



Ficção televisual: distintas formas de estruturação seriada¹

Elizabeth Bastos Duarte²,
colaboração de Vanessa Curvello³,
Universidade Federal de Santa Maria.

Resumo

O trabalho tem como objetivo central a proposição de critérios e precisão de alguns conceitos que permitam caracterizar a produção televisual em suas diferentes manifestações factuais, ficcionais e simulacionais, que passam pela definição de serialidade, gêneros, subgêneros, formatos e tons, com vistas à caracterização de um subgênero ficcional em particular, os *sitcoms*.

Palavras-chave

produção televisual; ficção seriada; *sitcoms*.

• Considerações introdutórias

O presente trabalho tem como objetivo central a caracterização de um tipo específico de seriado, os *sitcoms*, distinguindo-os de outros subgêneros que operam com o ficcional. Para tanto, num primeiro momento, busca-se precisar a definição de alguns termos de uso corrente entre os estudiosos de televisão, cujos significados, entretanto, permanecem vagos, sendo utilizados em contextos semelhantes com sentidos diversos, o que provoca, muitas vezes, equívocos de compreensão.

Na persecução deste objetivo, inicia-se, por incrível que pareça, pela própria definição de *programa televisual*. Os *programas* são os produtos que a mídia televisão coloca no ar, comportando cada um deles um certo número de *emissões*, que se apresentam como fragmentos (partes) ou como membros componentes do *texto maior*, representado pela totalidade do próprio programa. Do ponto de vista metodológico, semioticamente falando, conceber o programa como um texto – mensagem – é considerá-lo, no interior do processo comunicativo que o enforma, como um todo de sentido que pode ser analisado em seu

¹ Trabalho apresentado ao NP Ficção Seriada, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Pesquisadora e professora da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM); doutora em Semiótica (USP); pós-doutora em Televisão (Universidade de Paris 3; École des Hautes Etudes em Sciences Sociales); coordenadora do diretório de pesquisa CNPq - *Processos de significação televisual: gêneros e formatos*; coordenadora da pesquisa *Subgêneros televisuais: entre formatos e tons*; diretora da coleção *Estudos sobre o audiosual* (Sulina). email: bebethb@terra.com.br

³ Graduada em Comunicação Social – Publicidade e propaganda pela Unisinos. Bolsista de Apoio Técnico – CNPq na pesquisa *Subgêneros televisuais: entre formatos e tons*, colaborou na pesquisa e análise dos *sitcoms*.



contexto, em suas *relações internas*, entre expressão e conteúdo e em suas *relações externas*, tanto do ponto de vista sintagmático em direção a outros textos que o precedem e sucedem na cadeia, como do ponto de vista paradigmático, considerando os outros textos pelos quais ele poderia ser substituído e com os quais mantém ligações de semelhança e dessemelhança.

Ora, a *serialidade*, que é o critério maior de distribuição e estruturação dos produtos televisuais, de *per si*, convoca todas essas relações antes citadas. Isso porque ela diz respeito não só a um tipo de organização que é exterior ao programa, como incide fortemente sobre estruturação interna dos produtos televisuais. Essa exterioridade refere-se aos critérios de seleção, distribuição e combinação de programas na grade de programação, que, atentos às diferentes lógicas e demandas econômicas, culturais e sociais, consideram: (a) os públicos disponíveis nos diferentes horários e dias da semana; (b) a faixa etária, gostos, preferências e nível cultural desses públicos-alvo; (c) os subgêneros de programas mais indicados aos públicos-alvo a serem atingidos.

