agendamento, via Relevância.

Ela é avaliada pela consonância do tema nos diferente mídias, ou seja, um determinado acontecimento acaba sendo noticiado por todos os diferente mídias, independentemente do enfoque que lhe venha a ser dado, ele possui evidente relevância (HOHLFELDT, 2001, p.201 ).

---

<sup>8</sup> Tal palavra aparece em itálico pois é de origem estrangeira

Como consequência desse investimento midiático massivo obtivemos a paralisação populacional em proporções consideráveis diante tela luminosa. Nosso país parou para assistir os destinos de Nina/Rita, Carminha, Tufão e demais personagens que, por meses, foram assunto e se tornaram familiar ao público.

Não contente com o material produzido pelo Jornal Nacional, a novela foi tema do Globo Repórter, que foi ao ar na sequência do seu último capítulo. Na noite seguinte, mais uma vez, o JN voltou a pautar Avenida Brasil, exibindo, em formato jornalístico, as repercussões das cenas finais da trama, revelando a influência midiática incisiva nas práticas das pessoas, bem como reforçando o Agendamento à reprise das cenas finais (HOHFELDT, 2001).

Pontuando o explicitado, podemos trazer a Onipresença na Agenda *Setting*, que pode indicar “um acontecimento que, transformado em notícia, ultrapassa os espaços tradicionalmente a ele determinados se torna onipresente” (HOHFELDT, 2001, p.201 ).

A partir desse olhar buscamos ampliar os horizontes analíticos, observando a produções jornalísticas e as suas contribuições para a construção processual do conhecimento, nos moldes do Princípio da Reintrodução<sup>9</sup>, apontado por Morin (1999).

Ao destinar um recorte temporal de exibição noticiosa com base no entretenimento, o Jornal Nacional parece enfatizar os propósitos mercadológicos organizacionais, num encadeamento de ideias, em comunhão com o Agendamento (HOHFELDT, 2001), legitimando a televisão como espelho social, no qual vemos, somos vistos, identificamo-nos e buscamos referências.

Cientes de que o tempo televisivo é precioso e que a sua limitação impõe restrições no que vai ou não vai ser dito e mostrado, questionamo-nos acerca do nicho concebido à Avenida Brasil no telejornal de referência nacional (BOURDIEU, 1997).

Esse viés pode ressaltar a característica televisiva de Ocultar Mostrando, (BOURDIEU, 1997). Portanto:

---

<sup>9</sup> Princípio da Reintrodução daquele que conhece em todo o Conhecimento: esse princípio opera a restauração do sujeito e ilumina a problemática cognitiva central: da percepção à teoria científica, todo Conhecimento é uma reconstrução/tradução por um espírito/cérebro numa certa Cultura e num determinado tempo. (MORIN, 1999, p. 32).

[...] a televisão pode, paradoxalmente, ocultar mostrando, mostrando uma coisa diferente do que seria preciso mostrar caso se fizesse o que supostamente se faz, isto é, informar; ou ainda mostrando o que é preciso mostrar, mas de tal maneira que não é mostrado ou se torna insignificante, ou construindo-o de tal maneira que adquire um sentido que não corresponde absolutamente à realidade” (BOURDIEU, 1997, p.24)

Em consonância com as ponderações de Bourdieu (1997), quando faz alusão à televisão como veículo de transmissão de informações, por vezes, irrelevantes frente a outras, cujas repercussões locais/globais soam pertinentes, passíveis de contribuir para a formação dos cidadãos, via informação em formato noticioso, somos capazes de refletir acerca do que acessamos, do *Gatekeeping*<sup>10</sup>, do *Newsmaking*<sup>11</sup>, logo, do Agendamento (HOHFELDT, 2001).

Essas noções teóricas atreladas ao fazer jornalismo parecem contribuir para a criação da realidade como imagem e semelhança dos conglomerados midiáticos e de suas políticas transnacionais (BAUMAN, 1999).

