



Intertextualidade e Ideologia no Episódio “Mr. Burns Compra e Vende” da Série de Desenho Animado “Os Simpsons”¹

Cláudia Regina da Silva Franzão²

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC /UNESP)

Resumo

Do ponto de vista referencial, a imagem televisual constitui-se em idealidade que é dada por contrato, e que a outra parte desse contrato, a captação, tende à ficcionalizar a sua própria realidade em relação à referencial. Usando imagem, fala e música, a produção televisual acaba por ativar os sentimentos tanto de identificação quanto de projeção dos anseios, frustrações e conquistas do telespectador. O desenho animado, num misto de referencial e ficcional, torna-se objeto de pesquisa a partir do momento em que se percebe haver mais do que uma narrativa engraçadinha dentro da obra. Dentro dos parâmetros descritos acima, destaca-se a série de desenho animado de núcleo familiar “Os Simpsons”, por meio de um episódio, onde se tem por objetivo apresentar quais seriam a intertextualidade e a ideologia presentes na enunciação do episódio “**Mr. Burns Compra e Vende**”, ou seja, quais seriam as leituras enunciadoras dentro do corpus e que contribuem para a construção de seu significado.

Palavras-chave

Desenho animado; Os Simpsons; Intertextualidade; Ideologia.

1. ON/OFF

A TV constitui-se nos dias de hoje em um dos principais meios de percepção do mundo para alguns grupos sociais, devido não só ao seu fácil acesso por parte dos telespectadores, mas também à avanços tecnológicos que lhe agregam maior verossimilhança, além de credibilidade, entre suas imagens e a realidade.

Nesta impressão de perfeição e grandiosidade, tanto dos fatos referenciais quanto dos imagéticos, obtida através de recursos de edição de imagem e som, a TV ganha status de enunciadora da verdade aos olhos da maioria.

Sob este ponto de vista podemos ver a TV como uma enunciadora amparada de todos os recursos ideológico-culturais sedutores para envolver, cativar e prender seu

¹ Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Ficção Seriada

² Mestranda do programa Comunicação Midiática da FAAC/UNESP. Especialista em Teorias Lingüísticas e o Ensino de Idiomas pela FCL/As (UNESP). Formada em Letras pela FCL/As (UNESP). – Assis. E-mail: claufranzao@hotmail.com

enunciatório, no caso o telespectador. Diante disso, o processo de leitura que a TV faz de si própria e de seu público na busca pelo sucesso de audiência por vezes passa despercebido ao ocupante da poltrona.

Sobre o exposto nos parágrafos anteriores, escreve Charaudeau (2006, p. 112):

Se a televisão é por excelência, a mídia do visível, ela só pode proporcionar dois tipos de olhar: um olhar de transparência, mas de ilusão de transparência, [...] e de opacidade, quando impõe sua própria semiologização do mundo, sua própria intriga, sua própria dramatização. [...] Mas como a imagem é consumida em um bloco semântico compacto, quer pela transparência, quer pela opacidade, a televisão é pouco apropriada para discriminar, analisar, e explicar.

Tendo estes parâmetros em mente, cabe a nós, profissionais conscientes do processo comunicativo, a tarefa de produzir e promover a pesquisa em comunicação sobre a cultura gerada na e a partir das mídias.

Um dos vários vasos capilares desta imensa árvore comunicativa a ser dissecada é a construção da obra midiática de TV no tocante à leitura crítica das várias linguagens utilizadas pela *telinha* para nos informar, divertir e surpreender.

Por trás das imagens da TV há toda uma equipe autora da obra midiática, há o autor-roteirista, o narrador-câmera, o produtor, o figurinista..., enfim, uma equipe que orchestra a produção da obra midiática em uma leitura do mundo real a sua volta. Do acontecimento até a sua veiculação, há caminhos próprios do veículo midiático TV que manufacturam a informação na leitura característica do meio.