A disposição serial dos produtos televisuais na programação das emissoras trabalha, assim, simultaneamente com princípios de seleção e combinação de programas, operando com dois eixos temporais: o *horizontal*, que dá conta do desenvolvimento sintagmático dos programas, na seqüencialidade de suas emissões, operando sobre a programação enquanto continuidade e reiteração; o *vertical*, que responde à inserção das emissões de um programa nas grades diárias de uma emissora em horário(s) definido(s), precedidas e sucedidas por outras de outros produtos. A seriação prevê, dessa forma, que cada programa ocupe um determinado e reiterado espaço, de forma regular, na programação, ou seja, que conte com dia(s) de apresentação semanais ou mensais prédefinidos; com o tempo de duração de cada emissão pré-estabelecido e, se for possível, com a previsão do período total de duração do programa na programação da emissora, independentemente do gênero televisual a que ele pertença, seja ele ficcional, factual ou simulacional.

Cabe enfatizar novamente que a adoção dessa lógica estrutural da serialidade é extensiva a toda a produção televisual – telejornais, talk-shows, reportagens, entrevistas, reality-shows, etc –, e não apenas a ficcional: o plano de realidade (meta-realidade, supra-realidade, para-realidade) com que opera preferencialmente um programa de televisão não interfere na sua seriação, pois a ela se submetem todos os produtos televisuais.

Não se pense, no entanto, que a seriação não incida também sobre a estruturação interna do programa. Ao contrário, a seriação, aliada à adoção de um subgênero, interfere diretamente na construção das diversas emissões que compõem um programa, pois determina: (1) a frequência de sua exibição; (2) o tipo de relação sintagmática que essas emissões, fragmentos



ou componentes, exibidos a espaços horizontais regulares de tempo, contraem entre si – *continuidade* ou *descontinuidade* –; (3) a forma de apresentação dessas emissões que compõem o programa – *capítulos, episódios, apresentações, edições*, etc.; (4) a conseqüente estruturação narrativa dessas emissões que compõem o programa – de *autonomia* ou *dependência* umas em relação às outras.

Quanto à *frequência de exibição*, as emissões de um produto televisual, dependendo do seu subgênero, podem ser diárias, semanais, mensais ou até mesmo anuais. Esse é o caso do *Especial de Natal* do cantor Roberto Carlos que, há muitos anos, vai ao ar, às vésperas dessa festa.

Quanto à duração total de tempo em que um programa fica no ar, ela, de certa forma, também está ligada ao subgênero: alguns programas têm um tempo pré-determinado de exibição. Existem, não obstante, outros tantos que permanecem em exibição durante anos, sendo sua permanência definida pela audiência. Esse é o caso dos telejornais, de programas de reportagens, de alguns talk-shows, etc. Há, ainda, os produtos que vão ao ar por temporadas, novas edições, reapresentações, etc.

Por outro lado, a sintagmática horizontal que compreende o conjunto de emissões constituintes de um programa, pode manifestar-se: *sob a forma de capítulos*, ou seja, de fragmentos de uma narrativa que só se completa, enquanto *sentido*, com a exibição da última emissão; *sob a forma de episódios*, ou seja, de narrativas completas, com início, meio e fim, que, embora preservem atores discursivos, cenários, contextos e/ou estrutura organizacional, são autônomas do ponto de vista do sentido; *sob a forma de edições*, ou seja, da apresentação de notícias acontecidas no intervalo de tempo compreendido entre uma emissão e outra, embora algumas delas possam ser retomadas, requeentadas e/ou complementadas; *sob a forma de apresentações*, ou seja, de exibições de reportagens, jogos, espetáculos artísticos ou esportivos, etc, cuja articulação obedeça a lógicas seqüenciais diversas, que vão daquelas que presidem os campeonatos esportivos a outros tipos de organizações temáticas.

