

A influência das relações interculturais na produção da ficção televisiva brasileira

Ana Sílvia Lopes Davi Médola¹

A comunicação de massa é um dos campos em que os processos de globalização revelam-se de maneira contundente. No Brasil, a mídia de maior alcance junto ao público é, sem dúvida, a televisão, cuja programação, tanto nas emissoras de canal aberto quanto no sistema de cabo, pode ser entendida, ela mesma, como uma prática intercultural, à medida que os conteúdos veiculados colocam, lado a lado, produções nacionais e estrangeiras desencadeando diferentes processos de intercâmbio. O presente trabalho tem por finalidade analisar as influências que formatos consagrados em países hegemônicos exercem sobre a produção local, mais especificamente no tocante aos procedimentos de discursivização. Tomamos como exemplo a teledramaturgia produzida pela maior rede de televisão brasileira, a *Rede Globo*, que tem pautado suas recorrentes tentativas de renovação na repetição de gêneros e formatos mundializados: o *sitcom* é um desses casos.

Entre os motivos que explicam o movimento em busca desse “novo”, calcado em fórmulas de sucesso globalizado, considera-se, em primeiro lugar, o fato de que, embora a telenovela seja ainda o produto televisivo de maior audiência e rentabilidade no Brasil, na última década ela começou a apresentar sinais de desgaste, levando a *Rede Globo de Televisão*, maior produtora de telenovela brasileira, a investir mais na realização de outros formatos de ficção para suprir uma nova demanda interna, tanto de caráter estético quanto mercadológico. Uma segunda justificativa reside na lógica mercantil das relações globalizadas que é a expansão de mercados. Como resultado de todo esse processo observam-se atualmente experiências visando a produção sistemática de *sitcoms*, com o objetivo não só de suprir as demandas culturais e financeiras forjando novos hábitos de consumo de teledramaturgia para o público brasileiro, mas, também para

conquistar novos mercados junto ao público globalizado.

Novos formatos ou hibridização de formatos?

A caracterização de um formato de programa passa pela questão da enunciação. A gradação na reiteração de determinados procedimentos enunciativos é um dos fatores que levam ao reconhecimento de estruturas formais específicas de um tipo de programa do mesmo modo que o deslocamento dos procedimentos enunciativos recorrentes leva ao efeito de sentido de inovação no formato. Assim, a caracterização de um formato está ligada, antes de tudo, à questão da competência discursiva do enunciador. Portanto, a enunciação requer um olhar minucioso para pensar a questão dos formatos de programas televisivos, uma vez que pela colocação em discurso das delegações de vozes, das embreagens e debreagens actanciais, da construção dos atores, pelos efeitos de realidade, de distanciamento e proximidade criados entre enunciador e enunciatário, é possível compreender certas estruturas diferenciadoras de determinado tipo de formato em relação a outros formatos do mesmo gênero ou de gêneros diferentes.

Entre os programas de teledramaturgia produzidos pela *TV Globo*, verificam-se alguns formatos consolidados como a *telenovela*, o *seriado*, a *minissérie*, e as histórias isoladas com começo, meio e fim, geralmente inseridas na grade de programação com um título em comum. Podemos citar como exemplos mais antigos o “*Caso Especial*”, “*Caso Verdade*”, “*Teletema*”, passando, na década de 1990, por “*Você Decide*”, que introduz a primeira experiência de participação do público nos rumos da história, “*A Vida Como Ela É...*”, “*Comédia da Vida Privada*” e, mais recentemente, “*Brava Gente*”.

Em um dos trabalhos mais significativos que tratam das características formais da ficção televisiva no Brasil, Renata Pallottini² descreve as características dos formatos ressaltando que a ficção para TV, levada ao ar em uma única vez, é denominada *unitário*, e esgota a narrativa em si. Já a *minissérie* se caracteriza por ser uma história fechada, mas fragmentada em capítulos cuja duração é arbitrária. No princípio, as minisséries tinham de cinco a vinte capítulos, bem menores em extensão do que as exibidas atualmente, que chegam a durar dois ou três meses, duração essa mais parecida com a de uma mini-novela, do que uma minissérie. Em certa medida, a grande extensão das minisséries atuais pode ser entendida como uma experiência alternativa ao movimento de declínio da audiência das telenovelas, mas a estrutura narrativa mantém diferenças importantes como a continuidade absoluta e a não multiplicidade de tramas.

