



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

“Sitcom O Desempregado”

Projeto apresentado à Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de mestre em Ciências da Comunicação -
Especialidade - Comunicação, Televisão e Cinema

Por

David Marco Fernandes Búzio

Universidade Católica Portuguesa

Outubro/2015



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

“Sitcom O Desempregado”

Projeto apresentado à Faculdade de Ciências Humanas para
obtenção do grau de mestre em Ciências da Comunicação -
Especialidade - Comunicação, Televisão e Cinema

Por

David Marco Fernandes Búzio

Universidade Católica Portuguesa

Sob orientação do Prof. Doutor Nelson Ribeiro

Outubro/2015

Agradecimentos

Para a boa conclusão deste projeto quero prestar alguns agradecimentos que me parecem devidos.

Primeiramente a João Quadros que de forma meramente ocasional e inesperada, através de alguns escritos meus, me reconheceu talento e incentivou a iniciar uma carreira como argumentista. Tornou-se um amigo e é uma referência para mim, no que concerne à escrita de humor.

Numa segunda fase não posso esquecer o Mestre Pedro Lopes, que além de meu Professor na disciplina de Guionismo, me concedeu a oportunidade de durante um período integrar e aprender na empresa SP Televisão. Foi também alguém que teve a amabilidade de me acompanhar neste projeto, especialmente na construção do guião. Apesar de ainda ter pouco tempo nesta profissão, é uma felicidade já ter contactado com duas pessoas de tanto talento, como João Quadros e Pedro Lopes, ainda que em quadrantes diferentes na escrita de argumento.

Uma palavra especial para a Marina Preguiça, Lígia Dias, Mário Cunha, e Manuel Marques, argumentistas da SP Televisão, que me ajudaram a complementar a minha possível arte para escrever, com a realidade factual do que é escrever um guião e as suas especificidades. O seu apoio foi fundamental para ter evoluído como argumentista.

Também não podia esquecer o talentoso *workaholic*, e "camarada chefe" Gonçalo Pereira, que arranhou sempre tempo para estoica e pacientemente acompanhar-me, explicando-me em profundidade as técnicas de como escrever um argumento, tornando-se fundamental para que aprendesse e eliminasse muitos dos os erros que cometia. Nunca me esqueço a pergunta que me dizia que deveria fazer sempre: "porquê?; pergunta sempre o porquê".

Finalmente ao Professor Nelson Ribeiro, pelo acompanhamento, disponibilidade, entusiasmo, e empenho que sempre demonstrou para que este projeto ficasse o melhor possível.

A nível mais pessoal, agradeço aos meus pais, padrinhos, e em especial à minha mulher que aguentou alguns períodos, durante a conceção deste trabalho, em que manifestamente não fui a melhor companhia.

Obrigado a todos !

Índice

Introdução.....	9
Parte I - Enquadramento do Projeto	
1 - Humor	13
1.1 - Características do Humor.....	15
1.2 - Memória Individual, Coletiva e Histórica.....	17
1.3 - Três grandes teorias do humor	18
1.4 - Tipos de humor (entretenimento)	19
2 - Riso.....	21
2.1 - O que nos faz rir	22
3 - Comédia	25
3.1 - Comédia Antiga.....	27
3.2 - Comédia Nova	28
3.3 - Comédia Romana	29
3.4 - Renascimento e a <i>Commedia dell'Arte</i>	30
3.5 - O Teatro e a Comédia em Portugal.....	35
3.6 - Comédia Pós-Renascimento	37
4 - Entretenimento Televisivo	40
5 - Formato <i>Sitcom</i>	47
5.1 - A <i>Sitcom</i> em Portugal.....	51
6 - Construir e Estruturar um Argumento.....	53
6.1 - Estrutura <i>Sitcom</i>	54
6.1.1 - Cena.....	57
6.1.2 - <i>Beats</i>	58
6.1.3 - <i>Setup</i> e <i>Payoff</i>	58
6.2 - Narrativa Cómica.....	59
6.2.1 - Design Clássico/ <i>Archplot</i>	62
6.2.2 - Constituintes da Narrativa Cómica	67
6.2.3 - Arcos.....	72
6.3 - Personagem Cómico.....	75
Parte II - Projeto <i>O Desempregado</i>	
1 - Apresentação do Projeto	82
1.1 - <i>Setting</i>	84

1.2 - Personagens	84
1.3 - 1º Episódio - <i>O Desempregado</i>	88
1.4 - Descrição e Fundamentos do Episódio	88
2 - Sinopse	92
3 - Argumento	94
4 - Conclusão.....	95
5 - Bibliografia.....	97

"A mente que se abre a uma nova ideia,
jamais volta ao seu tamanho inicial"

Albert Einstein

Resumo

Este projeto consiste na concepção de uma *sitcom* intitulada *O Desempregado*, e tem como ambição última a sua exibição no mercado televisivo, preferencialmente em canal generalista. É uma comédia de situação que versará sobre o tema do desemprego e contará a história de um homem de 37 anos, que se vê desempregado, e que, por isso, vê ruir tudo o que construiu: a sua vida pessoal e familiar. A comicidade assentará na luta diária que irá travar para ultrapassar as peripécias que se lhe deparam no caminho que enceta para recuperar tudo aquilo que perdeu. O resultado final apresentado é suportado pela revisão teórica que engloba temas como o humor; o riso; a história da comédia; e os princípios narrativos e estruturais pelos quais as *sitcoms* se regem.

Palavras-Chave: *Sitcom*; Humor; Comédia; Televisão.

Abstract

This project consists of a sitcom conception entitled *The Unemployed*, and his ambition is to be displayed on television, preferably in general channel. It is a situation comedy that will speak about unemployment and tells the story of a man aged 37, unemployed, that therefore sees all that he built, crumbling: his personal and family life. The comedy will be based on the daily struggle and the adventures that will have to beat to recover all his losses. The final submitted result is supported by theoretical review that encompasses what is the humor; the laugh; the history of comedy; and the narrative and structural principles by which sitcoms are governed.

Keywords: Sitcom; Humor; Comedy; Television.

Introdução

Este projeto visa a conceção de um argumento para uma comédia de situação, que posteriormente será apresentado a um canal televisivo, generalista, com vista a auscultar o interesse de uma possível produção.

Para dar corpo a este meu desejo resolvi solidificar conhecimentos, teóricos e técnicos, inscrevendo-me na Universidade Católica, no mestrado de Ciências da Comunicação, com especialização em Comunicação, Televisão e Cinema, para poder frequentar em particular a disciplina de Guionismo. Dito isto, desde o primeiro dia a ideia sobre o que seria o meu projeto final nunca esteve em dúvida: escrever uma *sitcom*. A vontade de produzir a *sitcom*, que será intitulada de *O Desempregado* nasceu há sensivelmente há dois anos, momento em que abracei a oportunidade que me foi dada de ser argumentista, assumindo-se este trabalho como um precioso auxílio na concretização desse sonho, se possível, com êxito. Quanto à tomada de decisão sobre o tema que irá versar, tive sempre presente o que todos os autores, sem exceção, definem como o principal "segredo" de uma comédia de situação: mostrar um tema pertinente, novo, ou que traga algo novo ao que já conhecemos.

Depois de muito refletir, olhando para a realidade do país, decidi criar uma *sitcom* que se debruçasse sobre o desemprego, problema que assola o país e que infelizmente afeta direta ou indiretamente, mais ou menos proximamente, praticamente todas as famílias portuguesas. Sobre a relevância do assunto, considero que este não sofrerá contestação. Outra das razões que estimularam esta escolha foi a perspetiva de o desemprego ser um assunto complicado de falar na sua profundidade, e que, por vergonha, a esmagadora maioria dos atingidos acaba por o esconder. Sendo o humor uma ferramenta de desconstrução de realidades difíceis por excelência, pareceu-me que através de uma *sitcom* poderia abordar os seus pontos mais críticos; desmistificando-os, pretendendo com isto contribuir para eliminar o estigma existente na sociedade, por muito que não o assumamos: o de o desempregado ser olhado com algum descrédito. Por outro lado, o projeto poderá contribuir igualmente para mostrar que há mais alguém a viver os mesmos dramas. Mostrarei os conflitos internos e externos, pessoais e familiares pelos quais um desempregado passa, e que derivam da sua condição. Para isso será usado o humor negro, a sátira, a ironia, a crítica social, etc, que retirará o dramatismo das situações, tornando-as mais suportáveis, e que de outra forma seriam mais duras de representar. Não menos relevante para a escolha deste tema foi o facto de,

na minha pesquisa, não ter encontrado nada do género. Encontrei sim várias personagens que interpretaram papéis de desempregados, mas nada, sejam filmes ou séries, exclusivamente dedicados ao fenómeno do desemprego. *O Desempregado* é também uma *sitcom* que tem a mais-valia de abranger uma faixa etária alargada, por ser um tema que atinge novos e menos novos, podendo ser visionado em família e exibido em *prime-time*. Por tudo isto, e muito mais, acredito que este poderá ser um projeto inovador e vencedor.

Esta minha crença de atingir estes objetivos reside no facto de a televisão desde o seu aparecimento ter sido, e continuar a ser, um fenómeno que veio alterar tanto a nossa relação com o mundo como o próprio mundo, e fundamental, entre outras coisas, para a mudança de mentalidades, muitas vezes em assuntos até considerados tabus. Ganhou desde logo uma importância crescente na vida de todos nós, apresentando-se como um elemento central das sociedades contemporâneas. A televisão informa, emociona e faz-nos rir.

Para a realização do projeto a que nos propomos interessa compreender uma das funções primordiais da televisão e da qual da qual os espetadores não prescindem: a do entretenimento. Naturalmente o humor tornou-se uma das ferramentas óbvias de entretenimento e fez sempre parte das grelhas televisivas, através dos mais variados tipos de programas de comédia. De entre todos sobressaiu um formato, praticamente agregado ao nascimento da televisão nos EUA: as *sitcoms*. Migraram da rádio para a televisão e a adesão do público, apesar da estranheza inicial, pois mais que as vozes, passou a ver as caras, foi avassaladora. O seu baixo custo de produção, as suas histórias populares e engraçadas, baseadas em "banalidades" da vida quotidiana, foram fatores críticos de sucesso. A fórmula de apresentar "pessoas" comuns, que passavam por situações triviais do dia-a-dia, similares a qualquer um de nós, se já era vencedora na rádio, rapidamente se tornou também na televisão, pois o espectador continuava a identificar-se com as peripécias vividas pelas personagens, agora na "caixa mágica".

O fenómeno das *sitcoms* começou nos EUA em 1950 com *I Love Lucy*, assumindo-se de imediato como um dos produtos mais rentáveis da televisão norte-americana, senão o mais rentável, além de ser o formato conhecido mais duradouro. Atualmente as *sitcoms* norte-americanas são exibidas em horário nobre com enormes audiências, e exportadas com sucesso para vários países, até para os mais inusitados, como a China, que apesar de alterar diálogos e censurar imagens, não as deixa de exhibir. A sua abrangência é tal que muitos atores tornaram-se multimilionários e conhecidos

globalmente. Por exemplo, para termos a consciência da importância que alguns títulos alcançaram, a *sitcom Sexo e a Cidade*, além de divulgar e espalhar modas e tendências pelo mundo, teve ainda importância fulcral na sedimentação de uma visão diferente sobre a mulher solteira e independente; em Portugal, todos nos recordamos das várias frases que Camilo de Oliveira dizia nas *sitcoms* em que era protagonista e que entraram no léxico nacional. Como é óbvio não podemos comparar a indústria norte americana com a portuguesa, mas estes exemplos são meros indicadores do impacto que as *sitcoms* podem ter tanto à escala local como global.

Dito isto, as *sitcoms* continuam a deter os ingredientes para se manterem no topo da lista de preferências das audiências, também porque, a nossa necessidade de rir continuará a ser tão obrigatória como a de respirar. O humor provoca o riso, e aquele que ri é mais equilibrado emocionalmente e saudável psicologicamente. Mesmo que não nos apercebamos, rir faz parte do nosso dia-a-dia, ainda que a maioria das vezes o façamos de forma inconsciente; e tanto tomamos contacto com o riso no contexto das nossas relações pessoais, como nas várias plataformas conhecidas, entre elas, a televisão. O humor que procuramos na televisão é um complemento que usamos para nos abstrairmos da realidade em que vivemos, muitas vezes difícil. Ou seja, é um humor construído para nos dar prazer, que diz mais do que aquilo que parece dizer à primeira vista e que aborda temas complicados de tratar de outro modo. Através de uma piada pode existir uma revelação, um olhar crítico para um qualquer fenómeno pertinente que esteja a acontecer e que precisa de ser desconstruído. A descoberta da "verdade" através da gargalhada continua a ser apaixonante e fundamental: o humor é uma técnica de dizer o proibido. O humor obriga-nos a refletir.

Para justificar o produto final, minimizar erros, e potenciar as possibilidades de sucesso de *O Desempregado* foi definida uma estrutura, dividida em duas partes, para a conceção deste projeto que mais se mostrou adequada para atingir os objetivos propostos. Na primeira parte e no primeiro capítulo entendemos o que é o humor, esmiuçamos as suas características e compreendemos como funciona ao nível das três memórias presentes no ser humano. Abordou-se em seguida as três grandes teorias do humor, explicativas dos processos e mecânicas que nos levam ao riso. No segundo capítulo descobrimos mais sobre como fazer rir, e além de uma revisão da literatura recorreu-se também a dois programas que passaram na RTP, onde comediantes portugueses, entre outros, explicaram as técnicas que usam e existem para puxar a gargalhada.

Consideramos igualmente fulcral compreender o que é a comédia, e, para isso, no terceiro capítulo sublinhamos a importância que o seu percurso histórico teve na forma como hoje a escrevemos. Passamos pela comédia antiga, a comédia nova, e a comédia romana. Ainda neste capítulo abordamos a *commedia dell'Arte*, inspiradora do formato *sitcom*; o teatro e a comédia em Portugal; e finalizamos com a realidade da comédia no renascimento. Afunilando um pouco mais, no quarto capítulo é explicado o que é o entretenimento televisivo, género em que as *sitcoms* se inserem, para no quinto capítulo descobrirmos o que é uma comédia de situação e as suas origens.

Chegados ao sexto capítulo, entramos na parte mais prática do projeto, e onde é descrito como se pode estruturar uma *sitcom* e os elementos que a compõem. Tão ou mais importante para um argumentista que compreender a estruturação técnica, é interpretar com mestria a narrativa cômica e os seus constituintes; bem como dominar um dos itens basilares para o sucesso das *sitcoms*: as personagens.

Este enquadramento teórico foi fundamental para a realização deste projeto, pois suporta e valida o seu resultado final, que não é mais que o guião apresentado. É no enquadramento teórico que encontramos as razões psicológicas, sociológicas, culturais e históricas, "truques" e técnicas, que nos levam ao riso; tal como a pormenorização ao detalhe das fórmulas para a construção de *sitcoms* de sucesso.

Para muitos autores as regras são fundamentais e servem para nos guiarem por determinados caminhos, mas, os grandes escritores só chegam ao sucesso, porque as quebraram.

1 - Humor

Foram os antigos gregos, da Escola Hipocrática, durante o século IV a.C. que, através da *Teoria Humoral*, deram origem ao estudo dos *Humores*, e ao aparecimento da palavra "Humor". Esta teoria, segundo os conhecimentos de Galeno (129 -199 d.C.), explicava que a boa saúde física e emocional humana seria mantida pelo equilíbrio entre quatro humores: sangue, fleuma, bílis amarela e bílis negra, e que as doenças dever-se-iam a um desequilíbrio entre eles. Gradualmente o estudo do Humor evoluiu, mantendo-se sempre muito ligado à vertente médica, mas passando também a dirigir-se à psicologia do indivíduo, e em como interfere no seu bem-estar. Um indivíduo que se ri, é considerado mais equilibrado emocionalmente e, saudável, mentalmente. Ou seja, é aquele que encontrou um equilíbrio no seu *temperamento*. O temperamento de cada um de nós está intimamente ligado à nossa emocionalidade genética, que por sua vez é regulada biologicamente. Segundo Darwin (2006) o humor de todos nós depende das emoções, que podem ser depressoras ou excitantes. Quando a harmonia desta cadeia é afetada, o indivíduo poderá sofrer de perturbações emocionais, e, ou, mentais, da mais variada ordem, mais ou menos graves.

A investigação empírica sobre o humor começou há quase 50 anos e ao longo do tempo foi abordado em vários ângulos, entre eles: o sentido de humor (Svebak, 1996); a valorização do humor (Ruch, 1993); o humor como um estado de espírito (Ruch W. &., 1998); estratégia de confronto; ligado a uma maior autoestima, resistência ao stresse e depressão (Martin et al., 1993); e intimamente associado ao bem-estar físico, incluindo um melhor funcionamento imunológico e tolerância à dor (Martin R. , 2007).

Freud foi um importante propulsor do interesse da psicologia pelo Humor (como ferramenta essencial ao bem-estar do Homem), ao dar o pontapé de saída em 1905, quando fez algumas piadas da sua relação com o inconsciente (Freud, 1960). Rod Martin (2007) já mais recentemente explica e divide o processo da descodificação do Humor em quatro componentes essenciais: i) Contexto social em que o indivíduo se integra; ii) Processo cognitivo - percepção; iii) Reação emocional; iv) Expressão vocal - comportamento de riso.

Feita esta introdução, é importante agora iniciarmos a compreensão do Humor como ferramenta lúdica e de prazer: aquele que nos faz rir; que nos põe bem-dispostos; que nos ajuda a encarar as diversas realidades com uma piada; e que nos faz perceber uma situação com uma gargalhada. "O cómico é essencialmente humano" (Bergson,

1993). A importância do humor nas nossas vidas está bem presente nas palavras de Umberto Eco quando diz que, "o humor é um meio de sobrevivência", ou nas de Kant: "Para suportar as agruras da vida a humanidade foi abençoada com a esperança, o riso e o sono" (Kant apud Jablonski, 2010). Por o Homem ser naturalmente insatisfeito e procurar sempre mais, o Humor é obrigado igualmente a evoluir para saciar esta necessidade. Aparecem novas formas de fazer rir, de entreter, de comunicar, e de chegar ao público; o Humor está obrigado a reinventar-se diariamente. Para E.B.White, "o Humor pode ser dissecado como uma rã, apesar da rã morrer no processo. No entanto, o propósito de uma dissecação não é manter a rã viva, mas para examinar os órgãos que a mantêm viva" (Pretorius, 1990).

O humor é uma forma de comunicação criada para ser divertida e que faz com que os outros riem (Martin, 2007).

Definir Humor é uma tarefa praticamente impossível, senão mesmo, impossível, pela imensidão de definições existentes. Friedrich Hebbel, poeta alemão, diz sobre o assunto: "Nada mais humorístico do que o próprio humor, quando pretende definir-se" (Becker, 1961). Mesmo assim, vamos tentar:

1) "O humor é uma linguagem, um modo de expressão que diz outras coisas para além daquilo que parece exprimir. Joga com as palavras, fazendo-as portadoras de mensagens que são mais facilmente entendidas do que pela linguagem normal. O Humor pode ser definido como a faculdade mental de descobrir, expressando ou apreciando ridículo, o absurdo e o incongruente" (José & Parreira, 2008).

2) "(...) o humor é uma forma criativa de descobrir, revelar e analisar criticamente o homem e a vida. É uma forma de desmontar através da imaginação, um falso equilíbrio anteriormente sustentado pela própria imaginação. Seu compromisso com o riso está na alegria que ele provoca pela descoberta da verdade. Não é a verdade em si que é engraçada. Engraçada é a maneira como o humor nos faz chegar a ela. O humor é um caminho" (Guimarães, 2001).

3) "O humor é uma espécie de arma de denúncia, de instrumento de manutenção do equilíbrio social e psicológico; uma forma de revelar e de

revelar outras possibilidades de visão do mundo e das realidades naturais ou culturais que nos cercam e, assim, desmontam falsos equilíbrios" (Travaglia, 1990).

No entanto, mesmo não havendo uma definição estanque para o que é o humor, para a elaboração deste trabalho, as definições acima apresentadas, são aquelas que mais inspiram a concepção deste projeto.

1.1 - Características do Humor

De forma breve podemos dizer que o humor vive do ridículo, adjetivo que significa divertido ou risível através do absurdo da incongruência, exagero ou excentricidade. O humor é uma forma de expressão que tem a intenção de despertar a diversão através de observações inteligentes, mordazes e irônicas, relacionando coisas aparentemente díspares, com o intuito de divertir. É estudado do ponto de vista psicológico, fisiológico e antropológico, talvez por isso, seja difícil encontrar um conceito unanimemente aceite. A dificuldade em definir humor baseia-se essencialmente na sua natureza complexa, multidisciplinar e individual (Robinson, 1991).

Em paralelo ao atrás dito, o fenómeno do humor está intimamente ligado ao Sentido de Humor de cada um de nós, que irá influir para que pessoas diferentes riam de coisas diferentes. Na realidade aquilo que faz rir alguém poderá ser completamente indiferente e incompreensível para outra pessoa, pelo que é importante "diferenciar a resposta cognitiva (entender uma piada) da afetiva (riso; bem-estar), e reconhecer e compreender os diferentes tipos de humor" (José & Parreira, 2008). A realidade individual deve ser considerada o ponto de partida do sentido de humor, principalmente quando este aborda o absurdo do quotidiano. "Alguém provido de sentido de humor é por norma tolerante, avesso a ofensas, ou de características vingativas. (...) As correlações entre o sentido de humor e variáveis demográficas, dimensões da personalidade, variáveis antro-pométricas, entre outras, evidenciam a importante função adaptativa do humor (...)" (José & Parreira, 2008, p. 9).

Como refere Meissner (1999), Poland propõe uma reformulação a partir dos contributos de Freud (1905/1998, 1927/1994), e aproxima o sentido de humor de uma característica da personalidade e forma de abordar o mundo. O sentido de humor envolve a capacidade de observar e de elaborar as relações, entre mundo interno e

externo do indivíduo, sendo composto pelo seu passado de sucessos ou insucessos, variando com o contexto social e os próprios tipos de humor apreciados.

O filósofo francês vencedor do Prêmio Nobel de Literatura, Henri Bergson (1859-1941), no seu famoso estudo, *O Riso*, lembrou que: "Apesar dessa dificuldade, rir é tão humano que aproximar-se da revelação do seu segredo, respondendo ainda que parcialmente ao porquê de rirmos, terá provavelmente a recompensa de revelar algo sobre nós mesmos que de outra forma não chegaríamos a descobrir" (1993, p.1,2). Desde há muito que o humor tem vindo a ser reconhecido como um mecanismo fundamental de auxílio no combate às adversidades com que nos deparam no dia-dia, desempenhando por isso um papel fulcral na nossa vida, ajudando-nos viver melhor (Moody, 1979). Na sequência deste raciocínio também devemos ter em consideração que apesar de vivermos numa mesma sociedade, envolvidos pela mesma cultura, cada um de nós é um ser individual, subjetivo, de personalidade e identidade própria. Segundo Émile Durkheim (1977) temos duas consciências distintas: A Consciência Coletiva, comum a todos os que integram a mesma sociedade, e a Consciência Individual, que nos diferencia uns dos outros. Com esta teoria presente, podemos afirmar com algum grau de certeza, que qualquer mensagem, incluindo a humorística, é interpretada de formas diferentes por pessoas diferentes. A mesma "piada" fará, ou não, determinadas pessoas rirem. Conclui-se que, para sermos bem-sucedidos na tarefa de fazer rir torna-se fundamental conhecermos os nossos interlocutores. "Por que eles rirem"? "Se soubermos responder a esta questão o trabalho para identificar material humorístico mais eficaz, estará facilitado, o público mais satisfeito, e quem faz rir, mais recompensado" (Audrieth, 2008).

A consciência coletiva é o conjunto de crenças e de sentimentos comuns à média da população de uma determinada sociedade, formando um sistema com vida própria, que exerce uma força coercitiva sobre seus membros, como o devoto que, ao nascer, já encontra as crenças e práticas religiosas estruturadas e em plena atividade. Se estas práticas já existem, é porque estão fora dele, mas mesmo assim, exercem influência sobre seu comportamento e crenças. É um sistema que existe fora do indivíduo, mas que o controla pela pressão moral e psicológica, ditando as maneiras como a sociedade espera que se comporte. O indivíduo se submete à sociedade e é nessa submissão que ele encontra abrigo. A sociedade que o força a seguir

determinados padrões, é a mesma que o protege e o faz sentir-se como parte de um todo estruturado e coeso. Essa dependência da sociedade traz consigo o conforto de pertencer a um grupo, um povo, um país. Nesse sentido, não há contradição alguma na relação submissão-libertação (Durkheim, 1977, 81).

1.2 - Memória Individual, Coletiva e Histórica

Depois da "Consciência", segundo Émile Durkheim, torna-se igualmente pertinente perceber a influência que os tipos de memória terão na razão de acharmos "piada" a determinadas situações. Os estudos empreendidos por Maurice Halbwachs (2004), contribuíram definitivamente para a compreensão dos quadros sociais que compõem a memória:

Memória Individual - O indivíduo transporta lembranças mas está sempre em interação com a sociedade. É no contexto desta relação que construímos as nossas lembranças. As recordações individuais fazem a composição das memórias dos diferentes grupos com quem nos relacionamos. É a partir deste conjunto de experiências que percebemos uma unidade que sugere ser só nossa. As recordações alimentam-se das memórias oferecidas pelo grupo a que Halbwachs denomina de "comunidade afetiva".

Memória Coletiva - Tem a importante função de contribuir para o sentimento de pertença a um grupo de passado comum que compartilha as mesmas memórias. Garante o sentimento de identidade do indivíduo sustentado numa memória partilhada não só no campo histórico, no real também, mas sobretudo no campo simbólico. A memória modifica-se, "rearticula-se" conforme posição que ocupa e as relações que estabelece nos diferentes grupos que interage. Também está submetida a questões inconscientes como o afeto e a censura. A memória coletiva está situada num período específico de tempo e espaço que não será maior que uma vida e diz respeito à memória de um grupo e suas tradições. Apega-se à consciência de identidade do grupo e às suas semelhanças. É vista de dentro.

Memória Histórica - A memória individual alimenta-se da memória coletiva sendo que ambas têm pontos de contato com a memória histórica; esta última envolve elementos mais amplos do que a memória construída pelo indivíduo e pelo grupo. É aquela que estamos habituados a encontrar nos livros e nos ajuda a compreender e a construir a história. São informações relevantes para cada um de nós e têm por função

primordial garantir a coesão do grupo e o sentimento de pertença entre seus membros. Está situada por longos períodos de tempo e espaço e é apresentada como atos de uma peça de teatro. Não se apega às semelhanças mas sim às diferenças, sendo um quadro de mudanças do passado. É vista de fora.

1.3 - Três grandes teorias do humor

Existem três teorias tradicionais que pretendem essencialmente entender e explicar o fascínio do Homem pelo humor:

Teoria da Superioridade - É a que aborda a expressão da sociedade na superioridade de uns sobre outros, explanada através do riso para que seja socialmente aceite, minimizando-se assim a arrogância e prepotência daquele que verbaliza sua condição superior. A expressão da superioridade não é bem aceite pelos outros. Frequentemente o riso é criado por situações de vantagem de alguém sobre o outro. Thomas Hobbes (1999), para muitos o precursor desta teoria, refere que o riso é algo efêmero e repentino, que tem origem em enfermidades e acidentes ou coisas que criam desvantagem.