Novamente remetendo à Charaudeau (2006), vemos em sua obra que a imagem televisionada tem uma origem enunciativa múltipla: a do próprio acontecimento, a de sua filmagem, a de sua montagem e a de sua difusão, com seu comentário e o trabalho de equipe do estúdio. Este tipo de enunciação resulta em um discurso ao mesmo tempo referencial e ficcional.

Do ponto de vista referencial, a imagem televisual constitui-se em idealidade que é dada por contrato, e que a outra parte desse contrato, a captação, tende a ficcionalizar essa realidade referencial. No imagético, a imagem televisual ativa os sentimentos tanto de identificação quanto de projeção dos anseios, frustrações e conquistas do telespectador.

Diante do exposto nos parágrafos anteriores, passaremos a investigar qual seria a intertextualidade e a ideologia presentes na enunciação do episódio *Mr. Burns Compra e Vende* da série desenho animado de núcleo familiar **Os Simpsons**, ou seja, quais seriam as leituras enunciadoras dentro do corpus e que contribuem para a construção de seu significado.

O desenho animado será considerado como obra midiática construída a partir da leitura de mundo de seus criadores, sendo que não é nossa intenção focar a análise no enunciatário, embora em alguns pontos se faça necessário remeter a este campo para melhor entendimento do processo significativo.

2. Simplesmente Simpsons

Partindo da premissa de que nenhuma obra é completamente aquém do tempo em que foi produzida, visto que por trás de seu discurso há sempre um enunciador, cujo essencial manifesta-se no existencial de sua obra ao tecer uma malha dialógica entre si e a realidade em que está inserido, passamos a apontar e discutir os intertextos presentes no corpus de análise para averiguar qual seria a ideologia dominante.

Como os intertextos estabelecidos pelo desenho animado possuem ancoragem em fatos do saber popular, a mensagem superficial enunciada pelo mesmo é logo acolhida pelo enunciatário sem a preocupação com a mensagem crítica que a série carrega. Entretanto, o pesquisador, ao voltar seus olhos atentos para a obra, acaba por descobrir a trama por trás do tecido polifônico de muitas personagens e, por conseguinte, a contextualizar a mensagem em âmbito real até depreender reflexões do enunciador por trás do texto da personagem. Enfim, assistir a um veículo midiático de forma rasa implica em perceber apenas começo, meio e fim de uma estória; assisti-la criticamente, procurando entender sua construção abre espaço para a discussão da mesma como geradora de significados.

Os nomes de algumas das personagens principais de “Os Simpsons”, por exemplo, podem ser lidos como intertextuais. Homer é uma alusão ao nome do pai do criador da série, Matt Groening, mas também pode ser entendido como uma alusão a Homero, poeta grego que viveu há cerca de 3.500 anos atrás, autor dos poemas *Ilíada* e *Odisseia*, e ao qual também se atribui a autoria de *Margites*, um poema cômico a respeito de um herói trapalhão. Talvez desta última obra tenha saído parte do comportamento de Homer, e o nome para sua esposa, Marge, que seria o encurtamento

de Margetis, tão ao gosto dos americanos (Matheus = Matt, Timothy = Tim...), embora algumas fontes de pesquisa apontem que Marge assina Marjorie Bouvier como nome de solteira nos episódios.

No caso de Bart, considerado o próprio auter-ego de Matt Groening, criador da série, ele não é o *short-name* de Batholomeo, como muitos pensam, mas sim um trocadilho com a palavra inglesa *brat*, equivalente à pirralho, fedelho, pentelho em português. Entretanto, em episódios da quarta temporada em diante, os autores adotam o nome Bartholomeo para Bart em situações formais. Por outro lado, Bart como trocadilho de Brat (pentelho) dá muito mais identidade à personagem se levarmos em consideração sua idade e o modo como age na série.

Podemos ver um trocadilho de significado no próprio nome da série, o qual pode ser lido da seguinte forma: *Simp* (a forma curta para *simple*, simples em português) + *sons* (filhos), que em Português seria **os filhos da simplicidade**.

