



O Seriado *The Office* e a Interpelação do Espectador a partir da Estratégia do *Mockumentary*¹

Bárbara PANSARDI²
Diogo Tognolo ROCHA³

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

Resumo

A série *The Office* traz particularidades no seu modo de narrar pela sua configuração enquanto *mockumentary* (hibridização entre ficção e documentário). Tendo isso em vista, este artigo constitui um esforço de compreensão das formas com que as narrativas televisuais, com seus diferentes quadros de formatação do olhar, interpelam o espectador. Nosso objetivo, então, é entender de que maneira o narrador em *The Office* convoca certas posturas de legibilidade de seu público receptor.

Palavras-chave: espectador; *mockumentary*; narrador; quadro; *The Office*

Introdução

Imagine trabalhar em um escritório estando constantemente sob os olhares vigilantes de um público. Imagine, durante seu ofício, ser frequentemente interpelado por uma câmera e ter que se retratar sobre suas ações, anseios, opiniões. Esse é o dia-dia de Michael Scott, Pam, Jim, Dwight e Ryan, personagens do seriado *The Office*, que se passa no interior da empresa de papel Dunder Mifflin.

A série inova por destoar do modo de narrar tradicional e hegemônico das séries de tevê estadunidenses, visto que hibridiza estéticas, inserindo elementos característicos do documentário. *The Office* fora o produto televisual responsável por popularizar o gênero *mockumentary*⁴ na televisão norte-americana, tendo recebido mais de vinte prêmios – o que evidencia seu reconhecimento. Seu modo de apresentação institui uma novidade porque convoca novas posições do espectador. O seriado é característico de um modo de narrar da televisão contemporânea, cujos produtos ficcionais trazem

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – VI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação do 6º. semestre do Curso de Comunicação Social da FAFICH-UFMG, e-mail: babi.pansardi@gmail.com

³ Estudante de Graduação do 6º. semestre do Curso de Comunicação Social da FAFICH-UFMG, e-mail: diogotr@gmail.com

⁴ *Mockumentary* é um neologismo anglófono, formado com as palavras *mock* (zombar, fazer troça, enganar) e *documentary* (documentário), dando origem ao termo *mockdocumentary*, falso documentário.



particularidades na forma como o receptor é mobilizado e o modo como o mundo ficcional é com ele compartilhado. Nesse sentido, cabe pensar como as diferentes estratégias narrativas impulsionam novas maneiras de o telespectador lidar com o dispositivo televisivo.

Pensando nessa formatação de novos lugares do receptor e tendo em vista a particularidade de *The Office*, faremos, primeiramente, uma revisão bibliográfica sobre os modos de interpelação da televisão. Em seguida, dedicaremos-nos a compreender como se configuram alguns aspectos da convocação do espectador engendrada narrativamente na série, isto é, buscaremos apreender como seus quadros televisuais formatam um determinado olhar. A partir disso, então, pensaremos a especificidade do seriado enquanto *mockumentary* e as implicações desta estética nos regimes de legibilidade oferecidos ao seu público.

A convocação do espectador

Em todo discurso, existe uma dimensão receptora implicada, visto que uma fala é algo que se dirige *a* alguém. No que tange o dispositivo televisivo, um lugar é construído para o telespectador, já que é este quem legitima a existência da televisão. A tevê é da ordem do contato; ela não prescinde de um sujeito que a esteja autenticando o tempo todo. Por isso, a convocação do receptor é fundante para a estruturação de uma estética televisiva. A televisão é construída pela relação com o olhar, mobilizando, desta forma, um vínculo com seu espectador – sendo este constantemente interpelado por narrativas televisuais que, com suas diferentes conformações, conclamam diferentes posturas.

Para Eliseo Verón (2001), vivemos em uma sociedade industrial mediatizada, em que se borram as fronteiras entre o real e suas representações. Dispositivos como a televisão não são somente meios de reprodução de um real, mas de produção de sentido. A tevê se insere neste âmbito como meio de contato, que parte da linguagem para estabelecer uma relação com o espectador. O telespectador, então, é a todo momento interpelado, consultado, incitado a intervir. Como aparelho doméstico, a tevê

se refere constantemente ao fora-do-quadro, a seus destinatários, os telespectadores. Esse ‘entre dois’ (...) representa bem uma fronteira entre dois espaços (público/privado ou privado/midiático) e torna-se um agente ativo, um catalizador (*sic*) no processo de produção das imagens. Ele se metamorfoseia ora em janela, ora em tribuna, ora em veículo, ora em lupa, ora em mensagem escritural para seu destinatário distante, como uma

associação de empatia entre esse quadro instrumentalizado e seu contracampo situado fora do quadro, o olho do telespectador (SOULAGES, 2002, p. 274).