Teoria do Alívio - Segundo Freud (1995), todas as relações humanas envolvem certo nível de tensão, pois não há apenas a troca de informações, mas também uma competição, uma concorrência, uma espécie de duelo expresso em cada diálogo. Nesse sentido, a piada ou as outras formas de humor funcionam como uma espécie de válvula de escape para a tensão que se forma entre os interlocutores. O humor surge para aliviar a tensão. Tanto do diálogo quanto das narrativas. As piadas são construídas na base da tensão crescente que será desfeita por um desfecho inesperado. Para Freud o humor não é mais que o engano da "censura" a que nos auto-impusemos; aquilo que escondemos internamente e restringe a nossa naturalidade. Aos impulsos sexuais, Freud acrescentou os impulsos maliciosos (ou pensamentos proibidos) como aqueles que também reprimimos, mas que são libertados através de uma gargalhada. Para o autor criador da psicanálise esta "censura" só é surpreendida/vencida quando enganada, coisa que acontece quando somos desarmados pela surpresa que o humor proporciona. Freud assemelha o humor aos sonhos, considerando que ambos são caminhos para desconstruir a censura, acrescentando que os mecanismos do humor são uma fonte de prazer em si mesmos. Há uma recompensa.

Teoria da Incoerência - Por muitos também apelidada de cognitiva. O sistema humorístico pode ser descrito como o resultado de uma dissonância cognitiva, isto é, o humor surgirá da quebra de expectativa. Ou seja, escondem-se sob o amplo manto da incongruência e de uma grande variedade de "estranhezas" que podem instigar o humor. Essencialmente, portanto, essa linha teórica está baseada na surpresa e na quebra de expectativas; e essa surpresa, em geral, visual, é de rápida apreensão. A incoerência aqui, é tida como força motriz de toda situação cômica, sendo a mesma identificada como uma "experiencia frustrada". Immanuel Kant dizia que "o humor surge da transformação repentina de uma grande expectativa para o nada" (Kant, 1790, p. 407).

Existe uma quarta teoria, divulgada mas não tão aceita quanto estas três, que defende que o aspeto central do humor é a ambivalência: uma mistura de atração e repulsa. Estas três teorias tentam explicar os tipos de humor, mas nenhuma é completa, sendo que a Teoria do Alívio será a que mais se aproxima de englobar todas as outras.

1.4 - Tipos de humor (entretenimento)

O Humor de entretenimento tem muitas variantes que podem ser consumidas por todos nós. Cada pessoa interessar-se-á por um ou mais tipos de humor em alternância e/ou combinação. Por não existir uma tipologia formal dos tipos de humor vigentes, fizemos um levantamento aturado, consultando vários humoristas nacionais (entrevistas) e internacionais (através de documentos existentes na internet), como João Quadros, Pedro Goulão, Ricky Gervais, L. Audrieth, Gene Perret, etc, com o objetivo de conseguir agrupar "todos" os tipos de humor com que somos confrontados no dia-dia.

Assim, foram encontradas 23 variantes:

1. **Anedótico**: São histórias que podem ser verdadeiras ou com um fundo de verdade trabalhadas para fazer rir.
2. **Burlesco**: Ridiculariza através da caricatura ou caracterização exagerada.
3. **Negro**: Humor que aborda o infortúnio e a morte. Visão negativa.
4. **Seco**: Entregue de forma impassiva, sem expressão. Matérias-de-facto.
5. **Ridículo**: Humor excêntrico.
6. **Epigramático**: Consiste em frases satíricas e espirituosas. Misturando duas ou três palavras faz-se uma palavra nova. Trocadilhos.
7. **Absurdo**: Comédia baseada em coincidências improváveis e elementos satíricos, pontuada por vezes com exagero e ação frenética. Referente a incidentes ou

procedimentos que parecem demasiado ridículos para ser verdade. 8. **Intelectual:** Humor cultural. Aborda temas sofisticados. Nem todos o percebem. 9. **Caricatural:** Exagero extravagante. Exagero mental, físico ou de traços de personalidade de uma pessoa. 10. **Irônico:** Um dos tipos principais do humor: Envolve a incongruência e discordância com as normas. O significado pretendido é oposto ou quase o oposto ao sentido literal. 11. **Juvenil:** Humor envolvendo temas infantis, como partidas, achincalho e outros comportamentos imaturos. 12. **Mordaz:** Humor cáustico ou cortante. Não deve ser confundido com humor negro. 13. **Paródia:** Tem muitas vezes a intenção de ridicularizar um autor, algo artístico ou um gênero. 14. **Satírico:** Humor que goza com as fraquezas humanas ou aspetos da sociedade. 15. **Auto-depreciativo:** Humor em que o humorista tem-se a si, às suas fraquezas e infortúnios como alvos para fazer rir. 16. **Situacional:** Humor decorrente de situações do quotidiano. Pode agrupar vários tipos de humor. 17. **Palhaçada:** Recorre à violência e lesões corporais simuladas. Humor físico. 18. **Exagero:** Consiste em exagerar nas características de algo ou alguém. 19. **Piadas:** Histórias terminadas com um toque engraçado provocando o clímax. 20. **Non-sense:** Inclui todos os tipos de absurdo sem lógica realista. 21. **Troca:** Consiste em mudar as principais partes de histórias, criando uma nova piada. 22. **Inteligente:** Inclui, ironia, sarcasmo, sátira e a troca. É engraçado por causa da nitidez súbita e rápida percepção. É um jogo de palavras.

2 - Riso

Hegel não queria rir, Schopenhauer não conseguia coibir-se de rir, Nietzsche queria rir mas nenhum deles era verdadeiramente feliz. Por sua vez, Bergson via rir os outros e interessou-se pelo fenómeno como técnico. Procurou desmontar o mecanismo que faz estremecer o homem que ri: como funcionava aquilo? (Minois, 2007, p. 545).

Para Bergson (1993), o riso depende da humanidade e insensibilidade da sociedade, concluindo que o *Riso no Homem* acontece pela combinação de situações entre pessoas inseridas numa sociedade. O riso consiste em encontrar algo que é real (com potencial cómico) e transformá-lo em ridículo, ilustrando-o. O riso é vida, é espontâneo e uma forma de libertação com o objetivo de criar um efeito social. Apenas o homem é cómico tendo o riso um significado social importante, pois o cómico exprime uma certa inadaptação particular da pessoa à sociedade. O riso não tem maior inimigo que a emoção porque o que causa riso é justamente a indiferença. Se formos pessoas que sentimos muita pena ou muita simpatia pelo outro, então jamais riremos delas. O riso deverá ser sempre um pouco humilhante para quem é objeto dele; o riso é, verdadeiramente uma espécie de evasão social. Bergson confere um Significado Social ao riso quando diz que este pressupõe um grupo. É algo que necessita de um eco, da cumplicidade de outras pessoas, mesmo que sejam imaginárias. O riso padroniza os comportamentos ao colocar linguagens num contexto conhecido, acentuando as suas características. Sublinha as lógicas profissionais ou de grupo. As regras são consideradas como verdades pelos diferentes membros do grupo; o riso só as reforça por via da sua demonstração. A função social do riso é também a de castigar a rigidez dos costumes. Para compreender o riso é preciso localizá-lo no seu meio natural que é a sociedade; temos que determinar a sua função útil que é uma função social. "O riso deve preencher certas exigências da vida em comum, deve ter um significado social" (Bergson, 1993, p. 21). Para o autor, o riso na comédia surge como a continuidade do pensamento e supre a rigidez do físico e do espírito libertando a tensão. O riso mostra a tensão e a elasticidade social. Não há comédias individuais. A comédia é um mecanismo social de ligação da vida à arte. O riso vive de todas as maneiras e feitos e em cada uma delas acontece a perda de contacto com o que lhe antecedeu, emergindo o ridículo e a surpresa que nos fazem rir. Para nos rirmos é necessário uma situação momentânea de insociabilidade. Nós rimo-nos porque captamos esse momento, que não passa de um período curto. O cómico emerge como algo fora do senso-comum. O

inadaptado é cômico. O riso é entendido como uma reação inconsciente destinada a manter a homogeneidade do tecido social, punindo os comportamentos desviantes.

Resumindo, para Bergson, o rígido, o mecânico, por oposição ao maleável, ao continuamente mudável; a distração, por oposição à atenção; o automatismo por oposição à atividade livre; eis, em suma, o que o riso sublinha e quer corrigir. O riso permite ultrapassar o ato mecânico. É uma expressão do acaso. É um momento para o qual converge a ação do grupo. Como sublinha Paulo Morgado na sua releitura da obra de Bergson, o riso irá refletir a punição que a sociedade nos reserva, que se manifesta exatamente através do riso, sempre que, de uma forma mecânica, por desatenção ou teimosia, nos afastamos da fluidez da vida, pondo-nos à margem quer dos significados quer dos comportamentos esperados pela sociedade" (Morgado 2011).

O riso inclui uma resposta comportamental indicativa do reconhecimento do humor. O sentido de humor vai apelar a vários elementos e às pequenas coisas que compõem o humor, elaborando um mapa cognitivo que representa a individualidade de cada um de nós (Thorson & Powell, 1993). Cada indivíduo tem a sua motivação para desenvolver o sentido de humor, sendo aquele que é dotado de sentido de humor é mais livre e propenso a usar o humor no dia-a-dia. Ter sentido de humor também é conseguir compreender e reconhecer o humor do outro.

2.1 - O que nos faz rir

A RTP em Maio de 2013 transmitiu um programa, dividido em duas partes, onde pretendeu desvendar os segredos daquilo que nos faz rir. Para isso, Nuno Artur Silva, como apresentador, foi ao encontro de várias personalidades de relevo do humor em Portugal questionando-os sobre o que rimos ou faz rir.

Nuno Markl, humorista, diz que apesar de saber que as pessoas gostam que os humoristas ponham o dedo na ferida, nunca saberá o que as faz rir. "Por vezes penso que tenho um grande texto que depois não resulta, e um feito à pressa, que é um sucesso". Já para Ricardo Araújo Pereira, também humorista, a procura de saber o que leva as pessoas a rir é uma constante. Considera que o humor vive do exagero e da ironia e que pode ser uma arma poderosa, que faz rir. Rui Unas, apresentador e humorista, faz piadas que gosta e que as pessoas gostam. "Tem de ser". Segundo Bruno Nogueira, ator e humorista, o "embaraço" das outras pessoas promove o riso. Hoje em dia já não é preciso fazer *punchline*; a piada pode ficar em aberto e cada um escolhe como deve acabar, pois cada pessoa ri de coisas diferentes. Para o Gel dos "Homens da

Luta", humor é o "erro", a "realidade", o "absurdo" e a "imperfeição". Tem a opinião que os humoristas devem tomar "posições sociais". Nicolau Breyner, ator, diz algo que encaixa neste pensamento: "Expôr o poder ao ridículo, ninguém resiste. O poder tem medo dos humoristas".

Rui Cardoso, escritor, alinha na tese que nem todas as pessoas riem da mesma coisa; crianças e velhos, por exemplo. Para o humor vingar tem de estar ligado ao "aprofundamento da tragédia humana". Por seu turno, Rui Zink, escritor e humorista, realça o "carácter subversivo do humor. O humor se for bom é ofensivo, se não o for, os humoristas tornam-se somente "decoradores". Deve ser curto, de poucas linhas, rápido e negro. Se as pessoas tiverem de pensar muito perde a graça. O sexo provoca o riso envergonhado dos portugueses. Herman José, humorista, também sublinha que sexo é um bom tema e acrescenta o futebol. "São duas coisas primárias que obtêm sempre reação da audiência".

João Constâncio, professor universitário, indo buscar o estudo de Bergson, acredita que rimos daquilo "que não tem elasticidade". Paulo Morgado, gestor, apoia-se também no filósofo francês para dizer que o riso "provém da parte mecânica da vida". Os mecanismos de hoje são os mesmos de que Bergson falava, só rimos de coisas diferentes. Mário Carvalho, escritor, refere que reciclamos anedotas através dos tempos porque somos os "mesmos homens" de antigamente e rimos das mesmas piadas. Tem a opinião que a comédia reestrutura a sociedade e o cómico é a quebra da normalidade. É algo rápido, instantâneo e momentâneo. A graça não perdura muito tempo, depois volta é de outra maneira.

Rui Tavares, historiador, acha que rimos da "burrice e da ignorância" e, por vezes, das mesmas coisas, mas com outras formas. Jorge Silva Melo, encenador, afirma que rimos de coisas que nos "deixam em segurança, ou seja, de erros que não caímos". Opinião semelhante tem José Luís Abreu, psiquiatra: "rimos quando não há perigo ou risco". Há intimidade se todos rirmos. Se encontramos pontos de contacto. O "politicamente incorreto liberta-nos de constrangimentos sociais".

José Pedro Vasconcelos, realizador, considera que o humor "através do preconceito fomenta a coesão social". "O trocadilho, a surpresa, a lógica dentro do absurdo e o mal-entendido, são formas recorrentes para fazer rir". Para Nuno Artur Silva, apresentador, "o riso é reconhecer o familiar do estranho, o normal do anormal, a regra da exceção. O humor em tempos de crise é um humor de grupo. Só somos

compatriotas quando rimos das mesmas coisas, das pátrias efémeras do riso. Rir é rir em comunidade.

Não podemos igualmente esquecer que o humor deve ter na lei da Liberdade de Expressão portuguesa o seu azimute para o que pode ou não dizer. Luís Pedro Nunes acrescenta: "Há sempre alguém que irá ser atingido com a piada; não vale tudo para ter graça". Não existir qualquer tipo de limite, pode não explicar o "porquê de rirmos", mas pode explicar a razão de não rirmos; daí que o bom senso de um humorista na execução do seu trabalho também seja fulcral para que possa ter sucesso. Isto pode parecer simples, mas o facto de todos acharmos que temos bom senso, e até o podemos ter, este é influenciado por aquilo em que acreditamos; as nossas crenças e valores, que nos podem levar a agir de forma a que choquemos o outro (até sem termos intenção disso), como explica Descartes.

Inexiste no mundo coisa mais bem distribuída que o bom senso, visto que cada indivíduo acredita ser tão bem provido dele que mesmo os mais difíceis de satisfazer em qualquer outro aspeto não costumam desejar possuí-lo mais do que já possuem. E é improvável que todos se enganem a esse respeito; mas isso é antes uma prova de que o poder de julgar de forma correta e discernir entre o verdadeiro e o falso, que é justamente o que é denominado bom senso ou razão, é igual em todos os homens; e, assim sendo, de que a diversidade de nossas opiniões não se origina do fato de serem alguns mais racionais que outros, mas apenas de dirigirmos nossos pensamentos por caminhos diferentes e não considerarmos as mesmas coisas. Pois é insuficiente ter o espírito bom, o mais importante é aplicá-lo bem (René Descartes).

Luís Pedro Nunes pensa sempre no impacto do seu trabalho: "A morte é sempre o pior. Os humoristas contam comigo para fazer a ligação com o mundo real. Eu tenho que me lembrar que o alvo das piadas são pessoas reais. Eles fazem piadas sobre notícias. Crianças, mortos em explosões, etc. não podem ser piadas. Ponto"! Luís Filipe Borges por seu turno assume: "Já me aconteceu pensar no outro, sim, e inconscientemente evitar algum assunto potencialmente indelicado/injusto para o "alvo" em questão". João Quadros acrescenta ser importante, "não falar antes de tempo", tendo como preocupação, "fazer rir.

3 - Comédia

Até aos dias de hoje a ciência não conseguiu explicar o que nos leva a rir. Rir faz parte da nossa vida e está intimamente ligado ao universo popular. A comédia não é mais que um mecanismo que nos leva ao riso, por na maioria das vezes assentar em costumes e acontecimentos do dia-a-dia, desconstruindo-os de forma engraçada. A comédia tal como a conhecemos tem origem na Grécia Antiga. Começa a escarnecer-se o cidadão comum, incluindo o cidadão notável, ou desgraçado, pois todos têm pontos que podem ser tratados humoristicamente. Quando combinamos a comédia e o quotidiano trivial, encontramos um manancial de situações com as quais é possível fazer humor. Depois, sendo o humor corriqueiro e que vive no meio de nós, a adesão popular vai acontecer naturalmente, pois a "piada" é entendida pela maioria, pelo mais ou menos letrado. A comédia teve desde logo uma vantagem relativamente à tragédia: não obrigava a tanta atenção quando assistida. A comédia torna-se o meio para fazer críticas ao meio envolvente. Difere da tragédia, porque apela ao caos, ironiza, inverte valores, busca o absurdo, e estimula a sexualidade. A comédia excita e relaxa, promove o imaginário, libertando-o de valores morais padronizados impostos pela sociedade. Para isto acontecer, e estimular o riso no espectador, a linguagem passa a ser ordinária e vulgar. O achincalhamento das personagens, a gaguez, sotaques, ou uso de termos identificativos de classes sociais também puxam ao riso. Assim, podemos constatar que a comédia torna-se uma ferramenta de desconstrução da realidade. Frases, termos, gestos, etc, simples podem ser boas piadas, se bem trabalhadas na obra/peça.

A Comédia utiliza recursos que provocam o riso no espectador, recorrendo ao imprevisto, ao ridículo, à surpresa, à desordem, etc, sendo a sua primeira definição de Aristóteles (384-322 a.C), na sua obra, *Poética* (s.d):

A comédia, como dissemos, uma imitação de vileza, mas apenas na parte do vício que . ridícula. O ridículo é um defeito e uma deformação nem dolorosa nem destruidora, tal como, por exemplo, a máscara cómica é feia e deformada mas não exprimedor. (Aristóteles, 2008, p. 46)

A palavra comédia surge do grego *komoidía*, e nasce das palavras, *komos*, que significa, procissão jocosa, e *oidé*, que significa, canto. À época podíamos encontrar duas procissões que tinham a designação, *komoi*, sendo que uma delas assemelhava-se a um cordão carnavalesco onde jovens fantasiados de animais nas ruas da acrópole

pediam prendas e donativos, ridicularizando os cidadãos da polis. A outra era de cariz religioso, integrada nas festas dionisiacas onde se evocava a fertilidade da natureza: passeava-se uma escultura representativa de um pénis e trocavam-se palavras grosseiras entre os participantes. Segundo Aristóteles, ao contrário da tragédia, em que se conhecem as suas mutações e autores ao longo dos tempos, na comédia, estas informações são ocultas, pois desde o início, não foram registados factos sobre a sua origem e evolução. Ainda assim, Aristóteles vê em *Margites* (epopeia burlesca de um pateta), poema satírico que atribui a Homero (Sec. VIII a.C.), a origem da comédia, admitindo ao mesmo tempo que outros poetas do género tenham existido anteriormente (Brandão, 2001).

Dórios reclamam para si a invenção da tragédia e da comédia (os Megarenses reivindicam a criação da comédia: quer os daqui, como tendo nascido entre eles no tempo da democracia, quer os da Sicília, porque era natural de lá Epicarmo, poeta que foi muito anterior a Quiónides e a Magnes; alguns Dórios do Peloponeso reclamam a autoria da comédia tomando as designações como indício. Dizem eles que chamam aos arredores da cidade komai, enquanto os Atenienses chamam demoi; portanto, os comediantes não seriam assim denominados com base no verbo komazein mas porque, expulsos por desprezo da cidade, andaram à deriva pelos komai (aldeias); alegam ainda que, para eles, a palavra que significa actuar . dran, enquanto para os Atenienses . pratein (Não haveria, portanto, relação entre comediantes e o “celebrar as festas com cantos e danças”, que e o significado do verbo komazein (KiopdcCeiv) (Aristóteles, 2008).

Aristóteles sublinha que apesar da origem da comédia estar intimamente ligada aos cantos fálicos e às farsas mimadas e indecentes, levadas a cabo por cantores falóforos, e se diga que os Dórios foram os seus inventores, há muito por estudar sobre a sua origem. O facto da comédia estar associada ao contexto informal e ao ambiente popular, e nunca ter sido olhada com a seriedade que merecia, fez com que levantamento de factos marcantes da sua existência, fosse praticamente inexistente. Sem esquecer que, devido à comédia incidir a sua atenção nos aspetos ridículos do Homem, coisas que o envergonham e rebaixam, não faria sentido registar para a posteridade as suas falhas e limitações. Conforme Jaeger (2001), a comédia nasce da natureza e impulsos mais triviais do ser humano. É popular e realista, vivendo da observação e

crítica, apontando ao que é negativo, alvo de censura e até indigno. É opinião partilhada por muitos autores que estudam o fenómeno da comédia, que esta é originária do meio rural e não urbano.

3.1 - Comédia Antiga

Segundo Nietzsche (1992), a comédia tem o seu período dourado ao mesmo tempo que a tragédia tem o seu momento de menor fulgor, aproveitando as antigas festas dionisíacas e a sátira do poeta Arquíloco, que atacava figuras proeminentes da sociedade, incluindo altos cargos políticos: deste modo, a comédia entrou no campo político.

Nesta altura milhares de pessoas aderiam à comédia para conseguirem o riso que não conseguiam na tragédia. Para Juanito de Sousa Brandão, a Comédia Antiga surge em 486 a.C, quando o género tragédia já assinalava praticamente cinquenta anos de existência. Segundo o autor, o aparecimento da comédia assenta essencialmente em motivos políticos, pois, com o fortalecimento da democracia ateniense, conseguiu-se uma maior liberdade social que deu azo a representações cómicas e que incidiam essencialmente em críticas aos governantes e aos costumes da época. A Comédia Antiga é o gatilho daquilo que viria a ser, posteriormente, a caricatura política e o teatro de cabaré. Ninguém estava a salvo dos seus ataques. Satirizava assuntos da vida quotidiana, sendo as suas finalidades principais a diversão e moralizar a sociedade. Emprega uma linguagem lúdica, através de jogos de palavras, equívocos, ironia, clichés, apresentando ainda personagens caricaturadas. Curiosamente, na altura, a comédia funcionava mais ou menos como nos dias de hoje: criticava a política e os políticos, as instituições, a sociedade, as autoridades, as artes, como o teatro, etc, recorrendo à utilização de uma linguagem brejeira e contundente, sem estar sujeita à censura ou repressão (Brandão, 2001). Seguindo este raciocínio, Jaeger refere que a comédia "ataca" as realidades do tempo em que vive, fazendo o que mais nenhuma arte consegue fazer. Também neste momento acontecem as Comédias Dionísias e Festivais Anuais, (486 a.C.) que institucionalizam a comédia.

As comédias *Dionisíacas Urbanas* eram as mais importantes. A liberdade de expressão em Atenas atingiu um ponto único na história democrática mundial (até à atualidade) para os chamados homens livres. Este tipo de comédia era tão violento, rude, e boçal, que foram várias as démarches para acabar com ele, ou limitá-lo, com tentativas de proibir que se falasse de pessoas vivas, gozasse com mortos e,

principalmente, eliminar a crítica aos juízes. Nenhuma das iniciativas foi bem sucedida. Somente quando Atenas sucumbe a Esparta é posto término à Comédia Antiga, que teve uma vida relativamente curta (de 486 a 404, a. C.). Aristófanes (445 a.C.) foi a figura de proa desta época, e o maior expoente da comédia grega, não sendo por acaso que, da altura, só as suas obras preduraram. Para Platão, Aristófanes foi o único que ia além do riso fácil, ou da troça simples. Havia mensagem por trás. Era audacioso e não se intimidava! Não queria dar soluções mas apenas "colocar o povo e o chefe diante do espelho" (Jaeger, 2001). A par da tragédia, a comédia teve papel relevante na formação espiritual dos cidadãos atenienses. Mesmo tendo a comédia cada vez uma maior notoriedade, era um género visto como uma arte menor quando comparado com a tragédia. Um exemplo disso, a constituição dos júris que avaliava as peças cómicas e as trágicas. Enquanto nas trágicas o júri era composto por notáveis da sociedade, nas cómicas, eram selecionadas meia dúzia de pessoas do público para fazer a avaliação. O próprio Platão (429-347 a.C) desvalorizava a comédia dizendo que devia ser evitada pelo homem racional, por evocar o Homem nas suas vertentes mais condenáveis. Dizia inclusivamente que a comédia só existia fora do sujeito, e que não fazia parte dele.

3.2 - Comédia Nova

Antes da Comédia Nova, surge a Intermédia, que não teve grande expressão, além de fazer a transição. Antífanos e Alexis são as principais figuras deste período predominado pelas paródias e crítica de costumes.

A Comédia Nova surge em meados do século IV e é iniciada por Menandro (342-290 a.C), sendo o seu grande representante Filemon. Foi um tipo de comédia que se desenvolveu com a ascensão da burguesia da época, e já limitada por restrições de ordem política, onde a violência, os ataques pessoais, a boçalidade, e a grosseria dos tempos de Aristófanes, deixaram de ser permitidos por lei. Incidirá principalmente no amor, comportamento humano, e na representação do real. A Comédia Nova terá como base uma nova realidade social: um ideal central de família; o surgimento da classe média; e a mobilidade de social. A Comédia centra-se agora nos costumes e em situações sociais. Troca os valores patrióticos do tempo anterior, pelo espaço privado. As comédias passam a adaptar nomes de profissões ou características individuais, como o Soldado, a Prostituta, o Avarento, etc, ou seja, as chamadas personagens tipo. Henri Bergson explica que esta nova realidade significou que a personagem "deixou" de ter importância, passando o que ela representa a ser o objetivo. Não era a personagem do

Avarento ou do Soldado que interessava, mas sim a realidade do soldado e a característica avarenta que eram moldadas para serem o espelho de um qualquer soldado, ou de um qualquer avarento. Diz Bergson (2003), que por muito que relacionemos o cômico às pessoas, ele continua a viver independente, ao qual as personagens só lhe dão corpo.

3.3 - Comédia Romana

A Comédia Romana que dá origem à Comédia Latina, é interessante também porque acaba por assemelhar-se muito ao que encontramos hoje nas televisões. O quotidiano era representado, não na televisão, como é óbvio, mas no teatro, no qual desfilavam os valores morais da sociedade, "obrigando" quem via a agir consoante essas normas. A comédia Romana tem o seu período de maior fulgor depois do sucesso militar romano e expansão imperial, que levou a que a sociedade romana passasse por uma reordenação social, que deu azo ao aparecimento de uma nova sociedade assente no luxo. A comédia romana, ou *palliata*, inspirava-se na Comédia Nova grega, de Menandro e Filêmon, incidindo nos defeitos individuais, no risível, nos vícios, e na vida privada, basicamente, em assuntos intemporais. Tais semelhanças levaram que alguns críticos a considerar a comédia latina como uma adaptação da Comédia Nova grega (Arêas, 1990).

Dentro desta realidade surge Plauto (254 -184 a.C.), o grande nome da Comédia Latina, que começa a escrever peças inspirado na comédia nova grega, recorrendo igualmente àquilo que é intrínseco aos romanos, para construir as suas obras cómicas. Passou pelo processo chamado "contaminação", que consistia nas influências que os artistas romanos sofriam, a partir de elementos da comédia grega.

Para Ciribelli, Plauto não é um plagiador, mas alguém que recorreu a características da comédia nova grega para fazer as suas obras, por exemplo, entendendo um público heterogéneo, formado por pessoas de várias classes e estratos sociais da sociedade romana. Para isso "copiava" algo usado na comédia grega nova: o contacto com o público (Ciribelli, 1995). Aida Costa (1967) refere que literatura latina nasceu já adulta, assente na experiência grega. A Comédia Latina à semelhança dos nossos dias, leva a que o público pense sobre o rumo que a sociedade leva, sublinhando os valores e costumes que se estão a perder. As comédias passaram a ter, além do objetivo de divertir, fazer com que o público reflita também sobre o que está a ver, e faça uma introspeção. Assim, a comédia latina reveste-se de grande importância, pois

vivia sobre a vida real, ou seja, do próprio indivíduo, e contava com um público numeroso, exposto às ideias dos autores que queriam influenciar quem as via.