A *telenovela*, por sua vez, é um texto dividido em capítulos diários cuja duração total varia, atualmente, de seis a oito meses. Cada capítulo, composto por 45 minutos, é fragmentado por intervalos comerciais, totalizando uma hora de exibição. Trata-se de um texto que parte de uma sinopse e um argumento, mas que vai sendo escrito ao longo da exibição. A grande quantidade de capítulos é diluída na voracidade e no fluxo da programação da televisão de forma descontínua e fragmentada, tanto no processo de produção, quanto no de recepção. Como decorrência, gera uma estética denominada por Omar Calabrese de “estética da repetição”, onde a reiteração sistemática de fórmulas quer no nível narrativo quer no nível discursivo, é incorporada como elemento estrutural característico do gênero.

A estrutura narrativa da *telenovela* é romanesca, construída a partir de um núcleo narrativo central, e com vários outros núcleos narrativos secundários, cujos programas narrativos se desenrolam paralelamente ao programa narrativo central. Nem todos os núcleos secundários apresentam programas narrativos que giram em torno do núcleo central, o que proporciona uma mobilidade muito grande ao enunciador no sentido de dar mais ênfase a este ou àquele núcleo, em função, principalmente, de exigências alhei-

as à composição da própria narrativa, como a tendência de preferência do público, pois com a audiência monitorada por pesquisas, esse enunciatário influi no desenrolar da narrativa. Observa-se que, apesar de a telenovela ter um núcleo central, podemos considerar como estratégia discursiva o fato deste núcleo não estar sempre em evidência no decorrer de sua veiculação, de modo que o programa narrativo mais importante do núcleo central se torna o mais expandido e deve ter o seu desfecho apenas no final. Paralelamente, outros programas narrativos secundários transcorrem mais ou menos expandidos ou condensados, de acordo com a audiência obtida.

Diferente dos capítulos da telenovela, episódios independentes, porém interligados por elementos que lhes conferem certa unidade, constituem as características básicas do *seriado* de televisão. A unidade de um seriado geralmente está centrada em seus protagonistas, mas também pode ser dada pelo tema, pelo espaço, pela época, ou ainda por todos esses elementos combinados. Os episódios apresentam em sua estrutura tanto as características dos *unitários*, quanto a de capítulos de *minisséries* e *telenovelas*. Ocorre que o discurso teleológico do *unitário*, com começo meio e fim, restringe-se ao episódio, mas enquanto série, essa só pode ser percebida no conjunto dos episódios, adquirindo dessa forma ‘nuances’ de capítulo que se pauta pela continuidade.

Como vimos, a maneira de estruturação mais freqüente nos textos de ficção televisiva rapidamente analisados aqui, apresenta, de fato, características bastante próprias conferindo-lhes diferenças. No entanto, entre as semelhanças estruturais destacamos o procedimento enunciativo que organiza a narrativa com o recurso da dramatização, freqüentemente sem a presença explícita de um narrador. A maioria dos textos ficcionais em TV é construída em debreagem enunciativa, uma vez que encontramos as projeções de actantes do enunciado e raramente observamos a instalação no discurso de actantes da enunciação, permanecendo o enunciador logicamente implícito, mas sem qualquer tipo de projeção nas histórias, produzindo mais rapidamente o efeito de sentido de verossimilhança, do parecer verdade.