Para Soulages (2002, p. 273), a televisão está sempre propondo ao espectador uma forma de se posicionar em relação ao universo apresentado, firmando-se sobre uma “formatação permanente do olhar”. Essa formatação, por sua vez, possui uma dimensão constitutiva, na medida em que é ela que constitui e inscreve um certo tipo de receptor. É por essa dependência do contato que o autor diz de uma dupla perspectiva da televisão, que une a dimensão sociológica da mídia com seu componente plástico-formal.

Elas são duplamente dependentes. Primeiro, dependentes de uma rede de difusão-recepção sem a qual não teriam existência concreta e sem a qual não possuem autonomia (...). Segundo, dependem simultaneamente dos “mundos possíveis” por elas exibidos, que propõem aos telespectadores diferentes “contextos de participação”. (SOULAGES, 2002, p. 271)

Isso significa que, enquanto um discurso que se dirige a outrem, a televisão necessita de um interlocutor que a ela se volte e a autentique, disso dependendo sua existência. Em segundo lugar, ao se referir aos “mundos possíveis exibidos”, Soulages quer dizer que o universo diegético proposto irá convocar, no polo receptor, uma determinada participação e identificação.

Neste sentido, as produções televisuais podem ser pensadas através do *ponto de vista do espectador* (SOULAGES, 2002). Esse ponto de vista é sublinhado pela conformação própria da televisão, suas estéticas, imagens, enfim, pela configuração do quadro televisivo. Nos dizeres do próprio Soulages (2002, p.273, grifos do autor): “É essa presença subjacente do espectador, através das imagens dirigidas e dos percursos visuais programados, que me levou a utilizar o termo de *ponto de vista do espectador* (...) para caracterizar o regime escópico das produções televisuais”.

O trabalho de Jean-Claude Soulages consiste em depreender, a partir do regime do olhar, operadores que nos permitem analisar as posturas do telespectador. O autor dedica-se a compreender os diferentes formatos e hibridizações presentes na televisão a partir de desdobramentos daquilo que ele chama de quadro-suporte. Este quadro-suporte refere-se à materialidade própria da tevê, sua tela. Diferentemente do cinema, cuja projeção é virtual (apagando-se o quadro), o aparelho televisivo propõe uma contenção da imagem, a demarcação de limites físicos impostos pela configuração da tela. Conforme pontua o autor (2002, p.274), “(...) com suas funções de encerramento, de

borda e de fechamento da imagem (...), o quadro-suporte permanece sempre visível, aspirado por um fora-do-quadro e sobre-significado pela co-presença doméstica da mídia e de seu utilizador”.

Soulages (2002, p.275), tendo em vista que “[e]ssas variações escópicas da tela da televisão ativam simultaneamente no usuário todo um espectro de atitudes espectatoriais”, propõe quatro figuras dominantes, mas não excludentes, de estilos de filmização: 1) quadro-cênico ou transparente, 2) afresco ou opaco, 3) janela ou perfurado e 4) percurso ou móvel.

O quadro-cênico é aquele que simula um apagamento, ou seja, o espaço a ser percebido não é mais o da tela, e sim o universo interior da narrativa, o espaço diegético. Nesse caso, o espectador é “transportado” de seu contexto doméstico e projetado no universo ficcional como uma espécie de *voyeur*. Essa proposta de supressão do quadro é o que funda a dramaturgia dos modos de narrar tradicionais.

No que diz respeito aos quadros-cênicos, a televisão estrutura e dispõe suas imagens sob duas visadas: pluripontual e unipontual. A pluripontual corresponde, nas palavras de Soulages (2002, p. 277), a “um número limitado de vistas parametradas trabalhando na recomposição em mosaico (...)”. Esse quadro cênico opera da seguinte forma: a ação ocorre em um mesmo espaço e os diferentes enquadramentos tencionam dar conta da totalidade (ou, ao menos, de uma multiplicidade de pontos de vista) da *mise-en-scène*. Um exemplo ilustrativo são as aberturas de programas de auditório, nas quais são focalizadas, alternadamente, as dançarinas, a plateia e o apresentador e seus convidados. Já a unipontual, por sua vez, compreende um ponto de vista único e fixo. Para nosso propósito, esta é a caracterização que mais interessa, pois, como veremos, há momentos de *The Office* em que a câmera encarna um ponto de vista específico, figurando como um personagem, revelando um ângulo de visão limitado – em contraposição a uma narração tradicional dos seriados, que costuma ser onisciente.

