

Sitcoms: novas tendências

Elizabeth Bastos Duarte é professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria; doutora em Semiótica (USP); pós-doutora em Televisão (Universidade de Paris 3); pesquisadora IC: CNPq; coordenadora do grupo de pesquisa: *Processos de significação televisual: gêneros e formatos*; diretora da Coleção *Estudos sobre o audiovisual* (Ed. Sulina).

Email: bebethb@terra.com.br.

Resumo: O trabalho propõe-se a examinar as novas tendências do subgênero *sitcom* no contexto da produção televisual nacional, analisando algumas características recorrentes que esse tipo de emissão vem apresentando, independentemente da vertente e formato escolhidos, tais como (1) o embaralhamento acentuado entre o ficcional e o factual; (2) a recorrência exacerbada à metadiscursividade e à auto-reflexividade; (3) a incidência dessas duas formas de referência sobre o próprio embaralhamento.

Palavras-chave: sitcoms – autoreflexividade – embaralhamento.

Resumen: El trabajo tiene por finalidad examinar las nuevas tendencias del subgénero *sitcom* en el contexto de producción televisual nacional, analizando algunas características recurrentes que ese tipo de emisión viene presentando, independientemente de la vertiente y formato escogidos, tales como (1) el embaralhamento acentuado entre lo ficcional y lo factual; (2) la recurrencia exacerbada a la metadiscursividad y a la auto-reflexividad; (3) la incidencia de esas dos formas de referenciación sobre el mismo embaralhamento.

Palabras-clave: sitcoms – auto-reflexividad – embaralhamento.

Abstract: The paper examines the new trends of the *sitcom* subgenre in the context of national television production, analyzing a few recurrent characteristics that have been presented by this sort of broadcast, independent of the line and format chosen, such as (1) the marked confusion between fact and fiction; (2) the exacerbated use of metadiscursiveness and self-reflexiveness; (3) the effect of these two forms of referencing on their own confusion.

Keywords: sitcoms – self-reflexiveness – confusion

Considerações introdutórias

O interesse pelos **sitcoms**^[1], do ponto de vista de sua caracterização enquanto subgênero ficcional, deve-se não só à pesquisa em desenvolvimento sobre a tonalização do discurso televisual, como à pretensão de realizar um produto que reflita as novas tendências da gramática televisual no que concerne a esse tipo de seriado.

A serialidade, grande achado da televisão, é o modelo mais usual de estruturação dos produtos televisuais de caráter ficcional, organizando as emissões de maneira descontínua e segmentada, o que permite entrelaçamentos, divergências e convergências, visto que as modalidades genéricas seriais não se apresentam de estado puro: contaminam-se umas às outras; assimilam-se umas pelas outras. Essa recusa à pureza, entretanto, não deve ser pensada como ausência de qualidade, pois a riqueza da produção televisual reside exatamente na possibilidade de fazer da fragmentação e do embaralhamento fontes de inspiração para proposições novas e, muitas vezes, originais.

Dentre os subgêneros ficcionais, há um tipo de produto ainda pouco estudado de maneira sistemática pela academia: a comédia de costumes, um tipo especial de ficção, produzida especificamente para a televisão, cujos parâmetros raramente tem sido objeto de caracterização.

Ora, diante da aceitação de produções como **Sai de baixo**, **A grande família**, e **Os normais**, e tendo em vista a queda de audiência de outros formatos, a Rede Globo de Televisão (RGT), vem investindo pesado nesse tipo de emissão, basta pensar nas inúmeras **comédias** seriadas, exibidas entre 2003 e 2007 pela emissora (**A grande família**, **Os normais**, **Os aspones**, **Sob nova direção**, **A diarista**, **Sexo frágil**, **Minha nada mole vida**, **Toma lá da cá**), além de outros produtos que vem testando, sob a forma de especiais de fim de ano, do tipo **Quem vai ficar com Mário?**, **Histórias de cama & mesa**, **Correndo atrás**, **Programa novo**, nos quais já estão presentes os elementos necessários para, se for o caso, serem transformados em comédias de costumes: suas formas de organização narrativa e discursiva possibilitam derivações direcionadas a diferentes situações cotidianas, permitindo a abordagem de determinadas temáticas sobre uma plataforma comum. Assim, quando esses produtos caem no gosto da audiência, são transformados em seriados, com espaço garantido na programação, como aconteceu com **Sob nova direção**, **A diarista**, **Toma lá dá cá**, entre outros; caso contrário, estão fora.