Americanos simples que tentam ajustar-se à vida em sociedade. Pessoas simples experimentando a vida, convivendo com regras e leis; pessoas simples cuja inocência advinda de sua humildade diante da vida social é exagerada, satirizada, em busca de uma significação existencial.

Assim, neste tabuleiro estratégico, vão sendo construídas proximidades e distanciamentos entre o telespectador e o veículo midiático. Ambos criam um espaço de existência em comum, numa relação descrita por Charaudeau como:

No que concerne ao espaço, a mídia televisual pode criar a ilusão do contato entre instância de enunciação e instância de recepção(...) há um efeito de contato, pois a televisão, (...), pode criar a ilusão de que representa o mundo dos acontecimentos tal como ele é; próximo ou distante, o mundo se torna presente, aumentando o efeito de ubiquidade, cria a ilusão da encarnação, que é suscetível de produzir: um efeito de autenticação do acontecimento(...); um efeito de fascinação que pode fazer com que o telespectador, obcecado pela imagem do drama que lhe é apresentado, elimine o resto do mundo e o reduza à imagem que vê na telinha; e ainda um efeito de voyerismo que pode fazer com que o telespectador tenha a impressão de penetrar em uma intimidade sem que a pessoa olhada saiba. (pp.111-112)

Valendo-se da linguagem imagética, a obra midiática projeta o telespectador para dentro de seus conflitos existenciais expondo-os na tela de modo descompromissado. Soluções perfeitamente adequadas ao meio brotam de experiências caóticas e levam a um final feliz, expurgando toda a aflição de nós pobres mortais.

Em Os Simpsons, os autores valem-se a princípio da oralidade cotidiana para construir o texto satírico com linguagens interagentes, onde nem sempre o que parece é, o que é dito tem apenas um único significado. Segundo Irwin (2004) a respeito de Os Simpsons:

Como sátira social, um comentário a respeito da sociedade contemporânea, o programa frequentemente atinge um incrível brilhantismo; costuma ser excelente, no melhor sentido grego da palavra. E geralmente alcança essa excelência juntando os elementos díspares de nossas caóticas vidas americanas, dando-lhes forma e estilo e forjando-os em algo significativo e, às vezes, até belo. Mesmo que seja apenas um desenho animado.

Sobre o tema da série, sátira e paródia do cotidiano, também encontramos fundamentação em Baccaga (1998) ao escrever que *O nosso cotidiano é vivido num tumulto de expressões que materializam a nossa vida social e que regem o nosso mundo interior. É o que Bakhtin chama de ideologia do cotidiano,(...)* este cotidiano presente em Os Simpsons quando Homer vê seu emprego ameaçado, quando a família toda dispõe-se a ajudar, ou em tantos outros contratos comunicativos que se estabelecem dentro do episódio, ora pelo verbal, ora pela imagem, ora por ambos simultaneamente, têm dupla finalidade: uma de fazer rir de nossas atitudes consideradas erradas ao transgredirmos princípios austeros de dominação, fazer rir ao mesmo tempo que nos identificamos com o estereótipo através da projeção de nossos sonhos na tela; a outra finalidade é a da crítica social .

Assim, entendemos que a paródia caracteriza-se como transgressora que ao mesmo tempo em que nega os fatos do cotidiano também os critica, ela torna possível a coexistência entre o interdito (representação monológica) e sua transgressão (o sonho) por ter como origem geradora a enunciação oral, a atualização da palavra, visto que:

(...) a palavra constrói a relação entre o socialmente dado e a criação individual revelando-se, para usarmos uma expressão de Adam Schaff, um fator criador. Por isso, os esquemas verbais podem fundar estruturas de sentido capazes de conservarem ou mudarem determinadas situações comunicativas, com suas evidentes repercussões sobre a cultura, a política, a sociedade, etc., assim como fazer uso de expedientes que manipulem, mascarem e desmascarem informações. (CITELLI, 1996, p.14)

As informações absorvidas ativam tanto o processo de identificação quanto o de projeção por parte do telespectador. Dentro da rede intersubjetiva construída por cada enunciatário/enunciado processa-se a atualização constante dos significados do espetáculo assistido, ou seja, ao se comunicar o sujeito preenche vazios entre os campos semiológicos para a compreensão do todo.