O quadro-afresco ou quadro opaco diz de um aspecto primordialmente plástico. Trata-se de uma imagem sem profundidade, em que tudo está na superfície; é uma imagem achatada, sem sujeito, com baixa densidade narrativa; o que é para ser percebido está enquadrado. Nessa configuração, “o agenciamento de massas, formas, movimentos, do espaço figurado, assim como no espaço pictórico, (...) se revelarão dominantes” (SOULAGES, 2002, p. 277). São imagens como esquemas, gráficos, vinhetas de apresentação, entre outros, que se constituem como um espaço ativado pela escrita e pelo grafismo.



O quadro-janela ou quadro perfurado, por sua vez, mobiliza, de forma particular, uma interpelação do espectador, propondo uma “interação entre o sujeito que olha (...) e o sujeito que é olhado” (SOULAGES, 2002, p. 278). Há uma ênfase na dimensão do contato – a imersão se dá pela contiguidade. Funcionando como uma janela ou um portal, este quadro dá a impressão de fusão entre o mundo televisivo e o mundo do espectador, pois, diferentemente do quadro-transparente – em que o telespectador é incentivado a abrir mão da sua situação de recepção para adentrar a diegese da narrativa –, aqui se verifica a presença concreta do aparato televisivo eletrodoméstico, o qual se volta ao sujeito que está defronte a ele e o inclui, busca seu engajamento, sua atenção e sua autenticação. No quadro-janela, portanto, não se trata de imergir no universo diegético, atuando nele como um *voyeur*; antes, convoca o receptor a uma participação ativa na construção dialética de um ver e ser visto. Segundo Soulages (2002, p. 279), “esta imagem antropomorfa não propõe mais um olhar sobre o mundo, mas sim um lugar efetivo para o espectador, que passa a ser olhado”. Temos no telejornalismo um exemplo paradigmático. Seja nas passagens dos repórteres, seja na postura do âncora, os jornalistas estão se dirigindo diretamente ao espectador, numa conduta explícita de encarar a câmera.

Por fim, Soulages detalha o quadro-percurso ou quadro móvel, o qual se caracteriza menos pelas formas das imagens do que por sua dinâmica e aleatoriedade, propondo um olhar que se abre a vários processos ao mesmo tempo, sem se deter sobre nenhum. Por esse caráter disperso e plural, as cenas se caracterizam por uma fragmentação que visa ver tudo o tempo todo, pretendendo, com isso, encobrir o ‘fora de campo’; logo, é um mundo que busca ser totalizante. Daí que a multiplicação dos pontos de vista se sobreponha à unicidade do olhar; o quadro-percurso, assim, rompe com a estabilidade do quadro-cênico. Os *travellings* são o maior exemplar de tais imagens propulsivas.

Como explicita Soulages, estes quadros não se apresentam de forma pura na televisão. Pelo contrário, é a partir de suas hibridizações que emergem as diferentes estéticas televisuais. Em *The Office*, a mobilização destes quadros – notadamente o perfurado e o cênico unipontual – dão a ver sua especificidade enquanto *mockumentary*.

The Office



A série norte-americana *The Office* teve seu primeiro episódio exibido em 2005, retomando a história de 2001 da série britânica de mesmo nome, exibida pela BBC e criada por Ricky Gervais e Stephen Merchant. Sua franquia norte-americana, que vai ao ar pela NBC, fora adaptada pelo produtor-executivo Greg Daniels. Na história, acompanhamos o dia-a-dia da empresa de papel Dunder Mifflin, chefiada por Michael Scott (Steve Carrell), um homem que parece colocar o humor frente às suas obrigações empresariais, estabelecendo com seus funcionários uma (forçada) relação de amizade. Em suas exibições iniciais – a série está atualmente em seu sétimo ano –, integraram o elenco regular a recepcionista Pam (Jenna Fischer), os vendedores Jim (John Krasinski) e Dwight (Rainn Wilson), o estagiário Ryan (B.J. Novak), entre outros. *The Office* é composta por episódios de meia-hora, totalizando, na temporada inaugural, seis episódios. Em sua primeira veiculação nos Estados Unidos, teve uma audiência média de 5,4 milhões de espectadores. No Brasil, a série é transmitida pela tevê por assinatura FX.