Outra das heranças deixadas pela comédia grega nova à comédia latina, foi a sátira. As sociedades eram satirizadas, denunciadas e ridicularizadas, mostrando-se os podres atrás das "fachadas", tal qual se faz hoje. A sátira ao longo dos tempos foi o género cómico onde mais regimes políticos usaram a censura.

Se Plauto se apoiou na comédia nova grega, muitos autores posteriores pegaram na "sua" comédia latina para se inspirarem. A forma como Plauto chegava ao povo, o fazia pensar, e divertia, era bastante apreciada. Dito isto, a comédia latina esteve presente no renascimento e na génese da comédia moderna.

3.4 - Renascimento e a *Commedia Dell'Arte*

Antes do Renascimento, é importante passar pela Idade Média, que precede esta época, e que nasce com a queda do Império Romano, e com o triunfo do Cristianismo, que aboliu praticamente todos os espetáculos públicos, deixando de existir casas de espetáculos e, muito menos, teatros. Quando caso disso, eram montados palcos provisórios, espalhados bancos nas praças para o povo, e montados camarotes para a nobreza, onde se podiam ver quase exclusivamente dramas litúrgicos. Os atores eram os clérigos jovens, e para as peças profanas recrutavam-se artistas errantes. Nas peças profanas víamos alguma "comédia", utilizada exclusivamente para demonstrar as malélicas consequências da heresia, transmitindo o medo à plateia, e fazendo com que todos seguissem os passos do cristianismo, sem o contrariar ou questionar. Como tal, a comédia não podia fugir à época que se vivia, e praticamente não existiu. Grassner (1974) refere mesmo que o teatro esteve fechado a sete chaves, numa Europa que passou por uma época negra: a medieval.

O Renascimento nasce na península-itálica, agora, o centro do comércio mediterrânico. Este facto fazia com que a economia local fosse dinâmica e abastada, onde a capacidade financeira era tanta que se investiam autênticas fortunas na cultura. Emergia a burguesia, capitalizada, antigamente ostracizada numa sociedade medieval, que passou a adquirir palácios, outros edifícios importantes, esculturas, pinturas, etc. com o objectivo de se aproximar do estilo de vida da nobreza. Esta nova camada social levou a várias alterações sociais e culturais, que alastraram pela Europa Ocidental, entre

os séculos XIV e XVI. Retomou os valores da cultura clássica greco-latina, rompeu com o pensamento medieval, e abriu espaço à criatividade dos artistas.

Sem surpresa, e dentro desta nova realidade, o renascimento assume-se como a época de ouro do teatro, onde surgem as primeiras companhias e autores autónomos criativamente. Para isto muito contribuiu a independência do teatro relativamente à igreja, fenómeno que não se verificava na idade média. Tornou-se popular e profissionalizado, havendo finalmente uma separação clara entre tragédia e comédia. Um grande precursor do Renascimento literário italiano foi Dante Alighieri (1265-1321), autor da *Divina Comédia* (1314). No início do renascimento, praticamente não existiam peças cómicas escritas, devido aos séculos em que a comédia tinha sido esquecida. Foi necessário numa primeira fase que os actores improvisassem, até que se comesse a escrever comédia. O director dava directrizes e os actores, por eles, desenvolviam as ideias em palco. Desta forma tosca de fazer comédia, nasce a *Commedia dell'Arte*, também apelidada de histriónica, de máscaras, ou italiana. Segundo Dario Fo (1998): "*Commedia dell'Arte* significa uma comédia encenada por atores profissionais, associados mediante um estatuto próprio de leis e regras, através do qual cómicos se comprometiam a proteger-se e respeitar-se reciprocamente"(p.20).

As companhias *dell'arte*, de carácter itinerante, eram formadas por indivíduos oriundos das camadas mais pobres da sociedade, que encontravam nas atividades das trupes uma possibilidade de sobrevivência, incluindo mulheres, e nobres decadentes. Estes últimos responsabilizavam-se pela escrita de reportórios, já que se destacavam pela origem cultural mais rica. A *Commedia dell'Arte* tem cariz marcadamente popular e surge em Itália em meados do século XV, saltando fronteiras para outros países da Europa. Tessari (1969) suporta-se de De Amicis para dizer que a *Commedia dell'Arte* separa a representação de mercenários, daquela feita, por atores profissionais, com vista à obtenção de lucro. Era um arte que recorria a personagens fixas, em que cada ator, individualmente, se especializava na representação da uma personagem. Arlequim, Pedrolino (Pierrot), Polichinelo, Pantaleão, etc, apareciam como as personagens masculinas mais representadas. Para Vasconcellos (2009), a encenação da *Commedia dell'Arte* caracterizava-se, principalmente, pelo "personagem fixo" e pela técnica da improvisação dos atores, que variava conforme o reportório. A *Commedia dell'Arte* era um registo totalmente inovador ao dar liberdade criativa ao ator para improvisar o diálogo durante a atuação, ainda que, tendo que responder a um enredo e a um cenário pré-concebidos. Utilizam-se estereótipos, uma identidade que marcava o destino da

personagem, e que obrigava o ator a repetir ações, atitudes, e a ter de se sujeitar aos seus defeitos imutáveis. Para Ruggero Jacobbi (1956) "(...) não é a temática, não são os enredos que importam num teatro que só os aproveita como pretextos para a fertilidade criadora do ator. *A Commedia dell'Arte* é isso: comédia da arte de representar. Nada mais" (p.23). Esta comédia popular teve tanto sucesso que influenciou outras atividades como o circo, o bailado e o teatro moderno. O poeta Ludovico Ariosto (1474-1533) foi o primeiro, ou dos primeiros, a escrever comédia no renascimento.

Como já referido, esta nova realidade italiana fez escola em vários países europeus, como por exemplo na Inglaterra onde o teatro renascentista teve início durante o reinado de Isabel I (Século XVI e XVII), tendo no dramaturgo William Shakespeare, a sua principal referência. O público inglês, de forma quase unânime, recebeu a *Commedia dell'Arte* com entusiasmo, considerando-o um teatro popular e vibrante, assente na improvisação. Muriel Cunin (2008) afirma que por volta de 1590 se deu um *boom* na construção de teatros na cidade de Londres devido ao crescente interesse da população. Eram exibidos espetáculos praticamente todos os dias que chegavam a reunir cerca de três mil espectadores.

O teatro do período Isabelino teve um sucesso tal, que só tinha paralelo nas produções gregas. Foi mais além, ao deixar de lado o rigor da conceção das peças trágicas e cómicas; eliminou regras ou esqueceu-as, o que desembocou num teatro moderno, inovador e original. A *Commedia Dell'Arte* foi fundamental para desmistificar o teatro que vivia num padrão marcadamente opressor e cheio de paradigmas, abrindo portas a uma dramaturgia nova, sem dogmas e castradora da criação livre, e de onde emergiu William Shakespeare (1564 – 1616). Este não só foi influenciado pela *Commedia Dell'Arte*, como elevou a qualidade vista até então. Teve a coragem de ir buscar temas extravagantes e ridicularizados na comédia, e fazendo uso da sua genialidade, atribuiu-lhes novas roupagens, através de textos ricos, poéticos e dramáticos, realizando sucessos atrás de sucessos, que perduram até aos dias de hoje. Shakespeare, mais ou menos em 1590, debruça-se sobre a comédia, para aliviar o peso das peças trágicas, sendo que, mesmo nas suas peças trágicas, podemos ver pontos de comédia. Shakespeare buscava o "insensato" para dizer o sensato, usando também o cómico em vários registos: tanto para entreter, para dizer o sério, como para falar da própria morte.

Em Espanha, o famoso *Século de Ouro* cobre o período renascentista (aproximadamente entre 1580 e 1680). O teatro foi o canal escolhido para exaltar a

exuberância monárquica, o patriotismo, e a religiosidade extrema, e problemas sociais que se viviam no país. Os principais autores foram Lope de Vega e Calderón de la Barca (Varey,1987).

Este tipo de teatro também nasceu nas praças e recrutou seus elencos entre as camadas populares. Utilizou sua força para falar e dar testemunho da história de seu tempo, mostrando em obras como “*Fuente Ovejuna*” de Lope de Vega, a luta das pessoas do povo contra os nobres opressores (Bianchi, 2005, p. 36).

Nesta altura a Espanha atingia um apogeu cultural incomparável, derivado das descobertas marítimas. As riquezas provenientes da América e da Índia patrocinavam o esplendor artístico, levando a cultura espanhola para patamares de excelência. A peça *Don Quixote* não é mais que a exaltação desta época. Também em Espanha a *Commedia Dell’Arte* teve grande influência. Lope de Vega surge como figura de proa deste período como escritor e dramaturgo, estando igualmente na gênese do novo teatro espanhol, sendo que na comédia rompe com os cânones aristotélicos da acção, tempo e espaço. Na sua obra encontram-se as famosas comédias de *capa e espada* e as *peças de honra*. Lope de Vega era extremamente nacionalista, e inspirava-se em factos importantes históricos, mitos e lendas, considerados importantes no país.

Eram apresentadas milhares de comédias durante o período da tarde por não haver iluminação, representadas por trupes ambulantes. As regras eruditas foram igualmente postas de lado, dando-se lugar a dinâmicas populares de apresentação, embutidas em atuações de ritmo rápido. A comédia espanhola adotou alguns sub-géneros, entre os mais famosos o de *pastoril* e o de *capa e espada*, nas quais se encontrava uma personagem tipo, o *gracioso*, normalmente um laçaiço que, através do humor, aliviava as situações mais complicadas.

A França teve o seu período renascentista mais tardio e bebeu muitas influências do teatro italiano e espanhol, acabando por ser o país que mais apreciou a *Commedia dell’Arte*. Na segunda metade do século XVII, e no decorrer do século XVIII, reis mandavam construir teatros e sustentavam grupos de comediantes que atuavam em sua homenagem. Foram criadas companhias de teatro amadoras, em forma de associações, compostas por operários, burgueses, estudantes e homens de leis, que formavam *sotties* (de sot: parvo, bobo - sermões jocosos), que não eram mais que pequenas farsas, semelhantes à comédia grega primitiva, onde os visados eram os indivíduos. As *sotties*

eram peças a ser exibidas entre duas peças sérias, com cariz cómico-populares, onde actores amadores satirizavam comportamentos e costumes dos indivíduos da sociedade, sem olhar a estatutos, nem que fosse o rei. Usavam o exagero na situação, ou nas acções das performances, sem objectivo de ensinar ou moralizar a audiência. A intenção era provocar o riso, com recurso ao quotidiano. Desprezava os mandamentos da igreja.

Com o fim do período renascentista, aproxima-se também o fim da *Commedia dell' Arte*. Jaccobi (1956) refere que no fim do século XVI, o teatro literário estava em decadência, enquanto o de improvisação, mostrava grande fulgor. Diz o autor que a partir do século XVII a censura da igreja cai sobre o teatro das cortes, dando-lhe o golpe final. A Comédia evapora-se. Apesar dos comediantes improvisadores passarem a ser convidados para atuarem dentro dos palácios, começou aí o início do fim.

A partir deste momento o teatro passa por mutações, sendo que, inclusivamente, esteve encerrado (desde 1642) por 18 anos em Inglaterra, até surgir, novamente, e com algum fulgor, na segunda metade do século XVII, e de onde sobressaiu a *Comédia de Restauração*, nome dado às comédias interpretadas e escritas durante este período. Era uma comédia de forte cariz sexual explícito, muito do gosto de Carlos II. Eram vistas por todo o tipo de públicos de todas as classes sociais. Começaram a ser introduzidas as primeiras atrizes profissionais, sendo que alguns atores passaram a ser tratados como celebridades. Aparece a primeira dramaturga conhecida: Aphra Behn. Foi um tipo de comédia que trouxe novidades técnicas ao nível do texto, que ultrapassa a ironia e aproxima-se do cinismo, sendo individualista e agnóstica. Foi também designada por *Comédia de costumes*, pois debruçava-se sobre o comportamento humano, nos seus variados contextos sociais. Dedicava-se a olhar para os amores ilícitos, escândalos sociais, assinalava as más regras de conduta, tentativas de ascensão social, dinheiro, casamento, divórcio, etc; sempre de forma cómica. Congreve (1999) diz que o riso que se vivia à época tinha um significado corretivo, ao dizer o que envergonhava as pessoas libertinas quando viam as falhas expostas, enquanto as pessoas boas ficavam prevenidas, divertindo-se à custa das primeiras. Nesta altura em França reinava Molière, um comediante nato, que era tudo menos consensual pelas suas obras, que muitos consideravam audaciosas e imorais. Por exemplo, Carlson (1997) defende a moralidade de Molière e divide as suas obras em dois momentos: o primeiro, quando as imperfeições são apenas expostas e ridicularizadas em palco, e o segundo, quando o objetivo do autor vai além disso, e visa, através da comédia, mostrar e corrigir os homens.

Começa também a ver-se uma cisão entre os gostos da plebe, e das elites, surgindo um sub-género: *A Comédia de Salão*, normalmente acompanhada de um bailado. Paralelamente são escritas igualmente as grandes obras, *O Barbeiro de Sevilha* (1775), e o *Casamento de Figaro* (1784), de Beaumarchais, comédias que vieram a espelhar as duas faces do século XVIII: a galanteria e a inquietação revolucionária.

3.5 - O Teatro e a Comédia em Portugal

"A rir se castigam os costumes."

A história do teatro e da comédia em Portugal até ao aparecimento de Gil Vicente era praticamente inexistente. Durante a Idade Média o "teatro" cingia-se a uma dramaturgia baseada na cenografia, e onde a palavra literária estava ausente. A arte "teatral" em Portugal resumia-se a momos (pequenas peças), arremedilhos (imitações), e entremezes (representações teatrais burlescas ou jocosas); que não passavam de curtas representações quase exclusivamente religiosas. Era um "teatro" marcadamente popular, que fazia uso de uma linguagem simples, e que se socorria de temas e encenações facilmente percebidas pelo povo, que por vezes até participava nas peças (Moisés, 1997).

Para muitos o teatro em Portugal tem três momentos:

- o teatro pré-vicentino;

- o teatro vicentino;

- o teatro pós-vicentino.

Assim, como se pôde constatar, o "teatro" "pré- vicentino" ficou confinado a pequenas atuações esporádicas às quais dificilmente algum dia poderemos chamar de teatro, que aconteciam, sobretudo, pela altura das principais festas do calendário religioso: o Natal e a Páscoa. O teatro "pós-vicentino", muito dele, é construído em cima do extraordinário legado que Gil Vicente deixou, e que serviu de inspiração para muitos autores que o sucederam.

Entremos então no "teatro vicentino" - Gil Vicente foi o primeiro autor a produzir textos dramáticos, que podiam ser religiosos ou profanos, sérios ou cómicos, para serem representados; difundiu a comédia e propagou o teatro popular. Também se deveu a Gil Vicente a possibilidade de Portugal passar a ter acesso ao tipo de teatro que se via na

Europa, principalmente na Alemanha e Inglaterra. Além das peças, as outras inovações visíveis foram: a introdução do uso do palco para que o ator ficasse acima do campo visual do espectador; e os cenários que passaram a ser adaptados aos conteúdos das obras.

Pela sua importância, Gil Vicente recebeu o cognome de "o Plauto Português", e é considerado o "pai" do teatro em Portugal. A sua carreira literária (teatral) estendeu-se de 1502 a 1536, sendo que a sua estreia (1502) com *Monólogo do Vaqueiro* (ou *Auto da Visitação*), teve um brilhantismo tal, que foi reclamada a sua repetição nas festas do Natal seguinte. Em 1536 apresentou a sua última peça, *Floresta de Enganos* (Luft, 1967). É autor de uma obra variada, que ele próprio divide em comédias, farsas e moralidades.

Contudo, Gil Vicente não teve apenas preocupações de realização literária. Segundo Jacinto Prado Coelho (1985), Gil Vicente ia mais além quando usava a sátira para fazer uma crítica violenta a uma sociedade materialista, espiritualmente estragada, e com uma moralidade cada vez mais corrupta e decadente; visou classes, vícios, estímulos intelectuais e religiosos, penetrando no âmago apodrecido da sociedade portuguesa do século XVI. Independente da sua intervenção social, Gil Vicente pretendia divertir o público e redimir o ser humano - moralizando pela sátira (algo em tudo semelhante ao que se podia observar na Comedia Antiga).

A sua crítica é profundamente mordaz, apresentando clérigos sem vocação, escudeiros parasitas e ociosos, fidalgos corruptos e vaidosos, profissões liberais que assentam na exploração das camadas populares, alcoviteiras que actuam sem escrúpulos para defenderem os seus interesses, e até o povo humilde que, passivamente, se deixa explorar pelos cobradores e frades. Não criando personagens que correspondam a indivíduos específicos, o teatro vicentino cria antes personagens que caracteriza como tipos sociais e "que funcionam apenas como símbolo de uma classe ou de um grupo social ou profissional". Na verdade, o que mais lhe interessa são os casos sociais que melhor lhe permitem fazer a sátira de costumes. Se observarmos atentamente o vasto campo da Sátira vicentina, verificamos que através dela se reconstitui uma visão satírico-dramática da sociedade portuguesa do séc. XVI, uma sociedade onde Gil Vicente descobriu todas as mazelas que deformavam o Clero, a Nobreza e o Povo (Teatro, 2010).

Gil Vicente para fazer rir usava o "Cômico de Carácter", que vivia da personalidade destinada ao personagem. O "Cômico de Situação", onde o próprio personagem enfrentava as situações que ele próprio criava, e, por fim, o "Cômico de Linguagem", que empregava a ironia para conseguir os seus intentos. A combinação destes três aspetos provocava o riso com facilidade. Era um teatro de tipos; as personagens eram representativas de grupos ou classes, ficando para segundo plano a sua densidade psicológica.

Para terminar, a excelência da obra Gil Vicente é ainda sublinhada pela sua intemporalidade. Os aspetos que criticava, como a ambição desmedida, o materialismo, a moralidade, a ausência de espiritualidade, o conflito de gerações, a mentira, a desonestidade, a hipocrisia, o cinismo, a infidelidade, etc. se foram chagas do período "vicentino", são também hoje características negativas que enfrentamos nas sociedades atuais.

3.6 - Comédia Pós-Renascimento

Com o surgimento do realismo, a alegria e o espírito cômico perdem-se nos textos de então, que preferem espalhar teses morais e sociais, de forma dissimulada, na ironia. O público não ri abertamente nas comédias de Dumas ou Émile Augier. Por seu turno, em Inglaterra, em virtude do austero período Vitoriano, o texto cômico é praticamente abolido. Só Óscar Wilde rompe este paradigma. A comédia volta a passar por um período difícil.

Só na segunda metade do século XIX, em França, é introduzida com sucesso a comédia *Vaudeville*, pelos dramaturgos, Eugène Labiche e Georges Feydeau. Primeiramente, o termo *Vaudeville* identificava canções satíricas, de ritmo simples e leve. No entanto, o seu sucesso deveu-se à complexificação das *Vaudevilles*, que passaram a ser peças teatrais, musicadas, interrompidas por canções, e com a finalidade de divertir. Tinham enredos complicados, enganos, imprevistos, ambiguidades, humor popular, descritivo, e, naturalmente, satirizavam também os costumes da sociedade. Quem se afeiçoou às *Vaudevilles* foi a burguesia, que nunca se importou de ser o alvo principal deste tipo de comédia.

No último quarto do século XIX chegou a vez dos Estados Unidos adotarem *Vaudevilles*, quando as suas trupes começaram a trocar os seus espetáculos itinerantes de variedades, pelas *Vaudevilles*. Em 1880, Tony Pastor foi o primeiro a levar a cabo um espetáculo de *Vaudeville* num palco de Nova Iorque, onde o sucesso foi estrondoso,

principalmente pela presença de mulheres e crianças. Para isso muito contribuiu a proibição de venda de álcool. Havia nos Estados Unidos a procura de um público mais amplo. A iniciativa correu tão bem, que outros empresários seguiram os passos de Tony Pastor, dotando com isto os Estados Unidos de uma imensa rede de teatros que apresentavam múltiplas performances diárias, situação que trazia largo retorno financeiro. Segundo Grant (2004), os antecedentes dos musicais da Broadway foram as operetas do final do século XIX. Este *vaudeville* é comum aos Estados Unidos e à Inglaterra, e ligeiramente diferente do original francês, de acordo com Neyde Veneziano. Diz o autor que, enquanto nos Estados Unidos e na Inglaterra as *vaudevilles* eram "meros" espetáculos de variedades, baseados em números de dança, música e situações cômicas, as *vaudevilles* francesas, por seu lado, orientavam os seus enredos para os equívocos, enganos, e golpes, e onde as letras das canções serviam para ajudar ao desenvolvimento e desenlace da história.

O declínio do *Vaudeville* dá-se com o aparecimento do cinema, apesar da sua influência se manter em várias formas artísticas, e vários países, incluindo Portugal. Por exemplo, as comédias portuguesas televisivas dos anos 40 e 50, tinham muita influência das *Vaudevilles*.

Posteriormente os fenómenos sociais como a guerra, a luta de classes, a gradual emancipação da mulher, levaram a várias convulsões sociais, que alteraram a maneira como a comédia olhou para a sociedade, à qual o cinema irá dar corpo. Surge o herói "patético" que confere um anti-climax à intriga. Este tipo de herói torna-se muito popular após a segunda guerra mundial. Noel Coward e Bernard Shaw criam uma entidade cômica, que consistia numa resistência cínica contra a incorporação do indivíduo numa sociedade conformada. Sobressai o indivíduo, sobre as massas. Deste tipo de comédia emerge Charlie Chaplin, que enfrenta as dificuldades da vida, através do simpático humor físico (slapstick). O cinema e a tragicomédia de Chaplin incidem sobre a estranheza que o indivíduo sente com a nova sociedade moderna; a sua relação com a política, a luta de classes, preconceitos, desigualdades sociais, exploração no trabalho, sendo os seus filmes uma forte crítica ao caminho que a sociedade de então tomava, repleta de ausência de humanidade. A constante sensação de estranheza em relação à sociedade moderna é o elemento central das suas obras. Chaplin exprimia o sentimento da sua época, fomentando a possibilidade de se ver a realidade por outro prisma, questionando-a. Interpretava homens simples, envolvidos por diversas situações adversas, quase inultrapassáveis, mas que as iam superando, com atitudes humanas,

tentando ao mesmo tempo atribuir solidez ao desmembramento do tecido social. Nas várias personagens a que deu corpo, fazia questão de espelhar (nele próprio) as situações que incomodavam o espectador, que preferia vê-las ocultadas ou disfarçadas, por se rever nelas. Punha a nu e enfrentava as dinâmicas sociais do quotidiano, encarando essa realidade como um jogo, produto de uma relação de cumplicidade ontológica entre estruturas mentais e as objetivas (Bourdieu, 1997).

Nasce o anti-herói. Este arquétipo acontece pela junção do Herói, com o lado sombrio da sua personalidade. Dessa união surge uma terceira entidade que não é herói nem vilão. O anti-herói pode ser considerado o vilão aos olhos da sociedade, mas, ao mesmo tempo, pode levar a que o público tome as suas dores e se solidarize com ele. Para Vogler (2009), os anti-heróis podem ser pessoas honradas, massacradas pela sociedade, injustiçadas, e alvos da corrupção, que reagem fazendo justiça pelas suas mãos, quando levados ao extremo. Os heróis sentem medo e procuram vingança em nome da sociedade, tornando-se assim anti-heróis.

Quando Albert Camus apelidou de absurdo um determinado estilo teatral, que, sendo cómico, continha imagens aterrorizadoras, onde o diálogo era ilógico, e a trama não acabava necessariamente no fim, começou a espreitar outra forma de comédia: o *nonsense* (segunda metade do sec. XX), expressão inglesa que significa disparatado, sem nexos, ou absurdo. O *absurdo* aparece juntamente com o existencialismo de Albert Camus e de Jean Paul Sartre. Samuel Beckett é talvez o principal protagonista do *nonsense*, onde os personagens vivem desligados da realidade, obrigados a ações repetitivas, ou sem sentido.

No entanto, em pleno século XX, a comédia continua a não ser consensual, é até um género menor. Charney (1978) diz mesmo que não existem convenções pelas quais possamos concordar sobre como falar de comédia. Langer (1953), valoriza mais a comédia que Charney, mas refere que está num campo mais natural que artístico.

4 - Entretenimento Televisivo

Antes de compreendermos o que é entretenimento televisivo, importa perceber o que é que se entende por género televisivo. Género televisivo não é mais que uma dinâmica articulada de categorias semânticas, que acolhem um série de produtos televisivos que partilham algumas características comuns. Um género tenta ser uma padronização virtual que pretende responder a expectativas que medeiam a relação entre o produtor e o recetor. Um género é uma realidade proposta e que construímos, no caso, um estilo televisivo, que tomaremos como referência. Já Barthes (1964) dizia que os géneros eram guias de controlo dos sentidos. Para Martin-Barbero (1997), os géneros televisivos estabelecem a relação entre a lógica produtiva e a do uso, sugerindo regras, para que grupos sociais façam o seu reconhecimento. A cultura de massa comporta grupos que estruturam a vida através da produção e assimilação de sentidos, a que são atribuídos significados e dadas respostas quando estimulados por determinados estímulos que devem responder a condições de identificação, veracidade e verosimilhança; para que assim a relação produtor/recetor seja reconhecida.

Essa abordagem mais empirista dos gêneros tende a tratá-los como “categorias” que norteiam a própria relação da indústria do audiovisual com o seu público; como “categorias” a partir das quais se decide o que se quer ver na TV e até o controle institucional da programação. entendidos, antes de mais nada, como “discursos institucionalizados” através dos quais se busca organizar o “consumo” da vasta produção televisual. Tratar de gêneros televisuais, nesse tipo de abordagem, limita-se a tratar de classificações, orientadas geralmente pelo conteúdo, que nos permitam identificar certos tipos de programas antes ou enquanto entramos em contato com eles. (...) No caso específico da televisão, a noção de formato incorpora toda dinâmica de produção e recepção da televisão a partir daquilo que lhe parece mais característico como princípio de organização: uma fragmentação que remete tanto às formas quanto ao nosso modo de consumi-las (Fechine, 2001).

Enquanto o "Género" é algo genérico e não original, o "Formato", pelo contrário, tem na originalidade muito do seu sucesso, estando por isso, normalmente, protegido

legalmente para não ser copiado. Ambos são evolutivos e tendem a ser sucessivamente mais combinados entre si.

Feita esta introdução, podemos dizer então que o "Formato" *sitcom* se insere no "Género", "Entretenimento" e, por isso, para almejar o sucesso é necessário que responda exemplarmente às regras do entretenimento, que não são mais que aquilo que a audiência do género espera para ficar satisfeita. É igualmente importante ter presente que o público televisivo é vasto e cada vez mais diferenciado, o que torna difícil prever como irá reagir a um novo produto. Por esta razão, não é por acaso que a oferta televisiva, com pequenas nuances, que lhe conferem uma ou outra novidade, não sofra grandes variações. Hartley (1992) apoia-se em Freud para dizer que a necessidade de repetição e rotinas que temos, permite-nos refugiar em "locais" seguros, que nos protegem das agressões a que estamos sujeitos no dia-a-dia: a chamada zona de conforto. A televisão não é mais que um dos lugares seguros onde nos podemos refugiar, pois criamos relações com personalidades e personagens que nos identificamos, fazem sentir à vontade, e correspondem aos nossos anseios. Mitry explica que a personagem com que nos identificamos é o nosso duplo, que nos admite viver o potencial não realizado, através de uma projeção associativa. Para Bourdieu (2006), a televisão passou a ser um espelho narcísico.

