



## Que mal há em fantasiar? Só não te metas em enrascadas<sup>1</sup>

Elizabeth Bastos DUARTE<sup>2</sup>

Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, RS

### RESUMO

O texto propõe-se a analisar a série **Fantasia de uma dona de casa**, exibida pela RBSTV, examinando não só o subgênero em que se enquadra, estrutura do formato adotado, estratégias discursivas empregadas, caracterização dos personagens, traços de *gauchidade*, bem como seu projeto comunicativo – a forma de inserção na grade de programação da emissora, que contraria as normas, ao longo do tempo, estabelecidas pela gramática do televisual, ignorando as preferências e características do público telespectador.

**PALAVRAS-CHAVE:** sitcoms gaúchos; estratégias discursivas; projeto comunicativo

#### • Considerações introdutórias

Você assistiu? Não? Que dó! Valia a pena!

Se ninguém diz, eu digo, em alto e bom som: aqui no Rio Grande do Sul também se produz ficção seriada e de excelente qualidade. Esse é o caso de **Fantasia de uma dona de casa**, exibido pela RBSTV aos sábados às 12h25min, hoje em segunda temporada (2008 e 2009).

Devido à pesquisa em curso sobre a produção ficcional gaúcha<sup>3</sup>, examinaram-se algumas séries produzidas pelo Núcleo de Especiais da RBS TV, que encantam pela qualidade: são produções realizadas com todo o esmero, abordando, com uma delicadeza por vezes comovente, temáticas instigantes, sem abdicar, com isso, da cor local. Sim, porque, se falam de temas e problemas extensivos à humanidade, não deixam dúvida de que quem os vivencia, no caso, é gente gaúcha. Estão aí cenários, guarda-roupa e linguagem para comprovar.

O tratamento conferido aos temas, a agilidade dos roteiros, o cuidado na configuração dos personagens e na escolha e montagem dos cenários, a seleção dos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Ficção Seriada do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora e pesquisadora 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 1C do CNPq, coordenadora do grupo de pesquisa: *Processos de significação televisual: gêneros e formatos*. E-mail: bebethb@terra.com.br.

<sup>3</sup> Pesquisa **Produção ficcional gaúcha**, em curso, realizada por Elizabeth Bastos Duarte e Maria Lília Dias de Castro.



atores é surpreendente. Esses seriados certamente poderiam fazer frente aos exibidos pela Rede Globo de Televisão (RGT) que, em que pesem os diferentes núcleos de produção, muitas vezes, perdem-se na sofisticação dos roteiros, nos desmandos tecnológicos, sacrificando, com isso, o tom e afastando os telespectadores.

#### • Reflexões

Não é fácil um seriado, seja ele policial, de aventura, ou mesmo um sitcom, cair no gosto do telespectador. Não se trata apenas de acertar o tom: para além dos atributos do próprio produto, cabe uma boa definição de seu público alvo, de seus gostos e preferências, dos horários em que esses telespectadores estão disponíveis.

Assim, a serialidade, critério máximo de distribuição e estruturação dos produtos televisuais, não diz respeito somente a um tipo de organização que é exterior ao programa: ela incide fortemente sobre a própria estruturação interna dos programas. Atenta às diferentes lógicas e demandas econômicas, culturais e sociais, considera: (a) as características do público disponível nos diferentes horários e dias da semana (sexo, faixa etária e nível cultural); (b) os gostos e preferências desse público-alvo; (c) os subgêneros de programas indicados a esse público-alvo.

Mais ainda, a regularidade das apresentações, articulada com as repetições ocorridas entre uma emissão e outra, são estratégias essenciais para o êxito de um seriado, pois dão conta da familiarização do telespectador com aspectos do ritual proposto, permitindo-lhe a aquisição e o domínio das normas que presidem o formato adotado pela série. É essa alternância entre repetição e introdução de elementos novos que possibilita ao telespectador acumular conhecimentos em um contexto de estabilidade: um mesmo esquema narrativo e/ou os mesmos personagens principais retornam a cada semana para enfrentar novos desafios, simultaneamente instigando e tranquilizando o receptor. A cada nova temporada, novos elementos são adicionados à trama, com vistas a mobilizar o telespectador.