The Office propõe-se como retrato jocoso da vida americana contemporânea no interior dos escritórios. A estratégia utilizada para isso é conferir visibilidade ao cotidiano da empresa de papel Dunder Mifflin, focando o tédio inerente a este trabalho. Michael, o gerente, acredita ser um grande entusiasta, bem-humorado e cômico, e se apraz em fazer-se engraçado aos demais. Sua conduta, então, não respeita o posicionamento hierárquico que um executivo deve ter. Ele, ao contrário, tenta aparentar-se um “chefe amigo”, mas seu humor forçado é rechaçado pelos funcionários, que só o toleram pelo vínculo empregatício. É nesse tensionamento do contato entre Michael e seus empregados que emerge o caráter humorístico-irônico.

O grande diferencial do produto televisual em questão é o flerte com duas estéticas diferentes – mas não opostas nem excludentes. A primeira diz respeito a um modo de narrar tradicional e hegemônico das séries norte-americanas; a segunda, por sua vez, refere-se ao documentário. Pelo uso de técnicas e de uma linguagem caras a este último, portanto – o caráter documental evidencia-se principalmente, e à primeira vista, pela recorrência com que os personagens sentam-se diante da câmera e dão a ela o seu depoimento –, *The Office* insere-se no gênero *mockumentary*, em que ações fictícias são apresentadas de forma a aparentarem realidade, isto é, simula-se a estrutura de um documentário, mas narra-se uma história ficcional. Na sequência, analisamos o seriado a partir de alguns elementos que melhor o tipificam.

1) Quadros

O quadro em *The Office* é cambiante, revelando um narrador que claudica em suas posições. Um tensionador e problematizador importante é o olhar para a câmera, o qual evidencia distintas operações no universo diegético. Essa hesitação dá a ver diferentes lugares do espectador, propondo um olhar deste que vai além de um regime de ver homogêneo e tradicional da televisão. Para compreender essa operação, buscaremos o entendimento de tal postura narrativa ambígua, que se desdobra entre o que chamaremos de narrador-neutro e narrador-participante.

O narrador-neutro corresponde à postura de olhar diretamente para a câmera. Aqui, mais que um canal, a tevê se assume como um aparato concreto posicionado diante de um espectador. Essa habilidade discursiva da televisão tende a dissolver a mediação e a distância; há uma mobilização imediata do receptor, propondo uma interação entre este e as ações apresentadas pelo seriado, num movimento de cumplicidade. O personagem coloca seu discurso defronte à câmera, comenta sobre algum fato transcorrido no escritório ou sobre sua própria vida. Nesses casos, simula-se o apagamento do gesto mediador do aparato, ambicionando colocar o espectador em contato direto com o personagem que a ele se dirige. Essa postura produz uma sensação de contiguidade entre o que se vê na televisão e a realidade partilhada pelo espectador. A câmera funciona, então, como uma janela. Trata-se do quadro perfurado de que fala Soulages.

Em *Basketball*, o quinto episódio da primeira temporada, a narrativa começa com a chegada do chefe ao escritório. Ele adentra o ambiente e, com expectativa, dirige-se a Jim e Ryan, os quais lhe mostram suas mochilas. Ele não responde verbalmente, mas evidencia sua aprovação. Tal cena se desenvolve em um quadro cênico ou transparente, em que somos convidados a imergir no universo diegético. Ocorre, porém que, a princípio, não compreendemos do que se trata, fato que só irá se esclarecer na cena seguinte quando, voltado para a câmera, Michael explica que convocara seus funcionários para um jogo de basquete na hora do almoço. Eis um exemplo de quadro-janela ou perfurado.