Nessa breve revisão sobre algumas características dos diferentes formatos de ficção televisiva veiculados pela *Rede Globo* é possível apontar a hibridização como um dos pilares do processo de criação de novos formatos. Verificamos que essa hibridização pode ser endógena, quando adota procedimentos discursivos exclusivos de textos ficcionais, ou mista, em que além de rearticular diferentes formatos da ficção, lança mão de recursos de outros gêneros como telejornalismo, programas de auditório, entre outros. Não se trata de referências intertextuais relativas ao plano de conteúdo dos programas, mas sim, uma reproposição, um deslocamento das estruturas discursivas que consolidam os formatos. Trata-se, em última instância, de uma construção metalingüística, baseada na auto-referencialidade das estruturas do plano da expressão de outros formatos, gerando dessa forma, como efeito de sentido no plano de conteúdo, a idéia do novo.

Assim, se determinados procedimentos discursivos caracterizam o gênero ficção como a debreagem enunciativa, conforme mencionamos acima, variações na maneira de discursivisar criam formatos. Vejamos o caso da relação entre a continuidade no nível narrativo e a extensão do programa nos diferentes formatos. Subordinada formalmente à duração temporal, no sentido cronológico, observamos diferenças importantes em cada tipo de texto. Se no caso do *uniário*, a história inteira se resolve, geralmente, em menos de uma hora, essa mesma história pode levar semanas se transformada em *minissérie* ou até meses se vier a ser uma das tramas de uma *telenovela*. Note-se que para cada formato a mesma história é acrescida de um elemento formal novo: mais tempo e conseqüentemente mais programas narrativos na passagem do *uniário* para a *minissérie*; a inclusão de outras tramas se vier a compor uma telenovela; ou então novos temas no caso de um seriado. Isso pode ser observado nas diferentes adaptações realizadas pela *Rede Globo* de televisão, baseadas no romance “*Cidade de Deus*”, de Paulo Lins. A primeira foi ‘*Palace II*’, um dos episódios da série ‘*Brava Gente*’, exibido em dezembro de 2000, baseado em uma passagem do livro. Posteriormente, as mesmas personagens vivem

situações e conflitos diferentes em episódios do seriado ‘*Cidade dos Homens*’.

Os deslocamentos no processo de discursivização das projeções espaço-temporais que vão colaborar para a construção dos efeitos de continuidade, as variações temáticas, as alterações nas projeções de pessoa é que configura as características de um determinado formato. Os deslocamentos dos procedimentos discursivos próprios do gênero ficção geram os diferentes formatos numa operação de onde deriva o que chamamos de hibridização endógena.

Essa mesma dinâmica ocorre entre gêneros diferentes de programas. Os *reality shows* são exemplos do hibridismo misto de diferentes gêneros e merecem uma reflexão em torno de tais questões, de modo a evidenciar os mecanismos discursivos constitutivos desses formatos de programa de televisão que vem obtendo elevados índices de audiência em emissoras do mundo inteiro. Efeitos de sentido diferenciadores como a interatividade, a construção de um certo tipo de realidade, derivam de estratégias discursivas que produzem deslocamentos que se entrecruzam na textualização, de modo a poder caracterizar o formato. Vejamos o exemplo do *reality show* ‘*Big Brother*’, formato de programa criado pela produtora holandesa *Endemol* e que não pode ser inserido numa categorização de programas ditos “factuais”, pelo simples fato de estar voltado à representação de um certo tipo de construção do “real” no plano de conteúdo. A estrutura formal do programa *Big Brother* está baseada em um tipo de hibridização que potencializa a auto-referencialidade da esfera dos formatos, conforme observamos nas programações de TV onde, por exemplo, um telejornal utiliza recursos da ficção para informar. Trata-se de um hibridismo que ocorre em planos diferentes, ou seja, efeitos de sentido de realidade manifestados no plano de conteúdo, por uma estrutura no plano da manifestação (expressão e conteúdo) que retoma certas características da serialidade próprias dos gêneros de ficção.