- **Entre gêneros, subgêneros e formatos**

Há até bem pouco tempo, a televisão, operava com dois tipos de espaços: os internos, que eram espaços de estúdios, e espaços exteriores, próprios das ações do mundo, conectados entre si pelos dispositivos tecnológicos. Mas, hoje, o mundo exterior deixou de ser a única fonte a partir da qual a televisão propõe realidades e as alimenta, pois os espaços interiores também passaram a fomentar acontecimentos com reflexos no mundo exterior, que funcionam como referência para as realidades discursivas que a televisão constrói. É o meio

desenvolvendo seus próprios percursos de acesso ao real, a partir dos quais constrói realidades de ordens diversas: a *meta-realidade*, tipo de realidade discursiva veiculada pela televisão que tem como referência direta o mundo exterior e natural, constituindo-se naqueles produtos que têm por base a *veridicção* em relação a acontecimentos exteriores ao meio sobre os quais a tevê não detém o controle; a *supra-realidade*, tipo de realidade veiculada pela televisão que não tem compromisso direto com o mundo exterior, mas com uma coerência interna do discurso que produz, constituindo-se nos produtos ficcionais que têm por base a *verossimilhança*, pautando-se por leis, convenções e regras próprias; a *para-realidade*, novo tipo de realidade veiculada pela televisão que não tem como referência o mundo exterior, mas um mundo paralelo, construído no interior do meio, que estão estabelece suas regras de funcionamento – constituindo-se naqueles produtos que têm por base a *hipervisibilização* de acontecimentos provocados e controlados pela própria televisão.

Ora, há uma relação estreita entre essas realidades discursivas e os gêneros televisuais. A seleção do(s) *plano(s)* de *realidade* sobre o(s) qual (is) se vai operar, aliada ao *regime de crença* proposto e ao *tom*, isto é, às inflexões conferidas à realidade a ser enunciada – *seriedade, humor, ironia, etc* –, são os elementos definidores da *promessa*, veiculada pelo nome de subgênero. Existem, assim, em televisão três arqui-gêneros: o *factual*, que opera com a meta-realidade, propondo como regime de crença a veridicção; o *ficcional*, que se movimenta na supra-realidade, propondo como regime de crença a verossimilhança; e, finalmente, o *simulacional*, que opera com a para-realidade, propondo como regime de crença a hipervisibilização como equivalência do conhecimento pleno. Os *subgêneros* e *formatos* são responsáveis pelos percursos de configuração dessas realidades, ou seja, pelos seus procedimentos de colocação em discurso, projetando sobre essas categorias genéricas formas que as estruturaram, permitindo sua manifestação.

Chega-se, assim, aos conceitos de *gênero, subgênero* e *formato*. Por *gênero* televisual, compreende-se uma macro-articulação de categorias semânticas capazes de abrigar um conjunto amplo de produtos televisuais que partilham umas poucas categorias comuns. Os gêneros seriam modelizações virtuais, modelos de expectativa, constituindo-se em uma primeira mediação entre produção e recepção; referem-se ao tipo de realidade que um produto televisual constrói, considerando o tipo real que toma como referência e o regime de crença que propõe ao telespectador. Nessa perspectiva, a noção de gênero em televisão não passa de uma abstração; é da ordem da *virtualidade*, uma vez que nenhum produto manifesta apenas essas categorias genéricas enquanto tal, em sentido restrito, em sua extensão e exclusividade. O gênero funciona, assim, em cada caso, como substância de uma forma que sobre ele se projeta,



decorrente da articulação entre subgênero(s) e formato(s), e não tem outra existência possível além dessa, de ser uma substância *em-formada*. Dito de outro modo, a noção de gênero, em televisão, deve ser compreendida como um feixe de traços de conteúdo da comunicação televisiva que só se *atualiza* e *realiza* quando sobre ele se projeta uma forma de conteúdo e de expressão – representada pela articulação entre subgêneros e formatos, esses, sim, procedimentos de construção discursiva que obedecem a uma série de regras de estruturação, envolvendo seleções e combinações em diferentes níveis.