Neste processo, de um lado temos o nível sublingüístico, onde se localiza a existência subjetiva, composta pelo social, psíquico e fisiológico do indivíduo. É neste nível que nos deparamos com o significante, a parte visível, tangível da língua. Já o outro nível, o supralingüístico, comporta a essência, os conceitos, os sentidos, o significado atribuído pelo(s) sujeito(s). Simplificando: podemos dizer que um é o expressionismo do outro, ou seja, o existencial mostra o essencial. Imaginemos uma espiral, aonde a cada volta do existencial sobre o essencial, os vazios semiológicos vão se preenchendo com a troca de informações e visões sobre os mesmos ícones culturais, mas com diferenças de interesses e propostas de direções diversas para o mesmo processo histórico. Estamos diante de uma das interpretações do processo comunicativo humano.

O discurso narrativo da TV, assim como sua oralidade vem do conto popular, dos acontecimentos do cotidiano e para que possa ser memorizado tal discurso precisa fazer alusão aos mitos, símbolos, às estruturas do imaginário já totalmente digeridas pelos receptores em sua formação social.

Ao serem atualizados no discurso aquelas estruturas trazem as marcas do universo cultural. Trazem inclusive a carga de preconceitos, de estereótipos que, muitas vezes, condicionam comportamentos de certo ou errado.

São nos estereótipos que encontraremos a predominância dos aspectos valorativo e volitivo, com suas bases emocionais. É aqui o centro da imanência do tecido dialógico do autor implícito, aquele que vai “formalizar” conteúdos para mostrar a sua leitura da realidade. *Trata-se de um universo semiótico, ou semiosfera como entendeu Iuri Lotman, em que oralidade e escritura, prosa verso, palavra e imagem, som e movimento, enfim, os códigos, interagem num espaço fluído,(...).(MACHADO, 200, p.83)*

Dentro deste espaço na obra midiática instaura-se a refração ideológica do mundo que se torna objeto da criação/representação, é, portanto, a realidade refratada ideologicamente e submetida à formatação artística.

Se considerarmos como Baccetta (1998) que a enunciação,:

(...) como toda estrutura ideológica refrata o ser socioeconômico em formação e o faz à sua maneira. Mas, ao mesmo tempo, a literatura reflete e retrata em seu 'conteúdo' os reflexos e refrações de outras esferas ideológicas (a ética, o conhecimento, as doutrinas políticas, a religião, etc.), quer dizer, a literatura reflete em seu 'conteúdo' a totalidade do horizonte ideológico, do qual ela mesma é parte. (p.44),

veremos que ao aplicarmos isso à Os Simpsons perceberemos o quanto da ideologia capitalista está presente no discurso de Homer e *Mr. Burns*, ou *Mr. Burns* e *Smither* e também de *Smithers* com Homer.

Smither, secretário particular de *Mr. Burns*, é o estereótipo do puxa-saco, do dominado servil. Quando no início do episódio Homer aparece em cena tentando comprar um refrigerante de uma máquina e não consegue porque sua cédula está em péssima condição, ele pede ajuda à *Smither*, que lhe dá o dinheiro sem pensar, como se desse uma esmola a um mendigo. O simbólico aqui está dizendo que o cidadão comum já não tem o poder aquisitivo de antes e ao longo do episódio isso vai ficando mais claro.

Através das imagens, além dos diálogos, as opiniões do autor vão aparecendo e produzindo efeitos de realidade, ficção e de verdade todos ao mesmo tempo.