Outra questão que merece atenção é a participação do telespectador no jogo. A busca pelos efeitos de interatividade não é propriamente uma novidade nos programas de TV. Cartas, telefone, fax já produzem tais efeitos

desde os primórdios não só na televisão, mas também em outras mídias. A novidade está no tipo de transmissão (em determinados momentos ao vivo) e nos recursos utilizados para se obter esse efeito de participação efetiva do telespectador, uma vez que esses dois fatores possibilitam vencer, discursivamente, a barreira do tempo. O programa está ao vivo e a instantaneidade da ação proporcionada por meios como a internet e o telefone, contribuem para produzir novas formas de percepção no tocante à participação do enunciário, por exemplo, a noção de que a decisão do jogo está nas suas mãos, literalmente, pois todos são convocados a digitar os números do telefone ou o teclado do computador para votar nesse ou naquele concorrente. Não obstante, daí a pensar que os telespectadores intervêm verdadeiramente na trama é algo que merece uma discussão, tendo em vista, por exemplo, as edições realizadas na discursivização do programa, quando pensamos na veiculação em canal aberto. As manipulações são evidentes e, nesse caso, prevalecem os contratos estabelecidos entre enunciador e enunciário para a construção dos efeitos de sentido de interatividade.

Esse formato de programa é um sucesso, tanto que a edição brasileira do *Big Brother Brasil 3* foi a mais vista do mundo com 33 milhões de telespectadores. Uma audiência que chega a ultrapassar em alguns momentos a da telenovela das oito, da *Rede Globo*, programa até agora mais assistido na TV brasileira. No entanto, outros *reality shows* não tiveram a mesma aceitação na terra da telenovela, ao contrário do que ocorre em países como os Estados Unidos, onde as novidades desse novo formato não param de surgir. Se isso ocorresse por aqui, certamente facilitaria o trabalho dos dirigentes e produtores de TV na busca de programas novos capazes de atrair público.

As comédias de situação: revisitando o formato.

A nossa televisão sempre importou programas prontos e formatos de emissoras hegemônicas instaladas pelo mundo afora, mas, paralelamente investiu constantemente em estrutura material e recursos humanos

voltados à produção de programas nacionais. Na teledramaturgia o destaque é a *Rede Globo*, que desenvolveu uma linguagem própria para as suas telenovelas e consegue competir no mercado internacional com as minisséries e os seriados. Trata-se de exemplos bem sucedidos em termos de aceitação de público. No entanto, existe um formato de programa ainda não explorado sistematicamente pela emissora que é a comédia de costumes.

Entre as poucas experiências desenvolvidas pela *Rede Globo*, a primeira comédia de costumes foi *A Grande Família*³ levada ao ar entre 1972 e 1975. Baseada inicialmente na série norte-americana *All in the Family*, logo no segundo ano de exibição foi adaptada à realidade nacional e tornou-se um grande sucesso de público por ser uma crônica da família e ironizar as dificuldades da classe média brasileira. Em 2001, *A Grande Família* retorna em uma segunda versão e se mantém até hoje, repetindo o mesmo sucesso da década de 1970.

A retomada das comédias de costume pela emissora foi motivada pelo constante declínio das audiências massivas em programas tradicionais como o *Jornal Nacional* e a novela das oito⁴. Um marco desse movimento em busca de outros tipos de programa é *Sai de Baixo*, que durante seis anos (1996/2002) trouxe de volta à televisão brasileira o que os americanos chamam de *sitcom*, a comédia de situação gravada com platéia. Mesmo sem contar com os risos de uma platéia, as produções nacionais de comédias de costumes agradam muito. A última experiência bem sucedida foi *Os Normais*. Pensada inicialmente para ir ao ar em 12 episódios, o programa manteve-se no ar durante dois anos fazendo o público se divertir com as manias e implicações do casal de noivos Rui (Luiz Fernando Guimarães) e Vani (Fernanda Torres).