Cabe lembrar que os seriados são produtos ficcionais que se estruturam de forma bem distinta de novelas e minisséries: abordam situações de âmbito familiar, afetivo, profissional; são relatos completos, com início, meio e fim; têm duração indefinida e estrutura narrativa bem mais flexível. Neles, o que importa são as situações vividas pelos personagens. Cada episódio constitui-se na resolução de uma situação independente, apresentada no início da emissão e resolvida no seu interior.

Do ponto de vista da estruturação interna, a serialização, 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 que essas emissões, que no caso dos seriados são episódios exibidos a espaços horizontais regulares de tempo, contraem entre si – *continuidade* ou *descontinuidade* –; (3) a estruturação narrativa das emissões que compõem o programa – de *autonomia* ou *dependência*, umas em relação às outras.

Em 2008, à guisa de ilustração, a RGT lançou três seriados que não emplacaram: **Faça sua história**, **Dicas de um sedutor** e **Casos e acasos**. Não cabe aqui a sua análise, mas vale dizer que esses três produtos tiveram em comum, além dos aspectos estruturais ligados ao subgênero, **seriado**, o fato de adotarem uma estrutura narrativa bastante complexa, que sobrepõe e articula histórias diferentes. A estruturação mais sofisticada, a de *Casos e acasos*, não só apresentava três relatos diferentes, como contava com personagens novos a cada emissão, o que, de certa forma, contraria as normas mais correntes de organização dos seriados, que optam por uma estruturação narrativa mais simples. Assim, mesmo com participações especialíssimas de grandes atores, os lançamentos de 2008 da RGT atingiram, segundo o Ibope, menos de 16 pontos de audiência, saindo todos da grade de programação da emissora em 2009. Enquanto isso, **A grande família** (versão 2) permanece no ar há mais de 8 anos. Este ano, novas tentativas vêm sendo feitas, mas não têm ainda futuro garantido.

A RBSTV, este ano, preferiu apostar em novas temporadas de dois *sitcoms* que já aconteceram em 2007/2008. Este é o caso de **Fantasia de uma dona de casa**, que vai ser analisado com mais atenção no presente trabalho.

#### • *Sitcoms*

**Fantasia de uma dona de casa**, pela sua temática, estrutura e tonalidade, pode ser considerado um *sitcom*. O *sitcom* é um dos subgêneros ficcionais produzidos pela tevê brasileira, nos últimos tempos, com maior êxito do ponto de vista da audiência, talvez porque esse tipo de programa consiga captar, melhor que muitos outros, o espírito e as diferentes nuances do humor nacional, desempenhando, mais eficientemente que outros, as funções de entreter e, por que não?, de fazer refletir.

Mas o que configura verdadeiramente uma comédia de situação? Em que residem seus aspectos distintivos? O que lhes confere identidade e as diferencia entre si?

O *sitcom* é um produto ainda pouco estudado de maneira sistemática pela academia. Trata-se de um tipo especial de ficção, produzido especificamente para a televisão, cujos parâmetros raramente têm sido objeto de caracterização.



Os *sitcoms* operam com um plano de realidade discursiva de caráter ficcional (supra-realidade), adotando 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 crônicas do cotidiano que a televisão exhibe, normalmente, sob a forma de seriados, com apresentação semanal de segmentos, denominados *episódios*, que variam em torno de 30 min., tirante os intervalos comerciais. 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 as características do programa em sua globalidade. 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, via de regra, 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.

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 esses relatos curtos, contam com um pequeno elenco fixo, podendo lançar mão, quando for o caso, do recurso a participações especiais.

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 sequência 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.

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** 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. 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.

Mas, longe de ser um entretenimento descompromissado, os *sitcoms* discutem temas sociais relevantes, ainda que atenuados pelo tom a eles conferido. Não se pode esquecer que a essência do cômico e do riso (BERGSON 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.

Outras séries também possuem núcleos cômicos; daí por que o que distingue os *sitcoms* de outros seriados liga-se exatamente a articulação entre o **tom** e o **ritmo**. Acontece que, nos *sitcoms*, esse aspecto reaparece a todo o momento de forma



escrachada: é um desfile de situações engraçadas, imprevistos, mal-entendidos, trocadilhos, piadas rápidas, enxutas.

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 o qual convoca o telespectador a interagir.

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, 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 ao programa.