Mesmo havendo uma opinião crescente que hoje em dia o visionamento de televisão é mais individualizado, por via das novas plataformas digitais, este facto, mesmo que verdadeiro, não invalida que, na visão de Souchon, os programas mais vistos pelas grandes fatias de audiência, respondam à satisfação de necessidades múltiplas e heterogéneas (Esquenazi, 2006). Ou seja, mesmo que o consumo de televisão seja mais individualizado, as necessidades comuns à maioria de nós, continua a ser semelhante. É verdade que das críticas mais recorrentes, e até violentas que se fazem à televisão, e à maioria dos media, é que são uniformes, destroem as características que diferenciam os vários grupos culturais, dado favorecerem o gosto maioritário, e são resistentes à renovação (Hardt, 1999). Esta situação, para Hamelink (1983), levanta um problema adicional: a exposição continuada de produtos estrangeiros por parte de um país, em vez de produtos originários próprios, leva à substituição ou subordinação da cultura original, pela cultura dos países poderosos que veiculam o seus interesses e necessidades; formando-se assim, culturas menos singulares e coesas. Isto torna-se importante para explicar e dar-nos consciência que o entretenimento que nos entra todos os dias pela televisão, *sitcoms* incluídas, é maioritariamente originário dos

EUA, e mesmo o que não é, é marcadamente influenciado pelo estilo, por estarmos tão habituados a ele.

Vamos então perceber um pouco da história do Entretenimento e as suas especificidades: Michael Kunczik (1997), na sua obra, *Conceitos de Jornalismo*, aflora que na Grécia Antiga, já o entretenimento não era visto com bons olhos. Segundo o autor, Platão não era um seu entusiasta, duvidando inclusivamente se o entretenimento não seria imoral, sendo que, os próprios filósofos cristãos, culpavam o entretenimento, o riso, a alegria, e a diversão, coisas que eram vistas como más para a humanidade.

A "Industria Cultural", designação criada por Theodor Adorno e Max Horkheimer, *A Dialética do Esclarecimento* (1985), também dava voz ao sentimento anti entretenimento, criticando o aparecimento libertino e sem regras de produtos culturais, em virtude do avanço tecnológico. Diziam os autores que este tipo de cultura de massa promovia a alienação do indivíduo, que a consumia passivamente, fosse no rádio, televisão ou cinema, porque a sua função não passava de entretenimento e não obrigava ao pensamento. McLuhan (2007) identifica a televisão como um "meio frio", porque vive do oral, a quantidade de informação fornecida é de pouco valor, e o seu sentido necessita de ser interpretado e completado pelo recetor. É um meio que promove uma atitude descontraída, menos racional e previdente. Um meio quente para McLuhan é aquele que nos isola, faz participar, e envolve, na vivência da experiência: um livro.

Segundo Neal Gabler (1999), a sociedade contemporânea foi completamente absorvida pela indústria do entretenimento, que veio moldar e reestruturar o meio social, mais especificamente, a vida humana. Para isso, apropriou-se de várias artes como o cinema, televisão, teatro, etc. Para o jornalista, a indústria do entretenimento é hoje em dia um dos grandes fenómenos da sociedade pós-moderna. Guy Debord, considerado o seguidor e herdeiro da Escola de Frankfurt, também discorre criticamente sobre a invasão da sociedade pelo entretenimento através dos media, chamando-a inclusivamente de: "Sociedade Espetáculo". Machado (2005) é outra voz que não valoriza o entretenimento, dizendo contribuir para pouco mais do que para passar o tempo e divertir, e que pouco exige ao espectador.

No entanto, é preciso não esquecer que a televisão desde o seu surgimento esteve sempre ligada ao entretenimento popular, motivo que a levou ao longo do tempo a ser acusada de, através de um entretenimento nada exigente e de carácter exclusivamente lúdico e divertido, se ter imposto às artes "entediadas". Debord (1997) justifica a ausência de exigência intelectual por parte do entretenimento televisivo para explicar a

opção das massas pelo género. Conceito de "massas" que foi introduzido por Sigheli e Le Bon no século XIX, para caracterizar o movimento populacional da altura. O uso inicial do termo continha um cariz negativo, pois abrangia as pessoas denominadas "comuns", não educadas, ignorantes e irracionais (Arendt, (1951).

O entretenimento ou este tipo de produções culturais eram/são vistos como meros meios de satisfação de sensações, que consolam determinadas necessidades de prazer dos indivíduos. Rosenberg (1973) diz mesmo que o espectador não tem mais que uma ilusão de conhecimento apreendido, quando na realidade, a sua experiência não passa de conhecimento sem substância, vulgar e banal. Hannah Arendt defende que o Homem necessita do lazer e do entretenimento para manter o seu equilíbrio orgânico, e que é este motivo que faz com que fique vulnerável à pressão exercida pelos meios de comunicação de massas (Chauí, 2006).

Neste novo paradigma, a vida de cada um de nós passou a ser programada para que contemple o consumo televisivo e o entretenimento, onde o real é vivido no ecrã, sem barreiras geográficas ou territoriais. Como todos sabemos o tempo em televisão é precioso, caro e, por norma, curto, algo que acaba por promover a superficialidade, razão que leva a que o discurso ganhe importância suprema, pois é necessário entender os seus vários atores. Para Bourdieu (1997), a televisão trabalha debaixo de uma censura invisível. De tudo o atrás dito podemos concluir que quanto mais simples forem os objetos transmitidos mais espectadores passivos alcançarão, e uma programação que procure um público alargado, terá de privilegiar o entretenimento, modelo potenciador da observação e não do profundo. Gabler (1999) acredita que a realidade foi raptada pela narrativa, primeiro do cinema, e a seguir da televisão, e que não nos permite ver a diferença entre fantasia e realidade.

Baudrillard (1991), na obra *Simulacros e Simulação*, é genial na forma como nos faz entender esta dinâmica: Diz o autor que nos encontramos no campo da experiência de uma realidade, ela própria mais real que a própria realidade. As narrativas televisivas são alicerçadas para nos orientarem à vivência de uma realidade que não é real, mas sim criada, e sem origem, a que chama *hiperrealidade*. Complementa que, a perfusão de *simulacros* faz com que andemos a viver numa realidade onde o que é realmente real e não é, é cada vez mais difícil de descortinar. A palavra *Hiperrealidade* não é exclusiva de Baudrillard, dado que, Umberto Eco (1984), em, *Viagem na Irrealidade Quotidiana*, e Daniel Boorstin (1980), *Os Criadores: Uma História da Criatividade Humana*, também discorrem sobre ela. Sodré (2007) refere que a televisão alcançou o seu espaço,

gere-o, e constrói o seu próprio real, pois quando tenta mostrar a realidade pelos seus olhos, termina a criar uma nova. Naturalmente, estas representações sociais levadas a cabo pela televisão irão interferir nas nossas vidas, mudando opiniões e alterando comportamentos. Este sistema origina uma nova realidade particular que ocupará todo o espaço social, de forma igual, quebrando barreiras físicas e geográficas. O caso mais flagrante é o "sistema americano", que saltou para o mundo, e fez com que a televisão passe a ser mais que o simples reflexo ou extensão da vida social, definindo seu próprio código (Sodré, 1984). Douglas Kellner (2001) defende que a cultura dominante no ocidente é uma cultura marcadamente influenciada pela comunicação social. Assim, o discurso televisivo passa a ser uma realidade simulada, que dialoga e intercala uma relação com a sociedade da qual fazemos parte, oferecendo-nos uma programação com a qual estamos familiarizados. Perante isto, é com normalidade que vemos aqueles conteúdos que à partida poderiam dividir ou quebrar a "unanimidade", serem evitados, se necessário, eliminados, resultando disso, a homogeneização dos conteúdos.

A televisão dos nossos dias não é a que conhecemos em tempos idos, um objeto socializável que se partilhava coletivamente, por exemplo, em família, para passar a ser algo individual. A partir deste momento a televisão passou a ser pensada para a pessoa individual e a relação que estabelece com o aparelho, como se este se substituísse às relações do indivíduo com o externo, e travasse uma relação intimista com o espectador entre imagem transmitida e a realidade imaginada. Quem teve razão com muita antecedência sobre este assunto foi McLuhan (1964), que já fazia a previsão que os meios de comunicação não seriam mais que "extensões do Homem", e que nos iriam guiar e moldar os estilos de vida. Para que esta realidade seja alcançada, por exemplo, os cenários que vemos na televisão são imaginados para que se assemelhem com uma sala-de-estar, tendo por objetivo que nos sintamos confortáveis, à vontade, e familiarizados com o espaço. Através da noção de credibilidade a televisão substitui a verdade: o facto deixou de ter de ser real, bastando agora que pareça real. A televisão comercial vive agora à base da estética do realismo das reproduções, de imagens e histórias, que produzem um real na tentativa de fabricar um efeito de realidade.

Para muitos pensadores a conclusão é simples: o entretenimento acaba, usa e transforma o homem moderno no ator e plateia do seu próprio espetáculo. Sendo o Homem propenso à vaidade e à vontade de ser reconhecido, daqui ao aparecimento de novos mitos é um pequeno passo. Morin (1989) diz mesmo que este facto entranhou tão profundamente na subjetividade humana que o mito tal qual o conhecíamos, ligado às

alegorias tradicionais, foi capturado pelas sociedades ocidentais e substituído por mitos "telegénicos", "imagéticos", e de mercado. As novas histórias e pessoas que passam a povoar o imaginário mitológico coletivo são agora produtos televisivos. Os mitos ou heróis que agora conhecemos deixam de estar assentes numa qualquer realidade, para passarem a ser símbolos fugazes que não ganham raízes, e que se encontram ao serviço da sociedade de consumo.

Fiske (1994) afirma que a ficção inspira-se desde sempre em situações da vida real ou factos históricos, mas que com este novo modelo televisivo, somos inseridos dentro de uma "grande família", em que passamos a sentir emoções por pessoas ou histórias que não nos são próximas ou reais. Hoje sofremos por pessoas que não sabemos o verdadeiro nome, simplesmente trocamos emoções com a televisão. A relação está criada, os ambientes próximos ou distantes, que se passam lá fora, ligados, e trazidos para a nossa sala, para que desenvolvamos e mantenhamos uma relação de proximidade e confiança com a televisão. Confortáveis no sofá podemos dialogar com o mundo. Diálogo que é convidativo, por norma, fascinante, e desenvolvido para ser atraente. Tudo o que o é o entretenimento televisivo: sedutor. Com a cultura de massas assente num entretenimento que confere felicidade a todos, os produtos televisivos são hoje diretrizes de comportamentos e estilos de vida e, principalmente, consumidos vorazmente, mola de alavancagem do meio. Umberto Eco (1984) sublinha que a distância entre realidade e ficção é praticamente nula nesta nova neo-televisão.

O entretenimento torna-se um espetáculo interativo com o espectador de todas as classes sociais que se identifica e imita o que vê na televisão. Para cativar o espectador e mantê-lo fidelizado, a ficção procura o real, tanto para ser credível, como por imperativos comerciais, recorrendo ao uso de um vocabulário comum e códigos fáceis de perceberem ou identificar, familiares à audiência, e que não sejam ambíguos.

Os produtos de ficção são os que mais influenciam o público televisivo, primeiro porque, apesar de terem de parecer verdadeiros, são os que têm de fazer menos prova de "veracidade"; segundo, porque fazem parte da agenda do dia-a-dia dos espectadores.

Mesmo com uma visão negativa por parte de muitos os que estudam este fenómeno, o entretenimento oferece também variadas oportunidades culturais quando permite, por exemplo, que alguém de uma classe social inferior conheça a sua realidade social, e outras que lhe são distantes e "inalcançáveis". Para o espectador que se situe na classe média, o entretenimento provoca por ele, mantendo-o como um sujeito passivo (Ellis,1982). White e Schlesinger defendem que a variedade de escolha à disposição de

cada um de nós dada pela televisão, e a liberdade que temos de optarmos por aquilo que queremos, dá-nos margem de manobra para escolhermos o que achamos melhor para nos sentirmos satisfeitos. Segundo os mesmos autores, a homogeneização tanto falada, não tem obrigatoriamente de ser má, quando contribuir para ir eliminando as diferenças entre classes sociais (Mcquail 2003). Walter Benjamin (1978), um dos maiores opositores à cultura de massas, e integrante da Escola de Frankfurt, já tinha tido uma afirmação "bombástica" quando referiu que acreditava que as novas ferramentas promoviam uma maior possibilidade de ação a quem as utilizava. Acrescentou que a reprodução das imagens surgiam quase à mesma velocidade do pensamento. Para Hartley (1999) televisão tornou-se num meio democrático por ter a capacidade de nos ensinar a viver neste mundo, e onde através dos programas, adquirimos novas formas de cidadania.

A importância do entretenimento na contemporaneidade é tão grande que é fortemente regulamentado através de fortes restrições culturais e morais, pois reconhece-se a força do seu impacto nas várias populações, principalmente na jovem. É igualmente perceptível que os produtos de ficção não atacam abertamente as ideologias predominantes, mas têm poder suficiente para mexer com temas melindrosos e trazê-los para a ribalta. Fiske (1992) diz que a audiência televisiva sabe perfeitamente o que quer, escolhe o que quer ver, e retira o sentido do que vê.

Para terminar, o entretenimento tem como função entreter e cumpre o que promete: gratificação instantânea. É uma programação que nos confere prazer e que se dirige ao que gostamos, não nos pedindo atenção excessiva, interpretações profundas ou grandes reflexões. Permite-nos ainda fantasiar a belo prazer e, por isso, não concebemos a nossa vida sem entretenimento. Também é importante recordar que a televisão "substitui" amigos, família, alivia solidões, e faz com que as massas vivam sobre realidades que lhes são familiares, tornando-as próximas e mais acompanhadas. Morin (1989) considera que a cultura de massas que vemos hoje em dia foi idealizada para ser um enorme clube de amigos, uma grande família, e sem hierarquias.

5 - Formato *Sitcom*

Na sociedade contemporânea, a televisão é um artigo de consumo obrigatório. Tão obrigatório quanto a variedade da sua grelha de programação, que deve estar sempre recheada de atrações para conquistar o público. Televisão, no século XXI, é sinónimo de informação e lazer e os produtos que apresenta precisam cumprir funções: fazer rir, chorar, emocionar. Longe de um entretenimento sem compromisso, *sitcoms* e séries são um fenómeno social, onde temas relevantes da sociedade são abordados, tornando mais permissivas questões que poderiam ser – num outro contexto - bastante polémicas, quando não inaceitáveis (Berciano, 1999).

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. Estes programas não costumam ter data de término pré-definido, podendo estender-se, no tempo, enquanto houver audiência e, conseqüentemente, patrocínios e/ou publicidade (Duarte, 2008, p.1).

O aparecimento de séries de comédia teve origem nos espetáculos teatrais do final do século XIX, sobretudo nas *vaudevilles* a que nos referimos anteriormente. A *sitcom* é uma das variações da comédia e assenta em histórias curtas sobre a vida quotidiana dos indivíduos.

Sitcom foi um termo originalmente utilizado na rádio, nos anos 20, que abreviava a expressão, *Situation Comedy*, e que migrou para a televisão para nomear as séries ficcionais de comédia, nascidas nos EUA em meados dos anos 40, e que cada vez mais estão na moda. São histórias curtas centradas na vida e nas ocorrências de uma família ou grupo, passadas em locais previamente definidos: casa, trabalho, noutros locais potenciadores de tensão, ou promotores de ralações pertinentes a ser usadas numa *sitcom* (Casey et al, 2002). Uma *sitcom* pode passar-se em mais que um local, desde que faça sentido: casa e local de trabalho, por exemplo. Especificidade fundamental numa *sitcom* é a presença de uma "família" para que as personagens, por norma, boas, possam interagir entre elas; seja a "família tradicional", a família do trabalho, da escola, dos amigos, etc.

De acordo com Furquim (1999, p.17), "As primeiras *sitcoms* produzidas entre 1947 e 1951 eram cópias fiéis daquelas apresentadas na rádio". Eram *sitcoms* para ver em família, direcionadas à classe média e evocavam modelos de estabilidade e normalidade. Usavam um humor ligeiro e gentil. Com a massificação da televisão nos EUA nos anos 50, surgiu um problema de falta de conteúdos, sendo necessário ir à rádio "buscar" pessoas e programas de sucesso, que fixassem audiências: as *sitcoms*. No entanto, esta transição não foi fácil, pois o público vivia aquelas histórias ouvidas na rádio num imaginário e, de um momento para o outro, deparava-se com as personagens à frente, de carne e osso, completamente diferentes da imagem mental que tinha criado.

The Goldbergs foi a primeira *Sitcom* produzida, nos anos 20, mas o termo só seria cunhado aquando da exibição de *I Love Lucy* (1951), que viria a balizar a estrutura das *sitcoms* ao nível dos cenários, personagens, argumento, enredos, etc. (Carlos, 2006).

Outra das características marcantes das *sitcoms* até à década de 90 foram as gargalhadas enlatadas, incorporadas para dar a sensação tida no teatro, de que estávamos a partilhar e a ver os programas acompanhados. As *sitcoms* *Friends* e *Will & Grace* são os últimos exemplos acabados do uso das gargalhadas enlatadas, que queriam envolver do público num ambiente fictício de experiência coletiva (Casey et al., 2002).

(...) as *sitcoms* não visam, basicamente, [a] fazer o público rir. É uma forma de o escritor passar a um grande público suas ideias e opiniões sobre a sociedade em que está inserido. A graça, o riso fácil, é consequência de um texto bem escrito e personagens bem elaborados dentro de um contexto bem apresentado. As *sitcoms*, retratando o cotidiano de uma família típica de uma sociedade, trazem drama, humor, aventura, ficção e todas as demais abordagens imagináveis, mas acabam, também, assumindo a obrigação de fazer rir. De forma satírica, ele diz a verdade sobre questões sociais, políticas e familiares de uma determinada cultura (Furquim, 1999, p. 8).

É necessário levar em linha de conta que os Estados Unidos foram o berço das *sitcoms* e são o principal exportador do género para o mundo. Segundo Souza (2004), as *sitcoms* são o formato mais entranhado na cultura norte americana, que através da televisão, em registo cómico, critica a sociedade e costumes do cidadão comum. Por outro lado é preciso ter consciência que os países ao importarem massivamente este produto, adotam matizes culturais, celebridades, marcas, lugares, e costumes, alheios, que irão integrar a sua sociedade, segundo o princípio de que o "colonizador" só tem a

intenção de entreter e divertir. Há o perigo da cultura recetora perder identidade, porque estes produtos ao ganharem espaço crescente nas televisões locais, acabam por penetrar na nossa vida social e familiar, alterando-a e dando-lhe novos significados. Quando os vivenciamos assimilamos culturas que nos tornam integrantes de uma cultura global que não é só nossa. (Hall, 2000) identifica que estamos numa época contemporânea onde a identidade cultural das sociedades e dos indivíduos já não é estável.

Hoje em dia o formato *sitcom* é o modelo mais explorado na televisão. As *sitcoms* através do humor desmascaram os falsos equilíbrios das sociedades. Nelas, muitas vezes, conseguimos identificarmo-nos no dia a dia. Marc (1989), apoiado no estudo da televisão norte americana, definiu a *sitcom* como uma arte que visa essencialmente criar harmonia e consenso entre pessoas e audiências separadas por geografias e ideologias. A reter que esta tentativa de criar consensos nem sempre corre na perfeição, pois o uso do exagero, uma das ferramentas preferidas das *sitcoms* para fazer rir, leva a que haja uma caracterização estereotipada dos assuntos, como por exemplo: o racismo, direitos das mulheres, homossexualidade, e a própria sexualidade. Para nos consciencializarmos da importância que este formato pode ter a nível global, *Sex and the City*, uma das *sitcoms* com maior sucesso de sempre, trouxe para debate e ratificou o novo papel da mulher moderna na sociedade contemporânea: independente, solteira, com mais de 30 anos. Carrie Bradshaw, personagem principal, virou ícone, popularizou estilistas, marcas de sapatos, a sua paixão, e um estilo de vida, independente e bem sucedido, apesar das fragilidades demonstradas, semelhantes a qualquer mulher comum. As *sitcoms* têm uma forte sugestão do mercado, ditando e impondo formas comportamentais (Flausino, 2001).

Não é de hoje que os protagonistas das *sitcoms* se tornaram estrelas planetárias, pagas a peso de ouro. Em 1998, Jerry Seinfeld, personagem principal e criador de *Seinfeld*, era um dos homens mais ricos da indústria do entretenimento, segundo Revista *Forbes*. Em 2005, Jennifer Aniston (*Friends*), Ray Romano e Patricia Heaton (*Everybody Loves Raymond*), Jennifer Garner (*Alias*), e o elenco de *Desperate Housewives*, apareciam em vários rankings das celebridades mais ricas e poderosas do mundo.

Para Fuquim (2009), nas *sitcoms* são abordados assuntos relevantes de forma suave e "desentendida", que naquele período estão em voga, e onde o público, atento, percebe e gargalha. É a sociedade caricaturada. Como exemplo, quando a *sitcom* *Friends* foi produzida, os jovens norte-americanos estavam numa época de quebra de

laços familiares, emigrando ou abandonando a casa dos pais, para viver sozinhos ou com amigos. Um novo mundo de desafios vividos pelos jovens da altura estavam disponíveis a ser explorados pela televisão. Em cada episódio víamos as vivências e dilemas desses jovens, mas a finalidade de qualquer *sitcom*, em última análise; é fazer rir (Oliveira, 2011).

Uma *sitcom* vive muito da repetição, técnica bastante utilizada na pintura e na literatura, levando que, com base em Trueno (2015), se entranhassem como parte da nossa vida, apesar de muitos ainda a acharem um género menor. A verdade é que essa realidade está a ser refutada com a crise do cinema que está a perder espectadores, enquanto as séries e as *sitcoms* ganham cada vez mais público. Um dos segredos das *sitcoms* foi aproximar o seu discurso do cinematográfico (Santos, 2003). Outras mais-valias são os temas que abordam, normalmente sobre a sociedade, tornando-se o formato que mais se aproxima da realidade em que vivemos, depois da informação e dos documentários. Sahali (2007) considera que as suas histórias poderiam ser perfeitamente o cruzamento entre a arte e a economia, cultura, política e o social. Daí despertarem a nossa atenção. É muito importante um argumentista ter presente ao escrever uma *sitcom*, que mesmo tratando-se de um formato de humor com o objetivo de provocar o riso, por muito que seja toda a envolvência muito divertida, e inacreditável a própria ação, o resultado final será trágico se as personagens não forem credíveis e singulares.

Atualmente, com a evolução das *sitcoms*, solidamente entranhadas na população mundial, estas foram arriscando cada vez mais, e passaram a usar determinadas situações um humor mais agressivo e contundente, sem perda de popularidade, antes pelo contrário. As personagens que, por norma, tinham sempre valores recomendáveis, deixaram de ser tão perfeitas e passaram a acolher características criticáveis aos olhos da sociedade, tais como: egocentrismo, infidelidade, traição, etc, ficando, cada vez mais, próximas da realidade e credíveis. Este lado cruel do humano, no entanto, acaba por tornar-se divertido quando bem trabalhado, sempre com o intuito que o público ria e encare os vários dilemas da vida com um sorriso nos lábios. Quando um argumentista pensa uma *sitcom*, o seu objetivo principal é que o público se divirta o mais possível, tal qual os primórdios das *sitcoms*, quando só se retratavam-se quotidianos familiares. Furquin (1999) sublinha que foi por isto que a *sitcoms* se aproximaram dos cidadãos; pelos argumentos simples, carregados de humor, que satirizavam o mais trivial.

Ainda assim, análises atuais sugerem que as *sitcoms* televisivas mantiveram grande parte das características principais que lhe trazem sucesso há quase 70 anos, mas também é certo que o modelo tradicional das *sitcoms* sofreu algumas alterações, além da falada duração, que pode aumentar se assim for pertinente, tal como número de cenas; introduziu-se o exterior, personagens externas, o riso enlatado desapareceu, a narrativa tornou-se mais rápida e, vemos hoje, assuntos controversos serem introduzidos e tratados de forma quase real. O uso do humor também sofreu alterações, mantendo-se os típicos "surpresa" ou o "mal-entendido", mas acrescentando-se o "cinismo", a "ironia", o "humor visual", o "subtexto", e o "absurdo". A verdade é que apesar destas alterações, ou também por elas, as *sitcoms* passam por um período de ouro, obtendo grandes índices de audiências nos países onde são exibidas.

5.1 -A Sitcom em Portugal

Já Portugal não tem uma cultura de *sitcoms*, mesmo de grandes produções televisivas ou cinematográficas. A primeira comédia cinematográfica lusófona data de 24 de Janeiro de 1910. Não é uma obra portuguesa e sim brasileira, mas contou no seu elenco com vários atores portugueses como António Silva. Foi um musical cómico em forma de "revista" onde se satirizaram os assuntos quentes da época. Teve o nome de "606 contra o *EspirochetaPálido*. Posteriormente o humor e o cinema português tiveram uma forte expressão, período que deixou para a história, entre outros, a dupla António Silva e Vasco Santana. Em 1930 foi dado a conhecer o primeiro filme cómico com relevo a nível nacional: *Lisboa, Crónica Anekdotica*, realizado por Leitão de Barros, grande realizador português do sec. XX, e com a participação de António Silva, Vasco Santana, Beatriz Costa, etc, que retratava os bairros "pobres e alegres" de Lisboa, de maneira original e cómica. Foi um filme mudo, pois o cinema sonoro só chega a Portugal nos anos 40. E é chegados aos anos 40 que a cinematografia, principalmente a cómica, atinge um patamar de excelência, tornando-se muito popular, através dos grandes clássicos: *O Pai Tirano* (1941) de António Lopes Ribeiro, *O Pátio das Cantigas* (1942) de Francisco Ribeiro - o famoso "Ribeirinho", *O Costa do Castelo* (1943), *A Menina da Rádio* (1944), e o *O Leão da Estrela* (1947) de Arthur Duarte. Muita desta popularidade foi conferida por serem filmes que, além do riso, sub-repticiamente criticavam o regime político em vigor.

Ao nível do teatro, o género que sobressaiu foi o "teatro de revista", que incidia também ele na crítica social, na comédia, e em momentos musicais. Salas como o

Parque Mayer, ABC, Maria Vitória, etc, immortalizaram este género teatral. Do teatro de revista nasceram grandes figuras da comédia nacional que ainda hoje nos povoam a memória: Beatriz Costa, Ivone Silva, Florbela Queiroz, Carmen Dolores, Camilo de Oliveira, Milú, Raúl Solnado, e (mais tarde) Herman José. Tanto este género teatral como os filmes clássicos mencionados têm a curiosidade de se inspirarem nas *vaudevilles* já relatadas neste trabalho.

