



**Rafaela Oliveira da Rocha**

**Retrato de um tempo:  
o seriado *Coisa mais linda* e o mundo da Bossa Nova**

**Dissertação de Mestrado**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio.

Orientador: Prof. Everardo Pereira Guimarães Rocha  
Coorientadora: Prof.<sup>a</sup> Bruna Sant'Ana Aucar

Rio de Janeiro  
Fevereiro de 2024



**Rafaela Oliveira da Rocha**

**Retrato de um tempo:  
o seriado *Coisa mais linda* e o mundo da Bossa Nova**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Comunicação Social. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo.

**Prof. Everardo Pereira Guimarães Rocha**  
Orientador  
Departamento de Comunicação - PUC-Rio

**Prof.<sup>a</sup> Bruna Sant'Ana Aucar**  
Coorientadora  
Departamento de Comunicação - PUC-Rio

**Prof. Felipe Gomberg**  
Departamento de Comunicação - PUC-Rio

**Prof. William Corbo**  
Instituto de Filosofia e Ciências Sociais – UFRJ

Rio de Janeiro, 21 de fevereiro de 2024

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e do orientador.

## Rafaela Oliveira da Rocha

Graduou-se em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Atua como coordenadora de comunicação visual na FARM Rio.

### Ficha Catalográfica

Rocha, Rafaela Oliveira da

Retrato de um tempo : o seriado *Coisa Mais Linda* e o mundo da Bossa Nova / Rafaela Oliveira da Rocha ; orientador: Everardo Pereira Guimarães Rocha ; coorientadora: Bruna Sant'Ana Aucar. – 2024.  
96 f. : il. color. ; 30 cm

Dissertação (mestrado)—Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2024.

Inclui bibliografia

1. Comunicação Social – Teses. 2. Consumo e representação. 3. Narrativas audiovisuais. 4. Bossa Nova. 5. Coisa Mais Linda. I. Rocha, Everardo Pereira Guimarães. II. Aucar, Bruna Sant'Ana. III. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. IV. Título.

CDD: 302.23

## Agradecimentos

Retornar ao universo acadêmico era um desejo que não queria adiar em minha trajetória. Há dois anos, tenho a alegria de estudar e vivenciar o Programa de Pós-Graduação da PUC Rio, que me acolheu, ensinou e inspirou de maneira muito impactante.

Agradeço especialmente ao Professor Everardo Rocha, meu orientador, e à Professora Bruna Aucar, coorientadora desta dissertação, por me conduzirem com precisão, generosidade, determinação e paciência. Sou muito grata pelos ensinamentos ao longo das disciplinas e na elaboração deste trabalho. Eu me sinto honrada por aprender com professores que tanto admiro.

Agradeço imensamente aos meus pais, ambos professores, por a vida inteira me incentivarem e compartilharem comigo o interesse em estudar e aprender constantemente. Ao Gustavo, meu noivo, pelo carinho, parceria, resiliência, sabedoria e tranquilidade. À minha avó e ao meu tio, *in memoriam*, pela dedicação, afeto e aprendizados.

Agradeço também aos meus familiares, amigas, mentoras e colegas do trabalho que fizeram parte da minha trajetória.

Agradeço imensamente aos funcionários, à secretaria, à coordenação, ao corpo discente e docente do Departamento de Comunicação, que fazem parte deste percurso de formação.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) pelo apoio com a bolsa de fomento Código de Financiamento 001.

## Resumo

Rocha, Rafaela Oliveira; Rocha, Everardo Pereira Guimarães. **Retrato de um tempo: o seriado *Coisa mais linda* e o mundo da Bossa Nova**. Rio de Janeiro, 2024. 96p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Esta dissertação analisa a primeira temporada da série *Coisa mais linda*, lançada em 2019 pela Netflix, a fim de compreender como essa obra de ficção constrói imaginários e representações acerca dos anos dourados no Rio de Janeiro. O intuito é discutir de que forma o consumo de narrativas contemporâneas serializadas cria significados e promove idealizações de um período histórico. O passado é elemento estratégico para processos de rememoração e abordagem de temáticas que dialogam com o atual contexto de recepção e suas demandas por protagonismo de personagens femininas e equidade racial. O período de 1955 a 1960 no Brasil foi marcado por inúmeros impactos culturais, políticos e econômicos, como o surgimento da Bossa Nova, cuja influência pode ser estendida para aspectos do vestuário e das visualidades, mantendo-se relevante até hoje. Por meio da metodologia da Análise Textual, o estudo se concentra nas representações orquestradas pela narrativa audiovisual para expressar o espírito de um tempo e sua relação com o presente.

### Palavras-chave:

Consumo e Representação; Narrativas audiovisuais; Bossa Nova; *Coisa mais linda*

## Abstract

Rocha, Rafaela Oliveira; Rocha, Everardo Pereira Guimarães (Advisor). **Portraits of a time: the fictional serie *Girls from Ipanema* Most Beautiful Thing and the world of Bossa Nova**. Rio de Janeiro, 2024. 96p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This dissertation analyses the first season of the serie *Girls from Ipanema* (in portuguese *Coisa Mais Linda*), released in 2019 by Netflix, in order to understand how the work of this fiction builds imagineries and representation about the brazilian golden age in Rio de Janeiro. The aim is to discuss how the consumption of the contemporary narratives serialized create meanings and promote idealizations of a historic period. The past is a strategic element to remembrances and approach themes that dialogues with the current context of reception and the demands of female protagonist and racial equity. The period of 1955 to 1960 in Brazil was marked by countless cultural, political and economic impacts, such as the emergence of Bossa Nova, whose influence can be extended to clothing and visuals aspects, remaining relevant until nowadays. Through the methodology of Textual Analysis, the study focuses on the representations orchestrated by the audiovisual narrative to express the spirit of a time and your relationship with the present.

### Key-words:

Consumption and Representation; Audiovisual narratives; Bossa Nova; *Girls from Ipanema*

## Sumário

Introdução .....	<b>10</b>
1. Os anos JK.....	<b>15</b>
1.1 Economia e política .....	15
1.2 Cultura e comportamento .....	19
2. Rio de Janeiro, Bossa Nova e Modernidade: construção do imaginário a partir da narrativa seriada <i>Coisa mais linda</i> .....	<b>48</b>
3. Análise textual de <i>Coisa mais linda</i> .....	<b>72</b>
3.1 Personagens e interações.....	73
3.2 Textos verbais e História .....	76
3.3 Encenação.....	80
3.4 Produção .....	84
4. Considerações finais.....	<b>86</b>
5. Referências.....	<b>88</b>

## Lista de figuras

Figura 1 - Capa da revista <i>O Cruzeiro</i> (janeiro de 1961).....	21
Figura 2 - Reportagens da revista <i>O Cruzeiro</i> (1960).....	23
Figura 3: Exemplos de vestimentas da moda saco e trapézio .....	27
Figura 4 - Colunas <i>As Garotas</i> publicadas em <i>O Cruzeiro</i> no período de 1956 – 1960 .....	29
Figura 5 - Imagem destaque da série <i>Coisa mais linda</i> .....	50
Figura 6 - Episódios da primeira temporada da série <i>Coisa mais linda</i> ....	51
Figura 7 - A protagonista, Maria Luiza, chega ao Rio de Janeiro (primeiro episódio da primeira temporada) com roupa que remete ao <i>tailleur bar</i> , o <i>New Look</i> de Christian Dior. No lado direito, foto do <i>New Look</i> original, criado por Dior, em 1947.....	54
Figura 8: Encontro de Lígia, Thereza e Maria Luiza. A cena evidencia a diferença na maneira de vestir de cada personagem.....	56
Figura 9 – Frame do apartamento de Thereza e Nelson traduzindo os elementos do design de interiores do final dos anos 1950 e 1960.....	58
Figura 10 – Chico leva Malu em sua moto para viver uma experiência verdadeiramente carioca. Na cena, veste camisa de botão despojada, como a que se usava na época.....	60
Figura 11 – No primeiro frame, Capitão chega na favela. No segundo, chega na casa de Adélia. O figurino de seu personagem está sempre vestido com roupas de alfaiataria e tons claros, assim como os grandes nomes do samba usavam.....	61
Figura 12 – Adélia e Malu na porta de seu clube de Bossa Nova, o <i>Coisa mais linda</i> .....	66
Figura 13 – Hábitos litorâneos representados na série <i>Coisa mais linda</i> e sua relação com a Bossa Nova: Adélia, Lígia, Malu e Roberto curtem um dia na praia, tomam Coca Cola, usam maiôs e registram com uma câmera fotográfica o momento. Essa fotografia torna-se um anúncio do clube <i>Coisa mais linda</i> .....	67



Figura 14 – Malu encontra Chico com os pescadores da região onde vive.  
Eles foram figuras importantes para a formação do bairro de Copacabana  
.....68

## Introdução

Esta dissertação tem como foco o Brasil na década de 1950. Apesar das relevantes contradições sociais e políticas, o período é marcado por um certo sentimento de otimismo e prosperidade localizado principalmente nas camadas médias urbanas, que se inspiravam na possibilidade de modernização impulsionada pelo Plano de Metas instaurado pelo presidente Juscelino Kubitschek (Feix, 2018).

Soma-se a isso a valorização de características que representavam o povo brasileiro, como a criatividade, a tolerância e a cordialidade. O impacto cultural foi profundo pela conjunção de alguns fatores da época, como o contexto econômico e a efervescência criativa que se vivenciavam no teatro, na música, na televisão, na arquitetura, no design e em outras expressões (Mello in Novais e Schwarcz, 2023; Feix, 2018).

O Rio de Janeiro era reconhecido como a cidade capital que representava o “coração do Brasil”, com suas belezas registradas em fotografias e postais, e celebrado como o epicentro do samba e do centro cultural nacional (Jaguaribe, 2001).

Nesse contexto, surge a Bossa Nova, movimento cultural que permanece presente no imaginário da cidade do Rio de Janeiro e do Brasil, influência que se dá, para além da música, também em aspectos de vestuários e visualidades. A Bossa Nova, enquanto movimento musical brasileiro, apresenta como período mais expressivo de sua produção o final da década de 1950 e o início da década de 1960. As músicas, que têm influências do jazz americano e do samba, eram interpretadas por jovens da Zona Sul carioca que afirmavam buscar inovação e simplicidade com suas canções.

Seis décadas depois, a Bossa Nova se mantém com grande influência no mercado musical nacional e como grande expressão da música brasileira no cenário internacional, estendendo seu prestígio para outros aspectos visuais, de moda e comportamento.

Para discutir as influências culturais e a perpetuação do imaginário desse período que tem a Bossa Nova como eixo central, esta dissertação toma como objeto de análise a primeira temporada da série *Coisa mais linda*, série ficcional que se passa em 1959 e acompanha a trajetória de uma mulher que vem para o Rio de Janeiro encontrar o marido, porém descobre que foi abandonada. Em vez de retornar

para São Paulo, decide ficar na capital do país e abrir um clube de Bossa Nova. Na série, também estão presentes alguns signos que remetem à ideia de brasilidade: Rio de Janeiro, Bossa Nova, samba, favela, praia e religiões de matriz africana.

Entendendo que as narrativas contemporâneas serializadas podem criar significados e promover idealizações de um período histórico, busca-se discutir as representações ficcionais dos anos dourados no Rio de Janeiro.

A série foi lançada em 2019 pela Netflix, serviço norte-americano de *streaming*<sup>1</sup> de filmes, documentários e séries. A plataforma se configura como uma das protagonistas desse tipo de serviço e tem promovido reconfigurações culturais na forma de consumir, acessar e experienciar o conteúdo audiovisual (Oliveira, 2020).

O passado, usado como ferramenta narrativa, é elemento estratégico para processos de rememoração e abordagem de temáticas que dialogam com o atual contexto de recepção audiovisual e suas demandas por protagonismo de personagens femininas e equidade racial.

As narrativas ficcionais elaboram cidades ou criam “mundos ficcionais” que inicialmente parecem ser retratos verossímeis do nosso mundo, ao adicionar qualidades, eventos, personagens e locais similares ao real. Isso frequentemente resulta em versões idealizadas dessas cidades, que ultrapassam em grandiosidade aquelas que podemos explorar na realidade. Dessa forma, tais narrativas criam mundos próprios, dissipando a fronteira entre o universo fictício e o vivenciado (Araújo e Souza, 2020).

Neste sentido, estabelecemos como objetivo geral desta pesquisa analisar como a narrativa contemporânea serializada *Coisa mais linda* representa o período de 1955 a 1960 no Brasil e no Rio de Janeiro. Desta forma, começamos com uma contextualização histórica do período, com ênfase nas principais questões políticas, econômicas e culturais. Em seguida, buscamos compreender as implicações culturais da Bossa Nova enquanto movimento musical brasileiro e suas relações entre o consumo e o imaginário do Rio de Janeiro. Por fim, analisamos a produção *Coisa mais linda* e a elaboração de representações sobre os anos dourados na série da Netflix.

---

<sup>1</sup> “*Streaming* é uma forma de distribuição de dados, geralmente de conteúdo multimídia, via internet. Para desfrutar do conteúdo, o usuário deve estar conectado à rede global de computadores, e não há necessidade de armazenamento interno do material.” (OLIVEIRA, 2020, p. 12).

Para tanto, além da decupagem da série seguindo a proposta analítica apresentada por Rocha (1995), realizaremos, com base em Casetti e Chio (1999) e Filho e Nunes (2023), uma análise textual da narrativa seriada, tendo como referência estudos os de Barthes (1990), Baudrillard (1995), Castro (2021), Rocha (2023), O'Donnell (2019), Cardoso (1978), entre outros.

Serão empregadas quatro categorias de análise, conforme Casetti e Chio (1999):

1. associação aos indivíduos e às interações que ocorrem nos conteúdos audiovisuais, abrangendo relações temporais e espaciais com o objetivo de influenciar comportamentos e contribuir para o desenvolvimento do programa;
2. referência aos elementos textuais verbais, incluindo estilo de linguagem, conteúdo dos discursos e avaliações;
3. abordagem das narrativas apresentadas, englobando a presença de uma ou várias histórias, sua estrutura temporal, narrativa e interações com a história geral do audiovisual;
4. encenação englobando o controle dos espaços, a relação entre as diversas figuras e a estrutura espacial da transmissão.

A motivação para a realização do estudo se dá pelo interesse da autora e as frequentes articulações entre comunicação, cultura e moda, em especial as narrativas e visualidades da Bossa Nova e suas influências. Em sua trajetória acadêmica, se aproximou dos estudos da linha de pesquisa Comunicação e Representação do PPGCOM PUC-Rio.

A partir das discussões vivenciadas, entendemos que o período de 1955 e 1960, no Brasil, se configura como um momento relevante de ser estudado sob a perspectiva dos estudos das representações sociais na cultura midiática. O período dos anos Juscelino Kubistchek (JK) é amplamente estudado e, nesta dissertação, buscamos fazer a contextualização histórica para analisar como o seriado traz um olhar contemporâneo sobre a época e cria outras significações e memórias.

Os estudos das narrativas contemporâneas serializadas ganharam destaque a partir dos anos 2000 (Buonanno, 2019) e, diante do contínuo desenvolvimento dos serviços de *streaming* e das produções audiovisuais, permanecem como um campo relevante.

A estrutura da dissertação contempla, além desta introdução do capítulo metodológico em que estão detalhados as técnicas e os procedimentos realizados para a construção do estudo e das seções de resultados, a saber:

O primeiro capítulo, “Os anos JK”, realiza uma contextualização histórica de como era o momento político e econômico quando Juscelino Kubistchek (PSD) foi eleito, os conflitos de interesse nas próprias áreas da burguesia, a ideologia do desenvolvimento, as estratégias para aceleração do crescimento econômico e as políticas públicas. Os estudos da professora Miriam Limoeiro Cardoso (1978) e o documentário de Silvio Tendler, lançado em 1980, sobre JK foram o aporte teórico central para elaboração desta seção.

Aspectos da cultura e do comportamento do período também foram estudados, como o glamour do Rio de Janeiro – em especial, de Copacabana –, as grandes conquistas dos brasileiros nos esportes – o primeiro título na Copa do Mundo de futebol e a vitória da tenista Maria Esther Bueno em Wimbledon –, as inovações no teatro, no cinema, na moda e, principalmente, na música, com a Bossa Nova, temática que se configura como motivação inicial desta dissertação. Para isto, os estudos de Júlia O’Donnell (2013) e Isabel Feix (2018), além do livro *Feliz 1958: o ano que não deveria terminar*, de Joaquim Ferreira dos Santos (1998), foram utilizados.

Por meio da análise dos chamados anos dourados, em que se passa o seriado, também será discutida a efervescência cultural que se construía em torno de Copacabana e os hábitos litorâneos que se evidenciavam no período do final dos anos 1950 e início da década 1960 no Rio de Janeiro, cenário para o surgimento dessa música popular, já que o bairro transmitia um estilo de vida “tropical chic” (Jaguaribe, 2014).

Na seção seguinte, apresentamos questões sobre a série *Coisa mais linda*, por meio das teorias de narrativas contemporâneas serializadas, a fim de discutir como a série apresenta a Bossa Nova e o contexto comportamental da época. Para análise da série, será utilizada a proposta metodológica apresentada por Everardo Rocha (1995), em *A sociedade do sonho*, que discute a perspectiva de interação entre a comunicação de massa e a indústria cultural a partir da reflexão crítica do filme *A rosa púrpura do Cairo*, de Woody Allen. Durante a decupagem do seriado, também foi destacada a importância do vestir na construção de cada uma das personagens femininas da série.

É importante observar que a série *Coisa mais linda* usa o passado como ferramenta narrativa para falar de assuntos atuais, gerando conexão com o público, por meio de temáticas em voga no audiovisual contemporâneo, como: o empoderamento feminino e a independência financeira; a violência doméstica e sexual; e a questão racial. Na série, diversas dualidades ficam evidentes, o que foi aprofundado no capítulo seguinte por meio da metodologia da Análise Textual (Casetti e Chio, 1999; Filho e Nunes, 2023; Titscher et al., 2000), recurso que se apropria de diferentes tipos de textos – escritos ou imagéticos – para promover reflexões sobre a sociedade e seus códigos: a vida nos bairros de elite e marginalizados; as questões de raça e gênero que demarcam diferentes vivências das personagens, ou seja, a mulher da época permeando a sociedade; a questão racial; a favela e a Zona Sul. Por fim, são apresentadas as considerações finais e as perspectivas para futuros estudos.

# 1. Os anos JK

## 1.1 Economia e política

O período de 1955 a 1960 no Brasil foi marcado por diversos acontecimentos relevantes para a história do país, tanto no âmbito econômico e político quanto no cultural e comportamental. Durante os anos dourados brasileiros, desenrola-se a narrativa contemporânea serializada *Coisa mais linda*, objeto de estudo desta dissertação. A série traz um retrato da época, adaptado para o contexto do entretenimento. Como François Jost explica, as séries muitas vezes não buscam narrar a realidade da maneira mais fiel possível, mas sim criam, inventam uma narrativa sobre um cotidiano próximo da vivência do espectador (Giacomini, 2016). Para o autor, desta maneira, a audiência “recebe, assim, um benefício simbólico a partir da aventura que está na esquina: o brinde é descobrir a realidade que está no fundo das aparências” (p. 226).

Portanto, achamos pertinente neste capítulo apresentar o contexto da época, com intuito de trazer uma visão histórica do período para, nas próximas seções, adentrarmos a narrativa contemporânea serializada com essas informações e analisarmos como o passado foi trabalhado nela, criando memórias, idealizações, imaginários e representações acerca dos anos dourados no Brasil e especialmente no Rio de Janeiro, então capital do país e onde se passa grande parte do seriado.

Durante a história mundial, existiram diversas fases de ouro, relacionadas com a prosperidade de nação. McCracken explica que a idade de ouro é, sempre, um período histórico para o qual, apesar de existirem evidências e documentação garantindo uma abundância, “de fato, tal período não é senão um momento intensamente fictício, no qual a vida social é imaginada como tendo se conformado de modo perfeito aos ideais culturais” (McCracken apud Feix 2018, p. 47-48)

Os anos dourados brasileiros ficaram conhecidos como os anos JK, período em que Juscelino Kubitschek esteve na presidência, de 1956 a 1961. “A figura de JK, inclusive, serve para emoldurar uma certa nostalgia que ainda cerca a percepção coletiva daqueles tempos, até hoje lembrados como uma espécie de “era do ouro” tropical” (Giambiagi, 2011, p. 26).

Na época, o Brasil vivia a transição econômica de um país majoritariamente agropecuário para um de desenvolvimento da industrialização, além do aumento da urbanização (Giambiagi, 2011; Santos, 1994; Cardoso, 1978; Feix, 2018).

Juscelino acreditava que a “libertação econômica” do país viria se produzíssemos o que a expansão econômica demandava. Foi assim que ele articulou sua política desenvolvimentista (Cardoso, 1978).

No momento da concorrência da presidência, Juscelino já era uma figura consolidada no campo político. Nascido em Diamantina (MG), médico, já havia sido prefeito de Belo Horizonte em 1940, quando realizou a construção da Pampulha, projeto arquitetônico de Oscar Niemeyer que inauguraria a parceria longeva entre eles, com a construção de Brasília futuramente coroando a arquitetura modernista brasileira. Posteriormente, atuou como deputado e, em 1950, foi governador de Minas Gerais.

Além da sua sólida vivência política, em sua campanha eleitoral pelo Brasil, reforçou o seu projeto de desenvolvimento para o país, que representaria uma mudança estrutural econômica. A candidatura de Juscelino foi fruto de uma coligação entre o Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) e o Partido Social Democrático (PSD). Na concorrência, havia o integralista Plínio Salgado (Partido de Representação Popular – PRP), um representante dos setores, Juarez Távora (UDN) e Ademar de Barros (PSP).

Juscelino foi vitorioso e, diferentemente das últimas décadas, em 1950 o vice-presidente não era escolhido pelo candidato eleito, mas havia uma outra votação. Foi assim que João Goulart (Jango), aliado de Getúlio Vargas, foi eleito como vice de JK (Giambiagi, 2011).

No final do seu primeiro ano de mandato como presidente, acentuam-se os conflitos de interesse entre a burguesia, e JK sofre oposição dos setores conservadores, que tinham o apoio das Forças Armadas. Eles alegavam que Juscelino não havia recebido a quantidade de votos necessária (Fausto apud Giambiagi, 2011). “Ao dia 11, um golpe ‘preventivo’, encabeçado pelo general Henrique Lott, terminou por garantir a posse de JK e João Goulart, em 3 de janeiro de 1956” (Fausto apud Giambiagi, 2011, p. 46). Este fato é destacado no documentário de Sílvio Tandler (Caliban, 1980), que conta com depoimento do próprio marechal Lott relatando o acontecimento.



Specht et al. (2009) destacam que, ao assumir a presidência do país após uma campanha eleitoral baseada em um plano de desenvolvimento econômico que tencionava equiparar o Brasil a grandes potências industriais, JK se deparou com três percalços fundamentais: 1) déficit no balanço relativo aos pagamentos; 2) pontos de estrangulamento externo e interno; e 3) inflação. Para resolver tais obstáculos, o governo enxergou no desenvolvimento industrial o melhor caminho para erguer o seu plano de avançar “50 anos em 5”.