Diante da aceitação de produções como *Sai de Baixo*, *A Grande Família* e *Os Normais*, e tendo em vista a queda de audiência em outros formatos, a *Rede Globo* apresentou em dezembro de 2003, como parte de sua programação especial de fim de ano, quatro especiais: *Papo de Anjo*, história de uma solteirona que inesperadamente se depara com um anjo cuja missão é aproximá-la do homem de sua vida, mas que por fim acaba se apaixonando por ela, enredo, aliás,

muito semelhante ao do seriado americano *Gene é um Gênio*; *A Diarista*, que retrata o cotidiano de uma empregada doméstica no Rio de Janeiro; *Carol e Bernardo*, um casal formado por uma advogada bem sucedida e um músico desempregado que se amam apesar de todas as diferenças; e *Sob Nova Direção*, a história de duas mulheres, que se conheceram nos tempos de colégio e que se reencontram em um momento difícil de suas vidas. Uma de classe alta, recém-abandonada pelo marido e que, na partilha dos bens é enganada ficando apenas com um bar decadente, e a outra, desempregada e despejada de sua casa por falta de pagamento. Juntas, vão tentar transformar o bar decadente em um negócio capaz de garantir a sobrevivência.

Em todos os especiais estão presentes os elementos necessários para transformá-los em comédias de costumes. São formas de organização narrativa e discursiva das quais podem derivar diferentes situações cotidianas, ou seja, a caracterização dos sujeitos e anti-sujeitos do programa narrativo de base, a falta que move os sujeitos em busca de objetos-valor, abrindo-se, dessa maneira, as possibilidades para abordar determinadas temáticas sobre uma plataforma comum.

Entretanto, não são somente esses elementos que caracterizam um *sitcom*, tendo em vista que sujeitos em busca de objetos-valor, manifestando uma ou várias temáticas por episódio, é inerente também a outros formatos de ficção. Da mesma forma, não são os traços de identidade entre os episódios que caracteriza o *sitcom*, pois isso também está presente nas estratégias discursivas de construção de um seriado. Podemos pensar que está no plano do conteúdo um dos traços distintivos das comédias de situação que é abordar temas da vida cotidiana. Mas isso ainda pode estar em um seriado. O fato é que ao utilizar elementos dos formatos *unitário* e *seriado*, o que distingue formalmente a comédia de situação é tratar dos costumes com humor.

Conotações sociais no humor: obstáculo ao mercado globalizado?

Entre os especiais exibidos no final de 2003 como uma espécie de teste para analisar qual dos programas poderia vir a com-

por a grade de programação da *TV Globo* em 2004, *A Diarista* foi o que apresentou audiência mais elevada, 34 pontos no IBOPE – Instituto Brasileiro de Pesquisa e Estatística⁵, enquanto *Papo de Anjo* e *Sob Nova Direção* empataram com 26 pontos, e *Carol e Bernardo* obteve 21 pontos de audiência.

A trama de *A Diarista* está centrada na vida de uma empregada doméstica que trabalha por dia, em casas diferentes. A protagonista Marinete (Cláudia Rodrigues) apresenta uma trabalhadora brasileira de baixa renda que mesmo tendo que superar, diariamente, uma série de obstáculos, não se deixa abater diante da precariedade do transporte coletivo, da falta de segurança pública, dos problemas, contornáveis, de relacionamento com os patrões, da necessidade de exercer outras atividades para aumentar o orçamento mensal, além dos desentendimentos com o namorado. Tudo isso permeado por muitas confusões.

Assim como *A Diarista*, os outros três especiais também representam a mulher como sujeito do programa narrativo de base e os objetos-valor que movem as ações são, invariavelmente, amor e trabalho. Embora de diferentes níveis social e econômico, bem como envolvidas em tramas muito distintas, as protagonistas dos quatro programas têm em comum, conforme descrito acima, a luta pela sobrevivência e pela felicidade amorosa. Se em profundidade os problemas tratados pelos especiais são os mesmos, o que levou *A Diarista* a apresentar superioridade em termos de audiência em relação aos demais? Uma das explicações possíveis está no fato de que, ao contrário de *Papo de Anjo*, *Carol e Bernardo* e *Sob Nova Direção*, a discursivização do cotidiano da faxineira, apresenta de forma bastante explícita, marcas de brasilidade. A começar pelo jeito muito ‘descolado’ da protagonista, que ao mesmo tempo em que limpa as casas, vende roupas, interfere na vida dos patrões, tematizando o conhecido ‘jeitinho brasileiro’. As referências à nossa cultura também estão calcadas em um tipo de urbanidade cujo cenário é o Rio de Janeiro, com trânsito caótico e problemas de segurança pública, assim como em determinadas condutas da classe média. Se, de um lado, isso atrai a audiência do público brasileiro, de outro, dificulta as possibilida-

des de exportação do produto para outros países, o que provavelmente não aconteceria com os outros especiais nos quais essas manifestações de brasilidade são menos marcadas.