O tom se expressa de maneira difusa, mas reiterada nos *sitcoms*, interferindo na configuração dos atores, do tempo, do espaço, bem como na própria organização narrativa. As combinatórias tonais que caracterizam um *sitcom* ganham forma pela



configuração 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 pink na cozinha que compõe o cenário.

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 sequência 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.

Acredita-se que as combinatórias tonais que identificam os *sitcoms* oscilam, como já se referiu, entre os termos da categoria *disposição*, estruturados em torno das tensões entre seus dois polos extremos – *sobriedade* e *ludicidade*, recorrendo a determinados esquemas de conteúdo e expressão que oscilam sobre oposições como *ingenuidade vs malícia*; *esperteza vs. babaquice*; *fineza vs. baixaria*; *cortesia vs. grosseria*; *astúcia ou malandragem*; *seriedade vs. gozação*, *espirituosidade vs. prosaicidade*; *profundidade vs. superficialidade*; *suavidade vs. rispidez*; *leveza vs. peso*; *rebuscamento vs. simplicidade*, etc.

Para o humorista argentino Fontanarrosa:

... 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 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. Não obstante, nos seriados, o difícil é manter o tom. Mas, *Os normais*, por exemplo, soube fazer isso com maestria; *A grande família*, também.

- **Fantasia de uma dona de casa**



Em 2008, foi apresentada pela RBSTV a primeira temporada de **Fantasia de uma dona de casa**, com direção de Ana Luiza Azevedo e roteiro de Pedro Furtado e Márcio Schoenardie, hoje em sua segunda temporada (junho/julho de 2009). Trata-se de um *sitcom*, com duração em torno de 15 min., com apenas um intervalo comercial, veiculado sábado às 12h25 min. Em 2008, foram exibidos quatro episódios; este ano, a série foi retomada, tendo como previsão a apresentação de mais quatro episódios.

**Fantasia de uma dona de casa** narra fragmentos da vida de Carmem (Mirna Spritzer), uma mulher dedicada ao marido e ao lar, que, para fugir da mesmice do dia-a-dia, põe em prática algumas fantasias guardadas no baú de sua imaginação. Professora de violino e casada com Edgar (Careca da Silva), Carmem quer viver experiências inéditas, saindo de sua rotina de dona de casa. O marido, entendendo suas necessidades, embarca nas fantasias projetadas pela mulher: não só acata seus planos, como deles participa, embora o dinheiro seja curto e os sonhos, mirabolantes.

Aparentemente, Carmem é uma dona de casa comum, dessas que se encontram aos milhares pelos lares de classe média do Brasil. Ocorre que, embora seu cotidiano não seja dos mais emocionantes, ela, além de inteligente, possui um raro talento para se meter em encrencas todas as vezes em que decide a buscar uma vida menos ordinária. E, saliente-se, que ela possui a capacidade de se conectar consigo mesma, de saber o que quer, e não se faz de rogada: dá colorido às suas fantasias, desacomodando, com isso, seu entorno, mas... no bom sentido.

E é esse desassossego a maior ligação entre Carmem e grande parte das mulheres que nela se veem retratada. Carmem é professora de violino, mas só isso não lhe basta; precisa de mais, precisa de muitas emoções.

Além de Carmem (Mirna Spritzer), são personagens fixos do seriado seu marido Edgar (Careca da Silva), as amigas Soraya (Eliane Steinmetz) e Susana (Lisa Becker) e, claro, a insuperável tia Ivone (Irene Brietzke). Com esse núcleo principal, o roteiro, a cada episódio, funda-se em novas peripécias da protagonista, articuladas de forma entrosada e veloz. A narrativa se utiliza de estratégias discursivas como *flashes*, *flashbacks*, voz em off, apresentação de cenas simultâneas na tela, internet com *web cam*, entre outras, para dar conta dessa verdadeira corrida contra o tempo, muitas vezes marcado pelo computador, que um relato de 15 min. exige. E, vale dizer, faz isso com muita competência: aparente simplicidade, sem rebuscamentos. A nova temporada, anunciam, é mais dinâmica, mais gostosa de assistir.