Mas, esses sitcoms, bem como essas experiências passíveis de se tornarem **sitcoms** – embora não representem, muitas vezes, nem mesmo a proposição de um novo formato, pois, de modo geral, adotam conformações muito semelhantes às já consolidadas há décadas pela televisão americana –, vem assumindo, no cenário da programação televisiva brasileira, algumas características que se considera relevante analisar, tais como: (1) o embaralhamento acentuado entre o ficcional e o factual; (2) a recorrência exacerbada à metadiscursividade e à auto-reflexividade; (3) a incidência dessas duas formas de referência sobre o próprio embaralhamento.

Sitcoms: conceito e estrutura

Os sitcoms são um subgênero ficcional que, em princípio, opera com um plano de realidade discursiva de caráter ficcional (supra-realidade), propondo como regime de crença a **verossimilhança**. Não têm, portanto, compromisso direto com o real, mundo exterior, embora se proponham a retratá-lo de forma lúdica. São comédias de situação, crônicas do cotidiano que a televisão exhibe, normalmente, sob a forma de seriados, com apresentação semanal de segmentos, denominados **episódios**, que variam entre 30 e 40 min., tirante os intervalos comerciais. Por seus aspectos ligados ao engraçado, ao cômico, por sua pretensão de **fazer rir, divertir**, privilegiam enquanto **tons** principais alguns eixos da categoria tonal **disposição**, combinados com outras categorias tonais.

Trata-se de histórias curtas e independentes, com personagens fixos, que utilizam como quadro de referência o mundo exterior próprio de um determinado núcleo social, familiar ou profissional, colocando em cena a vida e/ou as atividades profissionais das pessoas pertencentes a esse grupo. Esses programas não costumam ter data de encerramento pré-definida, podendo estender-se, no tempo, enquanto houver audiência e, conseqüentemente, patrocínio e/ou publicidade.

O uso da estratégia narrativa denominada de **segmentação** fragmenta o texto **aberto** do **sitcom**: cada episódio é um relato independente, que se relaciona ou não com os demais, podendo ser assistido individualmente, uma vez que é parte de um todo coerente. Mas, ao mesmo tempo, há uma circularidade, pois a história é contada de modo a se inserir no conjunto proposto **para** e **pelo** programa, ou seja, respeitando às características da emissão em sua globalidade.

Tradicionalmente, os sitcoms adotam um formato simplificado: produção barata com locação e cenários pré-estabelecidos, sem a necessidade de recorrer a muitas externas. Além disso, para sustentar seus relatos curtos, contam com um pequeno elenco fixo, podendo lançar mão, quando for o caso, do recurso a participações especiais.

Seus personagens são construídos de maneira estereotipada, pois, devido à curta duração dos episódios, a identificação do espectador precisa ser imediata. Assim, os protagonistas principais obedecem, de forma geral, a certos rituais, que, pela sua recorrência, aliada à insistência em determinadas temáticas, temporalidades, espaços de ação, e mesmo bordões, garantem a unidade do programa.

A estrutura dos sitcoms gira em torno das ligações existentes entre o cotidiano, a narrativa e a ficção. Trata-se de textos de humor, jogos destinados ao entretenimento, ao riso e ao prazer do telespectador; ambíguos, implicam, de certa maneira, a consciência de sua própria futilidade. Agregando ao poder das imagens aquele da narração, apóiam-se na gramática televisual para trabalhar certos aspectos do cotidiano, transformando-os em relatos, simultaneamente, lúdicos, informativos e até mesmo pedagógicos.

A **regularidade de apresentação** das emissões é uma outra estratégia essencial para o êxito do programa, porque ela possibilita a familiarização do telespectador com aspectos do ritual proposto, permitindo-lhe a aquisição e o domínio das normas que presidem o formato adotado pela série. Uma vez firmadas essas estruturas narrativas de base, as alterações introduzidas semanalmente são, então, enfatizadas. E, para alimentar a narrativa, surgem diferentes problemas a serem resolvidos: a ficção serve-se do inesperado, operando sobre o imprevisível para construir sua trama e, com isso, não só despertar a atenção do telespectador, como, se possível, até mesmo, surpreendê-lo. Ora, essa forma de narração, fundada na **alternância** entre a repetição e introdução de elementos novos, possibilita com que o telespectador acumule conhecimentos em um contexto da estabilidade: o fato de o esquema narrativo permanecer o mesmo e de os personagens principais retornarem a cada semana para enfrentarem novos desafios é simultaneamente instigante e tranquilizador. E, a cada nova temporada, novos elementos são adicionados à trama, com vistas a mobilizar o telespectador.