Por fim, é importante observar que as experiências passíveis de se tornarem *sitcom* na grade de programação da *Rede Globo* não representam a criação de um formato novo e sim de um ‘novo’ produto televisual, cujo formato consolidado há décadas na televisão americana, se apresenta no cenário da programação televisiva brasileira como uma atração alternativa aos programas de ficção mais tradicionais. Trata-se da utilização de um formato conhecido em outros países, mas que recebeu pouco investimento e atenção por aqui, talvez pela falta de perspectiva de comercialização no mercado externo. Isso porque enquanto as telenovelas, minisséries e seriados permitem uma reedição que remove referências culturais brasileiras de conotação social muito específica, antes de seguirem para o mercado externo, globalizado, as comédias de costumes, por sua vez, não oferecem essa facilidade. Isso porque, qualquer interferência na construção das mudanças de isotopias capazes de provocar o riso compromete estruturalmente a narrativa, não possibilitando, portanto, as assepsias necessárias para um discurso globalizado. O mesmo problema não ocorre

com o *sitcom* americano, pois a mundialização dos bens simbólicos é fruto de um processo de aculturação comandado pelos povos que detém a hegemonia econômica, e tendo o cinema como grande aliado nesse processo, tornou-se mais fácil ao telespectador de países periféricos como o Brasil assimilar e, por vezes, até se divertir verdadeiramente com o humor tipicamente americano.

Outro aspecto que merece ser enfatizado é o fato de que o movimento em direção à produção de *sitcom* no Brasil diz mais respeito a uma necessidade da *Rede Globo* em procurar alternativas para a manutenção da audiência no mercado interno, pois o acirramento da competição com outras redes de TV abertas a partir dos anos de 1990, sem contar a entrada da TV a cabo no Brasil, abalaram a condição de líder absoluta dos índices de audiência. Por isso, apostar em formatos bem sucedidos no mundo globalizado está entre as possíveis soluções para o problema. Se outrora não parecia ser interessante a produção da comédia de costumes no Brasil, lançando mão da simples importação, atualmente esse tipo de programa pode vir a compor o quadro das ‘novidades’ capazes de forjar novos hábitos de audiência no público brasileiro e, talvez, abrir novos mercados junto ao público globalizado.

Bibliografia

Borelli, Sílvia e Priolli, Gabriel (coord.) *A deusa ferida: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência*. São Paulo: Summus, 2000.

Dicionário da TV Globo. v.1: *programas de dramaturgia & entretenimento/ Projeto Memória das Organizações Globo*. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003. p. 645-646.

Pallottini, Renata. *Dramaturgia de televisão*. São Paulo: Moderna, 1998.

² Renata Pallottini. *Dramaturgia de televisão*. São Paulo: Moderna, 1998.

³ Cf. *Dicionário da TV Globo*. v.1: Programas de dramaturgia & entretenimento/ Projeto Memória das Organizações Globo. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003. p. 645-646.

⁴ Cf. Sílvia Borelli e Gabriel Priolli (coords.) *A deusa ferida: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência*. São Paulo: Summus, 2000.

⁵ Cf. Jornal “Folha de São Paulo” de 30 de dezembro de 2003 – Caderno Folha Ilustrada, Sessão Outro Canal, p. E4. Cada ponto de audiência no IBOPE corresponde a 80 mil telespectadores na Grande São Paulo.

¹ Universidade Estadual Paulista – UNESP – Bauru/São Paulo – Brasil.