O *subgênero* é uma das possíveis *atualizações* de um gênero; o formato é da ordem da *realização*. Sob a chancela do subgênero podem-se agrupar um número infindável de emissões televisuais, mas, evidentemente, ele diz muito mais que o gênero sobre um determinado produto televisual. Enquanto estrutura geral, ele pré-existe à realização efetiva de qualquer produto televisual, fazendo parte de um fundo de conhecimento comum que se constitui no conjunto de regularidades e expectativas que o definem enquanto prática cultural e discursiva⁴. Não obstante, se a noção de subgênero subsume uma pluralidade de programas, a de *formato*, em contrapartida, os diferencia, identificando a forma e o tipo de produção de um produto televisual: o formato é a forma de realização dos subgêneros, na medida em que pode até mesmo reunir e combinar vários subgêneros em uma única emissão. Em verdade, o formato é o processo pelo qual passa um produto televisual, desde sua concepção até sua realização. Trata-se do esquema que dá conta da estruturação de um produto televisual, constituído pela indicação de uma seqüência de atos que se organizam a partir de determinados conteúdos, com vistas a obter a representação de caráter unitário que caracteriza o programa – cenários, lugares, linha temática, regras, protagonistas, modalidades de transmissão, finalidades e tom –, estando ligado, por outro lado, a toda a estrutura comercial de uma emissora ou produtora de televisão, fato que deixa nele vestígios, semantizando e reciclando as demandas oriundas dos públicos: as estratégias de comercialização não são algo que se acrescenta depois, mas algo que deixa marcas na estrutura do formato.

Do ponto de vista do telespectador, tais configurações dos subgêneros em formatos começam a ganhar materialidade no momento em que as próprias emissoras, ao fazerem

4 Trata-se de regras de formação que definem sua condição de existência para além do plano de realidade e regime de crença com que operam, referentes a escolhas e privilégio de determinadas temáticas; ao domínio epistêmico e conceptual em que se inscrevem; às formas de estruturá-las narrativamente, às modalidades de enunciá-las; à definição e o estatuto de quem diz e pode falar, e daqueles quem se dirige; aos procedimentos de intervenção e interação empregados; à recorrência a determinadas estratégias discursivas e formas de expressá-las. A noção de subgênero está, assim, no limiar do discurso. Oferece não só objetos de que ele pode falar, bem como um feixe de relações que funcionam como pré-requisito para que se possa nele ingressar enquanto prática discursiva e sócio-cultural. Assim, qualquer telespectador distingue um telejornal de um programa de entrevista, da mesma forma como identifica, até mesmo pelos horários de exibição, se se trata de um ou outro.



publicidade de seus produtos, se *com*-prometem com uma série de atributos que neles devem estar contidos quando de sua oferta ao mercado televisivo.

Um outro aspecto a discutir, pela sua relevância na produção televisual, é o *tom* em sua relação com os subgêneros e formatos. Afinal, o *tom* é seguidamente o que torna o telespectador cativo de uma emissão. O tom constitui-se na presença de determinados traços de conteúdo da situação comunicativa, estruturados estrategicamente, com vistas a captar a atenção do telespectador e convidá-lo a compartilhar de disposições – como *seriedade* vs. *ludicidade*; *formalidade* vs. *informalidade*; *leveza* vs. *peso*, etc... –, dando-lhe a conhecer o modo como ele deve interagir com o produto que lhe está sendo ofertado. Tal relação parte, é verdade, das convenções de gêneros e dos regimes de crença por eles propostos, mas comporta também os apelos e convocações que cada produto faz aos seus interlocutores, através de suas especificidades enquanto programa.

A leveza ou seriedade de um programa, o humor sutil de outro, a irreverência de um terceiro têm o poder de reter o telespectador frente à telinha bem mais do que outros recursos ou artimanhas. Assim, a situação comunicativa televisual comporta, para além das ancoragens de tempo, espaço, aspecto e atores, um outro dispositivo sintático-semântico, a que ousamos chamar de *tonalização do discurso*, que confere o *ponto de vista* a partir do qual a narrativa de uma emissão quer ser reconhecida, independentemente do plano de realidade ou do regime de crença com que opera: “... *une émission peut référer à la réalité ou à une fiction, sur plusieurs tons*” (Jost, 2005. p. 39).