A televisão em Portugal chega em 1957 e naturalmente bebe muito do que se fez anteriormente a nível humorístico. Nesse mesmo ano, surge o programa *Os Televizinhos* (um dos primeiros programas de estúdio feitos em Portugal), que juntava Elvira Velez e Vasco Santana, e a que muitos chamaram a primeira "*sitcom*" feita na televisão portuguesa. Mas é com *Hermanias* que se dá verdadeiramente o impulso às comédias de situação em Portugal. Apesar de ser uma programa de sketches, já se via na sua estrutura muito do formato *sitcom*. Com o caminho aberto, outras surgiram: as várias de Camilo de Oliveira, que usavam as gargalhadas enlatadas vistas na génese das *sitcoms*; *Gente Fina é outra coisa* (1982) com Ruy de Carvalho e Simone de Oliveira; *Duarte e Companhia* (1985) com Rui Mendes e António Assunção; *Lá em casa tudo bem* (1988) protagonizada por Raúl Solnado; *Não há pai* (2002) que foi a primeira e única *sitcom* em direto na televisão portuguesa; *Nico d'Obra* (1993) com Nicolau Breyner e Ana Zanatti; *A Mulher do Senhor Ministro* (1994), uma sátira política de Ana Bola, José Pedro Gomes, Vítor de Sousa e Maria Rueff; *As Lições de Tonecas* (1996), que havia sido anteriormente um programa de rádio com Vasco Santana, vindo a tornar-se uma das mais populares *sitcoms* dos anos 90; as histórias de "Berto" e "Idalete" em *Nós os Ricos* (1997), a sátira da vida conjugal de Marina Mota em *Um sarilho chamado Marina* (1998); e, *Conversa da Treta*, do teatro para a televisão, no ano de 1999 (Andrade, 2011). Durante este período tivemos mais uma ou outra mas sem grande expressão.

Daí para cá o crescente poderio dos EUA em exportar os seus produtos televisivos de entretenimento a preços competitivos, muito mais baratos que produzir de raiz, e de sucesso garantido, arrasou a produção de ficção nacional, que já de si era praticamente inexistente. Uma ou outra *sitcom* foi sendo feita, como o *Fura Vidas*, a *Odisseia* (2012), e o *Sal* (2014), falando nas mais recentes, mas que não passaram de pedradas no charco, sem sinal que fosse uma realidade sólida ou que demonstrasse continuidade. Hoje a ficção nacional fixa produzida dentro de portas nos canais generalistas resume-se quase exclusivamente a novelas. A restante é importada ou são reposições de séries/*sitcoms* estrangeiras, principalmente dos EUA.

6 - Construir e Estruturar um Argumento

Quando se cria uma *sitcom*, como é óbvio, tanto a sua estrutura como a construção da narrativa adquirem fulcral importância para que esta alcance o sucesso desejado. Por exemplo, quando estruturamos a nossa história, estamos a definir a vida das personagens e os seus principais momentos, que, através das emoções que lhes iremos despertar, irão agir de determinada maneira, mostrando o posicionamento que têm perante situações que a vida lhes irá proporcionar até atingirem os seus objetivos.

Produzir uma *sitcom*, apesar de à vista desarmada parecer semelhante aos outros géneros dramáticos, encerra em si diferenças marcantes, pois o uso da piada ou encadeamentos de piadas, exige uma abordagem diferente e particular. Uma piada não é mais que uma narrativa breve, que se prolonga por três momentos: apresentação da situação, desenvolvimento e conclusão, também chamada *punchline*, momento responsável pelo riso. Há um texto que induz para um determinado caminho, mas que resulta num desfecho surpreendente, que tende a ser real no contexto da situação. A conclusão é habitualmente incompatível com a narrativa que a antecede.

Os formatos de comédia, onde as *sitcoms* se inserem, vivem muito da repetição de situações, nomes, palavras, frases, que posteriormente se tornam bordões e frases efeito, e em que muitas vezes nos esquecemos do contexto de origem, mas que sempre que referidas criam a comicidade pretendida: piadas arquetípicas. Por exemplo, em *Seinfeld*, George Costanza tem as características de ser alguém fracassado, neurótico e mentiroso, mas que pretende sistematicamente passar uma imagem contrária. Para isso inventa uma personagem de nome Art Vandelay, que não passa de alguém fictício e que é usado para quando Costanza deseja vestir a pele de um homem bem sucedido, com a finalidade de impressionar, enganar, ou contar uma mentira que o valorize. A repetição desta situação, a partir de determinada altura leva a que quando vemos surgir o nome Art Vandelay, automaticamente a piada esteja feita, pois já sabemos que vem aí uma situação cômica; mesmo que o contexto em que a piada (situação) surgiu já se tenha perdido muitos episódios depois. Com o passar do tempo os desvios das personagens, feitos em forma de repetição, cristalizam-se e tornam-se em ações arquetípicas, sob a forma de piadas; logo, piadas arquetípicas (Sattler, 1992). Salvatore Attardo (2001) sistematiza o uso de uma piada e a sua relevância, referindo que a sua repetição num episódio de uma *sitcom*, mais de três vezes, não é uma coincidência mas sim uma reincidência, passando esta piada a ser uma *strand*. *Strands* são sequências de

punchlines ou *jablines* que estão relacionadas através do tema. Se constatarmos uma *strand* em vários episódios ou até em todos, quer dizer que estamos na presença de uma *stack* (grupos de *strands* relacionadas). Dito isto, *stacks* é a forma como se chega às piadas arquétipas (Attardo 2001). O autor alerta que é preciso não confundir a repetição de piadas, próprias do género cómico, com piadas arquétipas.

Como temos vindo a observar o género cómico tem as suas especificidades próprias. Por exemplo, enquanto nos outros géneros a redundância trabalha para gerar expectativa em relação à novidade, fazendo a narrativa evoluir para deixar a audiência em suspenso, à espera da resolução consecutiva dos problemas (que se vão resolvendo, abrindo-se outros através de ganchos, até ao desfecho final), na narrativa cómica, há uma inversão entre a novidade e a redundância: a novidade conduz à redundância. É a novidade que cria expectativa em relação à redundância. Isto só acontece devido às características não evolutivas das personagens cómicas. São personagens com desvios e são esses que as tornam engraçadas, principalmente por não terem consciência dos seus traços cómicos. Este facto obriga a que nunca se consigam ajustar à sociedade que os rodeia, levando a que repitam os mesmos erros como se de um ato mecânico se tratasse (Bergson, 1993). Para Bergson a essência do cómico é a mecanização da vida ocasionada pela incapacidade de acompanhar o fluxo de mudanças, e onde repetição dos erros é um dos motores do riso. As piadas identificam os traços cómicos imutáveis das personagens e a repetição sedimenta-os. Este é um dos pontos chave das séries cómicas.

6.1 - Estrutura Sitcom

A esmagadora maioria das *sitcoms* produzidas continuam a seguir o formato/estrutura clássico idealizado por Aristóteles: têm um princípio, um meio, e um fim, dividindo-se em dois ou três atos. É um modelo que investe na dinâmica em que a ação confere um equilíbrio entre a causa e o efeito. Kellison (2007) diz que as *sitcoms* habitualmente começam com um *teaser* que provoque o riso, e explica que no 1º ato, que ocupa cerca de 25% da história, temos a Introdução, onde há o evento que desencadeia a primeira ação, que serve para que as personagens, o cenário, e o espírito/tema do episódio nos sejam apresentados. Os acontecimentos podem ser a personagem alcançar um novo emprego, uma visita inesperada, algo que por norma é corriqueiro. Helitzer (2005) acrescenta que é no início do episódio que se dá premissa que irá despoletar o "incidente" que dará corpo à história. "Incidente/Gatilho" não é mais que aquilo que vai romper ou ameaçar radicalmente o equilíbrio do protagonista,

colocando-o numa posição de conflito. Para Helitzer o humor está muito próximo da magia: os truques são quase sempre os mesmos, a diferença são as novas formas como os apresentamos. Voltando a Kellison, o fim deste primeiro momento surge com uma cena crítica, de conflito, que nos leva para o 2º ato, o da Complicação, que ocupa cerca de 50% da história. Ponto em que a vida do personagem se vai alterar radicalmente, e a que terá de dar resposta para que continue na busca do seu "objeto de desejo", termo de Mckee (1999). É também o ponto em que história principal, as paralelas, e as relações entre as personagens serão desenvolvidas. Quando este "objeto de desejo" é alcançado, restitui-se a normalidade ou preenche-se uma lacuna em falta. Para a narrativa avançar é criada uma nova complicação que nos encaminhe para o 3º ato, correspondente a 25% do enredo, e onde finalmente nos vai ser revelada a Consequência e Relevância; ou seja, a resolução da Complicação criada na Introdução.

Se na Consequência deparamo-nos com o mais esperado que é o epílogo da história, na Relevância, descobrimos a moral que a história quer transmitir. As pontas soltas são retomadas, as questões em aberto, respondidas, os conflitos, resolvidos, atingindo-se o clímax, que representa um final "satisfatório", com a pretensão de não defraudar as expectativas do espectador (Comparato, 2009). Apesar de ocupar uma pequena parte da história, a Relevância é muito importante para a estabilização dos acontecimentos, levando a situação ao mesmo ponto em que se encontrava inicialmente. Wilson, Cardoso e Jacobina (2000, p. 464) explicam que, "por isso, quase todas as *sitcoms* terminam onde começaram, com todos os personagens voltando à sua vida e às suas características. É a volta à premissa principal". Numa *sitcom* este período é por norma curto. Inicia-se quando o protagonista percebe como vai solucionar o problema e age assertivamente até o resolver.

A forma como cada *sitcom* é apresentada é diferente. Algumas assentam numa história única, enquanto outras, como o *Friends*, por exemplo, usam o modelo conhecido por ABC. Neste formato o *plot* (história) A desenvolve a maior parte da história e a história principal, o B, mais curto, trata das tramas paralelas sobre personagens, que podem também ser principais ou só auxiliares da trama, enquanto o C, ainda mais curto, costuma assumir uma parte quase exclusivamente cômica, com a finalidade de conferir alívio à tensão acumulada nos outros *plots*, para que, quando regressemos, estejamos sedentos de saber desenvolvimentos. *Plots* são os núcleos centrais da ação dramática. É onde as histórias se passam. O *plot* é baseado no Pathos, o drama humano, o conflito, que depois de criado terá de ser resolvido.

Tendo isto presente é agora necessário definir o *setting* (ambiente em que a *sitcom* se vai desenrolar). Mckee (1999) atribui quatro dimensões ao *setting*: Período, Duração, Localização, e Nível de Conflito. O **Período** refere-se à época em que a história é passada. Se no presente, passado ou futuro, se até num tempo suposto, aleatório ou insignificante. A **Duração** é a segunda dimensão de tempo, que limita a abrangência da história na vida das personagens. Ocorre durante décadas, anos, dias? A **Localização** é o lugar da história no espaço - é dimensão física/geográfica da história. Onde é que ela se passa? Em que cidade? Em que rua? Que edifícios naquelas ruas? Em que divisões desse edifício? No espaço? Planeta? Deserto? Convém reter que apesar das exceções, as *sitcoms* são produções "baratas", que usam cenários fixos e raras filmagens em exteriores. A última dimensão é o **Nível de conflito**, que não é mais que a dimensão humana da história representada pelas personagens. A personagem irá sempre reagir à realidade social que a rodeia. Um dos primeiros conflitos com que a personagem se depara, por norma, é o interno, seguindo-se os conflitos familiares, com os amigos, etc, os que se seguem. Pode também entrar em colisão com instituições, mas aqui já estamos na presença de um conflito de maior dimensão. O conflito pode ser só um, mais que um, ou combinados entre si. Dado que o drama consiste basicamente no conflito, há que posicionar todas as disputas de modo hierárquico e que faça sentido para o espectador. Mesmo que o desacordo tenha de ser permanente entre as personagens, não é obrigatório que se tenham de odiar. As tensões devem sempre ir num crescendo.

Cada episódio de uma *sitcom* vive do seu carácter simbólico, das situações de conflito, da personalidade e emoção que os personagens empregam na representação. Tudo isto é verdade se estes elementos forem positivamente percebidos, quando vistos pelo espectador, o que só acontece se bem inseridos na sequência de eventos. "**Evento**" é uma mudança de rumo (positiva ou negativa), sendo que esta mudança não pode ser trivial, tendo que atingir uma personagem para que seja valorizado pelo espectador (Mckee,1999). Estas mudanças de rumo devem balizar-se dentro dos valores conhecidos da experiência humana (coragem, cobardia, medo, sabedoria, etc.).

Ainda na estrutura encontramos dois princípios básicos a ter em conta no momento de escrever uma *sitcom*. Primeiro, o Conflito Principal, que será o arco que atravessará toda a história, e que o personagem principal não conseguirá resolver no imediato, precisando de várias fases para ultrapassá-lo; segundo, o Conflito Secundário: em qualquer *sitcom* a trama não se faz só de uma personagem, há outras em redor, e cada uma com as suas histórias menores, mais ou menos próximas da história principal

darão corpo aos enredos. No posfácio do livro *Da criação ao roteiro*, Comparato, Wilson, Cardoso e Jacobina (2000) referem que além da estrutura dramática também devemos ter em atenção a estrutura técnica, à qual cabe a função de, consoante o tempo de duração da *sitcom*, perceber os períodos fortes do episódio, combinando-os de acordo com as pausas comerciais previstas, para que a ação não perca ritmo. Para Comparato (2009), a ação (episódio) não deve passar os dois dias, e os cenários devem ser fixos para evitar personagens externas, pormenores que promovem a familiaridade.

6.1.1 - Cena

As cenas são um elemento central de qualquer argumento. É onde tudo acontece e não devem ultrapassar os dois minutos. Field (2005) diz mesmo que quando nos lembramos de um filme, é de determinadas cenas que nos lembramos, e nunca do filme todo. Por tudo isto é fundamental que as cenas sejam muito bem idealizadas e escritas, sendo necessário levar em linha de conta alguns pormenores. Brody (2003) discorre sobre como escrever cenas, sublinhando logo ao início que estas são muito mais que um meio para chegar ao fim pretendido. Refere o autor que cada cena tem que contar uma pequena história, também com princípio meio e fim, em que a ação tem que evoluir e acumular-se até se chegar ao clímax. Todas as cenas devem desenvolver e fazer avançar as histórias que compõem a narrativa. É fundamental que as cenas mostrem o que está a acontecer, que tenham ação e movimento, em lugar de uma descrição falada da situação. No caso do humor, que vive basicamente de diálogos engraçados, é fundamental que sejam acompanhados de ações físicas das personagens que deem corpo ao que ouvimos.

Também por vezes são necessárias cenas que façam evoluir a personagem a nível psicológico e onde a vertente emocional esteja mais presente. Mesmo assim, é preferível, se possível, que esta caracterização individual da personagem seja feita através de um *plot point* (ponto de viragem) na história, que altere o sentido que estava a tomar, apanhando o público completamente desprevenido. Sobre os *plot point*, Brody explica que numa cena não deve existir mais de um, para que não seja dada demasiada informação repentinamente e de uma vez. Cada momento de viragem ou revelação deve ser apresentado individualmente e por cena. Uma audiência não se sente confortável quando recebe demasiadas ideias e mudanças num curto espaço de tempo. Um conjunto de cenas constrói a sequência do episódio.

Já Aristóteles (2008) dava grande importância às cenas ao dizer que as "partes dos acontecimentos tinham de estar de tal forma bem estruturados e em sequência, que se retirássemos um ou alterássemos a ordem, o todo perderia sentido.

6.1.2 - Beats

Um *beat* é a menor unidade de narração de histórias. É um pedaço da história/cena em que *alguma coisa acontece*. Enquanto um *beat* para o público pode corresponder a uma cena, para os argumentistas tem uma função específica de desenvolvimento da narrativa. São eles que introduzem o ritmo, fundamental para atrair e prender a audiência. Durante este período algo de importante tem de ocorrer, alguma informação, dada, ou algo, resolvido. Deve conter excitação, satisfação, medo, graça, perplexidade frustração, etc, em relação a uma personagem ou situação. Um *beat* tem também a função de recordar fragmentos de informação previamente apresentada. Cumprida algumas destas missões um *beat* dá lugar ao seguinte, a novo fragmento da intriga. (Newman, 2006). Resumidamente, os *beats* cumprem três funções importantes: recuperam a memória dos factos marcantes da narrativa; prendem público; e trabalham os principais traços de personalidade das personagens. Em termos estruturais, a piada é a estrutura mínima da narrativa cômica, e as *sitcoms* têm vários momentos marcados por piadas, que normalmente antecedem o *beat*. Não é incomum os argumentistas estruturarem a trama dos episódios e só depois acrescentarem as piadas à medida que os vão desenvolvendo. Keating (2006) chama a este encadeamento de narrativa linear e do espetáculo. Segundo Keating as *gags* e piadas nos filmes cômicos põem a narrativa linear e a procura do espetáculo em constante tensão (competindo entre si), mesmo quando trabalham em cooperação, e que isso pode ser visto na construção dos *beats* de muitas comédias. Resultante desta tensão entre narrativa e espetáculo, podemos inclusivamente encontrar piadas no interior dos *beats*, que não passam de puro espetáculo, e que não contribuem em nada para o progresso narrativo, algo que vai contra a génese dos *beats*.

6.1.3 - Setup e Payoff

De forma breve, *Setup* e *Payoff*, não são mais que as respostas (*payoff*) que esperamos às situações/conflitos (*setup*) que nos são colocados pelos *beats*/cenas ao longo dos episódios. Tudo o que nos é apresentado durante uma narrativa (*setups*), sejam informações, pistas, coisas que à vista desarmada parecem sem importância, têm

que ser preparadas ao ínfimo pormenor, não podendo ficar nada sem resposta ou explicação (*payoff*), sob pena de deixarmos o espectador na "angústia" da ausência de justificações. Quando o *setup* é apresentado, a informação dada, e a situação divulgada, chega o momento de ir complementando os factos em falta (*payoff*). Como diz Mckee (1999), por cada *setup* que se abre numa história, a ele deverá corresponder uma resposta (*payoff*). Alguns cuidados a ter: se o *setup* for demasiado subtil, o espectador está sujeito a não perceber o *payoff*; se for demasiado explícito, a audiência rapidamente chegará ao *payoff*, e o factor surpresa perderá efeito (Palmer, 1987). A relevância deste fator leva a que o *setup* seja tratado com extrema cautela, para que quando chegue o *payoff*, este faça sentido, e apanhe a audiência desprevenida. Na narrativa cômica o *setup* é também quando se dão os indícios da piada, e o *payoff* o momento em que recebemos a *punchline*, a perspectiva engraçada e inesperada.

6.2 - Narrativa Cômica

As *sitcoms* são histórias com duração entre 20 e 30 minutos (como já visto, a duração hoje em dia pode chegar aos 50 minutos) e responsáveis por inserir o humor na teledramaturgia. Têm como fórmula abordar as trivialidades das relações sociais e familiares do quotidiano, através do exagero de personagens vulgares, que vivem em locais semelhantes aos que conhecemos. Com estes cenários, temas e pessoas comuns, a narrativa cômica pretende que a audiência se identifique pela familiaridade do que vê na televisão.

O género Comédia não foge aos outros géneros dramáticos quando tem como objetivo criar na audiência a sensação de excitação através da trama, que se bem urdida é sempre entusiasmante de acompanhar. Ellis (1982) justifica essa excitação pela necessidade que temos de sair das nossas realidades pessoais, não sendo por acaso que todos procuramos enredos e personagens que sejam diferentes às nossas experiências de vida.

Feita esta introdução, para muitos autores a origem da narrativa das *sitcoms* encontra-se na ficção ateniense e romana, essencialmente na comédia antiga de Aristófanes. Os argumentistas e dramaturgos atuais devem a Aristófanes e ao seu modelo ancestral de ridicularização das intrigas da sociedade, a génese de um estilo cômico. Cano (1999) diz que Aristófanes reduzia ao ridículo qualquer situação, mas fazia-o com mestria, dando-lhe ao mesmo tempo, sentido. O homem ri-se de si mesmo e das suas desgraças. Transforma em comédia, o inferior, o feio e o negativo. A narrativa

serve para mostrar a ação, dando ordem aos acontecimentos, para que façam sentido e sejam compreendidos pelo espectador. Nas séries, apesar da sucessão de episódios, não as podemos ver simplesmente numa lógica sequencial. Temos de atender à evolução da trama e das personagens tal qual se faz num teatro ou num cinema. Uma narrativa deve abraçar o público e convidá-lo a disfrutar. Num formato cómico atingir este patamar é muito mais complicado, porque a realidade absurda e incongruente oferecida à audiência, nunca é a realidade em que se insere ou sonhe fazer parte.

A narrativa nas *sitcoms* é circular e onde são contadas histórias independentes de episódio para episódio, que por norma sugerem continuidade, embora o compromisso com a continuidade não seja obrigatório. A narrativa circular é de particular importância, porque as *sitcoms* são concebidas para que consigamos perceber o enredo facilmente, sem a obrigatoriedade de as ver religiosamente, mas ainda assim sem nunca perdermos o fio à meada (Messa, 2006). Para Galvão (2009) uma *sitcom* pode abordar um tema diferente em cada episódio. Não sendo um formato profundo e exigente do ponto de vista intelectual do espectador, o leque de temas e sub-temas alarga-se exponencialmente. Não ficam enredadas apenas numa história e podem, sempre que pertinente, problematizar assuntos estereotipados socialmente, ou aqueles mais fraturantes do momento.

Praticamente todas as *sitcoms* televisivas inserem-se na categoria geral de comédia social - as convenções e "palhaçadas" estão ao serviço dos discursos narrativos acerca do mundo social e oferecem alguma perspetiva sobre estes (Cook, 1982, p.17).

Na obra *Narrative Humor* de Jeroen Vandaele (2011), o autor distingue as categorias humor e narrativa. Ao contrário do humor, a narrativa funciona como um universo de ações e relações entre os participantes, enquanto o humor, apesar de ser uma interação, não é por si, uma história. O humor só se torna narrativo quando cria e explora relações de incongruência e de superioridade entre participantes de textos narrativos (Vandaele, 2011).

A narrativa cómica tem outras especificidades, sendo uma delas a organização pela sucessão de como cada piada é articulada entre personagens, ou com as partes sérias da narrativa. Para Langer (2002) a importância da piada não promove o riso por si só, mas pelo que irá trazer à intriga. A comédia mais que um género é um termo estético que está presente em vários tipos de formatos (ação, aventura, romance, dramas

hospitalares, policiais, etc.). Uma piada serve essencialmente para aliviar a tensão acumulada pelo espectador. Ainda assim, não bastam duas cenas engraçadas que puxem pela gargalhada para que estejamos na presença de um formato cómico. É um género específico que pretende estimular o riso contínuo no espectador, e é na forma de ridicularização da vida humana que a comédia difere das restantes expressões dramáticas. O atrás dito não invalida que uma comédia, tal qual os outros géneros dramáticos, não tenha de cativar a audiência numa excitação permanente, e se possa limitar a "mandar " piadas" - a excitação também está na intriga (Ellis, 1982). Se uma *sitcom* só tiver piadas deixa de ser uma *sitcom* e passa a ser um *sketch*. Os acontecimentos nunca podem ser graves ou importantes (não é por acaso que numa comédia "nunca" ninguém morre), razão que as tragédias ou desastres pelos quais as personagens passam numa comédia, não são verdadeiras tragédias, mas sim a sua vergonha e descredibilização. O público está descansado por saber que por mais desgraças que aconteçam a uma personagem, ela sairá sempre ilesa. Langer (1953) refere que é este "pormenor" que diferencia a tragédia da comédia e a torna mais leve. Muitas vezes na rua quando vemos alguém cair, a primeira reação é ver se está bem, e só depois rir. Os acontecimentos involuntários são dos maiores estimulantes ao riso.

Um homem que corria na rua tropeça e cai: os transeuntes riem. Não riríamos dele, penso eu, se pudéssemos supor que veio a ele, de repente, a ideia de se sentar no chão. Ri-se do fato de que ele sentou-se involuntariamente. Não é sua súbita mudança de atitude que nos faz rir, é aquilo que há aí de involuntário na mudança, é a falta de jeito. Uma pedra estaria talvez no caminho. Ele teria sido obrigado a mudar de direção ou desviar-se do obstáculo. Mas, por falta de flexibilidade, por distração ou obstinação do corpo, por um efeito de rigidez ou da velocidade do movimento, seus músculos continuaram a executar o movimento, mesmo quando as circunstâncias exigiam uma outra coisa. É por isso que o homem está caindo, e é disso que riem os transeuntes (Bergson, 1993, p. 12).

A gargalhada não é mais que a libertação da tensão e expectativa reunidas pelo falhanço do protagonista na busca dos seus objetivos, e não de quando os alcança. Esta postura confere ao espectador uma posição de superioridade perante o protagonista, na medida que a ele (espectador) aquelas coisas não lhe aconteciam.

Recorrendo às Teorias do Humor abordadas noutra parte deste trabalho, torna-se interessante olhar com atenção para duas delas e a sua participação fundamental na construção da narrativa cômica. São elas: a Teoria da **Superioridade** e Teoria da **Incongruência**. A teoria da superioridade subentende que o ato cômico necessita de um alvo para ser alcançado, pois iremos rir de alguém ou de algo que se encontra, supostamente, numa condição inferior àqueles que se riem. Essa é a base da comédia na Poética aristotélica, do cômico em Bergson (1993) e, de certa maneira, na análise de Bakhtin (1987). Estamos perante a rutura das normas sociais vigentes materializado nas pessoas/personagens. O sentimento de superioridade torna necessário o afastamento emocional que permite o riso. A incongruência vai contra o que esperamos, ao que "faz sentido", é o que nos causa surpresa. As expectativas que temos apreendidas de como aquela situação deveria terminar, são rompidas e o riso provocado. O não lógico e surpreendente é cômico.

Jorge Gracia (1999) aborda o humor nas *sitcoms* numa outra perspectiva, e, para isso, recorre a Roland Barthes para explicar a importância da significância do insignificante no humor. O autor, ao analisar a *sitcom Seinfeld*, diz que aqui encontramos o expoente máximo da pertinência deste paradigma, dado as tramas que nos são oferecidas abordarem conflitos e situações banais (insignificantes), que por norma não daríamos importância (significância), mas que interferem na rotina das personagens de forma incisiva. Segundo Gracia, o que vemos numa comédia é ao que habitualmente damos pouca importância ou significado, sendo curioso, que é no insignificante que se revelam as loucuras, os absurdos e as idiossincrasias das culturas.