Para Umberto Eco (1984) – que também se ocupa do estudo sobre as convocações do receptor –, os sujeitos televisivos que olham para a câmera, dirigindo-se ao telespectador, sugerem que há algo de verdadeiro na relação que se estabelece entre eles. Numa perspectiva habitual, esse gesto é reservado a quem representa a si próprio,



enquanto falar sem olhar para a câmera denota a representação de um outro – a representação de um personagem fictício. Neste mesmo âmbito, Eliseo Verón (2001) destaca que a televisão, enquanto meio de contato, forja uma relação de simetria com o espectador, a qual dá credibilidade ao discurso. Verón refere-se, notadamente, à conduta do apresentador de telejornal; julgamos, porém, que podemos estender tal proposição aos personagens de *The Office*: suas falas dirigidas à câmera ambicionam uma relação de contiguidade com o ambiente do receptor, buscando, de um espectador sugerido, cumplicidade e aceitação dos discursos por eles proferidos.

Além do olhar para a câmera, há, em *The Office*, outra particularidade. Em certos momentos, a câmera age como personagem e dá a ver ações que revelam a sua presença quase corporal em cena. Isto ocorre, por exemplo, quando o elenco é filmado por ângulos inusitados – escondidos atrás de algum objeto, vistos por entre as frestas da cortina, enfim, em situações que marcam uma relação de segredo –, nos quais eles se preocupam com a visibilidade de suas ações e com as frases que pronunciam. Nesse funcionamento da câmera como narrador-participante, temos uma relação marcadamente subjetiva no modo de filmar. Diferente do primeiro caso, o contato com o espectador aqui é mais opaco, pois não prescinde (ou melhor, não simula prescindir) de um mediador. O que transcorre é que a presença da câmera materializa um corpo no ambiente diegético. Se no narrador-neutro procura-se apagar o gesto, aqui, contrariamente, a câmera sugere um personagem que é corporificado pelo enquadramento. Trata-se de um quadro cênico unipontual, que expressa um ponto de vista presentificado.

No segundo episódio, *Diversity Day*, os funcionários estão todos presentes na sala de reuniões, discutindo sobre políticas de inclusão. O olhar ali oscila entre enquadramentos que focam diretamente o gerente (como se fosse um narrador, em alguma medida, onisciente) e aqueles que o fazem interpostos por obstáculos, aludindo a um personagem que, sentado num determinado local do público, tem sua visão dificultada pela presença de certas pessoas que estão à sua frente. Este último narrador (-personagem), que evidentemente adentrou o universo diegético e nele se insere como *voyeur*, expressa o quadro cênico unipontual.

Narrativamente, portanto, a série configura posturas de espectador. Em sua tessitura narrativa, a depender do estilo de filmização, certos olhares são convocados, formatados. A atuação do espectador, no entanto, não é subjugada ao regime narrativo.

Pelo contrário, decifrando as posições do narrador, ele é convertido em participante ativo do jogo comunicativo engendrado em *The Office*.

2) Denegação

A hesitação diegética na narrativa da série (ora narrador-neutro, ora narrador-participante) é fundamental para a ideia do *mock*. Nessa hibridização de estéticas que mescla o quadro cênico e o quadro perfurado, o que aparenta ser uma quebra da ficcionalidade (a recorrência à estética do documentário), evidencia-se, por fim, como uma *estratégia* de ficcionalidade. Dirigir-se diretamente à câmera atua em um duplo movimento: coloca o receptor em contato com o personagem e a narrativa, estabelecendo a cumplicidade, mas também o afasta. Este afastamento ocorre por uma quebra no regime de crença da enunciação. Se, conforme coloca Eco, o olhar para a câmera usualmente ratifica a fidedignidade do discurso, em *The Office*, a operação resulta justamente no contrário. Isso se deve, acreditamos, por dois motivos: 1) trata-se de um produto ficcional, isto é, claramente não há qualquer pretensão de referencialidade (diferente, portanto, do telejornal); 2) o tom jocoso da série não permite (e possivelmente, nem pressupõe) a formação de uma crença ou adesão aos pontos de vista apresentados. O olhar para a câmera, nesse sentido, dá a ver a ficcionalidade da representação.

Os que não olham para a telecâmera estão fazendo algo que se considera (ou finge se considerar) que aconteceria mesmo que a televisão não existisse, enquanto, no caso contrário, quem olha para a telecâmera estaria sublinhando o fato de que a tevê existe e que seu discurso “acontece” justamente porque a televisão existe (ECO, 1984, p. 186).