O processo de tonalização tem por tarefa a atribuição estratégica de um tom principal ao discurso produzido e a sua articulação com outros tons a ele correlacionados. Mas, é preciso ter presente que, para além de inclinações, tendências ou outras peculiaridades, a escolha de um tom em televisão é uma deliberação de caráter estratégico. “*Aujourd’hui plus qu’hier, chaque début d’émission annonce le ton qui va y dominer : il y aura des rires et des larmes, des « surprises », la révélation de secrets ou de la vérité*” (Jost, 1999. p. 28).

Mais ainda, essa deliberação sobre o tom confere-lhe um caráter interpelativo: acertar o tom, ou melhor, sua expressão, implica que ele seja reconhecido e apreciado pelo telespectador. Se isso não ocorrer, todo o processo de conferência fica comprometido – não obtém êxito, pois o tom se dirige, necessariamente, ao meio social. Ele supõe um interlocutor virtual ou atual que, na medida em que é capaz de detectar o tom conferido a um produto televisual, torna-se cúmplice do(s) enunciador(es); percebe sua proposição engajante, adere ao convite que lhe é feito pela instância de enunciação. Trata-se de um jogo que, mais do que para fazê-lo refletir ou entreter-se, tem uma intenção estratégica: manter o telespectador cativo. Ora,

jogo esse que é demasiado astucioso para ser verdadeiramente informação ou mero entretenimento.

Como é previsível, a proposição de um tom orienta-se por um feixe de relações representadas pela tentativa de harmonização entre o tema, o gênero/subgênero do programa, o público a que se destina, e o tipo de interação que a emissão pretende manter com o telespectador. Sua escolha não é nunca neutra, procurando sempre fazer jus ao conjunto do real que quer dar a conhecer a partir de um ponto de vista singular. Implica movimentos de *modulação*, passagem do tom principal aos a ele correlacionados; e de *gradação*, aumento ou diminuição de ênfase em determinado tom. Considerando as funções principais que a televisão se propõe a exercer – informação e entretenimento –, tudo leva a crer que tons principais dos produtos televisuais oscilem entre termos opositivos da categoria *disposição*: *sobriedade* vs *ludicidade*, cujos eixos semânticos são *seriedade*, *gozação*, *espirituosidade*, *prosaicidade*, combinados com outras categorias.

Cada subgênero televisual atualiza, enquanto expectativa social ou prática de audiência, um tom principal ou uma combinatória tonal. Não obstante, no processo de realização de um subgênero televisual, cada formato manifesta sua escolha tonal, expressa por uma determinada combinatória de tons, que passa a identificar o programa. Assim, o tom de cada emissão televisual é composto por elementos dados e elementos novos. Envia, obrigatoriamente, a combinatórias tonais pré-existentes, previstas pelo subgênero, mas reserva espaços opcionais para as novas combinatórias que passam, então, a identificá-lo enquanto formato. Com isso se quer dizer que todo subgênero televisual já tem como dado o tom que lhe seria adequado e que cada formato, opcionalmente, pode acessar novas combinatórias tonais que o distingam do subgênero *stricto sensu*. Trata-se de uma relação semântica estreita entre o que ditam as normas do subgênero, ponto de partida dado, que o enunciador e o enunciatário conhecem *a priori*, e o formato, uma vez que, para assumirem suas especificidades, os formatos rompem, fraturam seus tons de origem, substituindo-os, alterando-os, propondo novas combinatórias tonais. Dessa forma, o tom é traço distintivo entre subgêneros e formatos, pois, embora as produções televisuais de um mesmo subgênero apresentem, em princípio, semelhanças tonais, elas operam com determinadas combinações de tonais que as distinguem entre si, tornando-se sua marca registrada.