Nesse esteio, Campos (2007), ao analisar os discursos presidenciais de JK, conclui que ele construía a sua argumentação com base no desenvolvimentismo. Isso se ancorava, sobretudo, no fomento ao nacionalismo, à intervenção do Estado pró-crescimento e no fortalecimento da indústria. Assim, Specht et al. (2009) mencionam que Juscelino Kubitschek incorporou o desenvolvimento industrial como meio para solucionar os percalços com os quais se deparou no início do seu governo.

Para tanto, o governo JK criou o Plano de Metas, composto por 31 metas, o qual foi implementado por meio do incentivo fiscal mediante a atuação de grupos de trabalho e grupos executivos – além da simplificação e especialização de mecanismos voltados para a criação de órgãos (Specht et al., 2009).

O Plano de Metas tinha o lema “50 anos em 5” e teve como intenção realizar investimentos na industrialização e independência econômica, buscando substituir as importações para o fortalecimento da produção industrial nacional. Apesar disso, o governo de JK ofereceu vantagens para as indústrias automotivas estrangeiras, como a Ford e a Volkswagen, que abriram fábricas no Brasil. O cenário econômico da época apresentou pontos otimistas e outros menos favoráveis:

[...] o terreno macroeconômico o período 1956-63 apresenta tanto aspectos positivos (crescimento do PIB, principalmente) quanto negativos (aceleração inflacionária, aumento do déficit público e deterioração da situação externa) e em termos sociais houve expressivos avanços (pelo menos até 1960) (Giambiagi, 2011, p. 29).

Sobre o Plano de Metas, Campos (2007) menciona o papel da ideologia para a sua implementação, algo materializado, especialmente, na operacionalização de discursos relacionados à inflação, à política externa e à distribuição. Assim como afirmam Brandão e Da Rocha (2016), o Plano de Metas previu um programa de desenvolvimento industrial. Contudo, Specht et al. (2009) denunciam que o

desenvolvimento industrial do contexto, embora tenha trazido resultados econômicos benéficos, também agravou desigualdades sociais e regionais no país.

É válido mencionar que, além do destaque industrial, o Plano de Metas ora mencionado também mencionou:

[...] o investimento em infraestrutura e em energia, grandes investimentos nos setores da indústria de siderurgia e automobilística, além da construção de uma nova capital da república no Planalto Central de Goiás. (Brandão e Da Rocha, 2016, p. 93).

Em análise do Plano de Metas do governo JK, Lafer (2002) expressa que alguns indicadores demonstram o bom desempenho do Brasil em relação aos países da América Latina e até mesmo em comparação com nações industrializadas. Assim, entre 1956 e 1961, o Brasil apresentou o crescimento do seu Produto Nacional Bruto no valor de 7%, sendo 1,8% maior em relação à década anterior. Já no que toca à renda per capita, Lafer (2002) aponta que o crescimento foi de 3,8%, sendo 1% maior no que se refere à década anterior.

Não obstante, no início do seu mandato presidencial, JK iniciou a construção de Brasília, um projeto de Oscar Niemeyer e Lúcio Costa, que se tornaria a capital do país. Brasília foi pensada para traduzir os ideais de modernidade e inspirar um paradigma de desenvolvimento para outras regiões do Brasil. Em 1960, JK inaugurou a nova capital, e o Brasil ganhou destaque internacional na arquitetura. Entretanto, apesar da importância do investimento público em questões infraestruturais, esse elemento do Plano de Metas “[...] agravou a inflação, gerou déficit na balança de pagamentos, bem como grande endividamento externo.” (Brandão e Da Rocha, 2016, p. 95).

Diante de tal realidade, que gerava críticas de partidos de esquerda e direita, o governo JK criou, em 1958, o Plano de Estabilização Monetária (PEM), seguindo instruções do Fundo Monetário Internacional (FMI) e objetivando promover um maior equilíbrio entre receitas e despesas públicas visando o desenvolvimento do país. Entretanto, em 1959, JK rompeu com o FMI por impor limitações que atrasariam o crescimento brasileiro (Santos, 1998), criando um tensionamento na relação do Brasil com os Estados Unidos da América (EUA).

Esse cenário requer uma reflexão mais apurada em relação à política externa do governo de Juscelino Kubitschek. Galerani (2010) destaca que a política externa do país no período em voga se marcou pela resignificação da inserção internacional do Brasil, pois houve a adoção do multilateralismo como meio de atuação

internacional, além de ter havido uma ruptura com o alinhamento automático do país em relação aos EUA.

Esses acontecimentos geraram uma política externa independente no país, com influência na América Latina. Nessa esfera, se destaca a Operação Pan-Americana enquanto política internacional de defesa dos interesses nacionais mediante o emprego de táticas como as ameaças comunistas, eclodidas em contextos como o cubano em 1959, a fim de obter ajuda internacional dos EUA na resolução dos problemas públicos do país. Foi algo que não surtiu os efeitos pretendidos inicialmente, pois a ajuda solicitada apenas se deu posteriormente mediante o fomento a ditaduras no continente (Oliveira e Monteiro, 2020).

Juscelino conclui seu tempo na presidência com intenção de voltar em uma próxima reeleição. No Golpe Militar de 1964, a princípio, ele até o apoia, por pensar ser uma intervenção temporária, mas depois recebe acusações de corrupção, envolvimento com os comunistas, tem seus direitos políticos suspensos, além dos diversos Inquéritos Policiais, e passa a viver no exílio (Silva, 2020). Como Silva (2020) explica, o documentário de Tandler é a primeira obra de audiovisual sobre JK, lançada ainda na ditadura, e tem um papel importante para o resgate do nome de Juscelino para a cena política.

Nos anos 1950, havia um sentimento de otimismo nas classes médias e altas; acreditava-se que “faltava dar alguns passos para finalmente nos tornarmos uma nação moderna” (Mello in Novais e Schwarcz, 2023, p. 421).

Na década de 1950, alguns imaginavam até que estaríamos assistindo ao nascimento de uma nova civilização nos trópicos, que combinava a incorporação das conquistas materiais do capitalismo com a persistência dos traços de caráter que nos singularizavam como povo: a cordialidade, a criatividade, a tolerância (Mello in Novais e Schwarcz, 2023, p. 421).

Na próxima seção, adentraremos a questão dos valores da época, que têm destaque nessa dissertação; afinal, “o sistema simbólico atravessa a cultura por força dos Meios de Comunicação” (Rocha, 1995, p. 29).

## **1.2 Cultura e comportamento**

Após essa breve introdução ao contexto político e econômico, nos dedicamos aos aspectos culturais e comportamentais do período, que reuniu inovações e acontecimentos marcantes em diversas áreas, como esporte,

arquitetura, artes visuais, cinema, teatro, comunicações, moda e música no Brasil. O ano de 1958 foi um dos mais importantes, e o jornalista Joaquim Ferreira dos Santos (1998) o define como o ano que não devia ter acabado para o brasileiro:

Não chegava a ser uma Paris dos anos 1920, mas em 1958 o Rio ainda era uma festa bastante charmosa e divertida. Vivia-se a euforia pré-agônica da despedida, daí dois anos, do título de capital federal (Santos, 1998, p. 36-37).

Nos esportes, em especial, no futebol: desde a Copa do Mundo de 1950, que aconteceu no Brasil, havia um sentimento de derrota, pois o time brasileiro chegou na final, no estádio do Maracanã – que havia sido inaugurado naquele ano para o evento mundial –, porém perdeu o título para o Uruguai. Na Copa seguinte, na Suíça, o Brasil foi eliminado nas quartas de final. Em 1958, na Copa da Suécia, a seleção tinha condições financeiras, com verbas do governo JK para montar um bom time, preparador físico, comissão médica e um psicólogo, algo inédito para época (Santos, 1998). Foi nessa Copa que Pelé e Garrincha – que eram jogadores reservas, mas se tornaram titulares ao longo da competição – estrearam. Pelé foi o jogador brasileiro a marcar a maior quantidade de gols nesse campeonato. Foi o primeiro título mundial do futebol brasileiro.

Foi nesse mesmo ano que o rádio de pilha<sup>2</sup> foi lançado, e era “em um deles, o Transistone, da Philco, que o presidente JK ouvia, no Catete, o jogo da final do Brasil na Copa” (p. 183). A vitória na Copa de 1958 provocou uma euforia no povo brasileiro, que saiu às ruas para comemorar. Santos (1998) lembra que JK recebeu a seleção no Palácio do Catete, posou para as fotos segurando a taça Jules Rimet ao lado do capitão Bellini, empregou familiares dos jogadores. Este “era mais um troféu de afirmação internacional” (p. 183) para os anos JK. Castro (2021) afirma que a única coisa que se escutava no rádio e nos alto-falantes das lojas era o hino da vitória, “A Taça do Mundo é nossa”, da trinca Mag, Dag e Lau, com os Titulares do Ritmo (p. 185). A seleção tornou-se bicampeã logo no campeonato seguinte (1962), e os próximos títulos foram em 1970, 1994 e 2002.

Para além do futebol, no basquete, tanto a equipe feminina quanto a masculina foram vitoriosas em 1958 nos campeonatos sul-americanos. No tênis, Maria Ester Bueno foi campeã de duplas em Wimbledon e, ao longo de sua extensa carreira, conquistou diversos prêmios internacionais no esporte (Santos, 1998).

---

<sup>2</sup> Santos explica que o grande exibicionismo era levar o rádio para a areia da praia, onde se juntava gente admirada com os rumos da tecnologia (1998), o que representou uma mudança comportamental na relação de consumir música e as notícias e, também, nos hábitos praianos.

Nos anos seguintes, Pelé e Maria Ester Bueno seguiam conquistando prêmios e representavam um motivo de orgulho para o país. Abaixo, trouxemos a capa da edição de janeiro de 1961 da revista *O Cruzeiro*, que reunia, além desses dois ícones do esporte, o boxeador Éder Jofre e Bruno Hermann da pesca submarina, que também haviam sido campeões em 1960.

**Figura 1** – Capa da revista *O Cruzeiro* (janeiro de 1961)



Fonte<sup>3</sup>: *O Cruzeiro* (1961) / Peça Única, Antiguidades e Colecionáveis.

A revista *O Cruzeiro*<sup>4</sup> – que, no primeiro ano, era apenas *Cruzeiro* – foi criada em 1928, pelo jornalista português Carlos Malheiro Dias, mas, por falta de verba, o título foi vendido a Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo. Na época, o empresário já era dono de outros jornais, e a revista diversificou seu conjunto de veículos (Gava, 2003, p. 27), que ficaria conhecido como Diários Associados: na década de 1950, já eram 31 jornais diários, três revistas, 23 emissoras de rádio, 13 estações de televisão (a primeira, TV Tupi) e uma agência noticiosa (Gava, 2003).

<sup>3</sup>

Disponível

em:

<https://www.pecaunicacolecionismo.com.br/peca.asp?ID=10000936&ctd=222&tot=&tipo=42&artista=>

<sup>4</sup> Como o acadêmico José Estevam Gava (2003, p. 27) explica, o nome alude “tanto à constelação do Cruzeiro do Sul como à nova moeda que em breve circularia no país”.

José Estevam Gava (2003), acadêmico com amplo estudo sobre a Bossa Nova e a revista *O Cruzeiro*, explica que Chateaubriand – também conhecido pelo apelido de Chatô -, ao deter tantos veículos de comunicação, controlava a informação e garantia poder a seus interesses e a determinados grupos sociais. Foi assim nesse período, com os Diários Associados apoiando a candidatura do Presidente da República em troca de aumento da sua rede de estações de TV e cargos políticos para Chatô como senador no Maranhão e embaixador do Brasil na Inglaterra – o que gerou posteriores críticas e desgastes ao governo.

*O Cruzeiro*, desde a sua criação, investiu em ilustrações, fotografia, fotojornalismo, reportagens e diagramações impactantes. No período dos anos 1950, propagou os ideais de uma nação desenvolvida, democrática e moderna, por meio não só de pautas com esse mote, mas também de design gráfico, “distribuição geométrica, uso mais generoso do espaço vazio e economia de elementos” (Gava, 2003, p. 58). Nas páginas das revistas, era possível ver

[...] a arquitetura de Oscar Niemeyer, as inovações no Design Gráfico, Poesia Concreta, Bossa Nova, Cinema Novo e Arte Pop eram amalgamados num todo às vezes indiscernível ou tratados superficialmente, mas que tinham a destacada função de levar ao público uma ideia do que se passava em torno e difundir imaginários de progresso social” (p. 58).

Nos anos 1960, a revista *O Cruzeiro* lança as “paginações bossa nova”, que, assim como o estilo musical, prezam pelo mínimo, em sintonia com o novo momento que a sociedade vivia. A mesma ideia de modernidade que despontava nas artes plásticas e na música popular extrapolou para o jornalismo ilustrado: “era preto no branco, comunicação imediata, o diagrama enxuto, o vazio expressivo, a palavra mínima, o menos que diz mais, o discurso direto, o texto telegráfico” (Gava, 2009, n. p.), em contraposição aos excessos da tradição jornalística anterior que orientava preencher cada espaço com informação textual e gráfica. José Amádio era o jornalista-chefe à frente da mudança, que sofreu críticas do público. Foi preciso até mesmo fazer uma espécie de cartilha educacional cativando e ensinando o leitor a melhor maneira de ler as reportagens.

**Figura 2** – Reportagens da revista *O Cruzeiro* (1960)



Fonte<sup>5</sup>: *O Cruzeiro* (1960).

Os exemplos acima, de reportagens com as paginações Bossa Nova de *O Cruzeiro* (FIG. 2), são espaçados, com recursos gráficos inovadores e criativos e pouco texto. As edições são, respectivamente, de 5 de março de 1960 e 9 de abril de 1960.

Em 1958, contabilizando as edições nacional e internacional, a revista *O Cruzeiro* ultrapassa a marca dos 800 mil exemplares, feito que nem a *Veja* conseguiria dez anos depois em seu lançamento, registra Santos (1998). Havia “reportagens de David Nasser, desenhos do Amigo da Onça, fotos de Jean Manzon e textos de Millôr Fernandes, que assina como Emmanuel Vão Gogo” (p. 178). Tinha também as meninas do Alceu Penna, ilustrador, que marcou a visualidade brasileira da moda, do comportamento da mulher na época e da popularização da alta costura brasileira, assunto que aprofundaremos ao longo desta seção.

Além de *O Cruzeiro*, outros periódicos e revistas passaram por um processo de reformulação gráfica e de conteúdo no período. Foi o caso do *Jornal do Brasil*,

<sup>5</sup>

Disponível

em:

[https://web.archive.org/web/20160327111509/http://www.agitprop.com.br/index.cfm?pag=ensaios\\_det&id=48&titulo=](https://web.archive.org/web/20160327111509/http://www.agitprop.com.br/index.cfm?pag=ensaios_det&id=48&titulo=)

que, a comando da Condessa Pereira Carneiro – quando o marido faleceu, ela assumiu a direção –, foi abandonando o estigma de um jornal de classificados, e Odylo Costa Filho assumiu o dever de realizar a reforma, iniciada em 1956. Para isso, fez algumas mudanças na equipe: entre elas, a contratação de Amílcar de Castro, Jânio de Freitas e Reynaldo Jardim, que já vivenciavam experiências em redações jornalísticas mais modernas (Lessa, 1995; Santos, 1998; Gava, 2003).

Havia também a revista *Senhor*, inaugurada em 1959, que, em sua equipe, tinha grandes nomes como: Sérgio Jaguaribe, conhecido como Jaguar; Carlos Scliar, como editor de arte; além deles, Clarice Lispector publicou textos inéditos na época, assim como Jorge Amado, que publicou *A dupla morte de Quincas Berro d'Água*<sup>6</sup>. Composto de artistas plásticos das artes gráficas e grandes nomes do jornalismo, o periódico mensal foi “uma concepção de vanguarda mexia com noções de vazio concurso reto, humor, ritmo espacial e um rigor plástico que chegava às vezes a cancelar anúncios por causa de sua baixa qualidade gráfica” (Santos, 1998, p. 35).

*Manchete*, inaugurada em 1952, tinha um parque gráfico moderno e também aderiu às regras de paginação jovens e arrojadas. “Em resumo, os artistas plásticos brasileiros, em especial aqueles do ramo construtivista, jamais tiveram tanto poder nas mãos e visibilidade como naquela época, mesmo que o público não tomasse consciência disso” (Gava, 2009, n. p.).

Ainda no âmbito das comunicações, em especial das narrativas jornalísticas, falaremos das colunas sociais, que tiveram seu auge entre os anos 1940 e 1960 e ajudaram a legitimar a posição social desse estrato da sociedade carioca chamado de *high society* (Aucar et al., 2023).

A publicização dos hábitos e experiências de lazer, promoviam um imaginário de consumo e lazer no Rio de Janeiro, produzindo marcas de distinção hierárquicas por meio do exibicionismo de signos de consumo e capitais simbólicos nessas matérias (p. 15).

Como Aucar et al. (2023) reforçam, o contexto político e econômico dos anos JK propiciou esse tipo de narrativa:

O país vivia a consolidação de uma sociedade urbano-industrial que pretendia destacar as conquistas do capitalismo. Intensas transformações injetavam otimismo na estrutura econômica brasileira, sobretudo com o culto de um imaginário

---

<sup>6</sup> O jornalista Luiz Lobo, um dos editores da revista, foi quem trocou o título da história de Jorge Amado para *A morte e a morte de Quincas Berro d'Água* (Santos, 1998, p. 36).



promissor encorajado pelas políticas de estímulo ao capital estrangeiro e privado trazidas por Juscelino Kubitschek. (p. 11)

Dois colunistas se destacavam: Jacinto Thormes e Ibrahim Sued, que, como Santos (1998 p. 83) relembra, viraram até música de Miguel Gustavo em 1955, tamanha era a popularidade: “Teresa e Dolores falam bem de mim / Já fui até citado na coluna do Ibrahim / Enquanto a plebe rude na cidade dorme / Eu janto com o Jacinto que também é de Thormes”<sup>7</sup>.

Jacinto Thormes era o pseudônimo adotado por Manoel Antonio Bernardez Muller – que tinha como apelido “Maneco Muller” –, filho de diplomatas, que, portanto, transitava entre as rodas da alta sociedade. Ele é reconhecido como o “criador do moderno colunismo social brasileiro, a partir de inspirações de práticas do colunismo estadunidense no início da década de 1950” (Aucar et al., 2023, p. 9). Seus textos tinham um tom de crônica literária, irônico, esnobe e até subversivo, por incluir e misturar pessoas da burguesia e da alta sociedade. Em sua trajetória como cronista social, passou pelos jornais *Folha Carioca* e *Diário Carioca* e pela revista *O Cruzeiro*.

Seguindo a trajetória de estilo narrativo de Jacinto, Ibrahim Sued também marcou a história do colunismo brasileiro e seus anos dourados. Ele importou o termo norte-americano *Café Society* para intitular sua coluna na *Rio Magazine*. Diferente de Maneco, sua família não era da alta sociedade, mas, com sua frequência nos círculos sociais, conseguiu trilhar sua carreira e firmar seu nome. Passou pelos jornais *A Vanguarda*, *Folha Carioca*, *Jornal do Brasil*, *Manchete*, *Diário de Notícias* e *Diário da Noite* (Dornelles apud Aucar et al., 2023). Ele escreveu diariamente de 1954 até 1995 (ano de seu falecimento) para *O Globo*, além de ter um quadro no programa de televisão *Fantástico*.

O colunismo se firma, portanto, como um importante canal de difusão de uma gramática dos bons costumes, fomentando subjetividades ancoradas em um consumo conspícuo e em signos de distinção que serviam de referência para os demais estratos da cidade (Aucar et al., p. 12).

Existia um calendário social da alta sociedade carioca, que era registrado nas colunas; para acompanhar suas atividades, era fundamental um guarda-roupa refinado. Como vemos em Simmel (2023), a moda é um elemento de distinção de classe, que ao mesmo tempo busca girar dentro de um dado círculo e separá-lo de

---

<sup>7</sup> Maneco tinha como hábito reforçar o sobrenome dos personagens de suas colunas e, na música, o autor brinca fazendo isso com o nome de Jacinto (Souza apud Aucar et al., 2023, p. 9).

outro; ou seja, vestir uma peça luxuosa cria uma união com aqueles da mesma classe – alta sociedade – e uma exclusão dos demais. As classes superiores ditam o que está na moda e deve ser usado, e as camadas abaixo as copiam, na intenção de fazerem parte. Porém, assim que esse movimento acontece, as classes superiores se apropriam de outro modismo buscando diferenciação. Como Simmel (2023, p. 55) explica: “As modas do estrato superior da sociedade nunca são idênticas às do inferior; de fato, são abandonadas pelo primeiro assim que o segundo se prepara se apropriar delas”.

Os integrantes do *Café Society* na década de 1950 no Rio de Janeiro vestiam criações de alta-costura de estilistas europeus, compradas em viagens internacionais ou na Casa Canadá, a loja mais refinada da cidade na época, que ficava localizada no Centro e foi fundada por Mena Fiala. “A Casa se apropriava e reinterpretava referências europeias como Chanel, Dior, Lanvin, Jacques Fath, entre outras, para atender uma elite ávida por moda sofisticada” (Acioli, 2019, p. 343). A loja fazia desfiles diários e apresentava alguns modelos da coleção nacional e importada, além de ter um frigorífero de peles para as mulheres guardarem as estolas durante o verão. Entre suas clientes, estava a primeira-dama Sarah Kubitschek, que vestiu uma criação da Casa para a inauguração de Brasília, em 1960.

Na época, aconteciam também os desfiles beneficentes promovidos por integrantes da alta sociedade, no Copacabana Palace, que reuniam figuras internacionais, como o Miss Elegante Bangu da Fábrica Bangu de tecidos. “Entre 1949 e 1959, ao menos cinco costureiros franceses trouxeram desfiles para a então capital brasileira, como Christian Dior, Pierre Balmain, Maggy Rouff, Givenchy e Jacques Fath” (Lopes apud Aucar et al., 2023, p. 13).

A silhueta da época era a moda saco, que foi criada pelo estilista Cristóbal Balenciaga e divulgada pela marca Dior. Havia também o trapézio, lançado em 1958 pelo estilista Yves Saint Laurent. “O trapézio era mais menina-moça: vestido de ombros estreitos, um corpete semi-ajustado e uma saia curta, evasê” (Santos, 1998, p. 54). Devido à influência dos costureiros europeus na moda brasileira, as silhuetas foram amplamente aderidas na época.

**Figura 3:** Exemplos de vestimentas da moda saco e trapézio



Fonte<sup>8</sup>: Google Arts & Culture.

Na Figura 3, tem-se, à esquerda, Sack Dress, de Cristóbal Balenciaga (1958/1960), e, à direita, vestido Trapez, de Yves Saint Laurent (1958).

Pierre Cardin, Jacques Heim, Jean Dessés e Coco Chanel foram nomes que marcaram a moda internacional e também reverberaram seu estilo aqui no Brasil. As cores de roupa que prevaleciam na época eram o “amarelo Van Gogh, o vermelho Matisse e o azul Dufy, ou os tons de confeitários: pistache e rosa drácea. Ou tons de pomar: tangerina e romã”, como explica Santos (1998, p. 63).

Nos anos dourados brasileiros, também acontece a consolidação da sociedade de consumo e a expansão dos meios de comunicação (Feix, 2018). Neste contexto, “as revistas, o cinema norte-americano e a recém-chegada da televisão passaram a contribuir para a difusão dos ideais da modernidade e do novo estilo de vida promovido pela abundância de bens” (p. 46). Já em 1920, o cinema havia se popularizado no Rio de Janeiro por meio do investimento americano: já eram mais de 50 cinemas na capital. Com o pós-guerra, o cinema europeu sofreu uma retração, e as produções de Hollywood dominaram as distribuições e propagavam o estilo de vida americano (O’Donnel, 2013).