Os temas em torno dos quais giram os sitcoms são muitas vezes relevantes – poderiam alimentar tragédias se seu tratamento tonal não fosse a um só tempo **sério e lúdico**, intercalando **momentos de seriedade** com a apresentação sistemática e reiterada de **situações tragicômicas**, inerentes à própria vida, que oferece objetos ou acontecimentos engraçados ou ridículos a quem esteja atento e seja capaz de identificar esses traços. Aproveitando-se desses aspectos hilários do dia-a-dia, esse tipo de produto televisual faz humor com cenas bem conhecidas do telespectador, que podem até parecer graves ou trágicas no momento de sua ocorrência; desnudam práticas, comportamentos, valores familiares, culturais, sociais ou políticos, apontando suas contradições e incoerências; expõem pequenos percalços do cotidiano, deslizos, acasos e azares a que todos estamos expostos diariamente.

Mas, outras séries também têm núcleos cômicos. Daí por que o que distingue os sitcoms de outros seriados liga-se exatamente ao **tom** e ao **ritmo**. Acontece que, nos sitcoms, esse aspecto reaparece a todo o momento de forma escrachada: é um desfilar de situações engraçadas, imprevistos, mal-entendidos, trocadilhos, piadas rápidas, enxutas.

Os baixos custos de produção sustentam-se em uma ação que se desenrola em espaços internos, construídos e instalados em estúdios, combinados com algumas poucas cenas externas, que podem ser locações ou cidades cenográficas. Essas cenas, de forma geral, resumem-se a vistas panorâmicas, inseridas entre uma seqüência e outra, com o objetivo de dar ciência ao público sobre o local onde se passa a ação, podendo apresentar-se, em determinados momentos, como paisagem natural, **real**, e, em outros, como cenário, **representação**.

A par disso, os sitcoms requerem esmero nos detalhes: cenário e figurino são aspectos muito importantes em sua estruturação, exigindo uma atenção especial, que passa por menores como a escolha de uma jarra em formato de abacaxi ou de uma calça listrada. São seleções que se pautam pelas deliberações quanto à combinatória tonal a ser conferida à emissão, quanto ao tipo de sensação que se pretende causar ao espectador.

No sincretismo da encenação, há um acúmulo de linguagens operando de forma simultânea e articulada: as falas dos atores, os gestos e expressões faciais, os cenários, as músicas de fundo, os movimentos de câmera, etc, são responsáveis pela expressão dos sentidos e tonalidades que se querem obter. Assim, muitas vezes, um primeiro plano comanda o recorte

dos quadros, levando à decomposição do fundo ou ao desmembramento do cenário em uma série de detalhes indiciadores de sua totalidade. Nada é inocente, da definição de uma locação às interferências neste espaço, à escolha de cores, à seleção dos ângulos, à determinação dos elementos indicadores da tonalidade pretendida, para que se possa interagir com o telespectador e provocar nele as sensações desejadas. Mas, todo esse planejamento não traz garantia de êxito ou empatia com o telespectador. E os exemplos estão aí para comprovar.

Sitcoms: produção brasileira

As séries televisuais são um mercado em expansão mundial; mas, há que se reconhecer que, dentre elas, os sitcoms, não gozam de muito prestígio, sendo considerados como produtos menores. A televisão brasileira, não obstante, a par de sempre haver importado programas e produtos prontos de grandes emissoras internacionais, vem procurando, ao longo dos anos, desenvolver, paralelamente, recursos humanos e materiais voltados à produção de seus próprios programas, alcançando, no campo da teledramaturgia, resultados extraordinários. Nessa perspectiva, é de se destacar o empenho e o investimento da RGT na ficção televisual, sendo a emissora responsável pelo desenvolvimento de uma linguagem que hoje identifica as telenovelas brasileiras em âmbito internacional. É esse também é o caso de mini-séries e seriados, alguns dos quais alcançaram reconhecimento mundial.

Tradição já antiga na programação televisiva nacional, os sitcoms chegaram inicialmente como produtos importados das emissoras americanas. A própria denominação é um estrangeirismo, advindo da abreviatura da expressão inglesa **situation comedy**. Aos poucos, os canais brasileiros passaram a apostar em sua produção, aproveitando-se da larga experiência adquirida com as telenovelas. Os primeiros sitcoms nacionais surgiram já no final dos anos 50, ainda fortemente inspirados nos formatos norte-americanos mais usuais. Um exemplo exitoso foi o **Alô doçura** (1953-1964), baseado em **I love Lucy** (1951), seriado exibido pela extinta TV Tupi, tendo como protagonistas Eva Wilma e John Herbert, falando sobre as dificuldades de relacionamento entre homem e mulher.