Resta ainda ressaltar que o tom se expressa, em grande parte dos produtos televisuais, de forma dissipada e difusa em grande parte dos produtos televisuais, exigindo que se perscrute o texto em busca dos elementos que sustentam sua manifestação. Do ponto de vista discursivo, a deliberação sobre o tom interfere na configuração dos atores, do tempo, do espaço, bem como



na da própria organização narrativa. Em nível textual, o tom se impõe como uma pretensão de conteúdo em busca de diferentes traços expressivos que o exteriorizem. Eles não se dão imediatamente a ver: encontram sua forma de expressão na articulação de diferentes níveis de linguagens, ligadas à harmonização de cores, formas e sons, ao jogo de câmeras e edição, aos registros de língua, ao guarda-roupa, cenário, encenação, manifestando-se estrategicamente através da sobreposição e inter-relacionamento de diferentes substâncias e formas de expressão, que servem simultaneamente para veicular outros sentidos.

- **Entre telenovelas, minisséries e seriados**

A ficção televisual manifesta-se, mais freqüentemente sob a forma de três subgêneros de produtos – as telenovelas, as minisséries, e os seriados –, exigindo, de pronto, o estabelecimento de diferenças e proximidades entre eles.

As *telenovelas*, como qualquer outro subgênero ficcional, pautam-se pela coerência interna do seu discurso, tendo como regime de crença a verossimilhança: não possuem compromisso com o mundo exterior, em que pesem alguns autores desse subgênero alegarem sua proximidade com o real, mundo exterior. Em princípio, podem sobrepor várias formas de ficção: são convocadas nesse tipo de teledramaturgia diferentes tonalidades – pitadas de comédia, romance, aventura, etc. Embora tenham duração pré-definida de aproximadamente oito meses, são textos abertos que só se concluem quando a telenovela finaliza. Com enredos que possibilitem uma fácil compreensão, contam com uma trama que pode sofrer alterações em função da aceitação ou não de elementos de sua narrativa por parte do telespectador, modificando sua duração, encurtando ou estendendo o número de capítulos; alterando a configuração dos personagens; acrescentando ou retirando atores de cena; reformulando a forma de abordagem dos temas, etc. As telenovelas, estruturadas por capítulos, comportam histórias, com dezenas de personagens, agrupados por núcleos que podem ser, de acordo com o enredo, familiares, profissionais, escolares, comunitários, etc. Convém ressaltar ainda que, nos últimos anos, as telenovelas vêm complexificando sua estrutura narrativa, ao abandonarem o tema central em prol de núcleos temáticos com igual importância no desenrolar da trama, o que torna difícil a identificação dos protagonistas principais: tem-se a sensação de que inúmeros personagens são lançados e que, dependendo de sua aceitação e empatia para com o público telespectador, eles podem ou não galgar ao *status* de protagonistas principais. Cada capítulo, como fragmento do texto maior, intenta provocar um certo suspense no telespectador, fazendo com que a expectativa sobre o desenrolar da trama, o torne cativo do programa.



Com estrutura muito próxima das telenovelas, as *minisséries*, textos *fechados* segmentados em capítulos, que adotam um esquema de exibição semelhante ao das telenovelas, embora sejam produzidos de forma mais elaborada e cuidada. Com duração mais breve, esse tipo de produto, tem um caráter normalmente experimental, optando pela adoção de esquemas narrativos mais sofisticados, visto que se destinam a uma faixa de público mais exigente e menos abrangente: os próprios dias e horários escolhidos para sua exibição, comprovam esse direcionamento.

O contraponto de novelas e minisséries, são os *seriados*. Trata-se de produtos ficcionais que se estruturam de forma bem distinta de novelas e minisséries: têm duração indefinida e estrutura narrativa bem mais flexível. Neles, o que importa são situações vividas pelos personagens. Exibidos sob a forma de episódios, apresentam, a cada emissão, relatos completos do ponto de vista narrativo, com início, meio e fim. E, embora preservem a maior parte dos personagens, que reaparecem a cada episódio, estão liberados para as participações especiais. A regularidade de apresentação das emissões é uma 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. Para alimentar a narrativa, cada episódio constitui-se na resolução de uma situação independente, apresentada no início do episódio e resolvida em seu interior. Sua compreensão é facilitada pela manutenção do perfil psicológico dos personagens e pelo desenvolvimento de um tema nuclear.