Cada um dos episódios<sup>4</sup> dá conta de uma das trapalhadas de Carmem. **Inicializando**, apresentado em 07.06.08, por exemplo, relata seu encontro, marcado via internet, com um ex-colega seu e de Suzana, uma amiga que vive na Dinamarca e com quem se comunica diariamente *on line*. Já no episódio exibido em 20.06.09, **50 anos de praia**, Carmem e o marido vão passar o fim de semana na praia, na casa de um amigo de Edgar, casado com uma mulher muito mais jovem, o que se torna motivo para um choque de gerações entre as duas mulheres.

Embora cada episódio seja um relato independente, eles se articulam entre si de forma harmônica e coerente, sem perder o ritmo e o tom que caracteriza a série. Aproveitando-se de traços cômicos inerentes à própria vida, que oferece objetos ou situações engraçadas ou ridículas a quem seja capaz de identificá-los, a série toma como tema os aspectos da vida cotidiana, fazendo humor com situações bem conhecidas do telespectador que, no momento de sua ocorrência, podem parecer graves ou trágicas; desnuda práticas, comportamentos, valores familiares, sociais ou políticos, apontando suas contradições e incoerências<sup>5</sup>. Fica claro que o objetivo de **Fantasia**s é divertir

---

<sup>4</sup> Os episódios de 2008 são: **Inicializando** (07.06.08); **São tantas emoções** (14.06.08); **Que viagem** (21.06.08) e **Quem não dança, dança** (28.06.08). E os de 2009 são: **50 anos de praia** (20.06.09); **30 segundos de fama** (27.06.09); **Saindo da seca** (04.07.09) e **Recasamento** (11.07.09).

<sup>5</sup> **Inicializando**: Carmem começa a se corresponder via internet com a amiga Suzana, que mora na Dinamarca. A amiga está cheia de novidades para contar, incluindo um novo marido dinamarquês, um show dos Rolling Stones e um encontro com um ex-colega galã. Carmen, porém, continua igualzinha, sem novidade alguma em sua vida pacata. O seu marido Edgar viajou a trabalho e ela decide que passará os próximos dias explorando suas fantasias pela internet. Uma inesperada visitante, Ivone, tia de Edgar, poderá atrapalhar os planos de Carmem. E para completar o seu tormento, ela tem de ir a um encontro marcado por Suzana com um antigo colega, que atualmente não tem mais nada de galã. **São tantas emoções**: Carmem quer fazer algo diferente. Suas fotos antigas revelam que ela tem o mesmo visual desde os anos 1970. Suzana manda de presente uma nova tinta para os cabelos, o último grito na Europa. Tia Ivone é sorteada e vai para um show encontrar com o seu ídolo, com Carmem de acompanhante. Elas têm direito a entrar no camarim. De repente, a vida de Carmem está repleta de novidades. Mas as coisas não acontecem da maneira que ela espera. Agora, Carmem está com o cabelo roxo e para completar é roubada a caminho do camarim do cantor. **Que viagem**: Carmem quer viajar, mas se depender de Edgar, ela vai no máximo para um hotel fazenda em Viamão. Sua amiga Suzana cheia de novidades de sua mais recente visita a Paris. Edgar só pensa em economizar. Mas, Suzana convence Carmem a passar um final de semana sozinha no Uruguai, sem avisar o marido que está fora da cidade. Carmem, num impulso, resolve fazer a tal viagem. No ônibus para Montevideu, Carmem enfrenta duas crianças pestinhas, uma senhora com problemas intestinais e um remédio que a faz dormir mais do que deveria. **Quem não dança, dança**: Carmem quer realizar mais uma fantasia: dançar. Para isso, ela vai precisar de um parceiro e o marido Edgar recusa-se a fazer aulas de dança. Após muito insistir, Edgar topa fazer a aula de dança e acaba se revelando um verdadeiro pé-de-valsas. Enquanto isso, Carmem não consegue sair do dois pra lá e dois pra cá. Depois de perder o marido para outra parceira de dança, Carmem ainda tem que aprender a dançar com a nova parceira, Leonice.