A moda também era influenciada pelo cinema, como é o caso do filme *Juventude transviada*, lançado em 1955 e estrelado por James Dean, que eternizou o blusão vermelho, com regata branca por dentro, e calça jeans – e as lambretas. *E Deus criou a mulher*, de 1956, com Brigitte Bardot, popularizou o uso do biquíni,

<sup>8</sup> Disponível em: <https://artsandculture.google.com/asset/dress-trapeze-yves-saint-laurent/gAEkIMdKBJZ9w>

um modelo com estampa de *vichy* e babados. O biquíni havia sido lançado dez anos antes na França, pelo engenheiro mecânico e estilista Louis Réard, e era estampado com manchetes de jornal. O nome faz referência ao atol de Bikini, onde haviam ocorrido os testes com a bomba atômica, pois seria um lançamento bombástico. Nos anos 1950, a Vogue Francesa orientava as leitoras a usarem o maiô (Pacce, 2016).

Lilian Pacce (2016) explica que a moda do biquíni demorou a ser aderida pelas frequentadoras das praias do Rio de Janeiro; o que fazia sucesso eram os maiôs. Os mais desejados eram os da marca Catalina, que eram usados nos concursos de Miss Brasil, que se iniciaram em 1954, e na alta sociedade pelas mulheres que frequentavam a piscina do Copacabana Palace (Pacce, 2016; Santos, 1998). Vestir um maiô Catalina era sinônimo de elegância: “Os modelos da marca Catalina faziam sucesso, e todas as mulheres queriam ter o mesmo glamour associado às misses” (Pacce, 2016, p. 46). Antes de aderirem ao maiô, no início do século XX, as vestimentas de ir à praia eram “roupas de tecido grosso, em geral azul-marinho ou de debrum vermelho, calças até os pés, *espadrilles* de lona e touca, o uniforme balneário confundia-se com uma verdadeira armadura” (O’Donnell, 2013, p. 107).

Nessa época, o cotidiano praiano já estava incorporado aos hábitos das elites cariocas, pois, desde as primeiras décadas do século, “a *grand monde* carioca se rendia ao uso da orla e, com ele, às novas formas de experimentação do espaço urbano. (...) O *maillot*, as cabines de praia e os para-sóis elementos de distinção, vendo emergir um novo estilo de vida” (O’Donnell, 2013, p. 117).

*As Garotas do Alceu* também foram fundamentais para a propagação do estilo de vida e do vestir cariocas: em especial, dos comportamentos ligados à praia (Rufino, 2017). Em 1938, o diretor da revista *O Cruzeiro*, Accioly Neto, criou a seção semanal *As Garotas*, com ilustrações de Alceu Penna, que foi publicada durante 26 anos. Alceu era figurinista, ilustrador, desenhista e designer e eternizou a ilustração de moda no Brasil. “*As Garotas do Alceu*, nascidas no Rio, viraram uma febre em todo o Brasil, tendo o Rio como pano de fundo e as modernas ‘garotas’ como inspirações para todas as outras ‘garotas’ do país” (Acioli, 2019, p. 352). Além das ilustrações que Alceu fazia para coluna, ele viajou para o exterior para cobrir desfiles de moda internacionais, desenhou figurinos para artistas como Carmen Miranda, fantasias para escolas de samba, desenvolveu estampas para a

Rhodia e a Ducal e realizou diversas colaborações para desfiles da Rhodia. O refinamento de seu traço propagou e eternizou a moda dos anos 1940 a 1970 no Brasil. Para ilustrar, abaixo reunimos algumas colunas *As Garotas* publicadas em *O Cruzeiro* entre os anos JK sobre a temática das praias e da vida à beira-mar.

**Figura 4** – Colunas *As Garotas* publicadas em *O Cruzeiro* no período de 1956 – 1960



Fonte<sup>9</sup>: *O Cruzeiro* – 1956 (edição 0020)



Fonte<sup>10</sup>: *O Cruzeiro* – 1956 edição 0048

9

Disponível

em:

<https://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&Pesq=garotas%20do%20alceu%20praia&pagfis=103546>

<https://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&Pesq=garotas+do+alceu+praia&pagfis=103547>

10

Disponível

em:

<https://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&Pesq=garotas%20do%20alceu%20praia&pagfis=107428>

<https://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&Pesq=garotas%20do%20alceu%20praia&pagfis=107429>



Fonte<sup>11</sup>: *O Cruzeiro* – 1956 edição 0049



Fonte<sup>12</sup>: *O Cruzeiro* – 1957 edição 0029

11

Disponível

em:

<https://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&Pesq=garotas%20do%20alceu%20praia&pagfis=107596>

<https://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&Pesq=garotas%20do%20alceu%20praia&pagfis=107597>

12

Disponível

em:

<https://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&Pesq=garotas%20do%20alceu%20praia&pagfis=111606>

<https://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&Pesq=garotas%20do%20alceu%20praia&pagfis=111607>



Fonte<sup>13</sup>: *O Cruzeiro* – 1960 edição 0013



Fonte<sup>14</sup>: *O Cruzeiro* – 1960 edição 0032 (1)

Ainda no âmbito da moda do período, destaca-se o New Look – homônimo ao New Look criado para as mulheres pelo estilista Christian Dior no pós-Guerra – criado pelo artista, arquiteto e engenheiro brasileiro Flávio de Carvalho em 1956, que consistia em um traje tropical masculino, com saio, camisa de manga curta, chapéu e sandálias. Carvalho usou a roupa em passeata pelo Centro de São Paulo. A experiência tinha como intuito contestar as convenções sociais (Lotufo, 2006).

13

Disponível

em:

<https://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&Pesq=garotas%20do%20alceu%20Oprai&pagfis=128818>

<sup>14</sup> Disponível em:

<https://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&Pesq=garotas%20do%20alceu%20Oprai&pagfis=131051>

Além dos trabalhos nas artes plásticas e teatro, Carvalho foi um dos pioneiros da arquitetura moderna no Brasil (apesar de ter realizado apenas dois de seus projetos arquitetônicos). Teve proximidade com Le Corbusier, arquiteto franco-suíço que influenciou bastante a arquitetura moderna brasileira, como observamos na interpretação de suas teorias na sede do Ministério da Educação e Saúde Pública (1936 – 1944) – atual Palácio Gustavo Capanema –, projeto de Lúcio Costa, Oscar Niemeyer, Affonso Eduardo Reidy, Carlos Leão, Jorge Machado Moreira e Ernani Vasconcellos, com consultoria de Le Corbusier, e nas obras da Pampulha (1942), projeto de Oscar Niemeyer (Goodwin, 2008, p. 85).

A arquitetura moderna constitui um “aspecto definidor da herança cultural” e “está firmemente arraigada na identidade do país e em sua autorrepresentação” (Stierli, 2008, p. 206). A Semana de Arte Moderna de 1922, em São Paulo, inspirou especialmente a literatura e a arte, e o Modernismo está ligado ao período (Bahia, 2004). Durante os anos 1930 a 1950, a intenção de construir uma nação moderna não só nos âmbitos políticos e econômicos, mas também cultural, se perpetuou, como explica Bahia (2004, p. 126):

a construção da nacionalidade ainda era um projeto. Uma particularidade caracterizou nossos primórdios modernistas: um Estado Novo comprometido com um processo econômico de desenvolvimento da racionalidade capitalista, sob o qual consolidou-se o espírito e a edificação da nacionalidade brasileira.

Entende-se, como a primeira casa modernista, a obra de Warchavchik em 1928, em São Paulo. Na sequência, destaca-se o atual Palácio Capanema (1936 – 1943), liderado por Lúcio Costa, com consultoria de Le Corbusier, que incorpora pontos da arquitetura corbusiana com elementos brasileiros. Lúcio Costa e Oscar Niemeyer, junto com outros arquitetos – como Reidy, Moreira e os irmãos Roberto –, formaram o grupo que ficou conhecido como Escola Carioca, que criou diversos ícones do modernismo brasileiro, como o prédio Associação Brasileira de Imprensa (1936 – 1938) e o Conjunto Habitacional do Pedregulho (1950 – 1952), no Rio de Janeiro, e o Hotel Ouro Preto (1940) e o Conjunto Arquitetônico da Pampulha, em Belo Horizonte (1943)–. Havia também a Escola Paulista, liderada por Vilanova Artigas. Em 1951, Lina Bo Bardi construiu seu primeiro projeto, A Casa de Vidro, onde residiu por mais de 40 anos, considerada um marco da arquitetura moderna brasileira. O termo “Escola” contribui para identificar a obra do período, mas também reduz e não dá conta da totalidade do movimento.



Lúcio Costa “entendeu a necessidade de garantir uma expressão genuinamente modernista para uma arquitetura emergente brasileira, transcendendo a questão de modernização social e econômica do governo” (Bahia, 2004, p. 127). Lúcio projetou o Plano Piloto de Brasília, e Oscar Niemeyer, os principais prédios públicos da nova capital brasileira, que foi inaugurada em 1960. “Brasília reafirma o espírito modernista da época através da maestria e ação dos seus principais protagonistas – pelo humanismo urbanístico de Lúcio Costa e pela criatividade formal de Niemeyer e a impetuosidade política de JK” (p. 128).

É importante destacar também a inauguração da primeira parte do prédio do Museu de Arte Moderna, no Rio de Janeiro, projetado por Eduardo Reidy, o Bloco Escola. Reidy não viu a conclusão da construção, pois faleceu antes. O MAM tornou-se um espaço importante de memória e convivência da arte brasileira. Os seus jardins foram projetados, em 1955, por Roberto Burle Marx, que também foi um dos autores do projeto do Parque do Flamengo, em 1961 (Bahia, 2004).

O paisagista Burle Marx revolucionou a área, criando o que ficou conhecido como jardim tropical moderno, e contribuiu com diversos projetos arquitetônicos do modernismo, como o Palácio Capanema e a Pampulha, inovando com jardins sinuosos e espécies botânicas que não eram conhecidas.

A arquitetura moderna pedia um mobiliário igualmente inovador, e em 1957 Sérgio Rodrigues criou o sofá mole, uma encomenda do fotógrafo Otto Stupakoff, feito de madeira maciça e com um assento muito confortável, que simbolizava muito bem o modernismo brasileiro. Em 1961, o aparato ganhou uma competição internacional na Itália, consagrando o design brasileiro. A poltrona está presente no acervo de design do MoMa em Nova Iorque. “As cadeiras moles de Sérgio Rodrigues dão um visual moderno às salas, mas são propriedade apenas dos mais afinados com as últimas do design. O povo insiste nos pés de palito, cristaleiras e penteadeiras” (Santos, 1998, p. 177). Foi no final dos anos 1950 que a televisão passou a ter espaço nos lares brasileiros, apesar de já estar no mercado desde o início da década (Santos, 1998).

Desde o início dos anos 1950, a TV Tupi havia começado a sua transmissão em São Paulo, no prédio da Rádio Tupi, e logo em seguida no Rio de Janeiro, onde tinha estúdios localizados no antigo Cassino da Urca. Havia também a TV Rio, inaugurada em 1955, localizada no ex-Cassino Atlântico, e posteriormente a TV Continental, em 1959. Em São Paulo, além da Tupi, havia a Record e a Paulista

(Rocha e Aucar, 2011; Santos, 1998). Rocha e Aucar (2011) enumeram: “O Brasil foi o primeiro país da América Latina e o quinto do mundo a ter um serviço diário de televisão aberta” (p. 45).

Enquanto nos Estados Unidos a televisão teve a contribuição do cinema para sua formação, no Brasil foi do rádio que se herdaram a experiência e os profissionais, pois era o meio de comunicação mais popular no país (Rocha e Aucar, 2011). No início, a programação era toda ao vivo: “em 1958, a televisão mostrou pela primeira vez o Carnaval direto das ruas, com transmissões do desfile das escolas de samba, na avenida Rio Branco, e do Baile do Municipal” (Santos, 1998, p. 97), com versões do programa do rádio. Em 1960, a chegada do videoteipe provoca uma modificação relevante no jeito de se fazer televisão.

Em pouco tempo, o entusiasmo pela iniciativa de Chateaubriand havia crescido tanto que empresas do Rio e de São Paulo começavam a importar aparelhos para revender. Os empresários também passaram a acreditar no poder de comunicação do novo veículo (Rocha e Aucar, 2011, p. 45).

No cinema, havia duas principais vertentes: as chanchadas, comédias populares, especialmente da produtora de filmes Atlântida, em sua grande maioria dirigidas por Carlos Manga, “diretor que mais bilheteria rendeu à Atlântida, em todos seus anos de existência” (Ferreira, 2010, p. 31), e estreladas por Oscarito e Zé Trindade; e os filmes do Cinema Novo, que, com uma ideia na cabeça e uma câmera na mão – inspirados no neorealismo do cinema italiano do pós-guerra –, buscavam mostrar a realidade do povo brasileiro com senso crítico.

*O homem do Sputnik*, de Carlos Manga, lançado em 1959, com Oscarito no elenco, foi um sucesso de bilheteria (Santos, 1998). Em 1955, Nelson Pereira dos Santos lançou *Rio, 40 graus* precursor do Cinema Novo. Na sequência, o diretor lançou *Rio, Zona Norte*, com Grande Otelo no elenco. *O grande momento*, de Roberto dos Santos, foi lançado em 1958 e também é uma obra pioneira do Cinema Novo, que foi eternizado por Glauber Rocha, Cacá Diegues, Leon Hirszman, Ruy Guerra, entre outros, nos anos seguintes (Lima, 2007). Em 1959, foi lançado *Orfeu Negro*, um filme francês, mas inspirado na peça teatral brasileira de Vinícius de Moraes *Orfeu da Conceição*. O filme, inclusive, ganhou o Oscar de melhor filme estrangeiro, representando a França, em 1960 (Fléchet, 2009).

No palco dos teatros, havia os shows de vedetes, de Walter Pinto, por exemplo, com destaque para o Teatro de Revista da Praça Tiradentes, no Rio de Janeiro, com cenários e figurinos opulentos e brilhosos. Por outro lado, em São

Paulo, havia um movimento de renovação e modernização do teatro brasileiro, iniciado pelo Teatro Brasileiro de Comédia (TBC), que encenava “dramas contemporâneos americanos e franceses, além dos clássicos, realizados por encenadores estrangeiros” (Ferreira, 2008, p. 134), como peças de Jean Cocteau e Jean Paul Sartre, com alta qualidade e refinamento. Até então “as atividades teatrais realizavam-se principalmente no Rio de Janeiro. O novo grupo não só colocou São Paulo no mapa como participou também na modernização da prática da encenação” (p. 134). Um dos nomes do elenco era Cacilda Backer, que, em 1958, rompeu com o TBC e criou sua própria companhia.

Também na capital paulista, em 1953, foi criada a companhia do Teatro de Arena, que no início encenava textos de autores internacionais e, em um segundo momento, passou a apresentar textos brasileiros e autorais. A entrada do dramaturgo Augusto Boal na companhia foi um marco importante, assim como o lançamento da peça *Eles não usam black tie*<sup>15</sup>, de Gianfranco Guarnieri, com direção de José Renato, um grande sucesso. “Os maiores logros do Arena consistem no descobrimento de temas nacionais para a dramaturgia, em iniciar uma dramaturgia nacional e um teatro político brasileiro, bem como no uso do palco de arena em vez do palco à italiana” (Ferreira, 2008, p. 136). Com a intensificação da ditadura militar brasileira, o Arena sofreu diversos episódios de repressão e censura.

Nasceu então outra iniciativa de renovação para o teatro brasileiro, que foi o Teatro Oficina, criado em 1958 pelo diretor Zé Celso Martinez Correa, representando uma vanguarda. “A ideia era criar uma dramaturgia mais próxima dos problemas do povo, com produções baratas que reduzissem o preço dos ingressos. Os autores mostravam uma nova gente, menos contentinha, com pouco *pancake* e nenhum *vaudeville*” (Santos, 1998, p. 118).

Na literatura, destaca-se a poesia concreta no Brasil, capitaneada por Augusto e Haroldo de Campos e Décio Pignatari. Em 1956, Guimarães Rosa lança *Grande sertão: veredas* e *Corpo de baile: noites do sertão*. Dois anos depois, Jorge Amado publica *Gabriela, cravo e canela* e, no ano seguinte, *A morte e a morte de Quinca Berro d'Água* (Santos, 1998).

Nas artes visuais, alguns movimentos de vanguarda despontavam nos anos 1950 e 1960, como o Concretismo, o Neoconcretismo e os grupos artísticos que se

---

<sup>15</sup> Algumas décadas depois, em 1981, a história foi adaptada para o cinema, em filme de mesmo nome dirigido por Leon Hirszman.

desenvolveram a partir desses movimentos, como o Grupo Frente (Rio de Janeiro) e o Grupo Ruptura (São Paulo). Entre os nomes da cena da época, estavam Ivan Serpa, Waldemar Cordeiro, Lygia Clark, Aluísio Carvão, Lígia Pape, Hélio Oiticica, entre outros. A 1ª Bienal de São Paulo, no início da década 1950, inspirada no formato da Bienal de Veneza, abriu um diálogo internacional para a arte no Brasil. A inauguração do Museu de Arte de São Paulo, no Parque Ibirapuera, projeto de Niemeyer – e depois adaptado por Lina Bo Bardi, em 1982, e por Burle Marx, no Jardim das Esculturas, em 1993 – também foi um marco na cena artística brasileira.

O rompimento com o figurativismo como proposto por esse movimento alinhou a arte brasileira ao que era debatido e produzido em âmbito internacional. Primeiro em São Paulo com os Concretistas e depois no Rio de Janeiro com os Neoconcretistas (FARIAS, 2017, p. 125).

O estímulo à industrialização e ao desenvolvimento que se vivenciava na época transbordou para o contexto da arte, e o movimento do Concretismo incorporava essas vivências, com cores primárias e complementares, formas geométricas e rigor na estrutura. Já o Neoconcretismo trouxe parcimônia para a rigidez racional do Concretismo e impulsionou a arte a extrapolar os museus e galerias, com um comportamento mais ativo na relação com a sociedade:

A importância do neoconcretismo está associada não só por corrigir os supostos excessos racionalistas do concretismo, de forma a recuperar a dimensão da significação na obra de arte, as conquistas na linguagem iniciadas pela queda da moldura do quadro, da tela como suporte, da supressão da base da escultura, no rompimento do espaço tradicional da obra de arte, levando a arte a lugares públicos como parques e a rua, sendo capaz de deslocar o espectador da anterior postura contemplativa, bem como ao intenso sentido experimental. (Farias, 2017, p. 126)

A música brasileira também vivia um momento de renovação, pois, para este momento cultural, político e econômico, demandava-se uma nova forma musical, “compatível com a visão de mundo ‘moderno’” (Naves, 2012, p. 16). A seguir serão elucidados os caminhos, no âmbito musical, que conduziram para o ápice da Bossa Nova, em 1958.

Internacionalmente e reverberando nos trópicos, destacavam-se o bolero do Trio Los Panchos, as músicas francesas, as baladas italianas de Domenico Modugno e o rock de Elvis Presley. No Brasil, havia o estilo brega de Anísio Silva, o samba-canção de Maysa, o rock-balada de Carlos Gonzaga e a Bossa Nova de João Gilberto (Santos, 1998).

Buscando um olhar mais profundo, sabemos que, para qualquer gênero musical se desenvolver, é fundamental que analisemos um histórico do que veio

antes e depois, pois encontramos conexões muito relevantes. É esse o caso do nascimento da Bossa Nova.

Como explica Ruy Castro (1990, p. 419) no livro *Chega de saudade*: “Todos os ritmos se influenciam mutuamente, e a Bossa Nova tanto se beneficiou do que antecedeu como foi absorvida por praticantes desses e outros ritmos que viriam depois dela”.

O Rio de Janeiro, no final dos anos 1950, já possuía status cosmopolita. O disco e a televisão viviam sua ascensão, enquanto o rádio vivia uma perda de protagonismo.

Esse cenário foi propício para o novo estilo musical, que inspirava modernidade, prosperidade, inovação e sofisticação. Nas letras da Bossa Nova, prevalecem as temáticas de paixão pela cidade do Rio de Janeiro com suas maravilhas naturais, amores e tristezas afetivas.

As influências da Bossa Nova e seus desdobramentos na percepção do que seriam considerados os estilos cariocas e brasileiros de vestir-se, comportar-se e viver permanecem presentes em nosso cotidiano.

Apesar de a Bossa Nova ter durado “oficialmente” poucos anos, seu impacto foi profundo pela conjunção de alguns fatores, como o contexto econômico da época e a efervescência criativa que se vivenciava no teatro, na música, na televisão, na arquitetura, no design e em outras expressões, um momento de múltiplas e novas linguagens e intersecções.

O “termo Bossa Nova (ou simplesmente BN) teve diversas utilizações, infiltrando-se em vários campos e definindo, também, um variado leque de situações, objetos e personagens” (Gava, 2003, p. 1).

De acordo com o autor supramencionado, a marca Bossa Nova foi proferida pela primeira vez em 1958, empregada em cartaz dedicado à apresentação da cantora Sylvia Telles e “um grupo Bossa Nova”, no Rio de Janeiro, reunindo Carlos Lyra, Roberto Menescal, Chico Feitosa, Ronaldo Bôscoli e Nara Leão, dentre outros. No mesmo ano, foi lançada a canção *Desafinado* – de autoria de Tom Jobim e Newton Mendonça –, a qual explicitava o termo e auxiliava na sua fixação.

Depois desses, vários outros eventos se encadearam no sentido de consolidar a expressão, que acabaria se tornando verdadeira moda popular. Dentre os marcos do movimento, está o lançamento do primeiro *long play* (LP) de João Gilberto, *Chega de saudade*, no começo de 1959, defendido como “evento que

melhor sintetiza a estética musical BN, fixando-se, portanto, como a referência teórica ideal para marcar o início do movimento” (Gava, 2003, p. 3).

O estudioso detalha, ainda, os elementos estéticos inovadores, as interpretações sutis, as harmonias modificadas e o lirismo elegante, todos fundidos com uma marcação rítmica diferenciada. Em *Chega de saudade*, “a estrutura musical foi destituída de ornamentos, excessos interpretativos e mostras de virtuosismo vocal ou instrumental” (Gava, 2003, p. 3).

No início dos anos 1950, os fã-clubes agitavam a cena carioca – com destaque para o Sinatra-Farney Fan Club e o Dick Haymes-Lucio Alves Fan Club –, assim como os diversos conjuntos vocais. A Rádio Nacional – situada no prédio Edifício A Noite, na Praça Mauá, desde a década de 1940 – era o grande veículo de comunicação da cultura brasileira, com radioteatros, histórias seriadas, o noticiário Repórter Esso, os programas de auditório e o grande corpo de artistas que faziam parte do quadro da emissora. A Rádio Tupi, no final dos anos 1940, havia passado por uma reestruturação, com diretores artísticos potentes e bons salários (Castro, 1990).

Apenas para ilustrar como as instituições citadas acima foram pertinentes para o cenário que antecedeu a Bossa Nova: Johnny Alf passava as tardes tocando o piano do Sinatra-Farney Fan Club; o baiano João Gilberto chegou de Juazeiro do Norte ao Rio de Janeiro, no início de 1950, para integrar o grupo Garotos da Lua, que fazia parte do corpo artístico da Rádio Tupi (Castro, 1990).