Ao invés de apagar o gesto mediador, instaurando uma transparência, produz-se a opacidade e a existência do dispositivo televisivo se mostra. Daí que a postura do telespectador de *The Office* seja pressuposta como de tipo denegatória. O gesto de se referir constantemente a uma interpelação do espectador (pelos olhares e palavras dirigidas diretamente à câmera) procura estabelecer uma realidade que marca aquela narrativa: os personagens sabem que estão sendo filmados e agem como tal. No entanto, é esse movimento que dá ao espectador a dimensão fictícia daqueles acontecimentos e impede que sejamos completamente imersos neste mundo ficcional. Assim, ao usar signos que dizem de uma realidade do que ali ocorre, *The Office* acaba por negar essa mesma realidade e constitui-se explicitamente como ficção.



También pasa, en grado menor, con las sitcoms (comedias de situación) en las que se pretende ser, en un alarde de hiperrealismo, *más real que lo real*, creando “signos de realidad”, que eclipsan la realidad objetiva – por densos e hipervisibles –, y sirven a su vez de modelo de realidad... (IMBERT, 2008, p. 105, grifos do autor)

Os efeitos de realidade resultam em uma indexicalidade forjada. Se temos um narrador que hesita em suas posições, também o espectador é hesitante: crê no que vê, mas é a todo momento lembrado da ficcionalidade e construção daquilo que se põe diante de seu olhar. Os tais ‘signos de realidade’, ao contrário de se naturalizarem, num movimento de transparência da linguagem, acabam por se revelar, em um ‘alarde hiperrealista’ que resulta forjado, ficcional. Por isso, o espectador em *The Office* não é aquele que autentica a veracidade da enunciação. A estratégia de autenticação, aqui, é de outra ordem. A legitimação da série opera na evidência do constructo. Não se trata, como nos *reality-shows* ou *making-offs*, de evidenciar as câmeras e os bastidores. A evidência do constructo em *The Office* é menos literal e funciona pelo caráter sarcástico e humorístico do seriado. Nele, a estética documental serve menos à referencialidade que a uma ironia do próprio modo de narrar televisual.

3) Repertório Imagético

The Office se inscreve em novas configurações da imagem televisiva, que vêm incorporando uma plasticidade que não é própria do modo hegemônico de narrar das séries norte-americanas. O seriado constitui-se de *zooms* exagerados, movimentos de câmera abruptos, enquadramentos inusitados e um modo de narrar hesitante entre uma “neutralidade” e uma “participação” diegética, com uma narrativa que não perdura, está sempre em reatualização – dada a própria imprevisibilidade dos acontecimentos que o uso da câmera parece insinuar. Por isso, julgamos que a legibilidade de *The Office* passa pela familiaridade com um certo repertório imagético, particular do espectador contemporâneo. Sua configuração narrativa só é possível porque seus espectadores já possuem intimidade com uma estética mais “crua”, característica, por exemplo, de imagens de vigilância, de celular, enfim, imagens como as que atualmente circulam em redes sociais como o *Youtube*. Isso porque o seriado da NBC carece de uma preocupação imagética que preze por uma produção muito cuidadosa, com cortes amenos e *zooms* graduais. *The Office* aparenta (quer aparentar?) uma espécie de “precariedade plástica” no seu tratamento. Até mesmo a dimensão sonora se distancia



da configuração tradicional, visto que não há trilhas ou efeitos de som: os silêncios não são ocupados, eles perduram⁵. É por isso que a série, em alguma medida, está em sintonia com as imagens de vigilância que circulam na internet e entretêm grandes públicos. Assim como estas evidenciam flagrantes do cotidiano, também a série simula que é da ordem do imprevisto e que não se trata de um humor roteirizado e pré-formatado, que fora decupado e editado. Frise-se: simula. Se as imagens de vigilância possuem valor pela sua força indicial, *The Office* tem uma indexicalidade forjada. E esta aparência e simulação, como já dissemos, serve menos para buscar no espectador uma autenticação de referencialidade e verdade do que para gerar um tom jocoso.

Apreciamos *The Office* na medida em que somos, por um lado, *voyeurs* daqueles acontecimentos (remetendo às imagens de vigilância) e, por outro, participantes também daquelas ações (num contexto de pretensa interatividade e participação pela interpelação do espectador configurada pela conduta de voltar-se para a câmera). *The Office* atualiza uma televisão que individualiza seu receptor – o olhar para a câmera é a expressão de cumplicidade que partilhamos com os personagens. Mas a cumplicidade não advém somente desta postura. Vem também desta imagem crua, supostamente não produzida, cujos signos de realidade, em certa medida, pedem nossa adesão – nem que seja para, no momento seguinte, denegarmos e nos darmos conta da ficcionalidade do que estamos assistindo.