Numa retomada do contexto apresentado até então, fomos capazes de destacar a diluição de fronteiras entre jornalismo e entretenimento, numa legitimação do infoentretenimento, passível de alavancar o Agendamento (HOHFELDT, 2001), no espectro envolvendo a telenovela Avenida Brasil.

Em conjunto com tais reflexões, buscamos ventilar os motivos que podem ter alavancado o sucesso da trama de João Ubaldo Ribeiro, procurando enfatizar noções ligadas à Pós-Modernidade (MAFFESOLI, 1988 ).

Nos moldes da maioria das telenovelas, os protagonistas parecem personificar linearidades, com condutas padronizadas e com biotipos pré-concebidos, seguindo os moldes modernistas do herói e seu invólucro de virtudes.

Avenida Brasil procurou romper com tais paradigmas. Numa projeção com ares cinematográficos, por vezes, explorando a Hiperbolização, baseada na imagem-excesso, calcada na violência, desapegando-se das narrativas regulares e dos moldes engessados (LIPOVETSKY; SERROY, 2009), a telenovela apresentou a iconicidade do Anti-herói

---

<sup>10</sup> Filtragem da informação. Tem o poder de decidir se deixa passar uma determinada informação ou se a mesma é bloqueada (HOHFELDT, 2001).

<sup>11</sup> Responsável pela produção noticiosa, fazendo com que algo importante, porém desconhecido, passe a ser conhecido pelo grande público, relacionando os fatos com o meio no qual surgiu, descrevendo-os de forma organizada, passando referências de espaço e de tempo (HOHFELDT, 2001).

que, perceptível nos contextos de interação social, emergiu através do ex-jogador de futebol Tufão, interpretado por Murilo Benício.

Reflexo dos subúrbios, com vestuário e aparência correlatos a tal ambientação, a construção do personagem Tufão parece dialógica no quesito aspectos físicos e subjetivos, bem como diante do Imaginário<sup>12</sup> coletivo, consolidado, historicamente, pelos contos infantis. Portanto, aquele que tinha todos os atributos de antagonista assume ares de benfeitor.

No entanto, o ídolo de uma das maiores torcidas futebolísticas brasileiras, é capaz de revelar o presente, marcado pela mobilidade de espectros sociais, cuja ascensão ganha pilares na possibilidade do consumo. Eis o espelhamento dual ficção/realidade.

No ajuste das lentes no entorno do Anti-herói, também, podemos vislumbrar Carminha, interpretada por Adriana Esteves. Comumente vestindo branco, cuja indicação cromática é capaz de fazer alusão à pureza e ao bem (FARINA, 1990), a referida personagem transpirava maldade. Seu psíquico perturbado, fruto de desencontros existenciais, é capaz de ovacionar o Anti-herói e a sua dialogicidade (MAFFESOLI, 1988 ).

Nina/Rita, também, encaixa-se nesse perfil. Feições angelicais, alma vingativa. Antagonismos numa essência podem traduzir posturas que oscilavam e, por vezes, ligavam dualidades psicológicas, mobilizando o público receptor.

Formada por diversas tribos, constituídas em núcleos, Avenida Brasil concentrou sua atenção narrativa junto ao fictício Divino, bairro no qual histórias se cruzavam, herdando do cinema a imagem-multiplex, numa desregularização e complexificação formal de espaço-tempo fílmico (LIPOVETSKY; SERROY, 2009).

Nessa visão do local, procuramos reforçar o Tribalismo, através do compartilhamento de vivências e sentimentos, no qual reconhecemos e somos reconhecidos por posturas, símbolos, imagens e adereços numa Identificação Coletiva (MAFFESOLI, 1988)

---

<sup>12</sup> Segundo o olhar de Barthes (1987), busca fazer alusão ao ilusório, à fantasia.