No cenário musical, prevaleciam os sambas-canção e os boleros, com seus excessos vocais – vibratos e vozeirões – e letras dramáticas e melancólicas. Exemplos eram Antonio Maria, Dolores Duran, Maysa e Sylvinha Telles, com seus sambas-canção e influência do blues. Buscava-se uma música moderna, que gerasse identificação com o público jovem. Johnny Alf, por sua vez, influenciado por Nat King Cole e Cole Porter, tocava um jazz altamente inovador para época. Em 1954, ele se fixou na boate do hotel Plaza, em Copacabana, onde pôde apresentar suas experimentações musicais. Ali se criou um ambiente altamente propício e criativo para o que viria ser a Bossa Nova nos anos seguintes. Jovens músicos, como João Donato, João Gilberto e Carlinhos Lyra, iam assistir a Alf e lá conversaram, trocavam suas percepções (Castro, 1990).

Ruy Castro (1990, p. 94) descreve: “com tantos talentos jovens reunidos, quase todas as ousadias rítmicas e harmônicas que produziram a Bossa Nova

estiveram em laboratório naquelas madrugadas com o bar quase às moscas”. Alf foi para São Paulo por uma proposta de emprego, e isso, de certa maneira, representou uma ruptura no que estava se desenvolvendo ali.

Naquela época, também aconteceu o icônico encontro de Tom Jobim e Vinícius de Moraes no Villarino – bar no Centro do Rio de Janeiro, aonde a nata intelectual da época ia após o trabalho –, onde selaram a parceria de longa data, a começar pela peça de teatro *Orfeu da Conceição*. Como o autor supramencionado relata, em Copacabana, Roberto Menescal e Carlinhos Lyra criaram uma *academia* de violão, que rapidamente virou um sucesso na Zona Sul carioca – antes, o instrumento que os jovens aprendiam a tocar era o acordeão e, nesse momento, o violão virou a sensação do mundo, representando o que era ser descolado para a época (Castro, 1990). Uma das alunas era Nara Leão, que logo começou a receber a turma da academia no famoso apartamento de seus pais, onde morava, na Avenida Atlântica, de frente para o mar de Copacabana. Lá foi um dos locais onde se apresentou o preâmbulo da Bossa Nova.

A trajetória de João Gilberto e da Bossa Nova, além de estar totalmente interligada, também evidencia como o caminho foi longo tanto para João quanto para o novo ritmo encontrarem um lugar ao sol. A chegada do baiano ao Rio de Janeiro, com emprego no grupo Garotos da Lua, foi breve. Seus primeiros anos em terras cariocas foram marcados por atrasos, dormindo de favores na casa de conhecidos, apresentações pontuais em clubes e boates da época, até que fez um “exílio”, uma espécie de retiro artístico em Porto Alegre, Diamantina – onde uma de suas irmãs morava –, Juazeiro – sua cidade de nascimento –, Salvador e, por fim, retornou ao Rio de Janeiro como um novo João Gilberto, com novas técnicas no violão e, claro, comprometido a ser mais pontual e paciente (Castro, 1990).

Em abril de 1958, da parceria de Tom e Vinícius, nasceu o LP *Canção do amor demais*, de Elizeth Cardoso, com João Gilberto no violão em duas faixas – *Chega de saudade* e *Outra vez* –, sendo ali o marco inicial da batida Bossa Nova.

Nesse ano, João foi convidado para gravar um disco seu: *Chega de saudade*. Não seria o primeiro, pois em 1952 gravou um, pela gravadora Copacabana, que não foi expressivo na época. Foi um verdadeiro desafio convencer os nomes do mercado da música a se abrirem para as inovações e os frescores que o LP propunha, como relatam Zuzana Homem de Mello e Jairo Severiano (2015) e Castro (1990). No entanto, com algum esforço, o disco foi um sucesso nas Lojas Assumpção – loja de

eletrodomésticos que tinha diversas filiais pelo Brasil e era determinante para um sucesso musical, pois colocava nas suas caixas de som, repetindo incansavelmente, os artistas que queria impulsionar. Finalmente o novo ritmo se tornou um fenômeno musical (Castro, 1990).

Ouvir *Chega de saudade* na versão de Elizeth Cardoso e na de João Gilberto é o exemplo perfeito para tangibilizar o que estava sendo feito antes da Bossa Nova e depois dela. Apesar das diferenças na interpretação e da repetição do violão de João, “a inovação já está presente na versão de Elizeth” (Mello e Severiano, 1997, p. 24). A versão de Elizeth traz um tom dramático em sua interpretação, além da orquestra com violinos ao fundo. Já a versão de João apresenta uma nova maneira de combinar voz e violão: os instrumentos não mais apenas acompanham o intérprete, mas ganham um novo protagonismo. Santuza Cambraia Naves (2012) define que João Gilberto introduz uma maneira não convencional de lidar com a voz e o violão, propondo uma tensão criativa, com uma orquestra mais camerística – violão, piano, percussão e baixo – e uma voz mais baixa, intimista, que conversa com o instrumento musical sem se sobrepor a ele. Além disso, ela explica que foi criada uma nova “divisão harmônica em que a voz não coincide exatamente com o acompanhamento do violão, de modo que a linha melódica está ora ligeiramente adiantada, ora ligeiramente atrasada em relação ao ritmo marcado pelo instrumento” (p. 15).

O final dos anos 1950 foi agitado com os acontecimentos decisivos narrados acima, e ainda aconteceu o uso, pela primeira vez, da expressão “bossa nova”, pelo jornalista Moysés Fuks, que, na época, trabalhava no jornal *Última Hora* e também era diretor artístico do Grupo Universitário Hebraico do Brasil. Ele organizou, com Ronaldo Bôscoli, uma apresentação com Sylvinha Telles, Carlinhos Lira, Nara Leão, Roberto Menescal e alguns outros nomes ainda não tão experientes e profissionais quanto Sylvinha. Para descrever o que seria apresentado naquela noite, Fuks usou a expressão “uma noite bossa nova”, com letras minúsculas, como um adjetivo, não ainda como o nome do movimento (Castro, 1990).

Ruy Castro explica, no livro *Chega de saudade* (1990), que a palavra “bossa” já era usada há décadas pelos músicos para definir algo ou alguém que cantasse ou tocasse de maneira diferente e inovadora. Ronaldo Bôscoli continuou usando essa definição para explicar o que era o conceito de Bossa Nova, como o que havia de mais moderno e de vanguarda na música brasileira naquela época.



Há uma outra apresentação que teve um grande impacto, o 1º Festival de Samba-Session. O festival foi idealizado para acontecer na PUC-Rio, reunindo grandes nomes da cena musical da época, porém acabou acontecendo no anfiteatro da UFRJ, reunindo Norma Bengell, Roberto Menescal, Ronaldo Bôscoli, Baden Powell, Carlos Lyra, Tom Jobim e Nara Leão, em 1959. Nessa primeira edição, João Gilberto não foi visto, porém, no ano seguinte, foi figura central, com a apresentação de *A noite do amor, o sorriso e a flor*, que foi considerado o primeiro show de Bossa Nova do país.

Nos anos seguintes, a Bossa Nova ganhou status internacional com o show de Bossa Nova no Carnegie Hall, em Nova Iorque, com a presença de João Gilberto, Tom Jobim, Roberto Menescal, Carlinhos Lyra, Milton Banana, entre outros, e a gravação instrumental de *Desafinado* por Stan Getz.

Em 1990, Ruy Castro já percebia um renascimento no interesse da Bossa Nova, algo que talvez tenha se enfatizado nos últimos anos com as novas tecnologias e maneiras de se consumir cultura. A criação da série *Coisa mais linda* reforça a atualidade do movimento, que teve seu ápice no final na década de 1960, mas ainda permanece como expoente da música brasileira e expressiva influência acerca do imaginário cultural e social e da representação da população carioca e brasileira.

Percebemos, assim, que a música enquanto um produto – desenvolvimento e comercializando – pode ser entendida como um objeto-signo, conceito de Baudrillard (2023 [1969]) para se referir a um dispositivo destinado a estabelecer e concretizar interações de consumo e distinção social. O significado desse símbolo-objeto não deriva apenas de seu simbolismo ou funcionalidade; o impulso para adquiri-lo surge a partir de um conjunto de conotações e características que o distinguem dos demais objetos, conferindo os mesmos atributos a quem o utiliza. O consumo não se dá pelo objeto em si, por sua utilidade, mas sim pelo que ele representa, por sua capacidade de diferenciar e posicionar o consumidor em um determinado status ou posição social (Toaldo, 1997).

Baudrillard (2023 [1969], p.143) compreende a pertinência de

uma dupla análise – a da função social distintiva dos objetos e a da função política da ideologia a ela relacionada – deve partir de um pré-requisito absoluto: a superação de uma visão espontânea dos objetos em termos de necessidades, da hipótese da prioridade de seu valor de uso.

Assim, entendemos que, para além do produto cultural e das características musicais da Bossa Nova, há valores agregados, signos relacionados a sua leveza, simplicidade dotada de sofisticação emaranhada com o imaginário social que se tem – e que, em geral, busca se expor – do Rio de Janeiro e do Brasil.

Tal imaginário remete à efervescência cultural que se construía em torno de Copacabana, cenário para o surgimento dessa música popular, que transmitia um estilo de vida “tropical chic” e os hábitos litorâneos que se evidenciavam nesse período na cidade do Rio de Janeiro (Jaguaribe, 2014).

A Bossa Nova continua presente na memória e se mantém atual, pois “[...] não ficou parada no passado, ela continua sem solução de continuidade” (De Moraes Juunior, 2019, p. 77), tanto por meio do próprio João Gilberto, cuja carreira seguiu no século XXI, quanto das trajetórias artísticas ainda atuais de Chico Buarque, Maria Rita, Edu Lobo, Carlos Lyra, Roberto Menescal, Carlinhos Vergueiro, Arnaldo Antunes, Marisa Monte, Elis Regina, Joyce, entre outros.

Ao pensar a Bossa Nova no contexto atual, é imprescindível analisar também os atravessamentos e as problematizações pertinentes às potencialidades e críticas à Bossa Nova enquanto expressão artística brasileira.

A própria Nara Leão, musa da Bossa Nova, nos anos 1960, ao se afastar da turma do movimento, o criticou. No final de 1964, foi lançado o show *Opinião*, com Nara, João do Vale e Zé Keti no elenco, direção de Augusto Boal e realização do Teatro de Arena. No início dos anos 1950, quando este foi fundado, em São Paulo, a intenção do grupo era desenvolver um novo teatro, genuinamente brasileiro, porém, com a intensificação da repressão da ditadura militar, ele foi dissolvido em 1964. Boal, um dos fundadores, veio para o Rio de Janeiro. Na capital, no bar Zicartola, de Cartola e sua esposa, dona Zica, aconteceu o encontro do diretor e dos músicos que idealizaram o espetáculo.

Portanto, Nara, ao se aproximar da canção de protesto, do Teatro de Arena e realizar o espetáculo *Opinião*, apresenta uma mudança comportamental e cultural, deixando de ser musa da Bossa Nova e assumindo um papel militante. Nara revisa o passado “ao se referir aos aspectos alienados da estética bossa-novista que, por meio de um lirismo subjetivista voltado para situações banais da Zona Sul do Rio de Janeiro, ignorava frontalmente as massas populares e seus dilemas” (Naves, 2012, p. 39).

A classe média urbana brasileira vivia um momento de otimismo, impulsionado pela industrialização e pela produção em massa de bens (Feix, 2018). Foi justamente nesse contexto que surgiu a Bossa Nova enquanto gênero e movimento. A leveza das temáticas e das letras da maioria das músicas da Bossa Nova fez sentido nesse cenário específico de maior estabilidade política para as classes médias.

Sob esse aspecto, é fundamental a pioneira análise de José Ramos Tinhorão (2010). Importante pesquisador, colecionador da música brasileira, com base teórica predominantemente marxista, Tinhorão foi grande crítico da Bossa Nova, focando nas questões de classe e na influência da cultura norte-americana. Ele contextualiza as transformações produtivas e a aproximação dos Estados Unidos no pós-guerra: o Brasil era receptivo às importações; a conta das divisas provenientes da venda de matérias-primas e minérios moldou o consumo, o estilo e modo de vida de uma nova geração. Como vemos trecho do livro *História social da música popular brasileira*:

a massa urbana atirou-se às compras que lhe conferiam a desejada modernidade pelo uso de óculos *Ray-Ban*, de calças *blue jeans*, pelo consumo de *whisky*, pela busca de diversão em locais sombrios e fechados (as *boites* montadas quase sempre nos subsolos de edifícios de Copacabana) e, naturalmente, pela adesão à música das orquestras internacionais que divulgavam os ritmos da moda feitos para dançar, como o *fox-blue*, o bolero, o be-bop, o calipso e, afinal, a partir da década de 1950, do ainda mais movimentado *rock`n`roll*” (p. 310)

Mais à frente, Tinhorão especifica a origem da Bossa Nova nesse cenário e as relações de classe:

Contra essa decadência da música popular brasileira comercial se levantaria em fins da década de 1950, um grupo de jovens mais representativos das novas gerações filhas das famílias de classe média emergentes do pós-guerra e cuja ascensão motivara a explosão imobiliária do bairro escolhido para o seu reduto: a Copacabana famosa por suas praias de cartão-postal e anúncios de turismo. (p. 309).

Além disso, as criações da Bossa Nova tiveram como inspiração a cidade do Rio de Janeiro, mas acabaram, no senso comum, representando todo o Brasil, um país enorme territorialmente e culturalmente resumido por apenas uma cidade da Região Sudeste, apagando os regionalismos.

Tendo em vista a cultura brasileira, um símbolo que habita o imaginário do senso comum é o verão e a Bossa Nova. Braga (2016) destaca:

O verão pode ser considerado um fenômeno substantivo na constituição da cultura brasileira contemporânea. Muitos dos símbolos internacionalmente conhecidos da “cultura brasileira” representam o Brasil como um país de belas praias, muito sol e mulheres bonitas – de que a “Garota de Ipanema” é o exemplo típico. A poética da Bossa Nova, no início dos anos 1960 e seu grande sucesso internacional colaboraram decisivamente para esta identificação do Brasil com o verão, estação onde se materializam, ano após ano, os versos da famosa canção. Essa matriz cultural faz parte do imaginário social brasileiro, tornando-se mesmo elemento de “identidade nacional”, que se concretiza em corpo femininos seminus e bronzeados (p. 13).

Esse imaginário contribui, ainda, para a manutenção do turismo, da produção audiovisual e da indústria da moda na cidade, com expressões admiradas – e criticadas – de modo contínuo. Resgatamos aqui a explicação de Jaguaribe (2011) sobre a maneira como as cidades acumulam seu capital simbólico, que depende de uma gama de fatores, entre os quais as expressões culturais sedimentadas pelo legado histórico, a força econômica e política da cidade, o investimento e a presença do Estado e a dimensão global que a metrópole ostenta.

Sublinhamos, nessa seara, o conceito de capital simbólico das cidades e alguns acontecimentos que precederam o período e trilharam o caminho para a Bossa Nova eternizar-se.

A efervescência cultural que se construía em torno de Copacabana e os hábitos litorâneos que se desenvolveram nesse período no Rio de Janeiro foram o cenário para o surgimento dessa música popular. O bairro transmitia um estilo de vida “tropical chic” (Jaguaribe, 2014). “Em Copacabana, a euforia dos anos JK (1956 – 1961) se materializava na inserção definitiva do bairro na rota do lazer noturno da cidade” (O’Donnell, 2013, p. 270). Além do crescimento imobiliário na região, houve a abertura de diversos tipos de entretenimento, como boates, bares, restaurantes e cinemas (O’Donnell, 2013).

A vida urbana carioca desenvolveu-se no Centro do Rio de Janeiro, boêmio, comercial, moderno, com suas melindrosas e seus dândis flanando pelas ruas. Aos poucos, os areais de Copacabana e Ipanema foram ganhando o coração dos cariocas: até João do Rio, que constantemente associamos ao Largo da Carioca ou à Praça Tiradentes, se apaixonou assim que conheceu o Arpoador. Ruy Castro (2021, p. 237) relata que João foi o primeiro escritor a “encantar-se explicitamente por Ipanema, a primeira celebridade a se mudar para o então areal e seu primeiro garoto-propaganda”.

A cidade noturna se revelava em Copacabana: boates, clubes, inferninhos, histórias nas areias, sofisticação do Copacabana Palace. O elegante, nos anos 1950, era morar na Avenida Atlântica como Nara Leão, que, em seu famoso – e grande – apartamento, recebia a turma da Bossa Nova. “O glamour de Hollywood coloniza Copacabana nos anos dourados. O chique francês convive com a juventude rebelde mastigando chiclete” (Jaguaribe, 2001, p. 50).

A vida no bairro transmitia esta visão de mundo moderno, *cool*, despojado e jovem. No contexto histórico do Brasil, os ventos da aparente modernidade se traduziam no Governo de Juscelino e na construção de Brasília – que tiraria o posto de capital do Rio de Janeiro. Os trabalhos de Niemeyer, Ceschiatti, Burle Marx, também inspiraram e trouxeram renovação, como discutimos ao longo deste subcapítulo.

Se, por um lado, valorizamos um saber latino-americano ao resgatar a memória da Bossa Nova como um dos maiores acontecimentos culturais brasileiros do século XX, por outro, temos um estilo musical que foi muito influenciado pelo jazz americano e era voltado para o mercado de exportação cultural, atendendo aos desejos imperialistas.

Este imaginário praiano, descomplicado, simpático ainda permanece, décadas depois, como a identidade, a cultura e, em especial, a moda cariocas.

O Rio de Janeiro foi capital do Brasil até 1960, quando a recém-inaugurada Brasília assumiu o posto, porém a relevância do Rio prosseguiu durante o restante da década de 1960, reforçada pelas criações da Bossa Nova. Ainda hoje, o senso comum tende a reduzir o Brasil ao Rio de Janeiro, o que, num país de dimensões continentais, apaga os regionalismos.

As conotações mais comuns à cultura brasileira difundidas pelos meios de comunicação de massa e pela narrativa publicitária remetem ao verão, às praias, a uma paisagem solar e litorânea. Isso se torna uma matriz cultural presente no imaginário social brasileiro e se configurando como um elemento de “identidade nacional” (Braga, 2016, p. 13).

A herança histórica, o potencial econômico e político, os investimentos privados e a presença do Estado são elementos essenciais para uma metrópole acumular seu capital simbólico. Além das narrativas midiáticas e das produções audiovisuais, o turismo e o mercado da moda são pilares importantes para a manutenção dessa construção simbólica, ou seja, do capital simbólico das cidades.

Alguns fatores históricos que precederam o período da Bossa Nova (1958 – 1960) foram importantes para consolidar o cenário perfeito para a perpetuação do estilo musical e deste imaginário social que permanece até hoje. No final da década de 1950, a cidade do Rio de Janeiro já era capital do Brasil por séculos – desde 1763, quando foi transferida de Salvador para o Rio de Janeiro. Já tinha também o status de “Cidade Maravilhosa, cheia de encantos mil, Cidade Maravilhosa, coração do meu Brasil<sup>16</sup>!”.

A primeira vez que a expressão “Cidade Maravilhosa” foi usada data de 1908, em uma crônica de Coelho Neto. 20 anos depois, ele publicou um livro de crônicas da cidade com o título *Cidade Maravilhosa* (Mello e Severiano, 1997). Em 1911, aconteceu a “menção honrosa” da escritora francesa e neta de Victor Hugo Jane Catulle-Mendès, que, após visitar o Rio de Janeiro recém-revitalizado pela reforma Pereira Passos, ficou encantada pela cidade e publicou, em 1913, o livro de poema *La Ville merveilleuse – Rio de Janeiro*. A expressão também intitulava o programa de rádio de César Ladeira na Rádio Mayrink Veiga, “Crônicas da Cidade Maravilhosa”.

O compositor André Filho, em 1934, escreveu a famosa marcha em homenagem ao Rio de Janeiro e, com Aurora Miranda, irmã de Carmen Miranda, gravou a música pela Odeon, porém seu lançamento não foi expressivo, como explicam os autores supramencionados. No ano seguinte, eles participaram da competição de músicas de Carnaval da Prefeitura do Rio e ficaram em segundo lugar. Apesar da decisão do júri, o público consagrou a música como campeã, e ela tornou-se um sucesso dos bailes carnavalescos. No livro *A Canção do Tempo volume 1*, os autores Zuza Homem de Mello e Jairo Severiano (1997, p. 134) apresentam o contexto em que a música foi criada:

No início da década de 1930, o Rio era embelezado com a estátua do Cristo Redentor e a modernização de vários trechos da cidade, criando maiores condições para deixar o turista maravilhado. Foi nesta ocasião que, motivado por uma promoção chamada Festa da Mocidade, em que se elegia a Rainha da Primavera, André Fiho compôs “Cidade maravilhosa”. O título reproduzia uma expressão consagrada pelo escritor Coelho Neto.

---

<sup>16</sup> O trecho evidencia e reforça o que discutimos acima sobre a percepção de o Rio de Janeiro representar o todo do Brasil, algo que costuma acontecer com as cidades cosmopolitas que são capitais, porém não deixa de ser um ponto a ser discutido tendo em vista a dimensão territorial e cultural do Brasil.

Em 1960, a música *Cidade Maravilhosa* tornou-se a marcha oficial da cidade do Rio de Janeiro. Até hoje continua sendo unanimidade nos Carnavais e ganhando versões, como as de Joyce Moreno, Caetano Veloso e Beth Carvalho.

Este capítulo buscou apresentar uma contextualização histórica dos anos JK (1956 – 1960), que foi um período de diversos impactos culturais, comportamentais, políticos e econômicos. Para além da relevância desses anos para a história do Brasil, esta é a época em que a série analisada nesta dissertação, *Coisa mais linda*, se desenvolve. Nas próximas seções, discutiremos como a narrativa contemporânea serializada cria significados e promove idealizações desse período. O seriado também resgata o passado como elemento estratégico para processos de rememoração e aborda temáticas que dialogam com o atual contexto de recepção e suas demandas por protagonismo de personagens femininas e equidade racial.

## **2. Rio de Janeiro, Bossa Nova e Modernidade: construção do imaginário a partir da narrativa seriada *Coisa mais linda***

Neste capítulo, iremos analisar a primeira temporada (com sete capítulos) da série *Coisa mais linda*, lançada em 2019 pela Netflix, serviço norte-americano de *streaming* de filmes, documentários e séries. O seriado tem duas temporadas, porém optamos por nos concentrarmos na temporada de estreia com o intuito de demarcarmos temporalmente a análise até o final da década de 1950 (o último episódio da primeira temporada acontece na noite de Réveillon de 1959 para 1960), período da história que discutimos e aprofundamos nos capítulos anteriores desta dissertação.

A primeira temporada do seriado se passa justamente durante o governo JK: portanto, após contextualizarmos historicamente o que aconteceu no Brasil e no Rio de Janeiro nos âmbitos econômico, político, cultural e comportamental da época, podemos adentrar na análise da série.

O objetivo é compreender como a série *Coisa mais linda*, enquanto uma obra de ficção, constrói imaginários, significados e representações acerca de um período histórico: no caso do seriado, o Rio de Janeiro dos anos dourados (1955-1960).