**50 anos de praia**: No primeiro episódio da segunda temporada, Carmem e Edgar decidem passar um fim de semana na casa de um amigo que se casou com uma mulher muito jovem do que ele. O choque de gerações aparece nas conversas entre os quatro e nas reflexões de Carmem sobre os valores da idade e da aparência. **30 segundos de fama**: Influenciada por tia Ivone, Carmem decide fazer teste para atuar num comercial de TV, apesar de pensar que uma atriz de teatro não pode se dar bem na TV. Depois de ser selecionada para o trabalho, Carmem não fica muito contente. Afinal, a gravação não saiu como ela esperava – e nem como o diretor queria. **Saindo da seca**: Ao acompanhar Edgar ao médico, Carmem acaba fazendo uma consulta e descobre que precisa praticar exercícios físicos. Mas como encontrar algo que ela tenha prazer em fazer? Convencida por tia Ivone, ela decide jogar boliche. Mas a empreitada acaba com um cartão de banco bloqueado e um possível sequestro relâmpago. **Recasamento**: Carmem acredita que seu casamento precisa ser renovado e convence Edgar a casar novamente. Ela precisará reunir a família do marido, que mora no Interior e que, para piorar, está brigada com Edgar. Para organizar o grande evento, ela contará com a ajuda da atrapalhada amiga Soraya.



através da exposição desses pequenos percalços, deslizes, acasos e azares a que todos estão expostos diariamente, o que não impede profundas reflexões, instigadas pelas temáticas abordadas.

Assim, há uma recorrência insistente a procedimentos de configuração do *tragicômico*, que oscilam entre a ironia e a simploriedade, em meio a calorosas discussões existenciais. Ora, a ironia que se estabelece entre o trágico e o cômico, entremeia piadas e gozações à enunciação de discursos profundos e densos. A exposição, às vezes, delicada e suave de afetos e sentimentos é mediada pela aspereza da linguagem empregada. Todas essas estratégias concorrem para garantir uma certa neutralização da tensão decorrente da oposição entre *sobriedade* vs. *humor*.

Nesse sentido, o *sitcom* mobiliza outras categorias tonais, de *atitude*, de *espessura*, de *intensidade*, de *peso*, colocando-as a serviço de um tom predominante. Seu texto oscila entre um tratamento *sério* e *humorístico*, *liso* e *áspero*, *suave* e *ríspido*, *superficial* e *profundo*, *leve* e *pesado*, *simples* e *complexo*, *disperso* e *concentrado* dos temas propostos, fazendo com que as narrativas assumam esse tom de crônica do cotidiano, inteligente e bem-humorada, que vem firmando o interesse do telespectador em relação ao programa.

Ainda que sejam ficção, essas histórias curtas abordam temas muito próximos daqueles vivenciados por mulheres de quarenta anos, enfasiadas com suas vidas e preocupadas com o envelhecimento e a aparência, que buscam conferir um sentido mais profundo à sua existência.

As cenas em que Carmem conversa com a amiga Susana (Lisa Becker) pelo computador são uma imitação da própria vida. Morando atualmente na Dinamarca, a atriz Lisa Becker precisa improvisar para gravar suas cenas. Assim, quando Susana aparece conversando com Carmem por uma *web cam*, as atrizes estão realmente usando aquela tecnologia: uma no Brasil e outra na Dinamarca.

Carmem, de certa maneira, acaba por fugir do estereótipo da típica dona de casa enfarada com sua vida, carregando o melhor de vários mundos – incluindo o masculino. Diante dos impasses, a personagem opta sempre pela solução mais imprevisível, por vezes até surreal, que tem à mão, o que não quer dizer que se distancie do cotidiano.

Em que pese ser uma produção barata, cuja ação se passa preferencialmente em espaços internos, construídos e instalados em estúdio, combinados com algumas cenas externas, o roteiro tem o cuidado de informar o telespectador sobre o local onde se passa – preferencialmente – a ação: a capital gaúcha.



Aliás, cabe ressaltar que a combinatória tonal que perpassa **Fantasia de uma dona de casa** veste-se de uma cor local. Embora as temáticas abordadas sejam extensivas aos seres humanos em geral, as inquietações, aspirações e trapalhadas vivenciadas por Carmem estão impregnadas de traços de **gauchidade**, que se manifestam não só pelos locais e espaços por onde circulam os personagens, como por seus hábitos, cultura e valores, e principalmente linguagem. Há uma dimensão social no humor exibido, no tom adotado pela narrativa: as falas dos atores carregadas do sotaque gaúcho, o emprego da 2ª pessoa, a configuração de cenários e figurinos, os gestos e expressão facial, as músicas de fundo, nada é inocente. Ao contrário, o sincretismo da encenação e das linguagens, articula-se em uma composição elaborada com cuidado e esmero, responsável pela manifestação de sentidos e tonalidades que conferem à universalidade dos temas tratados um tom local de **gauchidade**. E as seleções e deliberações tomadas em nível de roteiro apontam para isso.