6.2.1 - Design Clássico/*Archplot*

A estrutura narrativa é composta por um enredo que é aquilo que prende a atenção do espectador. Aristóteles (2008) define enredo (*mythos*) pela forma como os acontecimentos são colocados estrategicamente, numa sequência lógica, para dar ritmo e acompanhar o decurso da ação. No entanto, foi necessário adaptar às premissas aristotélicas do seu design clássico narrativo, a nova lógica industrial do entretenimento, muito ligada à gestão do tempo, precioso, tanto em cinema como na televisão. Robert McKee (1999) denomina este novo tipo de estrutura, inspirada na estrutura clássica de Aristóteles, de *Archplot*. Para o autor, o *archplot* tornou-se hoje na nova estrutura narrativa clássica, principalmente nas produções hollywoodescas, onde cada vez mais as *sitcoms* se inspiram. Assentam no clássico desenvolvimento da trama, passado em redor

de um protagonista ativo, que enfrenta forças antagónicas exteriores a si, para conseguir alcançar os seus objetivos. Há uma continuidade temporal, em que contemplamos uma história consistente e ficcionada, ligada por situações causais, e onde surgem mudanças que nos conduzem para um final fechado. Este modelo orienta-se por um arco virado para determinadas metas temporais, que pretende retirar o protagonista (e o espectador) do equilíbrio em que se encontra, durante a sua luta consciente ou inconsciente para voltar a recuperá-lo. Por muitos reveses que aconteçam na história, esta encontra-se sempre controlada por um fio condutor (percurso narrativo), que fiscaliza a ideia central, e nos conduz a um final "apaziguador" e à revelação da intriga. O referido é uma das grandes virtudes deste modelo, pois todas as mudanças e reveses são controladas de forma linear. Para McKee, no *archplot*, o movimento, a ação, e a fluidez assumem papel principal para a conquista da atenção por parte da audiência, que é absorvida e convidada a fazer parte da história, através do fluxo narrativo com sentido, apelativo e coerente. O sentido tem o condão de ser o ponto de partida e ao mesmo tempo de chegada. Não existe incerteza, e tudo o que cause desconforto a quem vê é rejeitado para que a fluidez do que faz sentido não seja posta em causa. É o pensamento que precedeu ao desaparecimento das grandes narrativas. A opção narrativa recorre a elementos estáveis, normais, conscientes, contínuos, que apelem à unidade, à velocidade, ao movimento, ao concreto, ao real, à proximidade, à imagem em vez do som, à ação em vez da palavra, ao eu em vez do outro. A boa interligação entre estes elementos visam a clareza. A narrativa é elaborada e articulada para que o seu próprio rasto deixe de existir.

Uma história construída à volta de um protagonista ativo que luta contra um antagonista primariamente externo, para perseguir os seus desejos. Segue a continuidade temporal, numa realidade ficcional consistente ligada por princípios causais, através de mudanças absolutas e irreversíveis até um final fechado (McKee, 1999, p. 45).

Antes de percebermos as restantes características que sustentam o *archplot*, devemos ter claras as diferenças entre **Narrativas lineares** e **Narrativas Não-Lineares**, sendo neste pormenor que assenta a grande diferença entre o atual design clássico (*archplot*) e os outros géneros narrativos existentes e que iremos abordar mais à frente.

Segundo Ken Dancyger (2003) a narrativa linear é aquela em que o espectador não tem que fazer escolhas, a que estamos habituados quando lemos/ouvimos/vemos

contar uma história: a que respeita a ordem cronológica dos factos, a que não surpreende, a que nos mantém sem sobressalto. Já as narrativas não-lineares, são mais complexas, pois subvertem e desconstroem a ordem cronológica dos factos. Têm como objetivo desafiar o leitor/espectador/ouvinte, propondo ao mesmo tempo uma outra maneira de contar a história. Abre-se todo um mundo ao participante de experimentar novas experiências e sensações. As narrativas não-lineares podem confundir o espectador/leitor/ouvinte, por o retirarem da sua zona de conforto, ao serem mais intrincadas e inesperadas, exigindo-lhe muito mais do que a narrativa linear. No entanto, o que importa é a forma como a história é contada e as peças se encaixam, para que no fim tudo faça sentido e exista a satisfação da expectativa. Volta a ordem à desordem.

O autor sublinha igualmente a importância do desenvolvimento tecnológico na evolução das narrativas, pois confere mais alternativas e soluções de como uma história pode ser contada e vivenciada, só dependendo da criatividade de quem as utiliza. Contudo, na origem estará sempre a estrutura da narrativa da história, pois a tecnologia por si só não tem valor, se o enredo não nos envolver profundamente, como nos "envolve um conto à volta de uma fogueira".

Com esta noção, podemos agora, com base em Robert McKee (1999), compreender facilmente as características base do atual design clássico (*Archplot*), que assentam na linearidade narrativa. O autor aproveita e contrapõe o design clássico aos restantes tipos de narrativas, também chamadas "excêntricas" (narrativas não lineares):

Desde sempre se usaram e foram aceites cortes na linha de tempo da narrativa, que consistem em mudanças na história, que vão ao passado ou ao futuro, e que alteram os eventos na linha temporal. No entanto, as alterações dos eventos no design clássico não rompem com a linearidade pretendida; os saltos temporais enquadram-se na ordem cronológica dos acontecimentos e são facilmente percebidos pelo espectador. Não podem existir cortes que façam a audiência perder-se, que perca a percepção do que se está a passar, ou em que ponto a história está, como acontece nas narrativas não-lineares.

Quanto à Causalidade e Coincidência o *Archplot* faz uso da causalidade em detrimento da coincidência. É um tipo de sequência narrativa que ao longo do seu decurso vamos encontrando causas que justificam os acontecimentos e que fazem a história progredir (linearidade). As ações causam efeitos, que causam novos efeitos, fazendo com que os conflitos estejam interligados. Ao contrário, a coincidência pode quebrar ligações tornando a ação promovida pela arbitrariedade. A causalidade é fundamental para a dramaturgia clássica por apelar à sincronia, o que acentua a força, a

centralidade, e o determinismo do poder do herói, promovendo e realçando relações lógicas e com sentido na estrutura narrativa.

Na relação entre Final Fechado e Final Aberto as narrativas lineares optam pelo primeiro. Constatamos sempre um final fechado, estejamos mais ou menos de acordo com ele. São apresentadas conclusões irreversíveis que pretendem satisfazer a audiência. Todas as perguntas são respondidas no final, não ficando pontas soltas. É igualmente verdade que as *sitcoms* têm uma nuance. Pela necessidade de comicidade: algumas situações são criadas para criar efeito cômico, podendo ficar sem resposta, algo que não traz problema ao desenlace da história, por serem pequenas coisas pontuais e sem importância. Nas narrativas não-lineares encontramos finais abertos em que a intriga pode ficar sem resposta, levantando em determinadas situações ainda mais perguntas: muita ambiguidade.

Conflito Externo e Conflito Interno: neste ponto tanto a narrativa linear como a não-linear assentam em princípios semelhantes. Em qualquer dos casos as narrativas são compostas por protagonistas e antagonistas. Por definição todas as narrativas têm protagonistas, mas nem todas têm antagonistas personalizados (podem ter antagonistas "não-personalizados"). Os antagonistas são fundamentais pois representam aspectos/fraquezas/qualidades da personalidade do protagonista, potenciadores de soluções para os problemas ou decisivos para o seu destino. No modelo dominante, a trama é criada em torno de um sistema clássico de conflito exterior (é o exterior que nos dá a conhecer o protagonista), em que através de um acontecimento externo o herói é colocado no centro do conflito, obrigando-o a tomar decisões e a agir consoante. Cada decisão traz uma consequência, que se não for a esperada dá origem a nova complicação, e assim sucessivamente até ao desenlace final, que termina com esta espiral de acontecimentos. Nas narrativas que fogem ao design clássico, em muitas delas, procura-se o conflito interno onde a personagem usa a sua interioridade para resolver os problemas, mesmo que estes sejam externos (familiares ou sociais). É no lado interno da personagem que a narrativa se desenvolve, servindo o exterior para conhecermos a interioridade do protagonista.

Na questão do Protagonista Único ou Multiprotagonista o *archplot* baseia todas as suas tramas em redor de um único protagonista. Isto não invalida que nas *sitcoms* seja usual ver-se uma ou duas histórias paralelas à principal, que conferem consistência à *sitcom* e ajudam a prender a atenção do espectador. *Modern Family*, *Seinfeld*, *Friends*, etc, são *sitcoms* que usam o multiprotagonista, mas se repararmos com atenção, todas as

histórias têm ramificações umas nas outras, acabando os problemas por serem resolvidos em simbiose e em redor da história do protagonista do episódio.

Numa *sitcom* o Protagonista é Ativo e Empático em vez de Passivo. Pela própria estrutura do *archplot* o protagonista tem que ser ativo pois a intriga assenta sobre ele e é ele que vai resolvê-la. A crescente tensão na história e riscos pelos quais o protagonista ativo passa, induzem a audiência a ficar na crente expectativa que tudo se resolverá, apesar dos falhanços sucessivos. Mesmo que saibamos inconscientemente que tudo terminará bem, continuamos a ver filmes e séries porque acreditamos que vamos ser surpreendidos com algo que nunca vimos. Neste tipo de narrativa clássica a empatia é fundamental: o espectador tende a identificar-se com o herói, perguntando-se como reagiria naquela situação e torcendo para que tudo acabe em bem. Esta empatia faz com que o espectador se mantenha interessado sobre o que vai acontecer, cena após cena, até a intriga se solucionar (Field, 2005).

Realidades Consistentes e Realidades Inconsistentes: as realidades constroem-se contextualmente e a sua solidez advém da coerência. As personagens interagem entre si e com o que as rodeia de forma consistente durante os episódios. No *archplot* não há lugar para a incoerência, ao contrário das narrativas não-lineares, ainda que no caso das *sitcoms* e da comédia, se possam ver algumas nuances incoerentes que se aceitam pelas especificidades do género. Para fazer comédia, o absurdo e a incoerência têm de estar presentes para que se obtenha o riso. Neale (1990) fala em "verosimilhança genérica" para justificar as ocorrências improváveis e estranhas que ocorrem numa *sitcom*, mas que quando surgem tem de ser de forma conveniente e aceitável. Numa comédia nem todos os eventos são motivados pela narrativa, têm ligação direta a esta, ou são fundamentais para o decurso das histórias. Muitos momentos não são mais que piadas ou situações cómicas (*gags*) que compõem o estilo, e que pretendem unicamente fazer rir. A comédia aceita e vive da improbabilidade dos acontecimentos, e de justificações, também improváveis, para justificar esses mesmos acontecimentos. Este facto só acontece porque o público "permite" que esta situação ocorra na comédia, pois enquanto vê vive aquela fantasia como se real fosse.

Outro ponto relevante é que o *archplot* de uma *sitcom* tem uma particularidade que difere do design tradicional falado: há a necessidade de um arco imutável para a personagem, que a vai acompanhar do princípio a fim e lhe dá consistência. Enquanto num filme ou numa série "normal", assistimos a uma mudança irreversível do protagonista ao longo da história, e em que irá terminar num ponto completamente

diferente de onde partiu, numa *sitcom*, o fim do episódio traz o protagonista ao ponto inicial. Há uma falsa evolução e aprendizagem com os erros. Daí a necessidade de a narrativa ser circular, fazendo com que o espectador acabe por esquecer os acontecimentos dos episódios anteriores, entrando nos novos, sem perceber que tudo não sai do mesmo sítio. Há espaço para pequenas surpresas ou mudanças, que ocorrem "eternamente", mas sem nunca nos tirarem da zona de conforto e de conhecimento.

Em jeito de conclusão, apesar do modelo clássico (*archplot*) ser esmagadoramente o mais usado, convém não esquecer que existem outros modelos "marginais/excêntricos" que fogem às "obrigações" industriais/comerciais. Estão afastados da receita hollywoodesca, mesmo que alguns (poucos) se desenvolvam no interior do sistema de Hollywood. São modelos que nascem motivados por dinâmicas sociais e atualidades, normalmente em paralelo com movimentos modernistas e vanguardistas. Vivem por "si", desenvolvem-se mais livremente, com o custo de não serem tão divulgados, mas têm a vantagem de experimentarem novos modelos narrativos que contrariam o modelo clássico em voga, principalmente no confronto com a fluidez do fluxo espaço/tempo. Enquanto as estruturas dominantes assentam em elementos que proporcionam estabilidade, estes modelos "paralelos" apostam na instabilidade da dinâmica narrativa.

6.2.2 - Constituintes da Narrativa Cómica

Uma história é uma sucessão de eventos, transmitida a partir de um discurso, isto é, a partir de uma temporalidade criada de modo a produzir determinados efeitos, como suspense, apreensão, surpresa etc. O texto narrativo, por sua vez, "é um texto no qual um agente relata uma história num determinado meio, como a língua, a imagem, o som, ou uma combinação destes" (Bal 2002, p.5).

Os filmes ou as séries vivem de uma grande **Intriga**, que vive de pequenas intrigas. As pequenas intrigas servem para passarmos de um para outro equilíbrio na história. Estes períodos de equilíbrio que podem ser semelhantes ou diferentes, são intermediados por momentos de desequilíbrio (Todorov, 2006). Segundo esta lógica, a narrativa começa com uma situação estável que será perturbada (intriga), gerando-se um desequilíbrio. De seguida surgirá uma força de sentido inverso para que o equilíbrio seja recuperado, porém, este equilíbrio agora obtido não será igual ao que o precedeu. Nas narrativas cómicas há peculiaridades nesta dinâmica. Como já foi mencionado as personagens não se dão conta dos seus desvios, sendo inconscientes em relação a eles, e

se os percebessem ou restabelecessem o equilíbrio, evoluíssem/mudassem, a incoerência da narrativa cômica perderia sentido. Logo, uma premissa da intriga na narrativa, é que o restabelecimento do equilíbrio não pode alterar o caráter da personagem. "Toda a nova personagem significa uma nova intriga" (Todorov, 2006, p.122). E como é que se formam intrigas?

Alfred Hitchcock:

A diferença entre suspense e surpresa é muito simples, e costumo falar muito sobre isso. Mesmo assim é frequente que haja nos filmes uma confusão entre essas duas noções. Estamos conversando, talvez exista uma bomba debaixo desta mesa e nossa conversa é muito banal, não acontece nada de especial, e de repente: bum, explosão. O público fica surpreso, mas, antes que tenha se surpreendido, mostram-lhe uma cena absolutamente banal, destituída de interesse. Agora examinemos o suspense. A bomba está debaixo da mesa e a plateia sabe disso, provavelmente porque viu o anarquista colocá-la. A plateia sabe a que a bomba explodirá à uma hora e sabem que falta quinze para a uma - há um relógio no cenário. De súbito a conversa banal fica interessantíssima porque o público participa da cena (Truffaut, 2010, p. 77).

Para Palmer (1987) o suspense regista a disponibilização do conhecimento, ainda que, parcialmente, enquanto a surpresa adia essa apresentação. O **Suspense** e a **Surpresa** são as formas como a narrativa irá definir a distribuição de informação pelas personagens e espectadores, e se o desenrolar dos acontecimentos será de forma mais ou menos previsível. O suspense é um género literário e mediático que diz respeito à obra como um todo e à intensificação de uma situação de medo, mistério ou angústia proposta pela trama. Saraiva e Canito (2004) sustentam que o suspense atrasa a resolução de uma pergunta que espera resposta, conferindo um final surpreendente (surpresa) para a audiência. Os autores acrescentam que o suspense desenvolve dois sentimentos fundamentais para as narrativas de séries: a *espera* e a *expectativa*. Há um momento em que o espectador é "inserido" no enredo, algo que lhe cria determinadas expectativas e especulações sobre o que se está a passar, e que será vivido não só individualmente, mas também, colectivamente com a restante audiência enquanto espera. Segundo Yanal (1996) encontramos alguns elementos potenciadores do

suspense: em primeiro lugar a identificação do público com as personagens da narrativa, e em segundo lugar, a criação da incerteza na resolução de um qualquer dilema. A identificação faz-nos viver as situações que vemos como se fossemos nós a passar por elas, enquanto a incerteza cria desconforto na plateia, que só se apazigua com a revelação do suspense. No artigo, "Anatomy of Suspense" Zillmann (1980) afirma que a grande característica do suspense é a apreensão que causa na audiência pela forma como vão ser resolvidos os conflitos. A dúvida é transmitida por sentimentos de medo e esperança criados pela narrativa. Medo que tudo não se resolva pelo melhor; esperança que tudo acabe em bem. Mas mais uma vez a narrativa cômica tem as suas regras próprias quando confrontada com os outros géneros dramáticos. Enquanto nos outros géneros é fundamental que a audiência não esteja na posse de todos os elementos e segredos, numa comédia acontece exatamente o contrário: as pistas e os segredos são disponibilizados desde início para que sejam facilitados os estereótipos de cada personagem (Field, 2005). Se puxarmos pela memória rapidamente concluímos que qualquer comédia de que nos recordemos, envolve as personagens a esconder ou a tentar enganar as outras personagens, e onde nós (audiência) somos coniventes, pois sabemos o que se passa, só não sabemos, tal como a personagem, o resultado das suas ações. Noutras situações o suspense revela-se pela ignorância das personagens, mas mais uma vez nós estamos no poder de todos os factos. Neste caso a intriga é dinamizada pelo acidente e não pela trifulhice da personagem. Palmer (1987) sublinha que por muito que o humor necessite, envolva ou dependa do suspense, a surpresa é sempre fundamental. Isto porque, mesmo que o espectador esteja na posse dos factos e preparado para o que vai acontecer, nunca sabe como e quando é que a surpresa lhe aparecerá à frente; daí ir ficando agarrado à trama. Neale (1990) dá o exemplo do filme *Some Like Hot* de Billy Wilder para explicar este encadeamento. A audiência sabe desde o início que Gerry é um homem disfarçado de mulher, pormenor que aumenta a expectativa e a comicidade da situação, que é acrescida à medida que Osgood se vai apaixonando por aquela mulher, que sabemos não o ser. O suspense vai num crescendo até se chegar à surpresa, que é quando Osgood sabe que Gerry é um homem, aceitando a situação com a premissa de que "ninguém é perfeito". A surpresa funciona como estratégia para o argumentista, e ocorre de eventos imprevistos e que nunca foram sinalizados, como uma maneira de brincar com o suspense posto em cena.

No humor tanto as piadas como o *wit* são formas de humor verbal e maneiras de criar suspense nas narrativas. O *wit* aproxima-se da ironia e é o processo inteligente de

manipulação da linguagem, que visa torná-la engraçada e acutilante. Pode sacrificar-se o bom uso da língua e da lógica na construção das frases para atingir o riso do espectador. O uso deficiente da língua por parte da personagem pode significar a sua ignorância cultural (Horton, 2000). Por outro lado, as *gags*, além de humor verbal, também são efeitos visuais cômicos, e fazem parte do humor visual. Uma *gag* é um pedaço da narrativa ainda que muito pequena e que está inserida na grande narrativa. As *gags* habitualmente interrompem a história, pois tendem a incorporar um grau de surpresa que provoque a comicidade. Se alguém deitar óleo no chão, o suspense é criado por sabermos que alguém vai cair. A surpresa é que não sabemos quem, quando ou como.

O tipo de comicidade das palavras (verbal) e situações (não-verbal) são explicados por determinados processos que facilitam e possibilitam o riso. Bergson (1993) enumera alguns que encontramos nas *sitcoms*. São eles: a Repetição, a Inversão, o Disfarce, o Exagero, a Interrupção, e a Interferência.

A **Repetição** corresponde a uma série de variações da forma original, que surge ocasionalmente (ex: uma pessoa pode cair de várias formas e em razão de vários motivos; alguém que repete determinada palavra em ocasiões diferentes). Algo que foi engraçado uma vez e que pode voltar a sê-lo se apresentado com uma nova roupagem. Aqui observamos uma colisão com algo inerente ao ser humano que é a mudança e a aprendizagem. Outro sistema que provoca o riso é a **Inversão**. É quando esperamos uma coisa e nos é apresentado algo surpreendente . O riso é provocado pelo choque de expectativas entre a discrepância da realidade que conhecemos e aquilo que nos é oferecido (ex: um ladrão ser roubado). No caso de um diálogo, Bergson dá o exemplo de uma conversa entre dois vizinhos . Há um que diz: "Está sempre a mandar a cinza para o meu terraço". Ao que leva como resposta: "Porque colocou o seu terraço debaixo do meu"? Esta inversão do esperado provoca o efeito cômico.

Sobre a **Interferência** esta dá-se quando acontecem duas realidades contrastantes em simultâneo. Tanto pode ser uma situação de obras na rua a interferir numa conversa importante, ou, no caso de um diálogo, quando uma frase induz a duas ideias dispares, interferindo no raciocínio lógico (ex: "estou tão feliz que só me apetece chorar"). Sempre que nos vemos confrontados com o equívoco, que nos leva à hesitação momentânea, proporcionado por duas interpretações que se opõem, naturalmente somos induzidos a rir. Simplesmente não faz sentido. Relativamente ao **Disfarce**, é consequente de uma qualquer situação difícil em que a personagem se encontra e que a

obriga a tomar uma decisão inventiva e original (ex: vestir-se de mulher para esconder que é homem). No que concerne ao **Exagero**, é um dos processos mais utilizados na comédia. Tanto nas características das personagens (ex: um nariz grande) como no uso de frases (ex: és grande como a Torre Eiffel). Mesmo no nosso dia-a-dia o exagero é aquilo que mais nos provoca o riso, e todos nós o usamos para fazer o outro rir.

Por último, a **Interrupção**. Interrupção pode ser algo tão simples como uma personagem que tem a característica interromper a fala ou atrapalhar os outros na execução das tarefas.

Outra ferramenta muito utilizada pelas *sitcoms* para gerar dúvidas e expectativas para ações futuras é o **Gancho**. É quando a narrativa, no desfecho (minutos finais), anuncia que algo pode acontecer a determinadas personagens, com o intuito de prender a atenção do espectador para o próximo episódio. É uma estratégia narrativa que pretende fidelizar a audiência e, para isso, utiliza a surpresa e o suspense, estimulando psicologicamente o espectador a manter-se participativo. Através do gancho as perguntas não têm respostas, os conflitos são apregoados, e as emoções ficam ao rubro, a povoar o imaginário, levando a que se idealize desfechos para as situações: fenómeno da afetividade. A história é interrompida no seu ponto alto e o público suspira ansioso pelas respostas. No episódio seguinte a história deve ser retomada no momento em que foi cortada, sendo que importa referir que as expectativas deixadas pelo gancho, podem ou não ser respondidas no imediato. A ficção sustenta-se no texto e no que o público imagina que pode acontecer. O gancho só estimula as propostas, as ambiguidades, as sugestões, as expectativas, os sonhos, e estimula os desejos. Saber fazer um gancho é ter arte de dar um corte na história sem lhe retirar a sensação de continuidade.

Em toda obra de ficção, o texto emite sinais de suspense, quase como se o discurso se tornasse mais lento ou até parasse, e como se o escritor estivesse sugerindo: agora tente você continuar... (Eco, 1991, p.56)

A **Ironia Dramática** é quando a audiência sabe mais que pelo menos uma das personagens. Este momento é chamado de "revelação", e é igualmente o período em que o espectador fica numa posição de superioridade relativamente à personagem, sentindo ao mesmo tempo a sensação que está a participar nos acontecimentos. Esta simbiose é a verdadeira génese da ficção, na medida que sem a "participação" do público na história, ficamos no campo quase exclusivamente narrativo, pois a audiência está subjugada a uma posição simplista de testemunha dos acontecimentos, agindo como um mero

observador dos eventos. O objetivo da ironia dramática é tornar o espectador interventivo, participativo, para que possa tentar antecipar os acontecimentos futuros, ou seja, para que disfrute da experiência dramática. Sempre que existir uma revelação terá de existir posteriormente o "reconhecimento", que é quando a personagem fica a saber o mesmo que os espectadores.

Grande parte do anteriormente mencionado ganha corpo nos **Diálogos** mantidos entre as personagens. Para Horton (2000) o diálogo cómico assenta em três princípios base: em primeiro lugar é um diálogo que incorre numa confusão básica e simples, sem grandes adornos complicativos. Por exemplo, quando uma personagem fala sobre um tema com outra personagem, que não sabe do que fala, mas passando-se por entendido na matéria. Outro princípio é o diálogo em permanente conflito ou contraste com o ambiente envolvente. Numa *sitcom* o que a audiência espera é que as personagens estejam sistematicamente a urdir conspirações, a criar conflitos e incongruências entre o que dizem e o que fazem. Duas personagens que gostam da mesma mulher, enquanto uma assume o seu amor, a outra diz que é feíssima, mas que no final também a quer conquistar. Por fim, o diálogo que demonstra cruzamento de interesses entre as personagens. Cada personagem argumenta através das suas razões os seus pontos de vista sobre determinado assunto, que por serem distintos, torna-se impossível chegarem a acordo. A mulher que quer que o marido desempregado se levante cedo para ir procurar trabalho, e ele fica deitado porque não há emprego e não vale a pena.

Por fim chegamos ao **Estilo**, que é quando o processo narrativo se interliga com o produtivo (direção, guarda-roupa, etc.). A narrativa não trata somente do argumento, mas também áreas complementares, como a produção, direção artística, realização, etc. (Leite, 2007). No fundo é ela que sabe como e o que pretende transmitir.

6.2.3 - Arcos

O Arco da história leva os espectadores através do filme/série até ao desfecho. O arco é para a personagem o que o enredo é para a narrativa (Newman, 2006). Devido às narrativas serem gradualmente mais fragmentadas, os arcos passaram a organizar e individualizar a trajetória de cada personagem e as histórias que as compõem. Essa trajetória é composta por conflitos, superação de obstáculos e alcance de objetivos, situações diante das quais a personagem reage de acordo com características psicológicas que as definem. Nas *sitcoms* os arcos têm a função primordial de definir o carácter das personagens, ficando para "segundo plano" a sua trajetória na história. Se

observarmos nos outros tipos de narrativas, principalmente nas não cómicas, as personagens partem de um determinado ponto, e ao longo da história vão mudando os atributos, terminando noutra ponto completamente diferente; enquanto isso, numa *sitcom*, a personagem, independentemente dos percalços que enfrentar pelo caminho, terminará no mesmo ponto em que iniciou a jornada, porque a isso as rotinas cómicas obrigam. Assim sendo, os arcos de as personagens nas séries cómicas têm um peso que nos outros gêneros não têm, pelo facto das personagens estarem envolvidas em rotinas repetitivas que visam facilitar a identificação imediata dos seus desvios pelo público. Segundo Bergson (1993) uma personagem cómica deve garantir que até ao final do percurso os seus traços cómicos serão mantidos. Uma personagem triunfante não se pode tornar num perdedor, uma personagem receosa nunca se tornará corajosa, e assim sucessivamente, para não se romper os princípios da incongruência e superioridade da narrativa cómica. Se equiparássemos o carácter cómico das personagens às regras sociais que conhecemos, estas perderiam os seus desvios e por conseguinte a sua piada.

O facto de a piada ser autoconclusiva faz que quanto mais a *sitcom* for centrada na piada, mais autónomos serão seus episódios e menos propensos estarão a formar arcos muito marcantes. A piada ou as situações cómicas numa *sitcom* costumam ser mais importantes que os próprios acontecimentos, pois o espectador "sabe" que no final tudo voltará à primeira forma. Um episódio normalmente não influi demasiado nos subsequentes. Ficamos mais à espera de situações cómicas do que em saber se a personagem será bem sucedida na tarefa a que se propõe. Aliás, essa parte é a "menos" engraçada por ser onde é restaurado o equilíbrio. O equilíbrio é a normalidade, não tem graça. Engraçado deverá ser como a personagem chega ao objetivo, mas não é o alcançar do objetivo que nos faz ver uma *sitcom*. A graça está nas falhas e nos fracassos das personagens para chegar ao objetivo, e é isso que queremos ver. Se procurarmos personagens bem-sucedidas e fins épicos, certamente não é numa comédia de situação que iremos apaziguar esse desejo. É verdade que isto não invalida que as personagens não devam ter objetivos e uma história bem definida, mas nunca é demais referir que os arcos das personagens são mais importantes que os arcos das histórias nas *sitcoms*. *Seinfeld* é um exemplo claro do que falamos, pois lembramo-nos das características das personagens, e pouco ou nada dos objetivos a que elas se propunham.