As narrativas ficcionais adicionam qualidades, acontecimentos, sujeitos e lugares a cidades que aparentemente são as do mundo em que vivemos, o que torna as versões criadas dessas cidades, por vezes, maiores do que as que podemos de fato visitar. A obra, portanto, cria seus próprios mundos narrativos, apagando a distinção entre o mundo da ficção e o mundo vivido (Araújo e Souza, 2020).

O mundo ficcional do seriado busca expressar o espírito de um tempo e traduzir sua relação com o presente. Por isso, as décadas anteriores são elemento fundamental para recordar e recontar temas que conversam com o contexto atual, como veremos na análise da série *Coisa mais linda*. No livro *A sociedade do sonho: Comunicação, Cultura e Consumo*, Everardo Rocha explica o fenômeno:



Estudar consumo e a narrativa publicitária e midiática é um caminho para conhecer nossa cultura moderno-contemporânea. Através desses fenômenos, expressamos a nós mesmos como um espelho que devolve nossas vidas em múltiplos fragmentos, embaralhando limites entre razão e pensamento mágico, entre realidade e ilusão, entre as pessoas e as coisas (Rocha, 2012, p. 19).

A temática das narrativas seriadas ganhou destaque no contexto acadêmico com análises de alguns aspectos desse fenômeno, como o modo de recepção e consumo e a complexidade das narrativas, o que ficou conhecido pelo termo “cultura das séries” (Silva, 2014). Na sociedade moderna, estamos constantemente em contato e interação com mundos de ficção, por meio da televisão, da literatura, do cinema e, hoje, dos serviços de *streaming* com seus extensos catálogos de séries autorais ou grandes franquias.

François Jost explica que as séries, em especial as americanas, objeto de sua análise, se destacam em três aspectos: crítica, academia e público. O autor afirma que os seriados se distinguem do restante da grade televisiva por a qualidade ser no nível de produções do cinema e, assim, terem obtido o “status de obra” (Giacomini, 2016).

Outro ponto de discussão relevante sobre as narrativas contemporâneas serializadas é em relação ao modo de assistir a uma série de uma só vez, o que ficou conhecido como “maratona” (*binge-watching*) e, segundo Milly Buonanno (2019), é uma prática estimulada pela Netflix, promovendo o desgaste da experiência da serialidade. “O recurso pós-reprodução, que fornece uma contagem regressiva de alguns segundos antes de iniciar automaticamente o próximo episódio” (p. 48) estimula a prática. A ausência de intervalo entre os episódios não permite que o espectador elabore tão profundamente o episódio assistido. A socióloga italiana explica:

O modo como assistimos afeta a forma e repercute nos processos hermenêuticos de criação de significado. O tempo reduzido de exibição compacta, em comparação com o período prolongado de recepção com interrupções, opera para transformar a série em uma narrativa ininterrupta (completa ou aleatória) (p. 48)

Milly Buonanno (2019) também explica que os seriados de formato longo têm muitas semelhanças com o romance e o filme, o que propaga a percepção de que os trabalhos televisivos estão alinhados com a estética e a reputação das obras de arte culturalmente legitimadas, como a literatura e o cinema.

Houve um intercâmbio de produtores, roteiristas, diretores e atores do cinema para a televisão e, no momento atual, também para as séries de *streaming*. Observamos grandes nomes do audiovisual, como Wes Anderson, Guillermo del Toro e Martin Scorsese, criando filmes e séries para a Netflix, por exemplo. Como Silva (2014) pontua, o nome dessas grandes figuras do cinema atribui uma marca de qualidade única: há uma transferência de prestígio do premiado diretor para a série da Netflix.

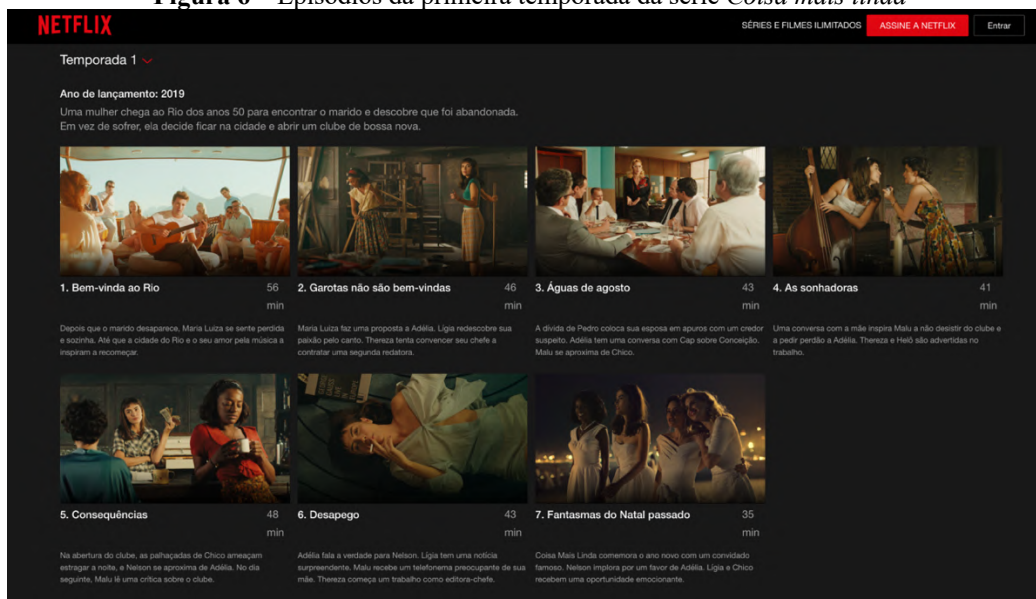
Se, na cultura americana, o cinema hollywoodiano tinha status elevado em relação as narrativas ficcionais produzidas pela televisão, o streaming começa a abalar essa hegemonia. Na sociedade brasileira, as telenovelas são o grande produto cultural do país, a referência em dramaturgia e, portanto, estão em uma posição de maior consumo em relação às séries produzidas pelos *streamings*.

**Figura 5** – Imagem destaque da série *Coisa mais linda*



**Fonte:** Capturada do site da Netflix (2023).

Figura 6 – Episódios da primeira temporada da série *Coisa mais linda*



Fonte: Capturada do site da Netflix (2023).

Observamos um movimento semelhante na série *Coisa mais linda*: seu elenco traz rostos de atrizes e atores conhecidos da televisão brasileira para a série da plataforma de *streaming* Netflix: ou seja, eles emprestam, conferem status de uma boa produção para a série. Além do *casting* estrelado por atores de novelas da Rede Globo de televisão, a série foi a quarta produção brasileira original do *streaming*, criada pelos roteiristas Giuliano Cedroni e Heather Roth com a demanda de ser um novelão (IMPrensa MAHON, 2019), com toda qualidade estética e narrativa da especialidade brasileira.

O seriado é uma produção da Prodigio Filmes para a Netflix. A produtora tem mais de 20 anos de experiência no mercado audiovisual brasileiro de filmes, séries e anúncios. A produção é de Beto Gauss e Francesco Civita, com roteiro de Patricia Corso, Leo Moreira e Luna Grimberg e direção conta de Caíto Ortiz, Hugo Prata e Julia Rezende.

O título do seriado faz referência ao primeiro verso da música ícone da Bossa Nova *Garota de Ipanema*, composição de Antônio Carlos Jobim e Vinícius de Moraes, lançada em 1962, que hoje se configura como a música brasileira mais gravada de todos os tempos, segundo o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD, 2023). Há, também, a canção *Coisa mais linda*, de Carlos Lyra e Vinícius de Moraes, de 1961, além do documentário do cineasta Paulo Thiago *Coisa mais linda: histórias e casos da Bossa Nova*, lançado em 2005.

Podemos entender o imaginário construído da cidade do Rio de Janeiro e o seriado em si como produtos de exportação com valores atribuídos. O mercado do Brasil é expressivo para a empresa na América Latina, e produzir uma série brasileira retratando um período significativo do país tem a intenção de atrair um público global. Outro fator que evidencia isso é o fato de a Netflix ter encomendado uma novela, um melodrama, algo que o Brasil é especialista em produzir e exportar para o mundo. O gênero cria um laço de identificação muito grande com o público, que percebe na narrativa ficcional traços presentes no cotidiano.

A série é ambientada na década de 1950 e aborda a emergência da Bossa Nova e as mudanças culturais que ocorreram na época. Nesse cenário carioca, o seriado se desenvolve tendo como personagem principal Maria Luiza (interpretada por Maria Casadevall) – também conhecida como Malu, apelido que adota ao chegar no Rio de Janeiro, representando o frescor proposto pela nova fase que viverá na cidade –, uma mulher casada e mãe, da alta classe paulista, filha de fazendeiro, que viaja para o Rio de Janeiro no intuito de visitar seu marido e os negócios que dizia ter na capital. Ao chegar, ela se depara não só com a infidelidade, mas também com a falência do empreendimento do casal. Malu decide iniciar uma nova fase da sua vida, e três personagens femininas são fundamentais nessa construção: Adélia (interpretada por Pathy de Jesus), mulher negra, favelada e mãe solo; Lygia (Fernanda Vasconcellos), amiga de infância de Malu, paulista e filha de fazendeiro, casada com um aspirante a político, que deseja ser cantora; e Thereza (Mel Lisboa), feminista e jornalista de um periódico feminino, que divide seu espaço profissional com vários homens<sup>17</sup>.

A série será decupada por meio da proposta analítica apresentada por Everardo Rocha (1995) ao discutir a perspectiva de interação entre a comunicação de massa e a indústria cultural a partir da reflexão crítica do filme *A rosa púrpura do Cairo*, de Woody Allen. Para isso, descreveremos a história do seriado, explicando os personagens, contando a trama, observando os recursos estéticos usados e destacando as temáticas centrais da narrativa: a mulher na sociedade e os

---

<sup>17</sup> Era comum que os periódicos voltados para o público feminino fossem escritos por homens, propagando ideias educativas sobre o papel servil maternal da mulher dentro de casa. Estudar o *Jornal das Senhoras*, a primeira publicação brasileira voltada para o público feminino escrita por mulheres, é de grande interesse para estudos futuros. Destacamos a dissertação de Thaís Dias Delfino Cabral, *Mulheres modernas: as representações do feminino nos anúncios da revista O Cruzeiro (1950-1964)*, como referência para estudar a temática.

desafios na época; as particularidades e interlocuções entre a favela e a Zona Sul; e a questão racial.

O primeiro episódio da primeira temporada começa com cenas noturnas da praia de Copacabana, no Rio de Janeiro, com fogos de artifício no céu, e vemos uma embarcação de oferenda para Yemanjá ser colocada no mar, contextualizando uma cena de Réveillon. Vemos também uma roupa esvoaçante, dentro da água, vestida por um corpo boiando. No áudio, ouvimos a voz da protagonista, Malu, narrando em tom de questionamento e provocação o trecho da música *Samba da benção*, de Vinícius de Moraes e Baden Powell: “Uma mulher tem que ter qualquer coisa além de beleza? / Qualquer coisa de triste, qualquer coisa que chora, qualquer coisa que sente saudade / Um molejo, um amor machucado, uma beleza que vem da tristeza de se saber mulher”.

Essa cena inicial contextualiza brevemente um dos episódios mais marcantes, que entenderemos melhor no último capítulo da temporada. Vale ressaltar que este é um recurso que as narrativas contemporâneas serializadas costumam utilizar: iniciar com um trecho curto de um episódio decisivo na trama de que ainda não temos todas as informações para compreendermos bem, o que gera uma tensão para assistir aos outros episódios. Depois se inicia a vinheta de abertura e, na sequência, é introduzida a trama que se desenvolverá.

A vinheta de abertura apresenta cenas dos episódios com um recurso gráfico que remete à boemia tropical do Rio de Janeiro ao som da versão em inglês de *Garota de Ipanema*, ou melhor, de *The Girl From Ipanema*, de Amy Winehouse. A escolha dessa versão da música reforça a fama das regravações de *Garota de Ipanema* que comentamos acima. Além disso, também evidencia como a série busca trazer um olhar atualizado para o período da Bossa Nova, uma vez que, em vez de escolher uma das canções originais e tradicionais que marcaram o período, se optou pela versão da cantora britânica, lançada em 2011.

As belezas naturais da cidade estão em composição com obras da modernidade cosmopolita: ainda nas primeiras cenas, vemos o morro do Pão de Açúcar e os carros da década de 1950. Destacamos o Fusca que aparece, pois, no início da década de 1950, o carro alemão já era montado no Brasil e, em 1959, com o estímulo de JK à industrialização, Volkswagen e Ford abriram fábricas próprias no país.

Após esta breve contextualização do cenário em que se desenrola a série, conhecemos a protagonista, Maria Luiza, paulista que, em 1959, chega ao Rio de Janeiro de avião. Para esta Ponte Aérea Rio de Janeiro – São Paulo, a protagonista veste um figurino que remete ao *tailleur bar*, criado por Christian Dior em 1947, que ficou conhecido como *New Look*: blazer com cintura marcada, peplum e saia rodada.

**Figura 7** – A protagonista, Maria Luiza, chega ao Rio de Janeiro (primeiro episódio da primeira temporada) com roupa que remete ao *tailleur bar*, o *New Look* de Christian Dior. No lado direito, foto do *New Look* original, criado por Dior, em 1947.



Fonte: Netflix

Apesar das expectativas de Malu, a chegada no Rio de Janeiro traz algumas decepções: descobre que seu marido, Pedro, não estava desenvolvendo negócios na cidade, que ele gastou as economias do casal, que o lugar onde iriam abrir o restaurante está abandonado, em péssimo estado, que o apartamento é pequeno – e não é em Copacabana. Além disso, não encontra o paradeiro do marido e descobre sua traição. Decepcionada, triste e com raiva, ela queima algumas cartas e fotografias, porém o fogo se espalha com rapidez, e é a personagem Adélia que, ao sentir o cheiro de fumaça, arromba a porta e salva Malu do incêndio. Adélia trabalha em um dos imóveis do prédio como empregada doméstica, ilustrando a diferença social entre as duas personagens.

Longe dos pais e do filho, que estão na mansão em São Paulo, envergonhada e sozinha no Rio de Janeiro, Malu recorre à amiga de infância Lígia, que já mora há alguns anos na cidade, pois veio acompanhar o marido, Augusto, que aspira a ser político. Elas se encontram no Jockey Club, um importante espaço de

socialização da elite carioca, espaço privilegiado da sociabilidade elegante e tradicional ponto de encontro (O'Donnel, 2013).

A duas eram inseparáveis na infância e juventude em São Paulo, mas a relação estava um pouco estremeçada pela mudança de Lígia para capital e por ela tê-la avisado sobre os rumores que circulavam na cidade a respeito do marido de Malu, que, na época, não acreditou na amiga. Malu e Lígia viveram a juventude nos anos 1949 na elite de São Paulo, metrópole que, com o lucro da economia cafeeira, investiu na industrialização e modernização. Entre casas luxuosas e bons colégios, as duas buscavam se desvencilhar do conservadorismo dos pais para aproveitar a noite da cidade, como num episódio em que Malu pegou o carro do pai escondida para ir a um show de Dick Farney – que estava no auge, após o sucesso da música *Copacabana* e a homenagem do primeiro fã-clubes do país, o Sinatra-Farney Fan Club, no Rio de Janeiro, importante para o desenvolvimento da Bossa Nova, como explicamos nos capítulos anteriores.

No Jockey Club, elas encontram Thereza, amiga e cunhada de Lígia. Thereza é jornalista, feminista, morou alguns anos em Paris e é casada com Nelson. Seu comportamento é mais expansivo e descontraído, diferindo de Malu e Lígia, que são mais clássicas, o que se estende também às roupas: enquanto estas estão de saias rodadas, Thereza apresenta um visual mais moderno, com camisa e calça de alfaiataria.

**Figura 8:** Encontro de Lígia, Thereza e Maria Luiza. A cena evidencia a diferença na maneira de vestir de cada personagem



Fonte: Netflix

Na conversa, é mencionada uma festa no barco de Roberto, amigo delas, um produtor musical renomado e dono de uma gravadora chamada Corcovado. O personagem de Roberto é galanteador e está sempre usando seus óculos Ray-Ban, que, em 1950, estavam em alta pela influência da cultura norte-americana que o Brasil vivia na aproximação com os Estados Unidos no pós-guerra, moldando o consumo da geração. Além de um grande iate, ele tem um Porsche Spyder 1955.

Elas convidam Malu para ir à festa de Roberto<sup>18</sup>. A protagonista recusa o convite, mas, diante das circunstâncias, acaba indo num impulso e lá conhece Roberto, que a corteja, e Chico, músico da Bossa Nova agenciado por Roberto. Malu fica encantada com o novo ritmo musical e cria um certo interesse por Chico. O personagem toca uma música composta exclusivamente para a trilha sonora do seriado, que traz na letra temáticas da Bossa Nova – como mar e amor – e o estilo de tocar e cantar como os bossa-novistas. As outras músicas que Chico canta e toca ao longo da temporada também foram compostas para a série por João Erbetta.

Apesar de a série ter a Bossa Nova como pano de fundo, dentre músicas que compõem a trilha, apenas três são cantadas por músicos da Bossa Nova, porém duas

<sup>18</sup> Na cena da festa, também vemos uma mulher brincando com bambolê, que foi uma febre nos anos 1958. Santos (1998, p. 175) relembra: “Crianças, jovens e velhos contorcem-se com o bambolê, também conhecido como *hulla hoop* no resto do mundo, e provocam uma crise nos jornais”.



delas são versões de um momento posterior ao movimento (1958 – 1962). Apenas *Coisa mais linda*, composta por Carlinhos Lyra e Vinícius de Moraes e interpretada por João Gilberto em 1961, é “genuinamente” Bossa Nova. Há também *Caminhos cruzados*, composta por Tom Jobim e Newton Mendonça em 1958, mas a versão escolhida foi a de Tom com Gal Costa, de 1985. E *É preciso dizer adeus*, composta por Jobim e Vinicius em meados de 1958 e 1959, foi escolhida na versão de Edu Lobo e Tom Jobim, de 1981.

Ainda sobre a trilha, há músicas nas versões de Elza Soares, cantando *Coisa mais linda*, e de Cazuza, cantando *O mundo é um moinho*, de Cartola. Também destacamos: *Conversa de botequim*, de Noel Rosa (1935), pela sua importância para a história do samba; *What's The Matter With Me?*, de Ella Fitzgerald (1940), pelas citações à cantora de jazz americana em diversos diálogos do seriado; e *No meio da noite*, de Maysa (1958), pela sua influência nos anos 1950, quando se passa a trama da série.

O personagem Chico é o pioneiro da Bossa Nova, um artista sensível, reservado, que a todo mundo questiona o caráter comercial da música. Ele reúne traços comportamentais e coincidências com João Gilberto, e seu penteado remete a Tom Jobim. Seu figurino é tipicamente Bossa Nova, despojado e simples no dia a dia: “terninho azul da Ducal<sup>19</sup>, camisinha branca e calças de pescar siri, assim como se vestia João Gilberto” (Castro, 1990, p. 93).

O debate da pureza musical e da adequação ao mercado cultural está presente nas questões do personagem Chico. A comercialização da arte e o dilema de se sustentar por meio da música, enquanto não se quer perder a liberdade criativa, ficam explícitos na sua relação com Roberto. Há também a questão da internacionalização da música brasileira, sendo que uma das críticas centrais à Bossa Nova é o fato de ter se apropriado do samba e unido ao jazz, culminando numa música de exportação. Chico recebe convites para fazer carreira fora do país.

No passeio de barco, Malu pula do mastro num ato de coragem e liberdade. Ela acaba dormindo na casa de Thereza, e elas desenvolvem uma amizade sincera. Para além dos momentos de convivência e lazer, o consumo de cigarro e uísque é

---

<sup>19</sup> A Ducal Roupas foi uma rede de lojas de moda masculina que fez muito sucesso entre 1950 e 1960. O seu nome era porque, ao comprar um paletó e uma calça, se ganhava outra calça: ou seja, duas calças, “ducal” – uma social, para o trabalho, e outra mais esportiva, para o lazer. Com venda a crédito e uma extensa rede de estabelecimentos, a marca era muito popular e marcou época, tendo até Pelé como seu garoto propaganda.

corrente entre os personagens. Trata-se de hábitos importados da cultura norte-americana, que, a partir dos filmes de Hollywood de 1940, propagou a ideia de fumar como algo sedutor e elegante.

No dia seguinte, Malu acorda na casa de Thereza e Nelson, um belo apartamento à beira-mar decorado com bastante personalidade, combinando elementos do design de interiores e do modernismo brasileiro – como cadeiras de Sérgio Rodrigues, peças de Giuseppe Scapineli, tapeçaria modernista, biombo vazado e até uma fotografia autografada de Ella Fitzgerald – com peças clássicas, como porcelanas chinesas e tapetes persas. A decoração moderna traduz o estilo do casal, que tem um comportamento de vanguarda para a sociedade brasileira, e o conhecimento de interiores do personagem Nelson, que é arquiteto. Os objetos traduzem e demarcam socialmente os personagens, que fazem parte de uma elite intelectual da época.

No livro *O mundo dos bens – Para uma antropologia do consumo*, de 1978, da antropóloga Mary Douglas e do economista Baron Isherwood (2013) – bibliografia que chancela o estudo cultural do consumo por meio do olhar antropológico –, um dos conceitos apresentados é o de que todo ser humano só existe fixado na cultura de sua época e lugar, e os bens de consumo são marcações espaço-temporais. Os autores explicam que a cultura é um padrão possível de significados herdados do passado imediato e um abrigo para as necessidades interpretativas do presente. Portanto, os bens trazem visibilidade e estabilidade às categorias de cultura, pois os bens são a parte visível da cultura, estabelecendo e mantendo as relações sociais, o que extrapola a utilidade e a competitividade individual. Está na essência do consumo a capacidade de dar sentido.

**Figura 9** – Frame do apartamento de Thereza e Nelson traduzindo os elementos do design de interiores do final dos anos 1950 e 1960.



Fonte: Netflix

No apartamento de Thereza e Nelson, está Chico, que dorme de favor no sofá da casa. Este fato reforça a semelhança do personagem com João Gilberto: Chico é o pioneiro do estilo de cantar e tocar violão (Bossa Nova), além de não ter uma casa e dormir de favor no sofá de Thereza e Nelson. João Gilberto, por sua vez, demorou a prosperar na música e, até esse momento, passou pela casa de diversos amigos, como Luiz Telles e Ronaldo Bôscoli.

Chico leva Malu para viver uma experiência genuinamente carioca: como o personagem afirma, “ela não poderia voltar para São Paulo sem conhecer o melhor lugar da cidade”. Na garupa da moto de Chico – as lambretas invadiram as ruas do Rio de Janeiro nos últimos anos da década de 1950, e certamente houve uma influência do filme *Juventude transviada*, lançado em 1955 –, eles vão em um samba na favela. Lá está Capitão, que é músico, amigo de Chico e tem uma relação antiga e complicada com Adélia, com quem tem uma filha, Conceição. O personagem de Capitão está sempre com roupas de alfaiataria elegantes, de tecidos naturais, como o linho, e cores claras. O figurino de seu personagem remete a alguns que vemos nas pinturas de Heitor dos Prazeres e ao refinamento do próprio artista ao se vestir.

**Figura 10** - Chico leva Malu em sua moto para viver uma experiência verdadeiramente carioca. Na cena, veste camisa de botão despojada, como a que se usava na época.



**Fonte:** Netflix

**Figura 11** – No primeiro frame, Capitão chega na favela. No segundo, chega na casa de Adélia. O figurino de seu personagem está sempre vestido com roupas de alfaiataria e tons claros, assim como os grandes nomes do samba usavam.