O desenho animado encoraja o jogo criativo e interpretativo, além disso, devido ao fato de que os seus telespectadores associam, correta ou incorretamente, os desenhos a uma diversão intelectualmente vazia, infantil e inofensiva, o meio está situado para liberar o vírus da mídia, a mensagem subliminar.

Através dos intertextos, o desenho vai construindo uma colcha de retalhos que ao final têm significado pleno. Por exemplo, no episódio em questão (*Mr. Burns Compra e Vende*), em sua seqüência final, quando *Mr. Burns* retoma seu posto na usina e diz: “Eu mantenho meus amigos por perto e meus inimigos ainda mais perto”, vemos a alusão ao mito de Dâmocles, não só no discurso, mas em ambos, discurso e imagem.

A imagem do punhal usada na cena de Os Simpsons é similar à do mito. Tal imagem aponta para o desfecho do episódio como se fosse o resumo de tudo o que se passou. No mito, o rei Dionísio tinha bajuladores para inflar seu ego, dentre eles havia um chamado Dâmocles que sempre lhe dizia o quanto ele, o rei, era feliz em ter toda aquela riqueza e poder. Deu-se que certo dia Dionísio propôs a Dâmocles que trocassem de lugar. Dâmocles aceitou prontamente, mas quando estava para se sentar ao trono de

Dionísio percebeu que havia um punhal que pendia do teto, sustentado apenas pelo fio da crina de um cavalo. Dionísio então lhe explicou que aquele punhal simbolizava a real vida de um regente. O rei Dionísio concede então a Dâmocles a chance de escolher entre voltar à sua humilde, mas segura existência de bajulador do rei ou assumir suas funções e riquezas, o seu poder e suas conseqüências.

Segundo estudos, esta passagem da história, a leitura do mito de Dâmocles dentro da cultura inglesa, gerou a expressão idiomática *walk a mile in my shoes* dentro da língua inglesa e encontra equivalência em *ponha-se no meu lugar* em português, expressão que procura dar conta do significado da gravidade da situação enfrentada pelo falante na evocação de personificação por parte do ouvinte.

No desenho animado vemos Mr. Burns como a figura do rei Dionísio; os bajuladores seriam os empregados da usina, que, por sua vez, seria seu reino.

3. Câmbio, Homer

Em princípio, “Os Simpsons” são uma realidade refratada ideologicamente e submetida à formatação artística popularesca. Situações reais do mundo capitalista do final do século XX, o episódio foi ao ar em 1991, são refratadas na ideologia presente nas falas de patrões em oposição à dos empregados ou trabalhadores; capitalistas versus comunistas, colonizados versus colonizadores, América versus Europa.

Entendemos que há muito mais intertextos a serem explorados no episódio, os quais ficam para trabalhos futuros. Procuramos dar conta aqui da construção do texto discursivo midiático de algumas cenas do episódio *Mr. Burns Compra e Vende*, exemplificando nossa tese através da análise de uma das cenas finais do episódio em sua alusão aos mitos gregos, a cena inicial onde Homer tenta comprar algo de uma máquina automática de vendas e o nome de algumas personagens.

Sendo assim, lemos Homer como o Homero do século XXI em sua odisséia pela sobrevivência no mundo capitalista. O mito do herói moderno está representado nas personagens centrais da série, mais precisamente nas que compõem a família Simpson (Homer, Marge, Bart, Lisa e a pequena Meggie). Heróis mais humanizados e, portanto mais próximos da realidade dos telespectadores. Essa proximidade suscita à identificação do sujeito comum com determinada personagem em certa situação. Por outro lado, há também o mito de Dâmocles por baixo do tecido polifônico das



personagens e que se desvela apenas para o expectador mais culto ou para o pesquisador.

Dentro do domínio ideológico de “Os Simpsons” ainda outras esferas ideológicas convivem, tais como a ética, o conhecimento, as doutrinas políticas, a religião e etc..