Quando Carmem fala é à moda gaúcha (Tô te vendo, Suzana); quando sonha em viajar é para Montevidéu; quando sai às compras vai ao Mercado Público de Porto Alegre; quando a câmera focaliza a placa de destinação do ônibus é Porto Alegre – Taim seu roteiro; e, assim por diante.

Finalmente, há que se examinarem os aspectos desconcertantes deste *sitcom*, que, enquanto tal, só merece elogios e admiração; sua forma de inserção na grade de programação da emissora, bem como a frequência e regularidade de sua exibição são deploráveis.

Certo, sobram muitos poucos espaços para a exibição de programação própria no caso das emissoras afiliadas da RGT. Mas a inserção de um programa na grade obedece a determinadas estratégias comunicativas que, se não forem consideradas, matam um produto.

Daí por que quem examina a distribuição de **Fantasia de uma dona de casa** na grade de programação, passa a duvidar das perspectivas futuras do programa. Mais ainda, a escolha de combinatórias tonais para os programas de televisão, que não se constitui tarefa fácil, está diretamente relacionada à sua provável inserção na grade, que define quem é seu interlocutor virtual e à adoção das formas de endereçamento a ele apropriadas. Além disso, o telespectador, qualquer telespectador, está acostumado à oferta de produtos cuja frequência das apresentações é regular. E isso **Fantasia** não oferece.



Em razão disso, em que pese sua qualidade enquanto produto televisual, lamentavelmente, **Fantasia de uma dona de casa** passa *in albis*: os procedimentos adotados para sua exibição ferem o conhecimento amalhado ao longo dos anos sobre o fazer televisivo: as produções do Núcleo de Especiais da RBSTV que, em 2009, completa dez anos de existência, são exibidas de forma irregular, em número insuficiente de episódios e em horários que mesmo os telespectadores mais fanáticos e ferrenhos como eu, estão longe da telinha: sábados por volta do meio dia e domingos, depois da meia-noite na TV Com.

## REFERÊNCIAS

- 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.
- CALABRESE, Omar. **La informacion y el espectador: un juego de pasiones**. In: \_\_\_\_\_. *Los juegos de la imagen*. Bogotá: Instituto Italiano de Cultura, 1995.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Le discours d'information médiatique: la construction du miroir social**. Paris: Nathan, 1997.
- DICIONÁRIO da TV Globo. v.1: **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.
- FONTANARROSA, Roberto Negro. Hipermídia, em entrevista para revista N, em 2005. **Adverso**, 150, set, p. 25, Comunicação Impressa, 2007.
- FONTANILLE, Jacques. **Significação e visualidade: exercícios práticos**. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- FREUD, Sigmund. O humor. In: \_\_\_\_\_. **Das obras psicológicas completas. v. XXI (1927-1931)**. Rio de Janeiro: Imago, 1969.
- FURQUIM, Fernanda. **Sitcoms: definição e história**. Porto Alegre: FCF, 1999.
- GREIMAS, A. J. & COURTÈS, J. **Dicionário de semiótica**. São Paulo: Cultrix, 1989.
- HJELMSLEV, Louis. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem**. São Paulo: Perspectiva, 1975.
- JANKÉLÉVITCH, Vladimir. **L'ironie**. Paris: Champs Flammarion, 2002.
- JEUDY, Henri-Pierre. **A ironia da comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2001.
- JOST, François. **Comprendre la télévision**. Cinéma 128. Paris: Armand Colin, 2005.
- JOST, François. **Introduction à l'analyse de la télévision**. Paris : Ellipses, 1999.
- JOST, François. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- JOST, François. **La télévision du quotidien: entre réalité et fiction**. Bruxelles: De Boeck, 2001.
- LAMBERT, Frédéric, org. **Figures de l'anonymat: médias et société**. Paris: L'Harmattan, 2001.
- LABERTI, Verena. **O riso e o risível**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar/FGV, 1999.
- MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: SENAC, 2000.
- PROPP, Vladimir. **Comicidade e riso**. São Paulo: Ática, 1992.