Fonte: Netflix

As cenas no morro trazem à memória o filme *Orfeu negro* (1959), dirigido pelo francês Marcel Camus, inspirado na peça teatral escrita por Vinícius de Moraes, em 1956, *Orfeu da Conceição*.

Ainda nesse samba acontecem dois diálogos importantes. Adélia, que mora no morro, estranha a presença de Maria Luíza, pergunta o que ela está fazendo ali e diz que não é lugar para ela. Maria Luíza diz que talvez não saiba onde é o lugar

dela e pede desculpas a Adélia: um diálogo de uma narrativa ficcional que se passa em 1959, mas que poderia acontecer nos tempos atuais. A outra conversa é sobre o samba e a Bossa Nova, entre Chico e Malu, olhando o mar: ele explica que a Bossa Nova é tranquila, intimista, e o samba tem essa vibração, energia, alegria, que já viu gente passando uma semana no samba no morro.

Diante dessas vivências, Malu deseja ficar no Rio de Janeiro e montar um clube de Bossa Nova, com música ao vivo. Porém aí se iniciam alguns desdobramentos como: a resistência do pai de Malu, que é tradicional e não acha decente a filha ficar nessas condições na cidade; a saudade do filho, que está em São Paulo; as dificuldades financeiras para abrir o *nightclub*; as limitações por ser uma mulher em uma sociedade patriarcal.

Malu convida Adélia para ser sua sócia no clube, que vai se chamar Coisa Mais Linda, título do seriado. Na trama, Malu tem como inspiração o Birdland, um famoso clube de jazz fundado em Nova Iorque em 1949, que existe até hoje. É um cenário desafiador duas mulheres querendo empreender sem ter um marido ou pai para justificar e validar suas escolhas.

Nesse primeiro momento do negócio, a relação das duas está desnivelada – além da questão racial e do fato de Adélia não saber ler e escrever – em termos hierárquicos na administração do clube: enquanto Malu vai fazer negócios, tentar investimentos, Adélia fica na parte braçal da inauguração do estabelecimento, limpando, tocando a reforma. Às vésperas da inauguração, cai uma chuva torrencial, as famosas chuvas de março<sup>20</sup> que acontecem no Rio de Janeiro até hoje, alagando e destruindo o clube. Malu pensa em desistir; ela e Adélia discutem, e vivenciamos um dos diálogos mais importantes do seriado.

Enquanto Malu busca a independência financeira em uma jornada de autoconhecimento, Adélia luta pela sobrevivência diária dela e de sua filha. Ela fala para Malu: “Você está lutando pelo direito de trabalhar? Eu trabalho desde meus oito anos de idade. A minha avó nasceu em uma senzala, e é difícil.” E Malu responde: “Você tem razão, a gente não é igual”.

---

<sup>20</sup> O nome do episódio em que isso acontece é *Águas de março*, um trocadilho com a música de Tom Jobim e Elis Regina. Cabe dizer que a música foi lançada em 1974. Ruy Castro (1990, p. 420) define a canção como o “último grande clássico que faltava ser composto”. Em 1974, foi lançado o álbum *Elis e Tom*, um dos maiores discos do gênero. Os anos 1970 e 1980 foram difíceis para a Bossa Nova; ela só existia fora do Brasil, e aqui vivia uma fase de ostracismo, com estigma de ultrapassada e alienada.

Desiludida e com o Coisa Mais Linda destruído, Malu volta para a casa dos pais, em São Paulo, e se veste de maneira sóbria e recatada. Lá ela conversa com a mãe, que apoia o sonho de voltar para o Rio e reerguer o clube, garantindo que irá cuidar do neto, e estimula a filha a seguir seus desejos, pois ela não conseguiu fazer isso. Por acaso, Lígia também está na cidade e a convida para um drink. Ao chegar no bar, Malu encontra Lígia cantando no palco, disfarçada com uma peruca e um pseudônimo. A personagem de Lígia sempre sonhou em ser cantora, mas seu marido desaprova veementemente essa carreira; inclusive, ele a agride física e sexualmente algumas vezes após ela se apresentar. Ela reúne traços de Nara Leão e Maysa – há até um episódio em que a personagem, melancólica, escuta o LP de 1958 *Convite para ouvir Maysa* –, o que fica evidente pelo seu contexto social e econômico e sua personalidade.

Na sociedade brasileira da metade do século XX, ainda era muito presente a ideia de que, se a família tivesse uma boa condição financeira, a mulher não deveria pertencer ao mercado de trabalho: seu marido e sua família proveriam o sustento, demonstrando que ocupavam uma classe elevada na sociedade. A personagem de Lígia é impedida por seu marido de trabalhar como cantora – além de as mulheres de classe média alta não serem estimuladas a trabalhar, atuar como artista era malvisto na sociedade da época – com o argumento de que o marido provém tudo de que ela precisa. Um diálogo no primeiro episódio da primeira temporada expressa essa premissa. O marido de Lígia questiona seu irmão sobre o fato de Thereza, sua cunhada, trabalhar como jornalista, perguntando se estão precisando de dinheiro, pois esse seria o único motivo para a mulher estar trabalhando.

De volta ao Rio de Janeiro, Malu procura Adélia para elas retomarem a sociedade no clube, 50% para cada, agora com contrato assinado e horizontalidade na relação.

Adélia vive um momento complicado, pois Capitão descobriu que não é o pai de Conceição. Sua filha é fruto de uma relação na juventude com Nelson, atual marido de Thereza, filho do seu ex-patrão quando ela trabalhava como doméstica, o que expõe o histórico de uma relação muito intrínseca à sociedade escravocrata brasileira, na qual, além da exploração do trabalho, as domésticas eram “usadas” como parte da iniciação sexual dos filhos dos patrões.

Já Thereza vivencia o dia a dia machista no escritório da revista feminina *Ângela*, que é ficcional, porém é possível identificar semelhanças com outras revistas femininas voltadas para a classe média das décadas de 1950 e 1960, como *Jornal das Moças*, *Cláudia* e *Querida*, que traziam conselhos de como a mulher deveria agir, se comportar no casamento, sempre por meio de uma perspectiva masculina. A redação da revista é composta apenas por homens, que escrevem sob o pseudônimo de mulheres. Em uma matéria externa, Thereza vai até o ateliê de um costureiro para fazer uma entrevista: pela caracterização estética do personagem e pelo fato de ele já ter vestido a primeira-dama na ficção, provavelmente é uma referência a Dener Pamplona, que foi o pioneiro da moda de alta costura no Brasil e vestiu Sarah Kubistchek e Maria Teresa Goulart. Lá ela conhece Helô, que trabalha como modelo de prova no ateliê, mas compartilha com Thereza o desejo de trabalhar como jornalista. Thereza a contrata para a redação, e elas desenvolvem um breve relacionamento amoroso. Em uma reunião de pauta, Thereza tenta emplacar uma pauta sobre as mulheres na construção de Brasília, fazendo uma conexão direta entre ficção e realidade, pois, no ano em que se passa a série, as obras da cidade estavam quase sendo concluídas. Os homens debocham, dizem que ninguém se interessaria pelo assunto, e o editor chefe sugere uma pauta sobre Martha Garcia, a Miss de Brasília, que foi escolhida antes de a nova capital ser inaugurada.

A partir da personagem Thereza, mas também em outros momentos da trama, é possível identificar situações que se articulam ao conceito de divisão sexual do trabalho, isto é, a uma forma de organização que se fundamenta na relação entre gêneros enquanto detentores de papéis e funções sociais específicas. Esses papéis, em uma sociedade patriarcal, têm, em sua base, as relações desiguais de gênero. Sobre a questão, Saffioti (2004) defende o uso do conceito de patriarcado por compreender que gênero não contém em si, necessariamente, a relação de dominação-exploração de homens em detrimento de mulheres, apontando o patriarcado enquanto um caso específico das relações de gênero.

É possível, ainda, fazer um paralelo entre a personagem Thereza e a escritora Clarice Lispector, que, em 1952, começou a escrever sob o pseudônimo Tereza



Quadros<sup>21</sup> no periódico *Comício*, de Rubem Braga, seu amigo. A coluna era de assuntos do mundo feminino da época, como receitas, conselhos domésticos e dicas de moda, porém Clarice, sob o anonimato de Teresa, conseguia subverter o formato jornalístico da época, assim como a personagem Thereza no seriado.

Após o esforço de Malu e Adélia, com o apoio de Lígia e Thereza, o *Coisa Mais Linda* é inaugurado, gerando um burburinho na cena boêmia da cidade. No episódio, diversos acontecimentos se desenvolvem nessa noite: Adélia e Nelson se reencontram; Capitão e Chico se apresentam no clube, porém Chico chega atrasado, bêbado, toca uma música, arranja briga com uma pessoa da plateia e vai embora; Malu faz um discurso de abertura bem-humorado que nos lembra da série *The Marvelous Mrs. Maisel*<sup>22</sup>; Lígia está num jantar na casa do prefeito do Rio acompanhando o marido, porém foge e se apresenta no *Coisa Mais Linda*, cantando algumas músicas: entre elas *Luxo só*, de Ary Barroso e Luiz Peixoto, gravada por Elizeth Cardoso e depois por João Gilberto, que a regravou em seu primeiro álbum, *Chega de saudade* (1959). Augusto vê Lígia no palco, fica enfurecido, e eles têm uma discussão em que ele a agride, demarcando o fim do casamento. As amigas acolhem Lígia.

---

<sup>21</sup> As dicas de moda dadas por Tereza/Clarice na seção traziam alguns pensamentos que até hoje reverberam na moda carioca, como a naturalidade e o despojamento, além de estimular uma “tradução” das tendências estrangeiras para o contexto brasileiro e do estilo pessoal de cada mulher (Acioli, 2019, p. 349).

<sup>22</sup> É uma série americana de época, que também se passa nos 1950 e tem uma protagonista feminina, também da elite, que deseja outro futuro para além de ser esposa, mãe e dona de casa e começa a se apresentar como humorista de *stand-up comedy*. Além dessas semelhanças com *Coisa mais linda*, *The Marvelous Mrs. Maisel*, que é exibida no *streaming* da Amazon, também investe em um figurino impecável, assim como a série da Netflix.

**Figura 12** - Adélia e Malu na porta de seu clube de Bossa Nova, o Coisa Mais Linda



Fonte: Netflix

No dia seguinte, Malu, Lígia, Adélia, Roberto e outros amigos curtem um dia de praia, todas elas vestidas de maiô. Apesar de o biquíni já existir há mais de uma década (foi criado em 1947 pelo francês Louis Réard), o uso do duas peças praiano, dois dedos abaixo do umbigo, que Brigitte Bardot popularizou no filme *E Deus criou a mulher*, de 1956, ainda dividia opiniões nas areias. Destacamos o episódio, pois, na década de 1920, o uso dos maiôs nas praias cariocas era um debate relevante, com tons de moralismo por um lado da sociedade e, por outro, com a incorporação do novo traje entendida como urgente para a construção da imagem de país moderno. A professora e pesquisadora Julia O'Donnell (2013, p. 183) explica o fato:

Estabelecendo relação direta entre o Rio e Copacabana e entre o civilizar-se e o americanizar-se, atribuía-se ao traje de banho os signos daquele modelo de modernidade e de civilização ao qual buscavam se filiar os mais diversos defensores da exibição das formas em contexto balneário.

Malu registra o dia em uma fotografia tirada em uma câmera que Roberto trouxe dos Estados Unidos, deixando evidente como o estilo de vida americano influencia o consumo da época. Essa foto se torna um anúncio, publicado na revista *Ângela* para divulgar o Coisa Mais Linda, que choca pela ousadia das mulheres na praia e pela chamada, “Coisa Mais Linda: a casa da Bossa Nova no Rio de Janeiro, onde tudo se mistura”. O pai de Malu e até o prefeito ficam impactados, reclamando com Augusto de Lígia aparecer na propaganda de maiô e na praia.

**Figura 13** - Hábitos litorâneos representados na série *Coisa mais linda* e sua relação com a Bossa Nova: Adélia, Lígia, Malu e Roberto curtem um dia na praia, tomam Coca-Cola, usam maiôs e registram com uma câmera fotográfica o momento. Essa fotografia torna-se um anúncio do clube Coisa Mais Linda.



Fonte: Netflix

Ainda nesse contexto à beira-mar, cabe sublinhar que o personagem Chico vive em uma comunidade de pescadores; diz que lá ele pensa melhor. Os pescadores foram importantes para a história de Copacabana, tendo sido os primeiros moradores quando o bairro ainda era um areal e, no processo de urbanização, portavam uma “silenciosa legitimidade” e um “respeito de feição tutelar” (O’Donnell, 2013, p. 165), não sendo tratados com hostilidade, como era comum as classes mais baixas serem tratadas nesses processos de reforma urbana. “Tradicionalidade, humildade, coragem, bondade, fê e gosto pela ordem, os pescadores eram integrados ao discurso praiano-civilizatório como legítimos representantes ‘do nosso povo’, conquistando nele um forte papel normativo”. (O’Donnell, 2013, p. 166).

**Figura 14** - Malu encontra Chico com os pescadores da região onde vive. Eles foram figuras importantes para a formação do bairro de Copacabana



Fonte: Netflix

Para além das divergências na relação com a música, Chico e Roberto também apresentam uma tensão, um ciúme por Malu. Roberto traz estabilidade, enquanto Chico é mais instável. Apesar disso, nessa temporada, Malu acaba perdendo Chico pelo acontecimento na inauguração do clube e começa a namorá-lo. Ela também consegue um apartamento para morar no Rio, de frente para o mar, claro, pois até então estava morando num cômodo do clube.

Desde que Malu chega no Rio de Janeiro, observamos este movimento de renovação e a necessidade de novos objetos mais coerentes com a nova realidade: um apartamento de frente para o mar, um vitrola para tocar os seus mais novos discos de música e a reforma que faz no seu clube de jazz, o deixando menos paulista – e careta – e mais carioca – despojado.

Com uma moradia definida, ela planeja trazer o filho para morar com ela na cidade, porém seu pai, irritado com o seu comportamento e novo estilo de vida, pede a custódia do neto.

Enquanto isso, Adélia e Nelson, após o reencontro no Coisa Mais Linda, voltam a se relacionar às escondidas, e ela revela que ele é pai de sua filha, o que o surpreende. Ele conta da paternidade para Thereza, que reage muito mal, pois

maternidade é um tema sensível para ela, porque ela e Nelson tiveram um filho no passado, mas ele nasceu morto.

Lígia descobre que está grávida e decide abortar, pois não queria que isso prejudicasse sua carreira como cantora, que ainda estava nos primórdios. Malu apoia a amiga nesse momento delicado.

O Coisa Mais Linda vai bem: Malu e Roberto até conseguem que o músico ficcional internacional George Gauss, famoso saxofonista que está de viagem pela América do Sul, se apresente com Chico. Esse episódio guarda uma semelhança com a realidade, pois é inevitável não associar o enredo da ficção ao álbum que João Gilberto gravou com o saxofonista americano Stan Getz. O personagem George não só se apresenta na noite de Réveillon, como também se apaixona por Lígia – que corresponde – e convida Chico para fazer uma turnê internacional com ele.

A mãe de Malu vem com o filho para o Rio de Janeiro na época das festas de final de ano e, na sequência, seu pai também vem, e eles se reconciliam. As personagens principais comemoram o ano de 1959, que se encerra. Apesar das adversidades, elas tornaram-se mulheres mais fortes e venceram com o apoio umas das outras. Elas vão para a praia celebrar e ver os fogos de artifício que marcam a virada de ano – e de década, nesse caso. Há uma atmosfera de positividade e encerramento de ciclo, porém a sogra de Lígia descobre o aborto e conta para o filho, Augusto, que vai até a ex-esposa e atira nela, porque destruiu seu sonho de ser pai e formar uma família, e em Malu, a amiga que desvirtuou Lígia dos bons costumes. A cena que vemos no início do primeiro episódio é esta, o corpo de Malu flutuando na água após ser atingida. A temporada termina sem sabermos se Malu e Lígia sobreviveram, e Augusto mostra-se um homem ainda mais agressivo do que nos outros capítulos, capaz de cometer um feminicídio e ainda justificar o ato como uma defesa da sua honra.

A série, mais uma vez, retoma temáticas presentes em uma estética de época. Ainda que, por vezes, possamos pensar que questões como essas foram superadas devido ao aumento da participação feminina no mercado de trabalho, nos espaços educacionais, na arte e na política, as desigualdades continuam evidentes, como Miguel e Biroli (2013, p. 83) destacam:

as evidências da persistência da dominação masculina são abundantes em cada uma dessas esferas - educação, política, lar e trabalho - houve avanços, mas persistem

mecanismos que geram desigualdades, sempre operando em desvantagem para as mulheres.

Portanto, após essa decupagem, podemos analisar alguns pontos: em especial, o modo como o seriado incorpora elementos verdadeiros e outros inspirados na realidade com o intuito de demarcar e contextualizar o final da década de 1950 no Rio de Janeiro, gerando conexão com o público; ou seja, é um mundo de ficção que utiliza a realidade para criar e construir novas narrativas (Araújo e Souza, 2020). Vemos discos de Norma Bengell, Nina Simone e Ella Fitzgerald. Há também um livro de Simone de Beauvoir, o que contextualiza a época em que a série se passa e evidencia os hábitos de cultura e consumo da classe média carioca da época. A nossa sociedade inventa a indústria cultural, e esta cria uma representação da sociedade, inventada nas múltiplas telas de todas as mídias (Rocha, 2012, p. 95).

Em *Coisa mais linda*, também estão presentes alguns signos que remetem à brasilidade: Rio de Janeiro, Bossa Nova, samba, favela, praia e religião de matriz africana, criando campos associativos que, em um produto de massa, são interessantes para alcançar um público maior e internacional, mas também reforçam leituras que não trazem a profundidade das questões. Portanto:

Sistema como cultura e o sintagma como natureza: todas as obras de comunicação de massa reúnem, por meio de dialéticas diversas e diversamente performantes, a fascinação de uma natureza, que é a natura da narrativa, da diegese, do sintagma, e a inteligibilidade de uma cultura, refugiada em alguns símbolos descontínuos, que os homens “declinam” sob a proteção da palavra viva. (Barthes, 1990, p. 42)

Ainda que a série se passe em 1959 e retrate a época com muitos detalhes, os interiores das casas, os hábitos de consumo e os figurinos impecáveis – trabalho da figurinista brasileira Verônica Julian – são uma representação, o retrato de um tempo. Na produção, se usa o passado como plataforma para falar de assuntos atuais, gerando conexão com o público: o empoderamento feminino e a independência financeira; a violência doméstica e sexual; e a questão racial.

Rocha (2012) acrescenta que:

A Comunicação de Massa é a vida social em grande atividade. E, isto, tanto no plano do que se passa dentro dela, onde o que mais claramente se pode observar são seres humanos reproduzindo sociedade, quanto no plano do que se passa fora dela, onde muitos seres humanos estão envolvidos com a sua emissão, distribuição e recepção. (p. 39).

O importante é reafirmar que – seja em suas práticas, seja nas questões que suscita – a comunicação de massa coloca em jogo um amplo conjunto de atividades

sociais, envolvendo um contingente considerável de pessoas e um imenso investimento de tempo, esforço e trabalho. Existe uma reunião de práticas sociais, como exercício de humanidade aí envolvido. E mais: seu peso é acentuado na proporção que se internacionaliza, assume dimensões planetárias, se espalha, ilimitado e incontido (Rocha, 2012).

Paul Ricœur, em 1979, discute a ficcionalidade e a teoria da metáfora: as ficções representam mundos únicos, em um nível mais imediato, denotativo, e também em um segundo nível de referência, conotativo ou metafórico. Ou seja, mundos ficcionais poderiam ser lidos metaforicamente como o nosso, ainda que denotativamente sejam outros. A narrativa ficcional, lançada ao mundo e consumida pelos apreciadores, pode ter suas formas poéticas, seus temas, modos de construção de personagem, de metaforização e quaisquer outros aspectos lidos como parte do mundo, sendo capazes de ajudar novos autores a criar novas obras (Ricœur apud Araújo e Souza, 2020).

Este capítulo discutiu como a narrativa contemporânea serializada *Coisa mais linda* ajuda a construir imaginários e representações dos anos dourados do Rio de Janeiro: em especial, de 1959. Na próxima seção, por meio da metodologia da Análise Textual iremos analisar detalhadamente as representações das mulheres na narrativa audiovisual.

### 3. Análise textual de *Coisa Mais Linda*

No capítulo anterior, decupamos o seriado *Coisa mais linda*, que se passa em 1959; ou seja, é uma obra ficcional que retrata um momento do passado por meio de uma percepção contemporânea. Após as descrições e interpretações apresentadas na seção anterior, neste capítulo realizamos uma análise textual da narrativa seriada a partir das quatro categorias apresentadas por Filho e Nunes (2023), com base em Casetti e Chio (1999):

- **Sujeitos e interações:** Exame dos personagens em cena, incluindo seu tempo de exposição e o ambiente ao seu redor. Uma abordagem adicional de pesquisa direciona-se aos padrões de comportamento e, por último, às suas funções narrativas.
- **Textos verbais:** Análise do conteúdo discursivo quanto às formas verbais, ao estilo de linguagem, às nuances no discurso (irônico, sério, dramático) e aos valores explicitados e implícitos.
- **História:** Presença de uma ou mais narrativas e suas inter-relações; estruturas temporais das histórias; configurações narrativas (histórias complementares, subordinadas, individuais, etc.).
- **Encenação:** Análise de componentes técnicos, como movimento de câmeras, montagem, enquadramentos, efeitos sonoros, paleta de cores, entre outros. Também são passíveis de estudo o controle dos espaços, a intervenção dos diretores, pausas na programação e a estrutura da produção, considerando como o texto é veiculado, por meio da televisão, teatro, rádio, entre outros.



### 3.1 Personagens e interações

Um dos diferenciais da série *Coisa mais linda* é apresentar como protagonistas quatro mulheres com diferentes características físicas e sociais, o que fomenta uma aproximação de grupos diversos de mulheres que passam a se identificar com as personagens.

Segue, abaixo, a Tabela 1, na qual elaboramos um quadro-síntese com a caracterização dos personagens da primeira temporada da narrativa seriada que estabelecemos como objeto de análise desse estudo. Cabe pontuar que, nesta seção, analisaremos os sujeitos, suas interações e seus comportamentos (Casetti e Chio, 1999). Cada personagem tem um conjunto de características e comportamentos que se manterão constantes durante a narrativa ficcional, como Thompson (2003) explica. Caso o personagem faça algo que fuja dessa personalidade, o telespectador deve ficar atento para a explicação que será dada sobre isso.