A partir do final dos anos 60, não obstante, o subgênero passou a conferir maior atenção à realidade nacional, com produções como **A família Trapo** (Record, 1967-1971), **A grande família** (RGT, 1972-1975), cen-

tradas no cotidiano de grupos familiares. Fundadas, inicialmente, na série norte-americana **All in the family**, tanto a **Família Trapo**, como, depois, **A grande família**, configuraram-se como crônicas irônicas do cotidiano familiar da classe média brasileira.

Mas, a temática aos poucos foi-se esgotando, havendo sido relegado, por um longo período, ao esquecimento. A retomada aconteceu com **Sai de baixo** que, durante seis anos (1996/2002), trouxe de volta à televisão brasileira a comédia de situação fundada no grupo familiar. A estrutura do programa previa sua gravação com platéia, no teatro **Procópio Ferreira**, em São Paulo, como acontecera com a **Família Trapo**: apresentações ao vivo, os improvisos indo ao ar; se fosse uma situação que desse graça à história, mesmo os erros dos atores eram editados, aparecendo no final da emissão, como se a televisão mostrasse o programa **em-se-fazendo**.

Novamente nesse caso, o diferencial do formato em relação aos sitcoms norte-americanos circunscrevia-se ao tom, bastante informal e es-crachado: os atores freqüentemente interagiam com a platéia, esqueciam as falas ou riam-se das situações que estavam interpretando.

Em 2001, **A grande família** retornou em uma segunda versão, que, aliás, se mantém até hoje, no ar, repetindo o mesmo sucesso da década de 70. Sem contar com os risos e riscos de uma platéia, trata-se de produção feita com esmero, contando com um elenco de primeira grandeza, a que se somam a qualidade do texto e cuidado de pós-produção.

Toma lá, dá cá, a série mais recente na vertente do **grupo familiar**, também começou como um especial de fim de ano (RGT, 2005), entrando no ar em agosto de 2007. Com formato semelhante aos dos seus antecessores, apenas reatualizado do ponto de vista das relações familiares, o programa gira em torno do cotidiano de dois casais que se divorciaram e trocaram de parceiros entre si, morando em dois apartamentos do mesmo prédio, fruto da partilha de bens, um frente ao outro, e dividindo, devido aos custos, uma mesma empregada. O programa apresenta as trapalhadas que essa convivência forçada gera, contando com uma platéia não participativa, como se fosse no teatro, onde os espectadores apenas riem ou aplaudem. E, como o **Sai de baixo**, recorre à exibição, ao final de cada episódio, das falhas e equívocos ocorridos durante a gravação, que são então editados e montados no final.

Uma outra experiência bem sucedida, dessa vez, novamente na vertente relacionamento homem/mulher foi **Os normais**. É verdade que

aqui se inovou o formato; tratava-se, acompanhando os tempos, de uma relação afetiva mais moderna: Vani e Rui eram noivos, moravam juntos e não tinham filhos. Pensado inicialmente para ir ao ar em 12 episódios, o programa foi exibido durante dois anos, fazendo o público se divertir com as manias e implicâncias do casal de noivos Rui (Luiz Fernando Guimarães) e Vani (Fernanda Torres), nesse caso expressas já em estilo bem televisual: olhar direto para a câmera, brincadeiras auto-reflexivas, chamadas de **flashbacks**.

Mas o programa saiu da tevê para entrar para o cinema, o que nem sempre é promoção, sendo substituído por **Sexo frágil**, uma versão masculina de **Sex and the city**, que trabalhou exclusivamente com atores homens travestidos em personagens femininas pouco diferenciadas, na tentativa de expressar a instabilidade das relações amorosas pós-liberação da mulher.

Sob nova direção, A diarista, Os aspones, embora adotando formatos diferenciados, enveredaram para o cotidiano de grupos profissionais. Dentre eles, sem dúvida, **A diarista** foi o que propôs a estrutura mais original, exibindo, a cada semana, novos quadros sobre a realidade brasileira, apresentados na ótica da diarista que adentra em diferentes situações da vida privada de quem a contrata.