Por fim, cabe dizer que o espectador em *The Office* é aquele já familiarizado com o regime da televisão, que sofrera as consequências de uma “pedagogia do olhar” típica do televisual, a qual veio trazendo configurações imagéticas de cortes frequentes, montagem frenética, hipervisibilidade. Trata-se de uma tevê que quer dar conta de tudo, mostrar tudo quanto possível, a fim de captar a atenção do receptor, evitando (e simulando) o constante *zapear* entre os canais que este realiza.

Considerações Finais

O espectador em *The Office* mostra que o engajamento em um produto televisual passa pela forma como esse nos convoca e se formata. Ainda que não tenhamos uma adesão total ao que nos é mostrado, somos interpelados por uma postura do programa que quer dar a ver o lugar de seu espectador.

⁵ É muitas vezes nisso, inclusive, que emerge o humor, estreitamente vinculado a situações de embaraço e vergonha.



A televisão contemporânea é marcada pela hibridização de seus formatos, num movimento que traz particularidades em seu uso, visto que reatualiza a forma como o espectador é por ela convocado. *The Office*, enquanto um desses “mosaicos”, inova ao propor uma fusão entre o documentário e a ficção serializada que borra os limites de uma pretensa e suposta dicotomia entre realidade e ficção, pois, ao imiscuir signos destas duas, propõe diferentes convocações e adesões ao receptor. Instituído um narrador que oscila entre um apagamento de suas funções e um narrador que presencia e participa dos eventos, o programa dá a ver uma participação também oscilante de seu espectador.

Ao angariar, em sua estética, os signos de realidade, recorrendo a estratégias do documentário tais como o depoimento defronte à câmera, *The Office* forja um esforço de autenticação referencial. Além disso, uma certa similaridade com as imagens de vigilância, registradas sob o risco do imprevisto, com as câmeras na mão, com *zooms* abruptos e sem grandes preocupações com o tratamento das imagens está presente na série. Mas é claro, estamos falando de um produto pré-produzido e elaborado, filmado em estúdio, que será exibido em grandes redes de televisão, logo, não se trata do exemplo extremo. O gesto narrativo guiado pelos enquadramentos e movimentos de câmera na série resulta na produção de uma indexicalidade forjada. Assim, essa simulação, da maneira como é tecida na narrativa e pelo próprio contexto em que se insere – sabemos, de antemão, que se trata de um produto fictício e roteirizado –, em lugar de chamar a uma aceitação e ratificação, acaba por evidenciar a ficcionalidade da representação. São esses os elementos que, para nós, caracterizam a especificidade do seriado enquanto *mockumentary*. E essa tensão articulada pelo gênero (*mock + documentary*), que borra as fronteiras realidade/ficção e mescla estratégias de diferentes estéticas, é justamente o que constitui uma inovação em *The Office*, mas constitui também, não se deve perder de vista, uma reatualização de formatos televisuais já bem consolidados.

Referências bibliográficas

ECO, Umberto. Tevê: a transparência perdida. In: ECO, Umberto. **Viagem na irrealdade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984, p.182-204.



IMBERT, Gérard. **El transformismo televisivo**: Postelevisión e imaginarios sociales. Madrid: Catedra, 2008.

LEAL, Bruno Souza; VALLE, Flávio Pinto. **Informação e imagem no telejornal**: reflexões sobre um regime visibilidade. Intercom (Online), v. 32, p. 129-145, 2009.

MANNA, Nuno. **Metamorfoses do quadro televisivo**: lugares do espectador no telejornal. Belo Horizonte: UFMG, 2009. 91 p. Monografia (Conclusão de Curso) - Graduação em Comunicação Social, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2009.

SOULAGES, Jean-Claude. A formatação do olhar. In: MACHADO, Ida Lúcia; MARI, Hugo; MELLO, Renato (Orgs.). **Ensaio em análise do discurso**. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso - FALE/UFMG, 2002. p.267-281.

VERÓN, Eliseo. **El cuerpo de las imágenes**. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2001.