**Tabela 1-** Caracterização das personagens da primeira temporada da série *Coisa mais linda*

Personagem	Atriz/Ator	Caracterização
Adélia Araújo	Pathy Dejesus	Uma das personagens principais da série. Trabalha como empregada doméstica, é mãe e mora na favela. Será sócia de Maria Luiza no clube Bossa Nova. Apresenta uma questão em relação à paternidade de sua filha.
Antônio Ferreira (Capitão)	Ícaro Silva	Músico, retorna antes da turnê, mora na favela. Tem um relacionamento mal resolvido com Adélia. Pensa ser pai de Conceição, filha de Adélia. É amigo de Chico.
Augusto Soares	Gustavo Vaz	Político, marido de Lígia, irmão de Nelson, é de família rica. Apresenta pensamentos e atitudes machistas.
Francisco Carvalho (Chico)	Leandro Lima	Músico pioneiro da Bossa Nova. É agenciado por Roberto. Desenvolverá um relacionamento com Maria Luiza.
Ivone Araújo	Larissa Nunes	Irmã de Adélia. Ajuda no cuidado da sobrinha e sonha em ser cantora.
Lígia Soares	Fernanda Vasconcellos	É amiga de infância de Maria Luiza. É paulista, mas mudou-se para o Rio de Janeiro com o marido abusivo,

		Augusto. Sonha em ser uma grande cantora e se apresenta escondida. Pede o divórcio e encerra seu casamento.
Maria Luíza Carone (Malu)	Maria Casadevall	Maria Luiza é a protagonista, paulista, mãe, filha de fazendeiro e vem para o Rio de Janeiro para encontrar o marido, porém vive uma grande decepção. Decide ficar na capital e abre um clube de Bossa Nova.
Nelson Soares	Alexandre Cioletti	Arquiteto, irmão de Augusto, casado com Thereza, com quem mantém um relacionamento aberto. É o pai da filha de Adélia, fruto de um relacionamento que tiveram quando ela trabalhou como empregada doméstica de sua casa.
Roberto	Gustavo Machado	Dono de uma gravadora, é o empresário de Chico e tem interesse afetivo por Malu, criando uma disputa com o músico.
Thereza Soares	Mel Lisboa	Jornalista, morou em Paris, é casada com Nelson, cunhada de Lúcia e torna-se amiga de Maria Luiza. Enfrenta o machismo do mercado de trabalho e vive um relacionamento com uma jornalista da redação.

**Fonte:** Elaborada pela autora com base nos dados da Netflix (2023).

A protagonista da série é Maria Luiza, que vive uma vida de luxo em São Paulo na casa de seu pai, que é fazendeiro. Ela vem para o Rio de Janeiro para encontrar o marido, que há algum tempo está na capital do país a negócios. Ela aparenta ter por volta de 30 anos, assim como as outras três personagens femininas em cujo redor a trama se desenvolve: Adélia, Lúcia e Thereza. Apesar da educação formal que recebeu, fica evidente que a personagem tem espírito disruptivo e, diante das situações que vão se apresentando, se reinventa para conseguir o que quer. É destemida e bem-humorada. É amiga desde a infância de Lúcia, porém nos últimos tempos estavam afastadas. Conhece Adélia quando esta a salva do incêndio em seu apartamento, e elas se tornam parceiras e sócias. Essa amizade evidencia as questões das vivências de uma mulher branca e uma mulher negra na sociedade dos anos 1950 no Rio de Janeiro. Assim que conhece Thereza, cria uma afeição por ela imediatamente: as duas se conectam pelo jeito ousado de viver a vida. Apesar das insinuações de Roberto, o que provoca os ciúmes de Chico, Malu acaba se envolvendo com o músico da Bossa Nova. Eles são carinhosos entre si, ela apoia sua carreira internacional – mesmo que isso signifique ficar longe dela –, porém a falta de comprometimento a questão com a bebida alcoólica de Chico são fatores que deixam o seu relacionamento conturbado.

A personagem Adélia tem grande destaque na série, com um tempo de tela significativo, assim como a Maria Luiza. Adélia é uma mulher negra, mora na favela, trabalha como empregada doméstica e sofre diversas situações de racismo por parte da patroa, que reforça preconceitos e estereótipos em sua fala. Adélia tem uma irmã mais nova, Ivone, e uma filha, chamada Conceição, cuja paternidade Capitão assume. Ela é discreta, muito determinada e apresenta um comportamento inclinado à ação. Tem romance antigo com Capitão, porém ainda se sente confusa em relação a casar com ele. Além de cuidar de Conceição, sua irmã aparenta ser um pouco imatura. No passado, teve um relacionamento com Nelson, quando trabalhava na casa de seus pais, o que reforça um passado escravagista recente que ainda deixa marcas na sociedade. Ao se encontrarem, a paixão deixada no passado reacende, e ele deseja conhecer a filha, além de estar disposto a se separar de Thereza para ficar com Adélia. Capitão é o casamento correto, por apresentar estabilidade e proximidade com sua realidade. Nelson representa o casamento impulsivo, o amor que está disposto a quebrar qualquer barreira.

Lígia viveu uma juventude de classe média em São Paulo, sempre gostou de cantar e tinha talento para isso. Ao se casar com Augusto, se mudou para o Rio de Janeiro, que era a capital do país na época, onde se desenvolvia a cena política. Tem uma boa condição financeira, o que percebemos pelas roupas que veste, pela decoração de seu apartamento e pelas constantes viagens entre Rio de Janeiro e São Paulo que faz para comparecer a festas, visitar a família e até se apresentar em um *nightclub* cantando vestida com um disfarce para não ser reconhecida. Não era bem-visto pela sociedade ser cantora, o que era contraditório com sua origem e status social. Lígia demora a entender que Adélia é amiga e sócia de Malu e, em algumas situações, a trata como se fosse empregada. Visto de fora, seu relacionamento é o ideal, porém, no cotidiano, é bem diferente: sofre violência física e sexual do marido. Insiste e perdoa o comportamento dele durante um tempo e só decide se divorciar quando, na noite de inauguração, ele a agride na frente de Malu, e as outras amigas tomam conhecimento. Descobre que está grávida de Augusto, mas não conta para ele e decide fazer um aborto, pois ter um bebê naquele contexto impediria sua carreira profissional como cantora. Thereza, sua cunhada, é a amiga mais envolvida com as pautas do feminismo e do empoderamento feminino, mas não consegue acompanhar Lígia nessa decisão, pois esse é um assunto delicado para ela, que teve um filho natimorto, sendo uma grande tristeza em sua vida. É Malu que acompanha

Lígia na clínica para realizar a cirurgia e apoia a amiga. Divorciada, se dedica à carreira musical e conhece um saxofonista americano que está de passagem pela América Latina e se encanta com o talento de Chico e de Lígia. Ela e o músico estrangeiro acabam se relacionando, e ele a convida para uma turnê internacional. Sua ex-sogra investiga, descobre o aborto e conta para o filho, que vai atrás de Lígia. Ele atira em Malu, por ser a amiga que, em sua visão, a desviou do caminho de boa esposa, e na sequência atira e mata Lígia, interrompendo sua vida e seu sonho.

Thereza é a amiga mais moderna do grupo, com comportamentos de vanguarda para a sociedade da época, algo que é justificado pelo tempo que morou em Paris, conheceu e viveu a elite cultural da cidade. É jornalista e trabalha na redação de uma revista feminina, na qual é a única mulher escrevendo. Ela muda essa realidade e contrata mais uma, com quem desenvolve um caso amoroso. Thereza e o marido Nelson aparentam ter um casamento aberto. Têm um diálogo franco, dividem tarefas e parecem ter uma relação bem igualitária, diferente da de Lígia com o marido – cunhado de Thereza –, que nitidamente apresenta um nível hierárquico de superioridade do homem e de inferioridade da mulher, que cuida da casa e provém tudo para o marido. A questão da maternidade é uma pauta sensível para ela, pois, no passado, ficou grávida de Nelson, porém o bebê nasceu morto. Ao descobrir que Nelson é pai da filha de Adélia e que já tiveram um relacionamento anteriormente, fica abalada.

Escolhemos aprofundar a descrição das personagens femininas da série porque o enredo se desenvolve ao redor delas, mas também por entendermos que esta é uma das maiores forças da narrativa: o protagonismo feminino e a pluralidade de vivências de mulheres que inspiram a audiência. Além disso, essa opção permite um debate, aprofundado adiante, sobre a questão da mulher na sociedade no tempo da narrativa e sobre o que continua reverberando ainda hoje no contexto não ficcional.

### **3.2 Textos verbais e História**

Focaremos, nesta seção, nos conteúdos que aparecem com mais frequência e ocupam papel de destaque na série, a partir do direcionamento de Filho e Nunes (2023), com base em Casetti e Chio (1999).

Entendendo cultura como um “modo de ver o mundo, as apreciações de ordem moral e valorativa, os diferentes comportamentos sociais e mesmo as posturas corporais são assim produtos de uma herança cultural, ou seja, resultado da operação de uma determinada cultura” (Laraia, 2007, p. 68), analisamos a série como uma representação de uma época (final da década de 1950) e um lugar (o Brasil e, em destaque, o Rio de Janeiro).

Categorias culturais como classe, status, gênero e princípios estão muito presentes na discussão da narrativa da série *Coisa mais linda*: em especial, a questão da mulher na sociedade brasileira dos anos 1950 – 1960, que, com o processo de urbanização vivido, ingressou no mercado de trabalho, provocando mudanças na estrutura familiar. Simões e Hashimoto (2012, p. 6) explicam: com “autonomia e independência financeira da mulher diante do homem como também acenam para mudanças nos usos, costumes, valores e projetos de família”. A partir do século XX, essas mudanças refletem na sociedade, alterando a configuração tradicional compreendida em torno do papel do pai como provedor da casa e da mãe como dona da casa exclusivamente.

Esta é uma questão que permeia diversos discursos da série, como o primeiro acontecimento motivador da vinda da personagem Maria Luiza para o Rio de Janeiro: ela vem encontrar o marido e apoiar no gerenciamento do restaurante que ela pensa que eles possuem. Depois da reviravolta que acontece, ela decide ficar na cidade, porém, em diversos momentos, é questionada por homens – inclusive seu pai, que lhe exige voltar para sua casa em São Paulo para cuidar do filho, ameaçando-a de perder a sua guarda caso não volte.

Um dos diálogos mais emblemáticos da primeira temporada é quando Malu e Adélia discutem e evidenciam a diferença entre a relação que cada uma desenvolve com a dinâmica de trabalho. Malu deseja trabalhar, ingressar no mercado, em busca de realização pessoal. Adélia, por sua vez, trabalha desde os oito anos de idade por necessidade e sobrevivência. Pinto (2003) explica e evidencia justamente essa questão, pois a maneira como a relação de dominação-exploração da divisão sexual do trabalho se desenvolve é diferente nas interseções entre as hierarquias de gênero, raça, classe e sexualidade. As mulheres negras brasileiras já estavam inseridas no mercado sustentando suas famílias, enquanto o movimento feminista lutava para as mulheres (brancas) ingressarem nele.

Outra questão que se desdobra em decorrência do desenvolvimento das cidades e tem relação com valores explícitos e implícitos na série é a questão da Zona Sul e da favela e como isso é apresentado e representado.

Logo no primeiro episódio, Chico convida Malu para “conhecer o melhor do Rio”: saem do apartamento de Thereza e Nelson, de frente para a praia – provavelmente de Copacabana, na Zona Sul carioca, bairro que, na época, representava o que havia de mais refinado – e sobem o morro para viver uma experiência de prazer e alegria. Da mesma maneira, hoje, no contexto turístico, os estrangeiros, quando visitam o Rio, sobem o Vidigal ou a Rocinha para viverem uma experiência exótica na cidade.

É a favela representada como um lugar romanceado, apenas de visita para satisfação de prazer corriqueiro, quase como um paraíso que a classe média visita em momentos de diversão, mas não se proporia a morar ali de maneira nenhuma.

A organização geográfica das cidades acontece para além da diferença funcional e física de cada região; significados são atribuídos e classificam ou desclassificam uma zona. Os imaginários atrelados perpetuam uma segregação espacial na cidade e geralmente atuam na comparação entre essas regiões.

Feix (2018, p. 11) contextualiza o fenômeno: “O deslocamento demográfico percebido no Rio de Janeiro em direção à Zona Sul, mais especificamente à Copacabana, transforma o bairro em vitrine de uma forma de vida, baseada em transformações modernas e urbanas”.

Obras de infraestrutura, como a abertura do Túnel Velho, em 1892, e a chegada dos bondes, foram fatores determinantes que viabilizaram a expansão e a integração da Zona Sul com o centro da cidade. Essa nova região foi urbanizada pautada nos conceitos de modernidade, propondo um novo estilo de vida em seus prédios à beira-mar, diferentes das habitações do Centro e das casas com quintal do subúrbio. Cardoso (2010, p. 80) explica:

Com a criação e a ocupação do bairro de Copacabana foi possível “inventar” a Zona Sul, topônimo até então não utilizado, e que só surgiria em fins da década de 1920 em Copacabana, e o seu oposto, o “subúrbio”, termo até então utilizado com outro significado, de arredores ou periferia da cidade, que não lhe conferia ainda uma característica de topônimo no Rio de Janeiro.

A Zona Norte/subúrbio passou a concentrar as classes médias e baixas, enquanto a recém-criada Zona Sul, as classes médias e altas. A proximidade com o

mar foi gerando novos hábitos, como frequentar a praia e praticar esportes. Em 1923, foram inaugurados o luxoso Hotel Copacabana Palace e as construções dos novos prédios residenciais ao seu redor. Pouco a pouco, surgiram cinemas, restaurantes, boates e outros empreendimentos na região que reforçaram esta visão de mundo moderno, despojado e jovem. É nesse cenário que a cultura e consumo se relacionam de maneira intensa, como evidencia McCracken (2003, p. 11): “Cultura e consumo têm uma relação sem precedentes no mundo moderno. Nenhuma outra época ou lugar presenciou a entrada desses elementos em uma relação de mutualidade de tamanha intensidade”.

Há uma disputa entre o antigo, que se torna obsoleto, e o novo, que representa a vanguarda e demanda outras novidades para ser satisfatório. O bairro de Copacabana – berço da Bossa Nova e do que viria a configurar a Zona Sul carioca – surgiu acompanhado dos ideais de modernidade, conforto e civilidade em oposição ao adensamento dos cortiços do Centro.

Outra dualidade presente no discurso que permeia o espaço é em relação ao Rio de Janeiro e a São Paulo. Essas dualidades vão sendo reveladas no contraste do imaginário urbano de São Paulo e Rio de Janeiro, em que a capital paulista representa um estilo de vida mais contido, conservador e inclinado para o trabalho, enquanto, em terras cariocas, se vive de maneira mais despojada e livre. É o caso quando a personagem Maria Luiza adota o apelido Malu, mais descontraído e menos formal, ou, ainda, na situação em que ela sai de casa usando chinelos de dedo e no episódio em que, por conta da enchente, muda a decoração do clube – antes estava sóbria como a casa de seus pais.

A cidade do Rio de Janeiro e a Bossa Nova carregam valores e signos atribuídos que se complementam e se fortalecem. O imaginário social construído ao redor do Rio – de uma cidade litorânea, tropical, despojada e elegante – carrega muitos dos traços da essência da Bossa Nova, como a inovação, a simplicidade, a sofisticação e uma brisa praiana. Foi no Rio de Janeiro que a Bossa Nova surgiu e ganhou o mundo.

Podemos entender a música como um produto que é desenvolvido e comercializado, ou seja, um objeto-signo de Baudrillard (1969). O conceito define que não é a utilidade do objeto que motiva o consumo, mas sim os signos, as conotações que carrega e o que o diferencia de outros objetos. Extrapolando essa noção, as cidades também podem ser entendidas como um objeto-signo, pois

carregam sentido e recebem investimentos publicitários e capitalistas, tornando-as “arenas de consumo e espetáculo” (Jaguaribe, 2011), identificáveis no imaginário global.

Segundo Jaguaribe (2001), a cidade-capital, que representava o “coração do Brasil”, é capturada em cartões postais e exaltada como o “berço do samba” e epicentro da cultura nacional. O Rio de Janeiro proporcionava encantos tropicais em meio à modernidade modernista.

Há também um ritual importante que explicita a manipulação do significado cultural. Em um certo episódio, a personagem Malu, que chega ao Rio de Janeiro casada, com um belo anel no dedo, ao se ver traída e sem apoio financeiro do pai, decide vender esse anel para garantir sua independência financeira e concretizar seu sonho de ter o clube de bossa nova.

Acontece um ritual de desapropriação: Malu se prepara para vender o anel, esvaziando o significado que ele carrega inicialmente. McCracken (2007) explica que “os bens devem ser esvaziados de significado antes de serem passados adiante, e esvaziados de significado ao serem assumidos” (p. 110). Ou seja, trata-se do “reconhecimento implícito da qualidade móvel do significado com o qual os bens estão investidos”. (p. 110). O significado do mundo culturalmente constituído passa para os bens, e os rituais transportam o significado dos bens para o consumidor.

Neste subcapítulo, analisamos alguns discursos que carregam valores explícitos e implícitos (Casetti e Chio, 1999) sobre as temáticas centrais deste estudo, como a questão da mulher e dos comportamentos.

### **3.3 Encenação**

A série *Coisa mais linda* estreou em março de 2019 e é ambientada no Rio de Janeiro no final dos anos 1950 e início dos anos 1960. A trama segue a história de quatro personagens que compartilham os desafios impostos às mulheres da época – muitos perduram até hoje: tabus quanto à sua participação no mercado de trabalho, tensões entre a realização pessoal e a dedicação à família, violência doméstica, estupro no casamento e sexismo no trabalho, entre outros.



Nesta pesquisa, estabelecemos como foco a primeira temporada da série, composta por sete episódios, cujas sinopses foram sistematizadas na Tabela 2, elaborada com base nas informações apresentadas no site da Netflix<sup>23</sup> (2023).

**Tabela 1** - Sinopse dos episódios da primeira temporada da série *Coisa mais linda*

Episódio	Título	Tempo	Sinopse (Netflix)
1.	Bem-vinda ao Rio	56 min	Depois que o marido desaparece, Maria Luiza se sente perdida e sozinha. Até que a cidade do Rio e o seu amor pela música a inspiram a recomeçar.
2.	Garotas não são bem-vindas	46 min	Maria Luiza faz uma proposta a Adélia. Lígia redescobre sua paixão pelo canto. Thereza tenta convencer seu chefe a contratar uma segunda redatora.
3.	Águas de agosto	43 min	A dívida de Pedro coloca sua esposa em apuros com um credor suspeito. Adélia tem uma conversa com Cap sobre Conceição. Malu se aproxima de Chico.
4.	As sonhadoras	40 min	Uma conversa com a mãe inspira Malu a não desistir do clube e a pedir perdão a Adélia. Thereza e Helô são advertidas no trabalho.
5.	Consequências	48 min	Na abertura do clube, as palhaçadas de Chico ameaçam estragar a noite, e Nelson se aproxima de Adélia. No dia seguinte, Malu lê uma crítica sobre o clube.
6.	Desapego	43 min	Adélia fala a verdade para Nelson. Lígia tem uma notícia surpreendente. Malu recebe um telefonema preocupante de sua mãe. Thereza começa um trabalho como editora-chefe.
7.	Fantasmas do Natal passado	34 min	Coisa Mais Linda comemora o ano novo com um convidado famoso. Nelson implora por um favor de Adélia. Lígia e Chico recebem uma oportunidade emocionante.

**Fonte:** Elaborada pela autora com base nos dados da Netflix (2023).

As narrativas ficcionais costumam seguir uma estrutura com três seções, começo, meio e fim: ou seja, o momento quando o público é apresentado à problemática da vida do personagem; na sequência, os desenvolvimentos e evoluções; e, por fim, a resolução das questões apresentadas no início (Thompson, 2003).

<sup>23</sup> Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80208298>

A trama central da série se desenvolve ao redor da vinda de Maria Luiza para o Rio de Janeiro e da decepção que isso acarreta. Nessa jornada, ela se aproxima novamente da melhor amiga do passado e encontra outras parceiras que carregam histórias e camadas distintas. Além das descobertas e vivências em uma nova cidade – a capital do país, no momento em que a ficção se passa – e do desejo de mudança de vida, surge a vontade de criar um clube de Bossa Nova no local onde teoricamente o seu marido iria construir um restaurante.

A história da personagem Adélia carrega a questão da paternidade de sua filha e o desafio de sair de seu emprego como empregada doméstica para assumir uma nova empreitada como sócia do clube Coisa Mais Linda.

Há também a narrativa de Lígia, com as frustrações de não seguir a trajetória que almeja para sua vida e a tristeza de um casamento que não era o que ela sonhava. Ser casada com um marido agressivo e abusivo é uma das histórias que irão permear toda a temporada e culminar na lamentável cena do término e de seu assassinato por Augusto.

Existe, também, a história da tensão no casamento de Thereza e Nelson, pela questão da paternidade de Conceição (filha de Adélia), e essa reconciliação tardia entre Nelson e Adélia.

Além das tramas apresentadas acima, outro ponto de análise nesta seção é em relação à temporalidade (Mungioli, 2017; Eco, 1997; Mittel, 2015). O tempo da narrativa é 1959: logo nos primeiros minutos do primeiro episódio, somos informados disso por meio de uma legenda no canto direito da tela. No último episódio, vemos um painel de festa em comemoração ao ano que irá chegar (1960), e podemos confirmar o tempo cronológico que se passou dentro da história.

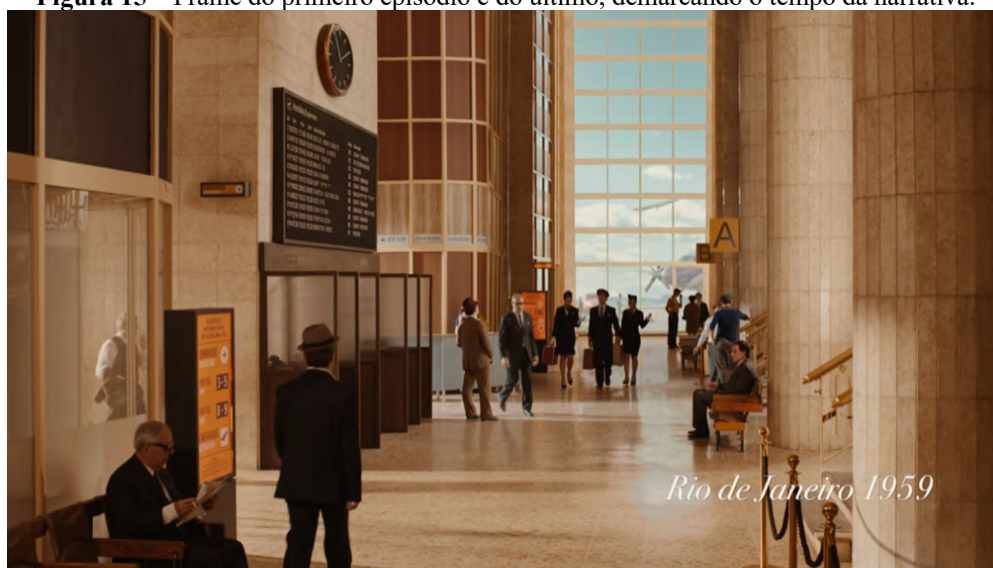
Há o tempo de discurso, que contém elipses, *flashbacks* e *flashforwards*<sup>24</sup>, por exemplo (Mungioli, 2017). Em *Coisa mais linda*, há uma elipse, logo na abertura, em que vemos uma cena de que ainda não temos todas as informações para ser totalmente compreendida, o que nos instiga a ver os episódios seguintes. Existem apenas dois *flashbacks*, que acontecem dez anos antes, quando Malu e Lígia ainda eram adolescentes e já ansiavam por uma vida diferente da que viviam

---

<sup>24</sup> Elipses são intervalos de tempo entre dois acontecimentos da narrativa em que não sabemos exatamente quanto tempo se passou entre eles. *Flashback* é quando algo que aconteceu no passado é resgatado, interrompendo a sequência cronológica. *Flashforward* é o contrário do anterior: ou seja, é apresentado algo que ainda será mostrado na narrativa no futuro.

na casa de seus pais: em um, pegam o carro do pai de Malu escondidas para irem ao show de Dick Farney e, no outro, vestidas de uniforme do colégio, cantam uma marchinha de Carnaval, reforçando a sua paixão por música. A temporalidade, em *Coisa mais linda*, é bem linear e não apresenta tantas variações como vemos em outras narrativas contemporâneas serializadas. Já o tempo de narração – ou seja, o tempo de duração de cada episódio – varia entre 34 e 56 minutos, correspondendo à duração da maioria das séries criadas pela Netflix.