Existem diferentes tipos e formatos de seriados – policiais, de aventura, profissionais, familiares, etc – que se distinguem entre si pelo tom. Mas todos, de modo geral, mantêm uma estrutura narrativa, fundada na alternância entre a repetição e introdução de elementos novos, possibilitando 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. São exibidos, normalmente, por temporadas: a cada nova temporada, novos elementos são adicionados à trama, com vistas a mobilizar o telespectador.

Os sitcoms conformam-se como um tipo particular de seriados que se distingue de outros produtos do subgênero pela forma de interação que propõe ao telespectador, ou seja, pelo *tom*.

- **Sitcoms**



Os sitcoms estão ao abrigo de um subgênero ficcional – os seriados –; 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 emissões, denominadas *episódios*, que variam entre 30 e 40 min., tirante os intervalos comerciais. Esses programas não costumam ter data de encerramento pré-definida, podendo estender-se, no tempo, enquanto houver audiência e, conseqüentemente, patrocínio e/ou publicidade. 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 suas características na globalidade.

A estrutura dos sitcoms organiza-se em torno das ligações existentes entre o cotidiano, a narrativa e a ficção, atualizando temas 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. 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. 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.

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, deslizes, acasos e azares a que todos estamos expostos diariamente. 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: são 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. 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.



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.

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*. Mas, 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 pomenores 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.

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, ou melhor à reiteração em ritmo acelerado, de combinatórias tonais, que reaparecem a todo momento, de forma escrachada: é um desfilar de situações engraçadas, imprevistos, mal-entendidos, trocadilhos, piadas rápidas, enxutas.



- **Sitcoms brasileiros**

Tradição já antiga na programação televisiva nacional, os sitcoms chegaram inicialmente como produtos importados das emissoras americanas. 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), centradas 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 relegada, 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 mais informal e escrachado: 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 centraram-se no cotidiano profissional, mas esse cotidiano se constitui nos bastidores da própria televisão. *Minha nada mole vida*, por exemplo, relatava 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.

- **Considerações finais**

Nem sempre é fácil distinguir os diferentes tipos de seriados. No ano de 2008, a RGT lançou três novos seriados, que merecem atenção pelas suas características, ambigüidades e hibridações: (1) *Faça sua história*, que compreende relatos de casos vivenciados pelo



protagonista principal, Oswaldir (Vladimir Brichta), no desempenho de sua profissão: motorista de táxi. Cada episódio conta, na ótica do taxista, histórias de amores, confusões e enganos, que acontecem com seus passageiros, sobre as quais, aliás, além de palpar, muitas vezes ele interfere, o que lhe causa pruridos e inúmeros transtornos, dentre os quais o de chegar sempre atrasado em casa devido às trapalhadas em que se mete, o que se torna motivo de briga com a mulher. Em que pesem os aspectos mirabolantes das histórias ocorridas com o personagem principal, com inúmeras situações engraçadas pelas encrencas em que ele se mete e deve explicar à “patroa” e a temática tipicamente brasileira, cotidiana mesmo, o seriado não oscila entre pitadas de humor e aventura, pois o mote da série são os acontecimentos inusitados vividos pelos taxistas, não necessariamente engraçados; (2) *Dicas de um sedutor*, que é um seriado voltado ao público feminino, tendo como protagonista principal, Santiago (Luiz Fernando Guimarães), dono de uma agência especializada em relações afetivas, que oferece seus serviços para assessorar mulheres em suas conquistas e demais dilemas afetivos. O sedutor, profundo conhecedor da alma feminina, interfere como conselheiro, detetive e cupido, na tentativa de “consertar” a vida amorosa não só das mulheres que o procuram, como de possíveis clientes: o 007 tupiniquim dispõe de inúmeros disfarces para se aproximar dos homens investigados. Vai ao encontro daqueles que acha serem os pretendentes ideais, arma situações, mente, assume papéis, observa sem ser notado. Cada episódio relata dificuldades amorosas de sua clientes e a sua atuação atabalhoada como especialista, explicando comportamentos e ensinando estratégias para que elas consigam o que aspiram. E ele sempre acerta, fazendo o texto pender ora para o suspense, ora para o engraçado; (3) *Casos e acasos*, que é um seriado bastante distinto dos demais: não possui elenco fixo, o que dificulta a identificação e empatia do público. A cada episódio, um novo time de atores e personagens entra em cena para contar três histórias com núcleos temáticos e actoriais distintos que, ao final, se interseccionam, interligam e entrecruzam, interagindo entre si. Embora a temática geral do programa e a estrutura narrativa se mantenham – situações inusitadas, relacionamentos afetivos – as mudanças ocorridas a cada emissão impedem a familiarização do telespectador com os personagens.

