



“Avenida Brasil”, la serie que acaparó la audiencia de TV y sacudió las redes sociales

“Avenida Brasil”, serie de la cadena Globo logró cifras asombrosas de seguidores al representar a quienes dejaron la pobreza para integrar la emergente clase media brasileña.

“La razón de su éxito primero es que refleja una realidad que buena parte de la población brasileña percibe”, dijo Marcelo Neri, un economista autor de un libro reciente sobre “La nueva clase media” de este país.

“Buena parte de la población brasileña, particularmente los más pobres, vive un proceso de ascenso social y económico, y eso es lo que la novela percibe y retrata”, agregó Neri en diálogo con BBC Mundo.



Creada por João Emanuel Carneiro y emitida desde marzo, “Avenida Brasil” alcanzó a tener 38 millones de seguidores y en los episodios previos al final registró un récord de 49 puntos de audiencia. **El último capítulo captó más de 500 anunciantes.**

Según la prensa brasileña, entre los seguidores de la serie está la propia presidenta Rousseff, que postergó un acto previsto inicialmente para este viernes en Sao Paulo para evitar que compitiera con el final de “Avenida Brasil”.

El desenlace de la telenovela ha sido un tema omnipresente en diversos ámbitos, desde los supermercados hasta las redes sociales donde una marea de personas se vuelca a comentar en Twitter o Facebook cada giro sorpresivo.

Avenida Brasil es en realidad el nombre de una de las principales vías de acceso a Río de Janeiro, que atraviesa 27 barrios desde la zona portuaria hacia el norte de la ciudad.

Es precisamente en un barrio ficticio de la periferia carioca llamado Divino, de casas modestas pero rico en vida social, donde transcurre la telenovela, centrada en la venganza de Nina contra su madrastra Carminha.

A su vez, **hay historias paralelas que incluyen a la dueña de un pequeño salón de belleza, un futbolista, gente en pleno progreso económico pero que mantiene sus valores y modales populares, que sigue viviendo en el barrio.**

El crecimiento de esa “nueva clase media”, su mayor poder adquisitivo y de consumo, es uno de los principales cambios sociales y económicos registrados en Brasil en los últimos años.

Neri, que preside el Instituto brasileño de Investigación Económica Aplicada (IPEA por sus siglas en portugués), señala en su libro que entre 2003 y 2011 cerca de 39,6 millones de personas pasaron a engrosar esa clase “C” en Brasil, que sumó 55,05% de la población total de casi 195 millones. Agrega que esa también es la principal clase desde el punto de vista económico, ya que hasta el año pasado llegó a concentrar el 46,6% del poder adquisitivo, superando las capas “A” y “B” juntas.

De este modo la “nueva clase media” brasileña se ha vuelto un grupo cada vez más atractivo para anunciantes y canales de televisión, algo que también se nota en “Avenida Brasil”.

“En general las novelas brasileñas reflejan lo que ocurre en la élite, los héroes son personas de élite”, dijo Neri. “Y en esta no: **los héroes son gente del pueblo**”.

Rosane Prado, una antropóloga que ha realizado investigaciones sobre las telenovelas, dijo que otra particularidad de “Avenida Brasil” es que puso bajo el foco los barrios humildes y periféricos de las ciudades de Brasil. **“Normalmente el suburbio es discriminado y desvalorizado, es mostrado como vulgar, y todo eso fue relativizado”**, indicó a BBC Mundo. A su juicio, ésta y en general **todas las telenovelas atraen a la gente porque les permiten proyectarse en ellas de acuerdo a los diferentes grupos sociales que integran.**

“Son un espejo para que las personas se miren”, explicó. “Y después todos conversan sobre las novelas: los políticos, empleados domésticos, taxistas, profesores universitarios... Todo el mundo”.

Fuente: *BBC Mundo*

Me gusta:

Se el primero en decir que te gusta.