**Figura 15** – Frame do primeiro episódio e do último, demarcando o tempo da narrativa.



Fonte: Netflix

A quantidade de narrativas presentes na primeira temporada da série não é extensa, e o espectador consegue assimilar individualmente cada uma delas, não sendo necessários movimentos para explicar algo que aconteceu ou relembrar algum acontecimento, como acontece em outras séries.

### 3.4 Produção

Nesta última categoria da metodologia da análise textual, discutiremos os recursos técnicos utilizados na série, como efeitos sonoros, cores, movimentos de câmera e enquadramento. Além da estrutura da produção, observaremos como ela é transmitida (Casetti e Chio, 1999).

A primeira temporada da série foi lançada em 2019 pela Netflix. A plataforma de *streaming* norte-americana é conhecida por oferecer filmes, documentários e séries, sendo reconhecida como principal protagonista desse serviço, conforme destacado por Oliveira (2020).

A Netflix foi criada em 1997, começou como uma empresa de aluguel e venda de fitas e DVDs e, dez anos depois, tornou-se uma plataforma online. Foi em 2010 que se transformou em um streaming e passou a disponibilizar um catálogo de séries e filmes. Três anos depois, a empresa começou a criar conteúdo próprio, com a série *House of Cards* (Castellano e Meimaridis, 2016).

Como de costume, a plataforma lançou todos os episódios de *Coisa mais linda* de uma só vez, estimulando os espectadores a maratonar a série. Esse modelo fez com que a discussão sobre *Coisa mais linda* tivesse um pico quando foi lançada no início do ano em 2019 e, poucas semanas depois, o debate já havia ficado morno, tendo sido atropelado pelos outros lançamentos da Netflix. Quando a segunda temporada foi confirmada, reacendeu a animação do público. Porém cabe refletir que outros streamings, como a HBO e o Amazon Prime, em suas séries autorais, lançam cada episódio uma vez por semana, sempre no mesmo horário, “impondo a necessidade de o público acompanhar toda semana um capítulo para acompanhar as reviravoltas do enredo” (Starling, 2006, p. 25), o que abre espaço para elaboração e compartilhamento entre um episódio e outro, como Buonanno (2019) explica.

Para além dessas questões, no âmbito do enquadramento e dos planos, a série não apresenta nenhum recurso especial ou muito marcante: as filmagens são feitas de uma maneira que transmite uma sensação de como se estivéssemos realmente vivendo aquele cotidiano e não buscam causar um estranhamento ou algum tipo de impacto. A cor das cenas tem um tom mais amarelado, quase dourado, que traz uma sensação de calor, aconchego, otimismo e glamour. A direção de arte

e o figurino são um ponto de destaque para a construção da narrativa, além de representarem o período com veracidade em relação aos modos de vestir e à ambiência dos cenários. A parte estética transmite um refinamento impressionante. Em relação aos efeitos sonoros, predomina o uso de músicas na trilha sonora, com composições próprias para a série e outras do repertório nacional e internacional.

Portanto, neste capítulo, por meio da metodologia da Análise Textual, percebemos como as representações desenvolvidas pela narrativa audiovisual expressam o espírito de um tempo e a sua relação com o presente.

## 4. Considerações finais

Esta dissertação buscou analisar como a primeira temporada da narrativa contemporânea serializada *Coisa mais linda* representa os anos dourados no Brasil. A pertinência da pesquisa está no fato de a obra de ficção construir imaginários e representações acerca de uma realidade, criando idealizações e significados.

Como discutimos, as narrativas ficcionais tensionam os limites do mundo vivenciado e diegético, tornando locais, eventos e acontecimentos mais imponentes do que foram na realidade (Araújo e Souza, 2020). Esse efeito é um objetivo por vezes desejado pelas séries, apresentando pontos de contato próximos à realidade, porém acrescentando uma nova narrativa, com outras camadas e personagens ficcionais (Giacomini, 2016). Os recursos de encenação utilizados no audiovisual, como movimento de câmera, cores, efeitos sonoros e figurino também compõem e contribuem para a produção de significados e emissão de sentidos (Filho e Nunes, 2023).

Para analisarmos e discutirmos a representação do Rio de Janeiro e da Bossa Nova na série, contextualizamos o período dos anos JK (1956 – 1961) no aspecto da economia e política e, especialmente, no âmbito da cultura e do comportamento: ou seja, os valores da época, o que fica mais evidente na série. Foi um período efervescente nas áreas culturais criativas, como na arquitetura, no design, no cinema, no teatro, na literatura, nas artes visuais, na moda, na televisão e na música, como apresentamos.

Para além dos elementos estéticos, como figurino e direção de arte, diversos hábitos do final dos anos 1950 e início de 1960 são retratados e contextualizados em *Coisa mais linda*, como a entrada das mulheres de classe média no mercado de trabalho, o costume de ir à praia – que foi amplamente incorporada como um lugar de socialização – e de ouvir Bossa Nova, a importação de objetos e hábitos de consumo americanos, como o cigarro, e o uso das lambretas, apenas para ilustrar alguns que apresentamos. Por meio da relação entre o consumo e o imaginário do Rio de Janeiro, foi possível perceber como acontecimentos históricos do período em análise foram decisivos para perpetuar os códigos que hoje são associados à brasilidade.

Além disso, a narrativa também coloca em foco questões que estão em ênfase no debate atual – como o protagonismo feminino, a equidade racial e a violência doméstica –, o que cria um vínculo com os espectadores. Portanto, o passado é elemento estratégico para o desenvolvimento de lembranças e para a abordagem de temas que dialogam com o contexto contemporâneo de recepção.

Os estudos das narrativas contemporâneas serializadas foram centrais para trazer uma análise mais profunda sobre a plataforma Netflix, que produziu e transmite a série analisada, assim como para discutir as novas possibilidades de consumo e espectadorialidade (Mungioli, 2017; Buonanno, 2019; Castellano e Meimaridis, 2016).

Escolher o seriado para discutir os anos dourados no Brasil permitiu realizar uma contextualização e entender as conjunturas que culminaram nesse período emblemático da história, assim como mapear seus questionamentos e lembranças, além de tematizar as narrativas audiovisuais, que nos são de grande interesse.

O caminho apresentado por meio da proposta analítica de Everardo Rocha (1995), ao discutir a perspectiva de interação entre a comunicação de massa e a indústria cultural, delineou o caminho para a descrição e a interpretação da série. A metodologia da análise textual da narrativa seriada – a partir das quatro categorias apresentadas por Filho e Nunes (2023), com base em Casetti e Chio (1999) – foi ferramenta para discussão, pois perpassa os pontos centrais de uma narrativa audiovisual.

Portanto, como Rocha (1995, p. 29) explica: “os Meios de Comunicação traduzem nossa experiência de ser no mundo, ao reproduzir esta espécie de vida em paralelo que nos envolve a todos e a cada um, nosso tempo e lugar”.

Durante as pesquisas para a elaboração desta dissertação, iniciou-se uma estimulante investigação de temas de nosso interesse, que desejamos desenvolver em estudos futuros, como a cultura jovem, as narrativas publicitárias das marcas de moda cariocas que surgiram nos anos 1960 e o modo como elas se relacionam com os aspectos culturais da cidade do Rio de Janeiro. Ou seja, as interseções entre aspectos visuais do consumo e da moda e os movimentos culturais são maneiras de materializar o imaginário e traduzir os hábitos de consumo de uma época. Continuaremos nos aprofundando na interlocução entre comunicação, cultura e consumo.

## 5. Referências

ACIOLI, Paula. A culpa é do Rio!: A cidade que inventou a moda do Brasil / 1. Ed. – Rio de Janeiro : Senac Rio, 2019.

ARAÚJO, J. E. S.; SOUZA, M. C. J. A construção de mundos na ficção televisiva e a questão do realismo: o caso de The Wire. **RuMoRes**, v. 14, n. 28, p. 126-148, 2020. DOI: 10.11606/issn.1982-677X.rum.2020.174429. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/174429>. Acesso em: 01 dez. 2023.

AUCAR, Bruna; ROCHA, Everardo; MARIANO, Mariana. Café Society Carioca: glamour e distinção nas colunas sociais do Rio de Janeiro (1940-1960). In: **E-Compós**. 2023.

BAHIA, C. L. M. JK: política, arte e arquitetura - uma experiência modernista. **Cadernos de Arquitetura e Urbanismo**, Belo Horizonte, v. 11, n. 12, p. 119-137, dez. 2004

BARTHES, R. **O óbvio e o obtuso**: ensaios sobre fotografia, cinema, teatro e música. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BAUDRILLARD, J. A moral dos objetos: Função-signo e lógica de classe. In: ROCHA, E. et al. **Comunicação e consumo**: estudos fundamentais para uma perspectiva cultural. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2023, p. 143-153.

\_\_\_\_\_. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995 [1970].

BORDIEU, P. **A distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp / Porto Alegre: Zouk, 2007.

BRAGA, A. **Corpo-verão**: jornalismo e discurso na imprensa feminina. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2016.

BRANDÃO, V. C.; DA ROCHA, C. A. M. O desenvolvimento industrial brasileiro no governo JK e seus impactos sociais. **INFORME ECONÔMICO** (UFPI), v. 36, n. 1, 2016.



BUONANNO, M. Serialidade: continuidade e ruptura no ambiente midiático e cultural contemporâneo. **MATRIZES**, v. 13, n. 3, p. 37-58, 2019.

CABRAL, T. D. D.; ROCHA, E.; CORBO, W. A. **Mulheres modernas**: as representações do feminino nos anúncios da revista O Cruzeiro (1950 – 1964). Rio de Janeiro, 2019. 119p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação Social. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

CAMPOS, M. A. F. **A política econômica do governo Kubitschek (1956-1961): o discurso em ação**. Dissertação (Mestrado em Economia). Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, p. 224, 2007.

CARDOSO, E. D. Estrutura urbana e representações: a invenção da Zona Sul e a construção de um novo processo de segregação espacial no Rio de Janeiro nas primeiras décadas do século XX. **GeoTextos**, v. 6, n. 1, p. 73-88, jul. 2010.

CARDOSO, M. L. **Ideologia do desenvolvimento, Brasil : JK - JQ**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978. 459p. (Estudos brasileiros ; v.14).

CASETTI, F.; CHIO, F. **Análisis de la televisión**. Barcelona: Paidós, 1999.

CASTELLANO, M.; MEIMARIDIS, M. 2016. Netflix, discursos de distinção e os novos modelos de produção televisiva. **Contemporanea-Revista de Comunicação e Cultura**, v. 14, n. 2, p. 193-209. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/16398>

CASTRO, R. **Chega de saudade**: A história e as histórias da Bossa Nova. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

\_\_\_\_\_. **Ela é carioca**: Uma enciclopédia de Ipanema. São Paulo: Companhia das Letras, 2021.

\_\_\_\_\_. **Metrópole à beira-mar**: O Rio moderno dos anos 20. São Paulo: Companhia das Letras, 2019

DAMATTA, R. **Carnavais, malandros e heróis**: para uma sociologia do dilema brasileiro. 6ª ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DE MORAIS JUNIOR, Luís Carlos. **O sol nasceu para todos: a história secreta do samba**. Litteris Editora, 2019

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2013 [1979].

ECO, U. **Lector in fabula: a cooperação interpretativa nos textos narrativos**. 2ª. Ed. São Paulo: Perspectiva, 2008.

ESCRITÓRIO CENTRAL DE ARRECADAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO (ECAD). **Dia Mundial da Voz: “Garota de Ipanema” mantém a liderança das músicas brasileiras mais gravadas**. Rio de Janeiro, ECAD, 16 abr. 2023.

FARIAS, M. V. R. **Ovo-dilacerado: Grupo Gutai, Grupo Frente, Grupo Ruptura e as vanguardas artísticas nos anos 1950-1960**. Monografia de Especialização (Especialização em Arte: Crítica e Curadoria) – Faculdade de Filosofia, Comunicação, Letras e Artes da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017.

FEIX, I. C.; ROCHA, E. P. G. **Memória, lazer e consumo: a Copacabana imaginada dos anos dourados**. Rio de Janeiro, 2018. 142p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

FERREIRA, C. O. Uma breve história do teatro brasileiro moderno. **Revista Nuestra América**, n. 5, p. 131–143, 2008.

FERREIRA, S. C. N. C. **Assim era a música da Atlântida: a trilha musical do cinema popular brasileiro no exemplo da Companhia Atlântida Cinematográfica 1942/1962**. Campinas, 2010. 291p. Dissertação de Mestrado em Música do Instituto de Artes da UNICAMP.

FILHO, F. F. L.; NUNES, L. S. Análise cultural-midiática e análise textual: a construção de um caminho ideológico para investigações audiovisuais. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. ISSN 1808-2599, v. 26, jan–dez, publicação contínua, 2023, p. 1–18. doi.org/10.30962/ec.2820, 2023.

FLÉCHET, Anaïs. Um mito exótico? A recepção crítica de Orfeu Negro de Marcel Camus (1959-2008). **Significação: revista de cultura audiovisual**, v. 36, n. 32, jul.-

dez. 2009, p. 43-62. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=609766006003>. Acesso em: 5 dez. 2023.

GALERANI, Kleber Antonio. **Política Externa do governo Juscelino Kubitschek: a Operação Pan-Americana**. Revista *Interação*, v. 1, n. 1, p. 104-113, 2010.

GAVA, J. E. **Momento Bossa Nova: arte, cultura e representação sob os olhares da revista O Cruzeiro**. Assis: FACULDADE DE CIÊNCIAS E LETRAS DE ASSIS, 2003.

\_\_\_\_\_. 1960: ano em que até o design gráfico foi bossa nova. **Agitprop – revista de propaganda e design**, v. 2, n. 19, 2009. Disponível em: [http://web.archive.org/web/20160327111509/http://www.agitprop.com.br/index.cfm?pag=ensaios\\_det&id=48&titulo=](http://web.archive.org/web/20160327111509/http://www.agitprop.com.br/index.cfm?pag=ensaios_det&id=48&titulo=).

GIACOMINI, J. Do que as séries americanas são sintoma? **Rizoma**, n. 4, 2016, p. 224-226.

GIAMBIAGI, F.; VILLELA, A. A.; CASTRO, L.; HERMANN, J. **Economia brasileira contemporânea**. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2011.

GOFFMAN, E. **Gender Advertisements**. New York: Harper & Row, 2019.

IMPrensa MAHON. Saiba como é trabalhar para a Netflix com o criador de “Coisa Mais Linda”. **Imprensa Mahon**, 18 jun. 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3tVvhKh5Tcs&t=400s>.

JAGUARIBE, B. Imaginando a “Cidade maravilhosa”: modernidade, espetáculo e espaços urbanos. **Revista FAMECOS**, v. 18, n. 2, p. 327-347, 2011. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/9054>. Acesso em: 11 out. 2021.

\_\_\_\_\_. **Mapa do Maravilhoso do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Sextante Artes, 2001.

\_\_\_\_\_. **Rio de Janeiro: Urban Life Through the Eyes of the City**. Londres: Routledge, 2014.

LAFER, C. **JK e o Programa de Metas (1956-1961):** processo de planejamento e sistema político no Brasil. Trad. Maria Victoria Benevides. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

LARAIA, R. B. **Cultura:** um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

LIMA, M. C. A. Anos 1950/1960: sonhos de autonomia. **ALCEU**, v. 8, n. 15, p. 95-104, jul./dez. 2007. Disponível em: [http://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/Alceu\\_n15\\_Lima.pdf](http://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/Alceu_n15_Lima.pdf). Acesso em: 5 dez. 2023

LOPES, N.; SIMAS, L. A. **Dicionário da história social do samba.** 10. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2023.

LOTUFO, F. R. Processo Criativo de Flávio de Carvalho para sua experiência nº 3. Campinas: **II ENCONTRO DE HISTÓRIA DA ARTE – IFCH / UNICAMP**, 2006.

MARANGONI, G. B. **Vivendo de música na era online.** Tecnologias digitais e a música profissional. Rio de Janeiro, 2021. 223 p. Tese de Doutorado – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

MARIANO, M. C. **Luxo, consumo e cidade:** o VillageMall e as mulheres da Barra da Tijuca. Rio de Janeiro, 2021. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Orientador: Everardo Pereira Guimarães Rocha; co-orientador: Bruna Sant’Ana Aucar

MARX, K. A relação geral entre produção, distribuição, troca e consumo. In: ROCHA, E. et al. **Comunicação e consumo:** estudos fundamentais para uma respectivava cultural. Rio de Janeiro: Editora PUC – Rio, 2023, p. 27-37.

McCRACKEN, G. **Cultura e consumo:** novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

\_\_\_\_\_. Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. **RAE (Revista de Administração de Empresas FGV)**, v. 47, n. 1, p. 99-115, 2007.

MELLO, Z. H.; SEVERIANO, J. **A canção no tempo**. 85 anos de músicas brasileiras. Vol. 1: 1901 - 1957. São Paulo: Editora 34, 2015 (7ª edição).

\_\_\_\_\_. **A canção no tempo**. 85 anos de músicas brasileiras. Vol. 2: 1958 – 1985. São Paulo: Editora 34, 2015 (6ª edição).

MITTELL, J. Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea. **Matrizes**, v. 5, n. 2, p. 29-52, jan.-jun. 2012.

MOUTINHO, L. Diferenças e desigualdades negociadas: raça, sexualidade e gênero em produções acadêmicas recentes. **Cadernos Pagu** [online], n. 42, p. 201-248, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0104-8333201400420201>. Acesso em: 28 jun. 2022.

MÜLLER, J.; PEREIRA C. S. **Os filhos da revolução, o futuro da nação**: um estudo sobre comunicação, música, juventudes e trocas geracionais no Rock in Rio. Rio de Janeiro, 2018. 144 p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

MUNGIOLI, M. C. P. Poética das Séries de Televisão: elementos para conceituação e análise. In: 40o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba. **Anais...** Curitiba: 2017.  
Disponível em:  
<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2621-1.pdf>

NAVES, S. C. **Da Bossa Nova à Tropicália**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

NOVAIS, F. A.; SCHWARCZ, L. M. (orgs). **História da vida privada no Brasil**: contrastes da intimidade contemporânea. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2023.

O'DONNELL, J. **A invenção de Copacabana**: Culturas urbanas e estilos de vida no Rio de Janeiro (1890 – 1940). Rio de Janeiro: Zahar: 2013.

OLIVEIRA, G. B.; MONTEIRO, K. L. Política externa de Juscelino Kubitschek: a narrativa do Itamaraty para a operação panamericana. **RIC - Relações Internacionais**, v. 7, n. 13, p. 85-111, 2020.

OLIVEIRA, P. B. **Plataformas streaming e as reconfigurações no modo de assistir tv: o caso Netflix**. 2020. 109 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Linguagens) - Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2020.

PACCE, L. O biquíni Made in Brazil. **Arte Ensaio**; 1ª edição, 2016

PEREIRA, C.; SICILIANO, T.; ROCHA, E. “Consumo de experiência” e “experiência de consumo”: uma discussão conceitual. **Cotidiano e Experiência**, v. 22, n. 2, 2015.

PINTO, C. R. J. **Uma história do feminismo no Brasil**. 2003.

RIBEIRO, D. **O que é lugar de fala**. São Paulo: Polén, 2019.

ROCHA, E. Culpa e prazer: imagens do consumo na cultura de massa. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 2, n. 3, 2005, p. 123-138.

\_\_\_\_\_. **Magia e capitalismo**: um estudo antropológico da publicidade. São Paulo: Brasiliense, 2010.

\_\_\_\_\_. **A sociedade do sonho**: Comunicação, Cultura e Consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 1995, 5ª edição, 2012.

\_\_\_\_\_.; AUCAR, B. Fantástico, o show da vida: televisão, convergência e consumo. **ALCEU**, v. 11, n. 22, p. 43-60, jan./jun. 2011.

ROCHA, E. et al. (orgs.) **Comunicação e Consumo, estudos fundamentais para uma perspectiva cultural**. Rio de Janeiro: Ed. PUC; Rio; São Paulo: Edições Loyola, 2023

RUFINO, C.; ROCHA, E. P. G. **As garotas do Alceu**: jornalismo de moda e consumo feminino no Brasil (1938 – 1964). Rio de Janeiro, 2017. 109p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

SAFFIOTI, Heleieth. **Gênero, patriarcado, violência**. Ministério Público do Estado da Bahia, 2004.

SANTOS, J. **Feliz 1958**: o ano que não devia terminar. 3ª ed. Rio de Janeiro: Record, 1998.

SARMENTO, L. ***Ticket to ride***: as tensões entre contracultura e consumo nas letras dos Beatles. Rio de Janeiro, 2006. 145p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

SILVA, A. R. Z. A representação mítica de Juscelino Kubitschek em “Os anos JK” de Silvio Tendler. **Temporalidades**, v. 12, n. 3, p. 163-174, 2020.

SILVA, M. V. B. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. **Galaxia** (São Paulo. Online), n. 27, p. 241-252, 2014.

SIMMEL, G. Moda. In: ROCHA, E. et al. (Orgs.). **Comunicação e consumo**. São Paulo: Loyola; Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2023. p. 55-73.

SIMÕES, F. I. W.; HASHIMOTO, F. Mulher, mercado de trabalho e as configurações familiares do século XX. **Vozes dos Vales**, v. 1, n. 2, p. 1-25, 2012. Disponível em: [http://site.ufvjm.edu.br/revistamultidisciplinar/files/2011/09/Mulher-mercado-de-trabalho-e-as-configura%C3%A7%C3%B5es-familiares-do-s%C3%A9culo-XX\\_fatima.pdf](http://site.ufvjm.edu.br/revistamultidisciplinar/files/2011/09/Mulher-mercado-de-trabalho-e-as-configura%C3%A7%C3%B5es-familiares-do-s%C3%A9culo-XX_fatima.pdf). Acesso em: 15 nov. 2023

SPECHT, D.; MARIN, M. H.; DOS SANTOS, P. F. Bens duráveis: a industrialização brasileira no período Juscelino Kubitschek (1956-1960). **Revista Historiador**, n. 2, 2009.

STARLING, C. **Em tempo real**: Lost, 24 Horas, Sex and the City e o impacto das novas series de TV. São Paulo: Alameda, 2006.

STIERLI, M. Retrospecto e Projeção. In: GOODWIN, P. (Ed.). **Brasil constrói**: arquitetura moderna e antiga. São Paulo: Ikzek, 2008. p. 131-143.

THOMPSON, K. **Storytelling in Film and Television**. Cambridge: Harvard University Press, 2003.

TINHORÃO, J. R. **História social da música popular brasileira**. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2010.

TITSCHER, S.; MAYER, M.; WODAK, R.; VETTER, E. **Methods of text and discourse analysis**. London: Sage, 2002.

TOALDO, M. M. Sob o signo do consumo: status, necessidades e estilos. **Revista Famecos**, v. 4, n. 7, p. 89-97, 1997.