Chegados a este ponto temos de aceitar que alguns argumentistas quando escrevem narrativas cómicas, coloquem um ênfase maior no arco da história, o que faz com que a piada perca espaço e se abra um conflito entre a narrativa linear e o

espetáculo, que são os momentos em que as situações de humor são introduzidas. Quanto mais arco de história existir, mais a história terá que ser contada, menos espaço para o riso e para a piada haverá. Quanto menos arco, mais espaço existirá para as situações cómicas. É nesta tensão que evolui o formato cómico, que se quiser contar uma história e com isso perder o seu real objetivo, que é fazer rir, poderá incorrer no risco de não ter graça e por arrasto não ter sucesso. "A *sitcom* deve sempre aliar convenções narrativas e exigências do cómico, apresentando a complexidade do primeiro aspeto enquanto na verdade se apoia no segundo aspeto para atingir a eficácia pretendida, conclui Mills (2005, p.35). Esta é forma básica para construir os arcos das *sitcoms*, no entanto, quando criamos uma, o desejo é que tenha sucesso e dure mais que uma temporada. No caso de se verificar, é obrigatório que exista uma evolução das personagens e dos próprios arcos das histórias para que a *sitcom* não se torne enfadonha e repetitiva, ainda que as premissas já estudadas se devam manter. É factual que as alterações nas personagens para existirem têm que ter razões que sejam validadas pelo espectador.

Um exemplo do que falamos é a série *Friends*, que esteve no ar durante dez temporadas. Jennifer Aniston, na série, Rachel Green, acabou por sofrer várias transformações ao longo da narrativa. Neste caso a narrativa foi coerente com a passagem do tempo e o próprio tempo foi o responsável pela validação das transformações por parte do espectador. As mudanças físicas que constatamos em Rachel Green, não só foram proporcionadas pela evolução da narrativa, mas estiveram também umbilicalmente ligadas à passagem do tempo real e do próprio envelhecimento de Jennifer Aniston. Para Vogler (2009) a evolução da atriz como pessoa e na sociedade influenciou o desenvolvimento da narrativa. A figura de Rachel Green, que no princípio da *sitcom* era uma miúda mimada, sustentada pelos pais, imatura e egoísta, deu lugar a uma mulher realizada, independente e bem-sucedida. Ou seja, com o passar dos anos estas modificações na personagem foram algo perfeitamente plausível de acontecer e aceite pelo público. Não foi de um dia para o outro. Foi o tempo que ratificou que a personagem passasse de uma miúda imatura para uma mulher sofisticada. Levou anos a acontecer, mas os traços cómicos continuaram, burilados pelas subtilezas próprias das mudanças que a personagem sofreu. A génese cómica da personagem nunca mudou. O segredo foi a narrativa ter conseguido criar e justificar essas mudanças sem a personagem perder os seus atributos iniciais e a comicidade. Os *gags* e os diálogos de uma personagem cómica podem ter variações, desde que sejam reconhecíveis através do

que nos habituamos a ver na personagem (Neale, 1990). Com estas duas caras Rachel Green vestiu a máscara de anti-heroína (miúda) e heroína (mulher sofisticada), o que atraiu e cativou o público: estivemos na presença da "jornada do héroi". Os arquétipos foram fundamentais para o sucesso da figura de Rachel Green (Vogler 2009).

6.3 - Personagem Cómico

(Nas *Sitcoms*) Há um grande grau de repetição nas situações e temas. Os trunfos das séries são a riqueza dos personagens. Há situações que são em si cómicas, mas a maioria das situações são normais. A forma como os protagonistas as encaram e resolvem é que lhes transmitem a piada. (Creeber et al, 2001).

Já bastante se falou sobre personagens, muito devido à sua centralidade nas *sitcoms* e por ser nelas que praticamente tudo se desenvolve. Dito isto mais algumas coisas precisam de ser acrescentadas sobre como erguer as personagens nas comédias de situação. Para isso recorreremos novamente a Mckee (1999). Para o autor, as personagens não são seres humanos. A personagem é uma obra de arte, uma metáfora para a natureza humana. Nós relacionamo-nos com as personagens como se fossem reais, mas estas encontram-se num plano superior à realidade, pois os seus aspetos são projetados para serem claramente reconhecíveis, ao invés das pessoas nos rodeiam; que são difíceis entender, se não impossíveis, e até enigmáticas. Conhecemos melhor as personagens que vemos no cinema ou na televisão que muitos dos nossos amigos. Isto porque, uma personagem é eterna e imutável, e se mudar sabemos o porquê, enquanto os humanos, quando pensamos entendê-los, recorrentemente acabam por surpreender-nos.

Segundo Mckee (1999) uma personagem vive dividida em dois níveis: a Caracterização e o Verdadeiro Carácter. A **Caracterização** é a soma de todas as qualidades observáveis: a aparência física, maneirismos, estilo da fala, gestos, sexualidade, idade, QI, ocupação, personalidade, atitudes, valores, onde vive, como vive, etc. Já o **Verdadeiro Carácter** da personagem está por trás desta máscara, que é a caracterização. A sua caracterização não nos diz nada sobre o coração da personagem. É leal ou desleal? Honesto ou mentiroso? Bondoso ou cruel? Corajoso ou covarde? Generoso ou egoísta? Forte ou fraco? É a combinação entre todas estas hipóteses que tornam a personagem única. No entanto, a máscara de uma personagem pode ser uma pista importante que leve a revelações sobre o seu verdadeiro carácter. Os gestos e a

figura de uma personagem representam quadros mentais de referências que construímos ao longo da vida, involuntariamente, na relação que mantemos com a sociedade. Quando vemos uma personagem fardada por norma associamos a algum tipo de autoridade (ex: polícia, militar, segurança, etc.), seja numa narrativa cômica ou noutra género dramático. Esta associação imediata ajuda-nos logo a assumir que a personagem tem determinados traços de personalidade, assunções que podem ou não estar certas, mas que habitualmente estão. São também um precioso auxílio a quem escreve o argumento, pois ficam dadas no imediato algumas explicações sem ser necessária narrativa (explicações) de quem é que estamos na presença e o que faz. Para o próprio espectador é igualmente positivo, na medida em que gosta de perceber e sentir-se familiarizado com as personagens o mais rapidamente possível.

Contudo, a personagem só se revela quando confrontada com um dilema. A forma como reage à adversidade e sobre pressão é que a torna verdadeira e profunda: o verdadeiro carácter da personagem fica exposto. Como é que se chega aqui? Fazendo com que a personagem tenha um objetivo/desejo que quer alcançar. O que é que ela quer? O que é verdade na vida torna-se verdade na ficção. Uma personagem ganha vida no momento em que vislumbramos e compreendemos claramente o seu desejo, não apenas o consciente, mas também o complexo, o desejo inconsciente. O desejo é o gatilho da motivação. Qual a razão para personagem querer o que quer? A vontade de colmatar o desejo tem que ser impactante o suficiente para que a motivação seja forte e credível e leve a personagem a agir consoante. Facto que um guionista deve ter em atenção quando escreve uma *sitcom* é a sustentação do carácter das personagens, algo que só é possível se eles defenderem propósitos válidos socialmente (Horton, 2000). O espectador tem que avaliar se o desejo é consentâneo com a motivação, e se as ações que toma têm razão de ser. Independentemente disto ter que ser claro, é importante que se deixe algum mistério em torno das motivações ou do próprio desejo, para que o público deixe a imaginação funcionar. A personagem torna-se produto das escolhas que faz e das ações que toma, perdendo assim a sua irrelevância inicial, começando a ganhar corpo aquilo que é na verdade. Outra forma que temos de conhecer uma personagem é através do que as outras personagens dizem dela, mesmo que tenhamos consciência que pode não ser verdade, pois quem sabe, terão motivações para mentir. Mas onde vamos mesmo conhecer o âmago das personagens é nas contradições promovidas pela ação. **Contradição** surge como mais uma ferramenta para interpretarmos as personagens, neste caso, profundamente: entramos na sua **Dimensão Psicológica**. Este conhecimento

profundo não se fica se é boa ou má. A Dimensão de uma personagem é uma contradição profunda que pode ser de Carácter (ex: sentir-se culpado por ser ambicioso), ou de Caracterização (um ladrão encantador). Estas contradições devem ser consistentes. É preciso ter cuidado para não retratar uma personagem de bom-coração durante a narrativa e no fim vê-la a pontapear um animal. Por vezes adotamos as personagens como um amigo, vivemos as alegrias com a mesma intensidade que as tristezas, e não deixamos de sentir o mesmo carinho por ele mesmo nos piores momentos. Mas uma coisa é certa, podemos afastar-nos se esse amigo começar a ter comportamentos estranhos ao que estamos habituados ou impróprios do carácter que nos fazia gostar dele. Acontece o mesmo com as personagens. Imaginemos que Costanza (*Seinfeld*) se tornava mesmo naquilo que ele ambicionava ser. A personagem simplesmente acabava. É a dimensão que nos dá o fascínio pela personagem, e as contradições, a natureza do seu comportamento.

O protagonista deve ser a personagem mais dimensional do elenco, tem que criar empatia, e assumir o papel de estrela. Se assim não for há uma descentralização da atenção. O universo ficcional deixa de ser sólido, desfragmenta-se, e o público perde o equilíbrio. O protagonista não pode ser alguém simples. Convém que seja possuidor de várias subtilidades que devem ir sendo reveladas com critério durante a história, para que se mantenha o interesse na personagem durante muito tempo. Se tal não suceder a personagem morre gradualmente, tornando-se repetitiva e enfadonha: "já vimos tudo".

Todas as personagens que gravitam à volta do protagonista só estão na história por causa da relação que têm com este, e a forma como cada uma vive no enredo que lhe é atribuído, visa exclusivamente ajudar a delinear as dimensões complexas da sua natureza. A criação das personagens secundárias é ditada pelas necessidades do protagonista mostrar a sua essência, e funciona consoante a necessidade e complexidade do papel central. Imaginemos este protagonista hipotético: é divertido e otimista; taciturno e cínico; sentimental e cruel; destemido e medroso. Estamos na presença de uma personagem de quatro dimensões, que só poderá revelar e partilhar connosco estas contradições se tiver um elenco em volta que lhe permita agir e reagir de maneiras diferentes, em momentos e lugares diferentes. As contradições deverão ser mostradas de forma coerente e credível. Cada personagem secundária estimulará uma ou mais contradições no protagonista. A personagem A estimulará o lado divertido e otimista, a B a vertente cínica, a C os campos sentimental e cruel, e, por fim, a D despertará a faceta corajosa e ao mesmo tempo medrosa. Se os papéis secundários alimentam o papel

principal, também o protagonista na sua interação com as personagens secundárias potencia os seus papéis, ajudando igualmente a projetar e delinear as suas complexidades e dimensões. Os papéis secundários precisam não só do protagonista, pois normalmente é só um, mas também uns dos outros para trazer à tona as suas características, profundidades e idiosincrasias, apesar de serem escalados para viver na sombra da personagem principal. Eaton (1981) refere que o sucesso de uma *sitcom* está na continuação do personagem principal de episódio para episódio, emaranhado nas outras personagens, e que pelo facto de estarem presos uns aos outros, o fenómeno da comédia surge com naturalidade. Uma *sitcom* também pode ser sustentada em multiprotagonistas. Estas trazem o atractivo das personagens estarem em pé de igualdade, e onde as suas personalidades diferenciadas são potenciadoras de choques mais violentos do que com personagens secundárias, mas, ao mesmo tempo, sabem juntar-se na hora de lutar contra inimigos externos que apareçam. Dão mais impacto às situações. Por necessidades formais, os personagens vivem em pequenos espaços, e em pequenos círculos de relações dos quais não podem escapar.

Para criar interesse e conflitos entre personagens, basta pôr em confronto uma que seja convencional e outra que alinhe pelo exotismo. Uma situação destas gera imediatamente atenção e pode ser extraordinariamente engraçada. Não vale a pena organizar grandes tramas secundárias e que criem um interesse extremo, se isso depois for resolvido rapidamente ou sem impacto relevante na narrativa, dado que a atenção deve estar centrada no protagonista. Não se lhe pode retirar o destaque nem espalhar o foco do público. Perde-se. Há que ter cuidado para não criar falsas expectativas no espectador. Quantas vezes não ficamos à espera que aquela personagem volte, ou tenha mais desenvolvimento, algo que posteriormente não se vem a observar.

Personagens-tipo: as personagens têm que criar relações com a audiência, que a leve a identificar-se a e projetar-se nelas. Muitas personagens pela sua individualidade impar, tornaram-se modelos universais, porque conseguiram criar essa empatia. Cada personagem tem necessidades e atributos básicos, que a diferem e a tornam especial, como cada um de nós relativamente aos outros. No entanto há sempre umas mais especiais. À primeira vista uma personagem típica pode parecer que é de fácil conceção. Muito pelo contrário; há uma linha ténue entre uma personagem com quem nos identificamos, e uma personagem desprovida de qualquer interesse por ser trivial. O outro risco é que o argumentista crie uma personagem não-típica, que não venha a criar laços de tipicidade pretendida com o espectador (Eco, 1991). Tipicidade esta que não

tem obrigatoriamente de ser positiva. Muita da ficção a que temos acesso é marcada por personagens de características negativas, como o ciúme ou o cinismo, situação que não faz com que não nos revejamos nelas. Personagens com pouco para dizer ou sem substância no que dizem são personagens-típicas e representativas da civilização contemporânea e da cultura pós-moderna (Luckács, 1953). Para Eco (1991) a fisionomia intelectual de uma personagem é o perfil que adquire ao longo da narrativa e quando o leitor compreende todas as suas razões e motivações. Nesta linha de pensamento o espectador descodifica quase imediatamente cada personagem participante nas *sitcoms*, porque habitualmente elas não fogem muito a três tipos básicos: a Impostora; a Irónica; e a inocente. A **Impostora** vive do golpe e é, por norma, pretensiosa e idiota, o que leva a que nunca alcance os objetivos, prestando-se a ser gozada repetidamente. Quanto à **Irónica**, é assertiva, e anda normalmente envolvida em esquemas, com o intuito de sacar alguma coisa dos "cambalachos". Já a **Inocente** é a ingénua, simples e que parece pedir por tudo para a deixarem em paz e no seu canto. Só reage quando provocada (Horton 2000).

Levin (1987) fala também na personagem "*playboy*". São as personagens ativas e que vivem para provocar sarilhos e conflitos, e que podem também ser sisudas ou bloqueadoras da ação. A interligação entre estes dois tipos de personagens é recorrentemente uma fórmula de sucesso.

As personagens cómicas são fixas, estereotipadas e construídas de forma simples para que seja fácil conhecê-las e identificá-las através de pormenores engraçados: tiques, manias, gestos, frases, etc, que ao vermos a primeira vez nos ficam memória, criando-se a desejada empatia. Segundo Furquim (1999) as personagens fixas e bem estruturadas, fazem com que o público se identifique, independentemente das tramas em que estão envolvidas. A estruturação das personagens cómicas devem responder a alguns critérios, explanados por Byrne e Powell (2003): 1º - **Todos os protagonistas cómicos têm que ter algum objetivo de vida.** Este objetivo deve estar presente em todas as situações do episódio, seja nos diálogos ou ações da personagem, direta ou indiretamente. 2º - **É preciso saber como é que as personagens reagem às situações.** Vão ser lançados vários conflitos na direção dos protagonistas da ação, sendo preciso estar bem definido como é que cada uma irá reagir quando chegar a sua vez. Algo que só acontece se as personagens estiverem muito bem personalizadas. O espectador apanha facilmente incoerências nas personagens. As atitudes das personagens cómicas devem ser semelhantes do primeiro ao último episódio ou com poucas alterações. A esta

coerência de personalidade dá-se o nome de consistência e não de previsibilidade. 3º - **Definir bem como é que as personagens falam.** Se usam sotaque, frases ou um estilo verbal próprio, que deve bater certo com a sua idade, raça, educação, etc. Não quer isto dizer que não possam existir inversões ou incoerências. Se existirem importa que estejam bem defendidas, mais uma vez, para que sejam aceites pela audiência. Personagens que venham do mesmo sítio, com a mesma idade, que sejam "siamesas", têm que falar de forma tão diferente ou ter um detalhe, para que baste uma palavra ou um olhar, para as associarmos a uma delas. 4º - **Relacionamento entre personagens através do conflito.** O segredo da comicidade é o conflito, seja ele maior ou menor. Logo, é necessário saber criar o conflito que faça a personagem agir. Para a personagem passiva o conflito terá de ser exterior forçando-a a sair da zona de conforto. Se for uma personagem conflituosa, partirá dela o conflito para com o outro. Sem dinâmica e o conflito, as personagens tornam-se enfadonhos e pouco interessantes. "São os conflitos e os contrastes que criam o drama entre as personagens e promovem relacionamentos que podem ser tão marcantes e memoráveis quanto qualquer personagem por si só" (Seger, 2006, p. 132). As personagens de uma *sitcom* não têm obrigatoriamente de ter graça: "A situação, o conflito, o que acontece com elas é que é engraçado. E o mais importante de tudo: as personagens de uma *sitcom* têm de ser pessoas que nós gostemos de ver todas as semanas" (Wilson; Cardoso; Jacobina, 2000, p. 467).

O conflito tem na génese o contraste entre as personagens fictícias. Elas têm diferenças na narrativa, tais como: desejos, ambições, motivações, experiências, objetivos, atitudes e valores. Mais que outra coisa qualquer, é o contraste entre uma boa dupla de personagens que as define, dá relevância, e as torna especiais aos olhos do público (Seger, 2006). Se dois homens tiverem como objetivo a mesma mulher, é óbvio que um terá de ser excluído. Certo é que antes disso acontecer, haverá uma disputa pela conquista da mulher amada. Qualquer conflito numa *sitcom*, mesmo que por norma seja básico, como o apresentado, deve ser estruturado de maneira que a trama não seja resolvida rapidamente ou enrole, ou que pura e simplesmente as personagens deem a entender que não desistiram umas das outras porque é preciso ocupar tempo.

Se a atração superar o conflito, juntando as personagens muito cedo, a série perde em termos de vibração. Por outro lado, se existir muito conflito e pouca atração, as personagens podem tornar-se antipáticas e a audiência perderá o interesse por elas. Isto fica ainda mais complicado porque parece

não fazer sentido manter as personagens afastadas, especialmente quando a força da série depende do interesse que sentem uma pela outra. Encontrar esse delicado ponto de equilíbrio torna-se um verdadeiro desafio para autores e produtores (Seger, 2006, p. 106).

Existem forças de variada ordem que podem ser responsáveis pelos conflitos. Entre elas: políticas, ideológicas, económicas, pessoais; entre os personagens; contra instituições da sociedade, forças da natureza, etc. Por exemplo se queremos ver uma *sitcom* sobre futebol, não estamos só interessados em saber se a equipa ganha ao adversário. Queremos ver as discussões entre jogadores, treinador e jogadores, presidente e treinador, massa associativa e treinador, árbitros e treinador, etc.

Olhamos para as personagens cómicas com simpatia. A expectativa do que vão fazer, as suas expressões, as palavras, e o gestos, divertem-nos (...) (Seldes, 1952).

1 - Apresentação do Projeto

Um dos grandes problemas das séries/*sitcoms* em Portugal, além da pouca cultura de produção do género, e que leva a que muitas vezes não sejam aceites pelas produtoras, é a sua pouca abrangência etária. As televisões preferem produtos que abarquem o maior número possível de pessoas, de ambos os sexos e estratos sociais, para que seja mais garantido o retorno do investimento. Se já é difícil financiar produtos de massa, mais difícil se torna investir em produtos de nicho. Com a *sitcom* que se pretende produzir, *O Desempregado*, este problema à partida não se põe, pois o desemprego é uma problemática transversal à sociedade portuguesa, principalmente desde a crise de 2011, altura em que Portugal pediu o resgate internacional, que assola cidadãos dos 20 aos 60 anos, homens e mulheres, e de todas as classe sociais. Deixou de ser uma "praga" das classes baixas e sem estudos. Depois, quem não passa ou passou por este flagelo, conhece alguém que se encontra na situação, seja familiar, amigo, ou conhecido, e uma esmagadora maioria tem receio que lhe possa "bater à porta". O desemprego é um tema muito vivo na nossa sociedade nos dias que correm, e com tendência a manter-se na ordem do dia; não só em Portugal, como no resto do mundo, com incidência para a Europa, pormenor importante se algum dia se pensasse em exportar a ideia.

Nesta perspetiva, o desemprego é um tema que causa a identificação tão pretendida, o que à partida, se bem trabalhado, estimula desde logo o interesse na audiência. Por tudo isto, o *O Desempregado* assume claramente algumas das premissas que dão origem às *sitcoms*: tema social, fraturante, pertinente e atual. Outra-mais-valia, pelas pesquisas que fiz, é o facto de nunca se ter visto uma *sitcom* que tenha abordado o tema. Várias personagens já encarnaram o papel do desempregado, mas nenhuma *sitcom* versou somente sobre desemprego, e as situações profundas pelas quais um desempregado passa. Mais uma vez vamos de encontro aos requisitos de como fazer uma *sitcom*, quando pegamos num tema que já possa ter sido abordado, mas apresentamo-lo de maneira diferente. Este projeto encerra outra vantagem que é poder ser um produto de *prime-time*, onde toda a família se pode reunir para ver, dado todos os integrantes, dentro do espaço etário referido, perceberem o assunto, ainda que de formas e em cenas diferentes. Por exemplo, se para um jovem os problemas com o parceiro(a) não lhe farão tanto sentido, a questão de sentir-se perdido/inútil, ou a mãe insistir para encontrar um rumo, provavelmente já lhe trará identificação. Pretende-se

além de fazer rir, criar humor de desconforto. Não devemos esquecer que o desemprego causa sofrimento e dor a quem se vê envolvido por ele, direta ou indiretamente. Queremos que o público ria, função principal de uma *sitcom*, e de um argumentista quando a escreve, mas paralelamente, por vezes, o espectador tem que ficar desconfortável; é uma obrigatoriedade, principalmente pelas características do objeto tratado. As *sitcoms* servem exatamente para isso, para tocar em assuntos melindrosos, levemente e humoristicamente, mas também incisivamente. O humor permite que se diga e faça coisas que a rir não ofendem nem magoam, mas que ditas a sério seriam desagradáveis ou difíceis de aceitar. É intenção trazer para a praça pública a discussão do desemprego e suas incidências na vida dos atingidos, que tanto incómodo e sofrimento causam na relação com os que o rodeiam. Muitos desempregados preferem calar e jogar esses sentimentos para baixo do tapete, dizendo que "está tudo bem", do que aceitar a realidade que vivencia, porque a vergonha isso não permite. A proliferação do desemprego tem posto a nu muita desta vergonha não assumida, especialmente pelas pessoas que tinham as vidas organizadas, e que de um momento para o outro ficaram sem nada. Esta assunção "seria" o assumir de um atestado de menoridade perante o outro.

O *O Desempregado* terá a duração de 50 minutos, 20 minutos além da duração standardizada para as *sitcoms*, mas usado recorrentemente. Se necessário for, pode ser adaptado aos 30 minutos. Em termos de estrutura não haverá qualquer novidade, mantendo-se dentro dos parâmetros do *archplot*; só o tema é tratado de forma inovadora. A novidade, como se pede a qualquer projeto género é o conteúdo.

O *O Desempregado* é a história de um homem na casa dos 35 anos que ao cair no desemprego vê a vida pessoal e familiar ruir de um momento para o outro. A *sitcom* baseia-se nas peripécias que lhe acontecem e a luta diária que trava para recuperar tudo o que perdeu. O tema foi escolhido pela pertinência, mas também para cativar a audiência pela familiaridade que o assunto provoca, convidando-a a participar, ponto chave para o êxito de qualquer projeto de ficção. O conceito partiu de uma base simples: o emprego e o sucesso/segurança profissional são a base da nossa estabilidade emocional, pessoal, e familiar, principalmente a partir de determinada idade. Chegar à casa dos 35 anos e vermos tudo isso ir por água a baixo faz ruir os alicerces em que sustentamos a vida e a nossa felicidade. Factos estes que nos conduzem a viver o dia-a-dia sem objetivos e muitas vezes sem esperança, motivos que nos podem levar para as mais variadas situações a que não estávamos habituados, e que alguma vez pensamos

passar por elas. É o esforço diário, desnorteado e desgarrado, de resgatarmos tudo o que foi perdido, como o emprego, a família que nos abandonou, etc, que iremos ver no *O Desempregado*, através de situações cômicas.

1.1 - Setting

A ação decorre na atualidade e abarcará um curto período temporal/meses, em que o protagonista tentará reorganizar a sua vida, que conseguirá, mas não com a simples conquista de um emprego e a recuperação da harmonia familiar.

Os décors fixos são o quarto, a sala, o hall, o hall do elevador, e o centro de emprego. Dentro de casa o protagonista desenvolverá maioritariamente as relações familiares e pessoais. O hall do elevador torna-se importante, pois as "ameaças" do carteiro, do homem da luz, da água, os vendedores, os pregadores de religiões etc, desencadearão vários tipos de complicações. O centro de emprego como não podia deixar de ser. Faz parte da vida de qualquer desempregado, sendo um local por excelência de comicidade. Iremos constatar a presença de vários tipos de conflitos, que vão desde os com instituições, pessoais, familiares, entre personagens, etc. Em muitos episódios será necessário recrutar personagens externas e fazer cenas exteriores, tanto internas, como externas. Por exemplo, cenas exteriores internas: uma ida à escola do filho, ao restaurante num jantar romântico, a uma entrevista de emprego, etc.; cenas exteriores externas: uma saída à rua que o confundam com um arrumador de carros, pelo desleixo que emprega na sua apresentação, etc. No fundo, estas cenas serão situações eminentemente cômicas que visam mostrar, complementar e reforçar a vida infeliz do protagonista, através dos falhanços sucessivos na sua caminhada.

1.2 - Personagens

Bernardo (35 anos) - É o protagonista - *O desempregado*. O nome foi escolhido por ser conotado com um tipo de pessoa que normalmente se encontra num extrato social elevado. Bernardo é um homem inteligente, para o que quer, bonito, simpático, romântico, com bom coração, descontraído (demasiado), mas ingénuo, inocente, e irresponsável. Não devemos confundir esta maneira de ser meio *naïf*, com burrice e estupidez, no entanto, a postura que tem perante a vida irá fazer que praticamente ninguém o respeite. Bernardo só reage quando provocado ou em situações limite. É também honesto, leal, amigo, e respeitador, características que parecem ser contraditadas em determinadas ocasiões, mas originadas pela sua ingenuidade e

irresponsabilidade. Sofre de uma contradição forte: a sua irresponsabilidade colide com a ambição que tem de ser respeitado e bem-sucedido, algo que tarda em acontecer e que o faz viver desconsolado. Sonha um dia tornar-se escritor e ser reconhecido por isso. Esta panóplia de características, associada ao facto de não ver mal em nada, fará com que se deixe levar pelos acontecimentos, dificultando-lhe a obtenção dos objetivos a que se propõe, colocando-o recorrentemente em situações confrangedoras e insólitas. Muitas delas motivadas pelo desespero do desemprego. É carinhoso com a mulher e gosta de lhe chamar nomes fofinhos, mesmo em momentos de tensão, coisa que a deixa irritada. Lida com o filho como um compincha, um amigo, em vez de agir como pai.