Cabe ainda ressaltar, nesta breve recuperação, o especial do fim de ano **Programa novo** que atua no âmbito dos profissionais de televisão, com o mesmo elenco de **Sexo frágil**, e o seriado **Minha nada mole vida** (três temporadas). Essas duas emissões centram-se no cotidiano profissional, mas esse cotidiano se constitui nos bastidores da própria televisão. **Minha nada mole vida**, por exemplo, relata as peripécias de um apresentador de programa noturno de televisão, à maneira de Amaury Júnior, Jorge Horácio, entremeadas com situações de sua privada – familiar e amorosa; **Programa novo** atualiza as dificuldades de obtenção do **novo** em televisão.

Sitcoms: relação com os telespectadores

A maioria das pessoas, em algum momento do dia, assiste à televisão, transformando, muitas vezes, esse olhar na principal atividade de suas noites. Ora, essa disponibilidade se constitui em um dos aspectos responsáveis pela eficácia da televisão: ela conta com um telespectador acordado e vigilante, pronto a ser convocado a participar de uma atividade que, tal qual um jogo, reserva-lhe surpresas. E, se a ausência de ameaça encoraja o risco, a presença do desafio instiga o telespectador a se engajar plenamente nesse

jogo que, no caso dos sitcoms, constrói o seu humor sobre o imprevisto e o **non sens**, com o qual faz **blague**, e para qual convoca o telespectador a interagir.

Mas, longe de ser um entretenimento descompromissado, os sitcoms discutem temas sociais relevantes, embora atenuados pelo tom a eles conferido. Não se pode esquecer que a essência do cômico e do riso (Bérgson 1987- 2002) está em entendê-lo dentro de uma dimensão social: o riso só adquire sentido a partir do reconhecimento das diferenças, pois, como salienta Propp, o nexos entre o objeto do cômico e o sujeito que ri não é nem obrigatório, nem natural, até porque cada época e cada cultura têm seus próprios e específicos sentidos de humor. O humor precisa de eco, pois o riso é sempre o riso de um grupo: os **sitcoms** contam com a consciência lúdica do telespectador.

Não é preciso avançar muito na análise dos sitcoms para constatar que, exatamente porque eles variam na direção das mestiçagens e hibridações, são, por isso mesmo, obrigados a investir estrategicamente em **formas de endereçamento**, ligadas a determinadas **configurações discursivas de interação**, que então passam a funcionar como uma chave de leitura e de controle mais efetivo dos sentidos veiculados. Nesse contexto, como se vem ressaltando, ganha sentido a noção de **tom** manifesto na tensão entre o subgênero sitcom (da ordem da atualização) e seus diferentes formatos (da ordem da realização), ou seja, na articulação entre a previsibilidade do subgênero e a singularidade do formato.

O tom diz respeito à conferência **de um ponto de vista** a partir do qual a narrativa sitcom quer ser reconhecida. Trata-se de convite e promessa de interatividade com o telespectador. O tom principal inscrito em um programa é determinante e estratégico, não só porque em torno dele se organizam outros tons e modos que se sucedem no decorrer de sua discursivização, segundo as regras de tonalidade, como porque acertar o tom, ou melhor, suas formas de expressão, implica que ele seja reconhecido e apreciado pelo telespectador.

O tom supõe um interlocutor virtual ou atual, o telespectador capaz de detectá-lo e apreciá-lo, estabelecendo assim uma cumplicidade com os enunciadores. Em televisão, esse tom dirige-se, necessariamente ao meio social. Trata-se de um jogo que, mais do que fazer o telespectador refletir ou entreter-se, tem uma intenção estratégica: mantê-lo cativo da emissão.

O tom se expressa de maneira difusa, mas reiterada nos sitcoms, interferindo na configuração dos atores, do tempo, do espaço, bem como na da própria organização narrativa. As combinatórias tonais que caracterizam um sitcom ganham forma pela caracterização das personagens, guarda-roupa, maquiagem, penteados, tatuagens, cenários, músicas-tema, falas feitas em linguagem coloquial, prosaica, permeadas por palavrões. A isso, alia-se uma estética televisiva eivada por cortes, planos, contraplanos e planos fechados numa cadência rítmica acelerada e fragmentada. Nesse contexto de recorrência a diferentes substâncias de expressão, a diferentes linguagens, o tom emerge, primeiramente como traço de conteúdo, que se expressa de forma difusa: ora pela camiseta que veste um personagem, ora pela maquiagem exagerada de outro, ora pelo tipo físico do ator, ora por suas falas, ora por uma jarra de abacaxi ou um pinguim em cima da geladeira, ora ainda por uma janela basculante em plena sala de estar ou pelo uso de um rosa chock na cozinha que compõe o cenário. E RGT costuma ser muito atenta a esses detalhes.

Da comicidade

O humorismo é o único momento sério e, sobretudo sincero de nosso cotidiano mentiroso. (Poncela, Enrique Jardiel).