A carnavalização presente no humor de Matt Groening liberta o expectador do seu medo da situação real por opor-se ao sério; ao monológico; ao oficial gerado pelo medo da não aceitação; à discriminação da sociedade em classes; ao dogmático, hostil às mudanças e com tendência à absolutização do estado de existência das coisas e do sistema social, o telespectador sente-se mais próximo do mundo que o cerca e de si próprio. É como se dissesse: não importa o quanto erre, o quanto suas experiências dêem errado, ainda te amamos e te aceitamos é o mote do final de cada episódio de “Os Simpsons”, quando tudo volta a aparente normalidade. Lembre-se, Homer, no quadro final do episódio, comemora ao receber o telefonema da usina dizendo que fora readmitido: é Dâmocles voltando à sua humilde e segura existência de bajulador.

Quanto à temporalidade, a resolução rápida dos problemas, bem como de forma simples e definitiva, numa sucessão de cenas que surpreendam o enunciatário (o telespectador) contribuem para o sucesso da série. Ferres (1996) lembra que o telespectador senta-se diante da TV esperando ser surpreendido a cada sete segundos por uma situação inusitada, determinando assim se o programa a que assiste é interessante ou chato. O ritmo trepidante com que as imagens aparecem diante de nossos olhos captam nosso interesse e nos preenchem com informações que nos divertem ao mesmo tempo em que nos isentam da culpa de nossos erros socialmente estabelecidos.

Referências bibliográficas

BACCEGA, Maria Aparecida. *Comunicação e Linguagem: Discurso e ciência*. São Paulo: Editora Moderna, 1988.

BACCEGA, Maria Aparecida. *Crítica de televisão: aproximações*. In MARTINS, Maria Helena (org.) *Outras Leituras: literatura, televisão, jornalismo de arte e cultura, linguagem interagente*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo: Itáu Cultural, 2000.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das Mídias*; tradução Ângela S. M. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006



CITELLI, Adilson Odair. *O Ensino de Linguagem Verbal: Em Torno do Planejamento*. In: MARTINS, Maria Helena (org.) *Questões de Linguagem*. São Paulo : Contexto, 5ª ed., 1996

DAMATTA, Roberto. *Vendo Televisão na América*, In: *Tocquevilleanas – notícias da América: crônicas e observações sobre os Estados Unidos*. Rio de Janeiro: Rocco, 2005

FERRÉS, Joan. *Televisão e Educação*, trad. Beatriz Affonso Neves. – Porto Alegre : Artes Médicas, 1996

FÁVERO, Leonor Lopes. *Paródia e Dialogismo*; In: BARROS, Diana Luz Pessoa de (org.). *Dialogismo, Polifonia, Intertextualidade: Em Torno de Bakhtin* 2ª ed., São Paulo: EDUSP, 2003.

GILL, N. S. *Your guide to Ancient History*, Sword of Damocles. Disponível em: <http://ancienthistory.about.com/od/ciceroworkslatin/f/DamoclesSword.htm>. Acesso em 07/11/2006

MACHADO, Irene. *Redescoberta do Sensorium*; In MARTINS, Maria Helena (org.) *Outras Leituras: literatura, televisão, jornalismo de arte e cultura, linguagem interagente*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo: Itaú Cultural, 2000.

MARCUSCHI, Luiz Antonio. *Gêneros Textuais: Definição e Funcionalidade*; In: DIONISIO, Ângela Paiva at alli *Gêneros Textuais e Ensino*. São Paulo : Editora Lucerna, 2003.

LOPES, Luís Carlos. *Artefatos de Memória e Representações nas Mídias*, In Ciberlegenda, n° 7, 2002 disponível em <http://www.uff.br/mestcii/lclp7.htm>. Acesso em 12/10/2006

LOPES, Luís Carlos. *O culto às mídias: interpretação, cultura e contratos*. São Carlos: Ed. UFSCAR, 2004.