No universo Divino e suas particularidades, o Culto à Imagem também brilhou sob os holofotes, deslocados para a personagem Suelen, trazida pela atriz Isis Valverde. Estereotipada como piriguete, a menina de subúrbio explorava as suas qualidades físicas, numa emersão hedonista (MAFFESOLI, 1988)

Em tal perspectiva, percebemos a mobilidade social. O perfil incorporado por Suelen, pela ótica modernista, era digno de exclusão. Na Pós-Modernidade assume as rédeas da inclusão, torna-se objeto de consumo, desmistificando imposições segregadoras. Jovens das mais diversas esferas da sociedade não só percorriam unidades comerciais a fim de adquirir as roupas e os acessórios da personagem já mencionada, como incorporaram o seu modo de vestir em estilos de vida variados, retratando o impacto dos meios de comunicação de massa na formação da cultura contemporânea, segundo a ótica dos Estudos Culturais (ESCOSTEGUY, 2001).

Por esse viés, podemos ressaltar as telenovelas como espaço de produção e consumo de bens materiais e imateriais, nas quais se alavancam os propósitos mercadológicos, impulsionando a apropriação do efêmero (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002).

Numa visão geral, Avenida Brasil deu vazão à Pós-Modernidade na teledramaturgia. Ao explorar o imagético, hibridar mídias, amplificar a voz do Tribalismo e legitimar o Anti-Herói e a sua dialogicidade, conquistou receptores diversos, agendou o a mídia multifacetada, impulsionando o consumo e as produções culturais presenteístas.

Ovacionando o arcáico, sedimentado na complexidade das relações sociais, nos duelos de Poder<sup>13</sup>, historicamente, perpétuos e atemporais, e nas manifestações inconscientes, em parceria como o tecnológico, calcado no mix de recursos cinematográficos/televisivos, tal telenovela parece romper as barreiras do padrão, legitimando a reordenação da condição pós-moderna.

---

<sup>13</sup> Barthes (1997) utiliza-se, a priori, das lentes weberianas, para ver a intimidade do Poder com a dominação. Assim, a simbiose liberdade/submissão, inerente ao ser humano, é concebida como Poder, sedimentando-o na pluralidade e, automaticamente, relegando sua possibilidade de sobrevivência una no campo político.

## Referências

- BARTHES, Roland. *Aula*. 12. ed. São Paulo: Cultrix, 1997.
- \_\_\_\_\_. *O rumor da língua*. Lisboa: Ed. 70, 1987.
- BAUMAN, Zigmunt. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- DEBRAY, Régis. *Vida e Morte da Imagem*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina. *Os estudos culturais*. In: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luis C.; FRANÇA, Vera Veiga (orgs). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2001, p. 151-170
- FARINA, Modesto. *Psicodinâmica das cores em comunicação*. 4. ed. São Paulo: Edgar Blücher, 1990.
- HOHLFELDT, Antônio. *Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação*. In: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luis C.; FRANÇA, Vera Veiga (orgs). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2001, p. 187-240.
- LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. *A tela global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna*. Porto Alegre: Sulina, 2009
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; BORELLI, Sílvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha. *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção e teleficcionalidade*. São paulo: Summus, 2002,
- MAFFESOLI, Michel. *O Conhecimento Comum – Compêndio de Sociologia Compreensiva*. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- MCLUHAN, Marshall. *Os Meios de Comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1969.
- MORIN, Edgar. *Introdução ao Pensamento complexo*. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- \_\_\_\_\_. *Da necessidade de um pensamento complexo*. IN. MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da. *Para navegar no século XXI*. Porto Alegre: Sulina/EDIPUCRS, 1999. p. 38-83.
- REDE GLOBO. *Jornal Nacional [Avenida Brasil]*. São Paulo: Rede Globo, 19 out. 2012. Programa de TV.
- \_\_\_\_\_. *Jornal Nacional [Brasil para no último capítulo de Avenida Brasil]*. São Paulo: Rede Globo, 20 out. 2012. Programa de TV.