Para Bergson, o cômico se constrói sobre um desvio que insiste em se apresentar como simplicidade e naturalidade: o efeito cômico é obtido “ao se transpor a expressão natural de uma idéia para outra tonalidade” (1987, p. 66). Os meios de transposição, segundo o autor, são numerosos e variados, expressando uma rica seqüência de tons, o que permite à comicidade passar por uma gama infundável de graus, desde o burlesco mais vulgar até as elevadas formas de humor e ironia. Distinguem-se, para ele, não obstante, dois tons extremos, o solene e o familiar. Aliás, o humorista argentino Fontanarrosa pensa de forma semelhante. Diz ele:

Me hace gracia. Porque lo contrario de lo humorístico no es lo serio. Lo contrario de lo humorístico es lo pomposo. Todas esas instituciones que son altamente pomposas – el ejército, la iglesia y los círculos intelectuales – se pretan para cagarse de risa. Realmente. (Fontanarrosa, 2007, p. 25).

As combinatórias tonais que identificam os sitcoms oscilam entre os termos da categoria **disposição**, combinados com outras categorias, recorrendo a determinados esquemas de conteúdo e expressão que oscilam sobre oposições como **ingenuidade vs malícia: babaquice ou simploriedade, grosseria ou baixaria, astúcia ou malandragem, escrachamento ou descaramento**. As transposições que cada sitcom faz desses tons extremos uns pelos outros, de forma sistemática e reiterada, acaba por dotá-lo de identidade e distingui-lo de outros. É verdade, não obstante, que a grande dificuldade é manter o tom.

No contexto brasileiro, poder-se-ia pensar que os aspectos mais refinados do cômico não sejam acessíveis a todos, ficando reservados às pessoas cultas de espírito e educação. Embora Propp rejeite essa categorização da comicidade em **fina** ou **vulgar** como sendo destinada respectivamente a pessoas cultas, aristocratas de espírito e origem, ou à plebe, ao vulgo, à multidão, segundo o autor, ninguém pode negar a existência de **brincadeiras** de mau gosto, de farsas **triviais**, de anedotas **equivocas**, de variedades **vazias** e de burlas **idiotas**; a **vulgaridade** pode ser encontrada em todos os setores da produção cultural (1992, p. 23), quem examina a distribuição dos sitcoms na grade de programação, passa a duvidar dessa posição, bem como a compreender por que a escolha de combinatórias tonais para as emissões de televisão não se constitui tarefa fácil: sua inserção na grade diz muito de sua forma de endereçamento. E, na RGT, eles são exibidos às 22h 20min., preferencialmente às terças ou às quintas-feiras, dias normais de trabalho, em que grande parte da população deita cedo, pois deve acordar também muito cedo para a labuta diária, o que **de per si** já define o tipo de telespectadores com quem os sitcoms querem interagir.

Finalmente, cabe ressaltar que, se as estratégias discursivas tão bem apontadas pelos grandes mestres do humor, continuam vigindo na construção do humor, nos sitcoms, elas se revestem de formas de expressão e cacoetes da **gramática** televisual. Assim, se é verdade que os sitcoms falam do cotidiano, é preciso enfatizar que eles, acima de tudo, para, além disso, fazem humor sobre o próprio fazer televisivo e sobre os produtos televisuais disponíveis no mercado **cotidiano**, **pré-supondo** um interlocutor **virtual ou atual** que possua o domínio da gramática e da programação televisual; capaz, portanto, de captar os sentidos das referências – auto-reflexividade e metadiscursividade – que a televisão faz de si própria e das mídias em geral.

Dessa forma, figuras como a **repetição**, por exemplo, ganham a forma da **intra** e da intertextualidade, utilizando-se de dois procedimentos que podem aparecer de forma isolada ou combinada: a **metadiscursividade** (referenciação, alusão direta ou citação de outros textos), que é da ordem da **recursividade**; e a **auto-reflexividade** (auto-referenciação, operação de si como objeto de seu discurso), que é da ordem da **incidência**.

Pense-se na grande **repetição** que é **A grande família**, um remake da série homônima apresentada na década de 70, adaptação do seriado americano **All in the family** (CBS), que recuperou a **Família Trapo** (TV Record) e inspirou o **Sai de baixo** (RGT) e **Toma lá, dá cá**, cuja versão atual está no ar desde março 2001 em diferentes temporadas.