Esses três produtos têm em comum, além dos aspectos estruturais ligados ao subgênero, **seriado**, o fato de adotarem uma estrutura narrativa complexa que superpõe e articula histórias diferentes. A estruturação mais sofisticada é a de *Casos e acasos*, que não só apresenta três relatos diferentes, como conta com personagens novos a cada emissão, o que, de certa forma, contraria as normas mais correntes de organização dos sitcoms, que optam por uma estruturação narrativa mais simples. Em princípio, nenhum desses seriados pode ser



considerado como um sitcom *strictu sensu*, pois, embora operem com uma tonalidade lúdica no tratamento dessas histórias, não se detém especificamente neste tom; não se centraliza nele o ponto de vista a partir do qual quer interagir com o telespectador. São produtos que não convocam em especial a consciência lúdica do telespectador para a identificação de situações cotidianas bem conhecidas que, no momento de sua ocorrência, podem parecer graves ou trágicas, mas que ali se desnudam, evidenciando, com graça, contradições e incoerências. Não há o desvio que, segundo Bergson, insiste em se apresentar como simplicidade e naturalidade, obtido pela “transposição da expressão natural de uma idéia para outra **tonalidade**” (1987, p. 66). Também não estão neles presentes as estratégias discursivas mais frequentemente empregadas na arquitetura dos sitcoms, próprias da construção do humor, neste caso, estruturadas a partir das regras da gramática televisual.

Assim, se mesmo com participações especialíssimas de grandes atores como a de Ney Latorraca, os lançamentos de 2008 da RGT vêm atingindo, segundo o Ibope, menos de 16 pontos de audiência, é porque esses produtos não definiram ou acertaram o tom. Está aí *A grande família* para comprovar.

Referências bibliográficas

- BERGSON, Henri. **O riso**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Le discours d'information médiatique: la construction du miroir social**. Paris: Nathan, 1997.
- DICIONÁRIO da TV Globo. **Programas de dramaturgia e entretenimento**. Projeto Memória das Organizações Globo. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- DUARTE, Elizabeth Bastos Duarte. **Televisão: ensaios metodológicos**. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- FONTANILLE, Jacques. **Significação e visualidade: exercícios práticos**. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- FURQUIM, Fernanda. **Sitcoms: definição e história**. Porto Alegre: FCF, 1999.
- HJELMSLEV, Louis. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem**. São Paulo: Perspectiva, 1975.
- JANKÉLÉVITCH, Vladimir. **L'ironie**. Paris: Champs Flammarion, 2002.
- JOST, François. **Introduction à l'analyse de la télévision**. Paris : Ellipses, 1999.
- JOST, François. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- JOST, François. **Comprendre la télévision**. Cinéma 128. Paris: Armand Colin, 2005.
- MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: SENAC, 2000.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro, UFRJ, 1997.
- PROPP, Vladimir. **Comicidade e riso**. São Paulo: Ática, 1992.