Lembra-se aqui, à guisa de exemplo, o processo de referenciação (metadiscursividade e autoflexividade), representado pelos próprios títulos dos episódios deste seriado, dentre os quais citam-se: **Os boçais** (04/09/2002), aludindo a **Os normais; Grandes famílias, pequenos negócios** (11/04/02), fazendo menção ao programa **Pequenas empresas, grandes negócios; A presença de Lineu** (13/12/01), reportando-se à minissérie **Presença de Anita; Big família Brasil** (04/04/02), atualizando o **Big Brother Brasil**, entre muitos outros. Isso para não falar no episódio de **A diarista, Aquele do Projac** em que Marinete ganha um concurso de receitas, vai aos estúdios da RGT, e visita seu próprio camarim ou no Tuco de **A grande família** que participa de um **Big Brother**.

É curioso observar que esse processo de auto-referenciação, de auto-reflexividade, ao indicar tom, o faz dirigindo-se a um telespectador que, cativo da televisão, saiba identificar as referências sobre as quais o programa constrói o seu humor.

A **ruptura** toma a forma da superposição e interferência de diferentes planos de realidade discursiva, manifestando-se pela transgressão às regras do gênero **ficção** e do subgênero **sitcom**, o que convoca os conhecimentos do telespectador sobre a **gramática** do televisual. Embora se caracterizem como discursos ficcionais, os textos desses sitcoms entremeiam estratégias discursivas, fortemente reiteradas nos episódios, que, de certo modo, são desconcertantes no contexto da ficção, embaralhando propositalmente diferentes planos de realidade, sob a forma de: (1) interpelação e/ou fala dirigida diretamente ao telespectador; (2) convocação explícita de **flashbacks**; (3) enunciação de discursos interiores; (4) assunção escrachada do contexto de programa televisivo; (5) utilização assumida do merchandi-

sing e da autopromoção; (6) recorrência ao desenho animado; (7) marcação ostensiva do andamento da narrativa; (8) utilização de recursos gráficos para a marcação do tempo, etc.; (9) simulação de possíveis acontecimentos; (10) chamadas dos comerciais.

O **exagero**, por sua vez, sustenta-se, na imitação de personagens, na caricatura, na paródia; mas, quando isso ocorre em televisão, empregam-se novamente processos de auto-referenciação: são repetidos jargões, jeitos e trejeitos de personagens – atores sociais ou ficcionais, apresentados pela própria televisão, bastante conhecidos do telespectador.

À guisa de conclusão

Embora a televisão tenha nascido sob a metáfora da janela aberta para o mundo, este mundo exterior ao qual ela se propõe dar a ver lhe é bastante incômodo e dispendioso. Sua imprevisibilidade a desconcerta, talvez por sua inadequação aos tempos necessários à produção televisual. Daí por que, cada vez mais, seus produtos se voltam para o próprio umbigo, criando, no interior do meio, um real paralelo, que se pauta por regras próprias sobre as quais a televisão detém o controle.

Ora, esse mundo artificialmente construído, além de ser cenário para muitos de seus produtos, é gerador de acontecimentos que se constituem no conteúdo de outros programas. E, se esse é o caso, em particular, de reality-shows como o **Big Brother**, ele está presente até mesmo em reportagens, noticiários, telejornais. No caso da RGT, além de ser argumento de programas como **Vídeo show**, ou do próprio **Globo Repórter**, ele hoje se tornou objeto de muitos seriados da emissora. Esse é o caso, por exemplo, de **Cena aberta**, apresentado por Regina Casé, que se propunha a contar uma história de ficção e, simultaneamente, seu processo de realização televisual e só foi abordado precocemente, devido aos baixos índices de audiência.

Mas, dentre todas essas emissões, talvez o **Programa Novo**, especial de fim de ano, levado ao ar em 28/12/04 pela RGT, tendo como atores principais o elenco de o **Sexo frágil**, seja o caso mais exemplar pelo uso abusivo que faz da metadiscursividade e da auto-reflexividade. Com roteiro de Cláudio Paixa, Guel Arraes e Jorge Furtado, trata-se de um **sitcom**, uma crônica do cotidiano dos bastidores da produção televisual, que contou com um elenco constituído por Bruno Garcia, Wagner Moura, Lázaro Ramos e Lúcio Mauro Filho e participação especial de Alinne Moraes, centrada

na exposição dos pequenos percalços do cotidiano da realização televisual, acasos e azares a que estão expostos os profissionais dessa área.

No especial, Lúcio Mauro comanda uma emissora de televisão e quer ser surpreendido pela idéia de um programa que garanta sucesso junto ao público e à crítica. Para tanto, encomenda um projeto de argumento à equipe de atores de **Sexo frágil**. Esses, em sucessivas reuniões, tentam se livrar de um suposto bloqueio criativo e apresentar **idéias inaugurais**, prometendo ficar longe das baixarias, apelações, violência e travestimentos. Na emissão, os protagonistas de **Sexo frágil** interpretam a eles próprios enquanto atores sociais, ou seja, carregam para o programa seus nomes e muito do que vivem nos bastidores das gravações. Há em flagrante processo de embaralhamento entre o real e a ficção que se constrói incidindo sobre a metadiscursividade, pois o real a que fazem referência pertence, de modo geral, a um mundo paralelo, artificialmente constituído no interior da própria mídia televisão. Em sucessivas reuniões, os atores sugerem novas idéias, formatos e gêneros, sempre em busca do programa ideal. Não obstante, todas as tentativas para fugir das mulheres que representaram no **Sexo frágil** – Priscila, Vilma, Magali e Dona Gertrudes – parecem ser infrutíferas e vãs, pois essas personagens insistem em se reapresentar.

Um dos objetivos da emissão era, certamente, testar a aceitação da nova proposta que apresentava. O programa, entretanto, não obteve o sucesso esperado junto ao público telespectador, não atingindo a pontuação necessária para garantir sua permanência. Tanto isso é verdade que não foi, como outros, incorporado à grade de programação da emissora. Seria de se perguntar sobre as possíveis razões de sua não aceitação, mas essa questão é secundária para a presente reflexão. É que o interesse que a emissão desperta, como já se frisou, se deve mais ao uso hiperbólico que faz da estética e da gramática televisual, ao emprego abundante e superposto de estratégias discursivas muito freqüentes no discurso televisual, à utilização exagerada de recursos de expressão tão a gosto da produção televisual. Esse uso exacerbado acaba por transformar a emissão em um ícone dessa gramática, uma paródia, que caracteriza, destaca e enfatiza sua existência, apontando para as suas possibilidades de seleção e combinação; evidenciando os recursos empregados para recortar e dar vida aos conteúdos convocados; sublinhando a maneira como **com-forma** as diferentes linguagens sonoras e visuais que mobiliza.

O processo comunicativo televisivo traz consigo uma dupla mensagem: a par dos conteúdos que veicula através de seus produtos, anuncia sua própria venda. Mas qualquer venda só se materializa com a compra, que, no caso, é representada pela assistência, de parte do telespectador. Daí a necessidade de interatividade, consubstanciada pelo modo de endereçamento, pela partilha do **tom**, feito de humor, disposição e graça que têm de ser compartilhados. Mas vale novamente pontuar: as estratégias discursivas e textuais empregadas pelos sitcoms na expressão de suas combinações tonais, dirigem-se e interpelam um telespectador cativo da mídia televisão. Só ele poderá interagir, apreender e compartilhar desse tom que muitas vezes se constrói e se expressa de forma tão auto-reflexiva.

Bibliografia

BERTIN-MAGHIT et alli, org. **Discours audiovisuels et mutations culturelles**. Paris: L'Harmattan, 2002.

BEYLOT, Pierre. **Quand la télévision parle d'elle même**. Paris: L'Harmattan, 2000.

BERGSON, Henri. **O riso**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.

BREMMER, Jan & ROODENBURG, Herman, orgs. **Uma história cultural do humor**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

DUARTE. Elizabeth Bastos Duarte. **Televisão: ensaios metodológicos**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

FONTANARROSA, Roberto Negro. Hipermidia, em entrevista para revista N, em 2005. **Adverso**, 150, p. 25, set. 2007.

FONTANILLE, Jacques. **Significação e visualidade: exercícios práticos**. Porto Alegre: Sulina, 2005.

FURQUIM, Fernanda. **Sitcoms: definição e história**. Porto Alegre: FCF, 1999.

JANKÉLEVITCH, Vladimir. **L'ironie**. Paris: Champs Flammarion, 2002.

JEUDY, Henri-Pierre. **A ironia da comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2001.

JOST, François. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

JOST, François. **La télévision du quotidien: entre réalité et fiction**. Bruxelles: De Boeck, 2001.

LABERTI, Verena. **O riso e o risível**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar/FGV, 1999.

PROPP, Vladimir. **Comicidade e riso**. São Paulo: Ática, 1992.

Notas

[1] Optou-se por empregar o termo Sitcom no masculino, como o fazem os realizadores, embora seja a abreviatura da expressão inglesa Situation comedy, que traduzida para o português seria feminina.