Beatriz (30 anos) - É a mulher de Bernardo e é diretora comercial numa empresa de prestígio de roupa interior. Apaixonada por Bernardo, nada romântica, é um pouco o oposto do marido. Assertiva, responsável, tenta puxar por Bernardo para que se "faça um homem" e arranje emprego, mas sem sucesso, o que fará que se separe dele logo ao início. Beatriz olha para a vida com rigor, visão que colide com a forma "deixa andar" de Bernardo. É uma mulher bonita, que se cuida e veste bem, também o oposto de Bernardo, principalmente desde que se tornou desempregado. É mortífera e não tem contemplanções nas considerações e piadas que faz sobre o marido. Funciona com uma segunda mãe para Bernardo o que a deixa profundamente entristecida. Por outro lado, Beatriz vê em Bernardo um homem encantador, e no seu jeito aluado, o lado leve da vida que não tem, e que a faz sorrir e ser feliz.

Kiko (10 anos) - É o filho de Bernardo e Beatriz. Mostra muito respeitinho pela mãe, enquanto com Bernardo tem uma relação de quase amigo, apesar de gostar muito dele como pai. É um miúdo com demasiado bom-senso para a idade, mas como criança que é, é vivaço e matreiro. Manipula o pai em certas situações, pois percebe e tira proveito da sua moleza e ingenuidade, para conseguir o que quer. Com a separação torna-se o confidente de Bernardo, parecendo o adulto da relação, e dizendo em momentos importantes o que pai precisa de ouvir.

Dona Gracinha (58 anos) - É a louca mãe de Bernardo. Como os "malucos" diz o que lhe dá na telha. Não tem limites. É uma costureira de prestígio que faz vestidos para figuras públicas. É bruta no trato com o filho e com todos os que lhe aparecem à volta. É fanática por música pimba e tem a mania das limpezas. Mete-se e dá opinião sobre tudo. Beatriz cedo percebeu essa característica e cortou relações com ela, proibindo-a de

entrar na sua casa. Com a separação de Beatriz de Bernardo, rapidamente a Dona Gracinha se enfia na casa de Bernardo, começando a mandar e desmandar no filho, como se este tivesse 10 anos. Diz o que deve fazer, vestir, dizer, comer, ou seja, tenta ocupar o lugar de Beatriz, repetindo que ela não é mulher para ele, e que foi o melhor que lhe aconteceu. Escusado será dizer que os encontros entre a Dona Gracinha e Beatriz serão choques frontais. A personalidade de Bernardo e a impetuosidade de Dona Gracinha, que não é Gracinha nenhuma, faz com que acabe por se submeter às ordens da mãe. Massacra Bernardo com o desemprego, dizendo que ele não faz nada, que é um malandro, e não quer trabalhar. Quer fazer dele costureiro, coisa que recusa pois diz não ser masculino. Por norma anda de bibe e lenço na cabeça, mas quando se veste bem fica vistosa, o que irá chamar a atenção de Mendes. Gosta de usar decotes e flirtar com homens, sem nunca deixar passar disso (é fiel ao falecido marido), coisa que deixa Bernardo fora de si.

Mendes (63 anos) - É o pai de Beatriz. Divorciado, homem simples e humilde, sem qualquer tipo de vaidade. Apresenta-se normalmente arranjado, mas com muita falta de gosto nas vestimentas, motivo que leva a que Beatriz lhe faça reparos. Tem um fraquinho pela Dona Gracinha, inventando desculpas para vê-la, mas como é óbvio leva sistematicamente para trás com a brutalidade que se espera. Ainda assim isso não o faz desarmar. Gosta muito de Bernardo, e faz tudo para reconciliá-lo com Beatriz, algo que criará ainda mais conflitos com a Dona Gracinha que apoia a separação.

Araújo (36 anos) - Amigo de infância de Bernardo, é o típico mangas (sabe e resolve tudo), de bom fundo, sempre com tangas e metido em esquemas. Veste-se como um "bimbo", mas acha-se estiloso e o máximo. Está sempre a mudar de porta-chaves (grandes marcas) para dar a entender que tem vários carros, quando o que tem é o passe social. Só ao pé de Bernardo assume o seu lado bronco. Com o desemprego de Bernardo tenta puxá-lo para as suas trifulhices com a justificação que pode ganhar algum. Desde tentar convencê-lo com coisas como ser acompanhante, ou a abrir um consultório de astrologia, não tem travão nas maluquices que lhe propõe. Algumas Bernardo acabará por aceitar, todas com fins trágicos. Foi namorado de Janete, mas nunca superou a separação, querendo fazer parecer o contrário. Disfarçadamente tenta reconquistá-la, através de situações e ações no mínimo bizarras, que considera românticas, mas os fracassos são recorrentes.

Janete (29 anos) - Amiga de Beatriz é a típica dondoca. Considera-se a última "coca-cola" do deserto, pensando inclusivamente que Bernardo tem uma paixoneta por ela, que não corresponde. O seu grande amor é Araújo, que por ser trapaceiro e bronco levou a que se afastasse dele. Merece melhor. Contudo não resiste a fazer ciúmes a Araújo, sentindo necessidade que ele continue atrás dela. Não é muito inteligente, e raramente percebe o sentido de uma conversa à primeira, e é quando percebe. Com a separação, Janete fica com a missão de retirar coisas a Araújo sobre Bernardo para contar a Beatriz, o que dará confusão. Quer ser modelo, mas é baixinha, contrariando isso usa de saltos altos, nos quais por não saber caminhar neles, surge sempre desengonçada, tropeçando e encalhando em tudo, perdendo a pose. Trabalha numa editora.

Ricardo Sotto Mayor (33 anos) - Vizinho de Bernardo. Homem elegante, mora na porta da frente. Anda sempre lambido com gel, de fato e gravata, e acompanhado por belas mulheres. Assume uma postura de *bon-vivant*. Diz que é de uma família importante e abastada, mas que se afastou para conseguir construir a vida a pulso. Além de vaidoso e bem-falante é arrogante, cheio de bazófia, convencido, e corteja Beatriz, que não lhe passa cartão mas acha graça ao "boneco". Bernardo fica possuído com a postura do vizinho para com a mulher. Sotto Mayor por um lado representa quase tudo o que Bernardo gostava de ser: bem-sucedido, trabalhar numa grande empresa com um cargo importante e ganhar bem. Sotto Mayor ao saber que Bernardo está desempregado não perde oportunidades para gozar com ele, pedindo-lhe vários favores já que está sempre em casa. Bernardo nunca admite que se encontra desempregado, mas acaba por aceder, fazendo os vários favores que lhe são pedidos.. No fim saber-se-á que Sotto Mayor também está no desemprego, simplesmente assume uma vida ficcionada por ter vergonha admitir a situação em que se encontra.

Senhor Venâncio (62 anos) - Funcionário do Centro de Emprego. Funcionário público de carreira, dos que já ligam pouco à aquilo e estão à espera da reforma. Apanha Bernardo numa mentira e a partir daí tenta usá-lo para construir esquemas.

Dona Maria do Céu (57 anos) - Funcionária do Centro de Emprego. Funcionária Pública de alma e coração, é uma mulher com cerca de sessenta anos, carregada de laca, usa óculos de correnteinha e roupa dos anos sessenta. Pessoa de poucas falas e sorrisos, afeiçoar-se-á a Bernardo, tentando ajudá-lo, mas Bernardo, por um motivo ou por outro,

acabará por estragar todas as oportunidades. Maria do Céu com o tempo irá sentir um fraquinho por Bernardo, que ele nunca perceberá, e pela sua ingenuidade e sem dar por isso, criará esperanças e dará decepções a Maria do Céu, que nunca entenderá nada dos sentimentos de Bernardo.

1.3 - 1º Episódio - O Desempregado

O início de qualquer coisa é e será sempre o mais difícil de fazer, e o primeiro episódio de uma *sitcom* não foge à regra, pois o espectador ainda não tem referências algumas sobre as personagens e a história. Ora, num episódio, apresentar a história, as personagens, e ainda fazer piadas e torná-lo cómico, percebe-se à partida que a tarefa se revestirá de grande dificuldade. Apesar desta realidade a apresentação da trama e das personagens têm que correr na perfeição, na perspectiva que será aqui que todas as premissas da série serão lançadas e definidas. Se correr bem, as premissas ficarão na memória do público, fazendo manter-se entusiasmado com o que viu e querendo continuar a ver. Caso contrário, se audiência não for imediatamente "apanhada", dificilmente será mais à frente. Não é impossível, mas é mais difícil. O problema se a *sitcom* demorar a "pegar" é o preço a pagar nas audiências. Isto, se pegar. Se pensarmos que o objetivo de qualquer série é ter continuidade e mais temporadas, logo se percebe a importância de começar bem.

O primeiro episódio será dividido em três atos: terá um princípio, um meio, e um fim. No princípio será apresentado o "gatilho" que despoletará o conflito principal, o meio, onde as personagens vão sendo apresentadas, e o fim, que além da revelação, terminará com o gancho para o próximo episódio. Tendo em conta que o conflito é a mola real das *sitcoms*, e o que prende a atenção, resolvi fazer o primeiro episódio e a apresentação das próprias personagens, em permanente conflito. Através do conflito conheceremos a profundidade das personagens, algumas das suas contradições, ao mesmo tempo que a história vai sendo revelada. A caracterização das personagens também trará indicadores das suas próprias personalidades. *O Desempregado* é uma *sitcom* que vive de uma história única e de um protagonista onde tudo gira em torno dele.

1.4 - Descrição e Fundamentos do Episódio

Bernardo por ser o protagonista surge logo na primeira cena, que além de apresentá-lo como uma pessoa desleixada e de aparência pouco cuidada, introduz

através de um sonho, o seu próprio sonho de vida profissional; o acordar é o choque entre o imaginário e a realidade em que se encontra: o desemprego. Na segunda cena e até à oitava é lançado o "incidente" que dará corpo ao episódio: explicita-se a relação já degradada entre Bernardo e Beatriz, sua mulher. Faz-se o contraste entre Bernardo, um homem despreocupado com vida e "sem futuro", e Beatriz, uma mulher bonita, que cuida da imagem, empregada, decidida, ambiciosa, e assertiva. A presença de Kiko introduz a relação entre pai e filho, onde fica clara a imaturidade de Bernardo.

A partir deste momento dá-se o desenvolvimento de toda a trama, e temos a apresentação das restantes personagens. À nona cena surge Soutto Mayor, o vizinho da frente, bem-sucedido, que por norma achincalha Bernardo pela sua condição de desempregado, e corteja Beatriz. Soutto Mayor representa tudo aquilo que Bernardo almeja a nível profissional. Na décima cena inicia-se a derrocada final da vida de Bernardo; a água a escorrer-lhe pela cara simboliza a sua resignação e impotência. Neste ponto começa a sucessão de azares que acompanham Bernardo, nos quais, em alguns, "não tem" responsabilidade, e que promovem a comicidade. Nas cenas seguintes, com o abandono de Beatriz e por conseguinte, do filho, Bernardo tem consciência da sua existência e começa a tentar dar a volta à situação.

Surge Araújo, seu amigo de infância, e trambiqueiro, que além de conselheiro duvidoso, disponibiliza-se para ajudar Bernardo a ganhar dinheiro e a mudar de vida. À décima quinta cena conhecemos Mendes, pai de Beatriz, que gosta muito de Bernardo, e tem a pretensão que a filha volte para o marido. A cena seguinte tem duas finalidades: mostrar ainda mais o afundar da relação de Beatriz com Bernardo, e vincar que tudo lhe corre mal, mesmo quando se esforça por fazer bem.

A presença do funcionário da companhia de eletricidade (personagem externa como outras que aparecerão) serve para dar mais corpo à comédia.

Chegados à cena dezoito, quando se pensa que a vida de Bernardo não pode piorar, aparece a Dona Gracinha, mãe de Bernardo, que é um furacão que tenta mandar e desmandar na vida do filho. Esta cena é o marco caótico em que a vida de Bernardo se tornou e dá o mote do que vai ser a série. A cena dezanove é importante porque tem o objetivo de mostrar a interioridade meio louca de Bernardo e levar-nos a sentir empatia pelo personagem. Torná-lo além de imaturo, alguém com um profundo amor pela família. Já a cena posterior é o regresso de Bernardo à sua irresponsabilidade, não pesando os riscos das atitudes que toma, mesmo que as intenções que emprega sejam as melhores.

Na cena vinte e três aparece pela primeira vez de forma clara a vergonha escondida que Bernardo sente por estar desempregado, levando-o a mentir, o que o deixa numa situação complicada para com o filho. O querer que Kiko se orgulhe dele, origina só mais um momento trágico.

Para a cena vinte e quatro fica reservado o Centro de Emprego e mais uma peripécia. Bernardo depois de tanta tragédia, e para entrar nos eixos, nega participar num esquema, mas vendo que pode ter a família de volta, cede, e comete nova asneira, que irá.

A cena final acaba com a polícia a deter Bernardo por causa do esquema em que se vê envolvido por não ter medido as consequências. Faça o que Bernardo fizer o resultado nunca será positivo; umas vezes por culpa própria, outras por ser uma personagem "inocente". Estamos na presença de algo tão falado durante este trabalho que é a personagem não aprender com os erros e voltar sempre ao ponto de partida, pormenor fundamental nas personagens cómicas. Bernardo quando sai da escola de Kiko parece ter aprendido a lição, mas "volta ao início" quando aceita a proposta de Venâncio. Circularidade.

A detenção de Bernardo é a conclusão da narrativa; uma cena pequena que em vez de apaziguar o espectador tenta deixá-lo em sobressalto (Gancho), com a imaginação a fervilhar, para que queira continuar a acompanhar a história. Só aqui a linearidade da narrativa é quebrada, mas conscientemente e com um propósito claro: fidelizar a audiência. Nesta cena também encontramos o Suspense e a Surpresa. Sabemos que o esquema em que Bernardo se envolveu vai terminar mal (*suspense*) só não sabemos como (Surpresa). Muitas das cenas foram construídas com vista a serem cómicas e inesperadas, prendendo, com o uso de ganchos, para a cena seguinte, sendo que algumas foram idealizadas, em grande parte, para alcançar o riso.

Tipos de humor de entretenimento que podemos encontrar neste episódio: Burlesco; Negro; Seco; Absurdo; Caricatural; Irónico; Mordaz; Paródia; Satírico; Exagero; Inteligente. Além destes, outros mencionados por Bergson (1993), com exemplos: Repetição: quando Bernardo não aprende, repetindo asneiras consecutivamente que o levam a meter-se em encrencas sucessivas. Inversão: as cenas em que esperamos que Bernardo faça o papel de pai, e é o filho que apresenta maior maturidade. Interferência: a altura que Bernardo veste a pele de cartomante falando de um assunto e a cliente interpreta-o noutra sentido. Exagero: o momento em que Beatriz

compara o cabelo de Bernardo com o de uma ovelha. Interrupção: Bernardo chega a casa, quer falar e é "atropelado" pela mãe que não o deixa dizer nada.

Vemos a presença da Ironia Dramática quando sabemos mais que as personagens, algo que nos coloca numa posição de superioridade em relação a elas; por exemplo: sabemos que Bernardo se enganou no envio do email para a editora e que aquilo irá dar confusão.

No que diz respeito aos Diálogos, estes são curtos e diretos, para dar o ritmo fundamental na comédia. Encontramos a Confusão Básica e Simples, também na cena do email, onde cada um fala de um assunto: Bernardo do sonho de ser escritor; Araújo do segredo; e Beatriz que julga que o marido quer seduzir a amiga. Temos o diálogo em Permanente Conflito ou Contraste com o Ambiente Envolvente em praticamente todo o episódio. O diálogo que Demonstra Cruzamento de Interesses entre as Personagens é visível na relação de Bernardo com Beatriz e a própria mãe.

A Intriga Maior são os esforços de Bernardo para recuperar a família e arranjar emprego ou fontes de rendimento. As Pequenas Intrigas vivem em redor da grande intriga, e assentam nas relações das restantes personagens (também Antagonistas) com o protagonista, e entre elas.

Por fim, e por ser um episódio que recorre à linearidade, em que para cada *setup* é dado um *payoff*, ou seja, nada fica em aberto (exceto o final, já explicado), o que apazigua expectativas do espetador, e fá-lo sentir-se participante dos acontecimentos, pois tenta adivinhar o que vai acontecer.

2 - Sinopse

Bernardo tem um sonho onde irá ser promovido, e para marcar esse acontecimento a empresa preparou-lhe uma festa de arromba. Tudo corre bem até acordar, angustiado, e regressar à sua realidade de desempregado. Beatriz que se prepara para ir trabalhar entra em rota de colisão com Bernardo, porque percebe que o marido em vez de ir à rua às compras foi jogar *playstation*. Entretanto, Kiko, aborda Bernardo e faz chantagem emocional, para que o pai lhe faça os trabalhos da escola, missão que acaba por ser, em parte, alcançada. O facto de Bernardo ser irresponsável e despreocupado com o telemóvel, além de irritar Beatriz profundamente, fá-lo perder uma entrevista de emprego, algo que irá melindrar ainda mais a relação já deteriorada. Depois dos ralhetes de Beatriz, Bernardo vai às compras, mas uma série de azares, entre os quais, ser atrasado e achincalhado por Sotto Mayor, fazem-no demorar-se e quando chega a casa, tem um papel de Beatriz a dizer que o casamento acabou.

Araújo, amigo de infância de Bernardo aparece para visitá-lo e propõe-lhe uma estratégia para ganhar dinheiro, no mínimo, bizarra, com o argumento que assim terá a família de volta. Bernardo não mostra interesse nas loucuras de Araújo, pois está focado em dar corpo a um dos seus grandes objetivos de vida: ser escritor, ambição que nem contou a Beatriz; só Araújo sabe. Para isso envia esboços do que já escreveu para uma editora onde tem um conhecimento: Janete, ex namorada de Araújo. Por distração, engana-se, e em vez de anexar o ficheiro com o material do livro, anexa textos picantes que trocava com a mulher. Janete ao receber aquilo pensa que Bernardo se está a insinuar a ela, e informa o sucedido a Beatriz, que não perde tempo e vai a casa do marido para esclarecer as coisas. Instala-se de imediato a confusão entre Beatriz, Araújo, e Bernardo. Quando Bernardo está quase a explicar o que aconteceu, aparece o funcionário de uma companhia de eletricidade, que vem cortar a luz por falta de pagamento, o que faz com que Beatriz não queira ouvir mais nada.

Bernardo, depois de se ir justificar a Araújo, chega a casa, exausto, com a expectativa de descansar após um dia horrível. Mal mete a chave à porta o mundo desaba novamente. A mãe, proibida por Beatriz de ir lá a casa por ser metediça, soube por Araújo, que Bernardo se tinha separado e resolveu ir gerir a vida do filho, levando a empregada para ajudar nas limpezas. Bernardo, pelos cabelos com aquela invasão, pior fica quando percebe que o funcionário da empresa de eletricidade está a tomar banho em casa dele. Possuído, mete tudo na rua e prepara-se para alinhar na proposta de

Araújo: vai passar-se por cartomante, mas o pagamento fica aquém das expectativas, para o que falta para ter o valor completo para pagar a luz. Kiko acaba por emprestar dinheiro ao pai, e pede-lhe para se portar bem na escola e não fazer disparates: era o "dia das profissões". Bernardo promete, mas não cumpre. Em vez de dizer que era desempregado, apresentou-se como piloto, armando tal confusão que sai da sala de aula empurrado pela professora, não sem antes insultar Venâncio, funcionário público. Bernardo esforça-se por redimir-se, mas Kiko diz que tem vergonha dele pelo que fez, não por ser desempregado. Bernardo argumenta que só quer que Kiko e a mãe sintam orgulho dele. Nada do que diga animará Kiko.

Quando tudo parecia não poder piorar, Bernardo vai ao centro de emprego e é atendido por Venâncio, funcionário público que acabara de insultar na escola. No entanto, Venâncio é um trifulha, e propõe-lhe um esquema que Bernardo declina porque não quer mais encrencas. Kiko apanha a conversa a meio e interpreta que o pai está a rejeitar um emprego, insistindo, eufórico, para que aceite, pois assim iriam ficar juntos de novo. Bernardo vendo o filho feliz não consegue dizer que não.

Beatriz fica contente ao saber que Bernardo arranjou emprego e põe a hipótese de regressar a casa. Bernardo, empenhado em ganhar dinheiro e em ter uma ocupação, para que a família se orgulhe dele, decide participar no esquema que Venâncio, do Centro de Emprego lhe propôs, e acaba por ser preso.

3 - Argumento

O Desempregado

1.º Episódio (1.ª temporada)

“O desemprego é a melhor parte”

Argumento

David Búzio

(SEM DIVULGAÇÃO)

01.-10-2015
Versão #01

OBS:

4 - Conclusão

Podemos concluir que o humor faz parte de uma cultura subjetiva, que retrata e traz à tona os pontos mais incómodos de uma sociedade. Tornou-se numa forma de punição de tudo aquilo que foge às normas aceites. Hoje não só os estereótipos são visados, mas também o homem comum e a sua trivialidade podem ser alvos do humor. É por norma subversivo, desconstrói realidades, desafia-nos a refletir, e faz-nos rir quando descobrimos a "verdade". Esta reflexão pode ajudar a mudar mentalidades, e é importante ter consciência, que, por vezes, quando rimos de algo, acabamos por estar a rir de nós próprios e das nossas fraquezas. Parece ser consensual que a comédia tem sempre inerente uma qualquer crítica social, mais ou menos velada.

O riso é intrínseco ao homem, que só se ri quando identifica ou interpreta qualquer coisa que lhe faz sentido. O fenómeno global aproximou-nos, e mesmo sendo inegável que o humor é cultural, cada vez mais culturas diferentes passaram a ter pontos de contacto, principalmente nos países ocidentais; algo em que as séries televisivas, entre elas, as comédias de situação pegaram, tornando-se fenómenos de audiências à escala mundial.

As comédias de situação já levam mais de 50 anos de existência, e apesar de o formato ter sofrido algumas alterações ao longo do tempo, mantiveram sempre a sua essência intacta, responsável por chegar aos dias de hoje como um dos produtos mais importantes e rentáveis da televisão. As principais alterações sofridas foram o desaparecimento das gargalhadas enlatadas, o aumento do tempo de duração, que visou adaptar-se às exigências da indústria televisiva, e a abrangência de temas, que se alargou dos habituais, familiares, para temas controversos, arriscados e fraturantes. Um exemplo emblemático da nova forma de construção de sitcoms foi *The Office*. Emitida a partir do ano 2000, tinha episódios mais longos e excluiu as gargalhadas enlatadas, tendo obtido enorme êxito, abrindo caminho às que se seguiram como por exemplo, a afamada *Modern Family*.

No que diz respeito à construção do humor propriamente dito, continuamos a ver, entre outras técnicas, a surpresa e o mal-entendido, como as mais procuradas para fazer rir, mas agora misturadas com o cinismo, a ironia, o subtexto, o silêncio, o absurdo etc, que igualmente se tornaram dominantes na escrita de argumento para *sitcoms*.

A comédia de situação que apresento procura incluir os vários ingredientes que levam a que diversas sitcoms mais recentes tenham tido sucesso. Atualmente Portugal

passa por um período de crise e descrença nas instituições, e espero com a *sitcom O Desempregado*, através do riso e da comédia, possa trazer alguns assuntos à superfície, que de outra forma só são tratados de forma superficial.

Quando partimos para algum objetivo, seja ele qual for, é necessário ter bem presente os perigos que se deparam à sua boa conclusão e, neste caso, não foge à regra. A maior ameaça que se coloca à possível produção da *sitcom O Desempregado*, é sem dúvida a pior que se pode imaginar: a ausência de cultura de *sitcoms* em Portugal. Sem grande dificuldade, se olharmos para o panorama televisivo nacional, rapidamente constatamos que a ficção produzida praticamente se resume à exibição de telenovelas. Pontualmente surge uma ou outra *sitcom* a maioria importada, ou inspirada em formatos estrangeiros, que, além de mais baratas, trazem o selo de garantia pelo sucesso alcançado nos países de origem. No entanto, este selo de garantia está sujeito a confirmação, pois as referências culturais do país de origem nem sempre têm acolhimento no país que as recebe. Uma queda que nos leva a rir, é uma situação cômica universal, mas nem tudo o que faz rir alguém fará rir o outro. As razões que farão os norte americanos rirem, não serão obrigatoriamente as mesmas que levam os portugueses à gargalhada, mesmo havendo pontos culturais de contacto. Cada povo tem as suas próprias idiossincrasias. E aqui estará um ponto forte: construir um novo produto que cause identificação e seja familiar, tanto na sua estrutura, como nos assuntos e nas imagens, à audiência portuguesa.

Para finalizar, ambiciono igualmente com o meu projeto ajudar a mudar mentalidades no que concerne à falta de aposta dos canais portugueses em *sitcoms*, provando que são um produto rentável, mesmo quando produzidas em Portugal. Acredito neste projeto, na sua qualidade, e que tem potencial para ser uma marco de mudança no que diz respeito à produção de ficção nacional (*sitcoms*), por muito utópicas que estas palavras possam parecer.

Bibliografia

Adorno, T. & Horkheimer, M. (1985). *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Andrade, E. (2011). História do Humor em Portugal. in - <http://pt.scribd.com/doc/116173201/HISTORIA-DO-HUMOR-EM-PORTUGAL#scribd> - Acesso em: 27 do Fev. de 2015:

Arêas, V. (1990). *Iniciação à Comédia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Arendt, H. (1951). *Le Système Totalitaire*. Paris: Editions du Seuil.

Aristóteles. (2008). *Poética*. Lisboa. Fundação Calouste Gulbenkian.

Attardo, S. (2001). *Humorous Texts: A Semantic and Pragmatic Analysis*. Berlim: Walter de Gruyter.

Audrieth, A. (2008). The Art of Using Humor , in: <http://www.squaresail.com/auh.html> - Obtido em 7 de Jan de 2015.

Bal, M. (2002). *Teoria de la narrativa*. Cátedra: Madrid.

Bakhtin, M. (1984). *Rabelais and His World*. Cambridge: MIT Press.

Bakhtin, M.(1987). *A Cultura Popular na Idade Média e Renascimento: O Contexto de François Rabelais*. São Paulo: Editora HUCITEC.

Barbero, J. (1997). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ.

Barthes, R. (1964). *Rethorique de l'Image. Communications*, Paris: Seuil.

Barthes, R. (1976). *Introdução à Análise Estrutural da Narrativa*. IN: *Análise Estrutural da Narrativa: pesquisas semiológicas*. Petrópolis: Vozes:

Baudrillard, J.(1991). *Simulacros e Simulação*. Lisboa: Relógio D'água.

Baudrillard, J.(2007). *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Arte e Comunicação.

Becker, I. (1961). *Humor e Humorismo - Paródias*. Rio de Janeiro: Editora Brasiliense .

Benjamin, W. (1994). *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. São Paulo: Brasiliense.

Bergson, H. (1993). *O Riso: Ensaio sobre o significado do cómico*. Lisboa: Guimarães Editores.

Berciano, R. (1999). *La comedia enlatada: de Lucille Ball a los Simpsons*. Barcelona: Gedisa.

- Bianchi, A. (2005). *Forma y contenido de una práctica teatral comunitaria*. Argentina: Morgan impresores,
- Bourdieu, P. (1997). *Razões Práticas*. São Paulo: Papirus.
- Bourdieu, P. (1996). *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Boorstin, D. J. (1985). *Os Criadores: uma História da Criatividade Humana*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Brandão, J. (2001). *Teatro Grego-tragédia e Comédia*. Lisboa: Vozes.
- Brody, L. (2003). *Television writting from inside out*. New York: Applause, Theatre and Cinema Books.
- Byrne, J. & Powell, M. (2003). *Writing Sitcoms*. London: A & C Black.
- Cano, P. (1999). *De Aristóteles a Woody Allen. Poética y Retórica para Cine y Televisión*. Madrid: Gedisa.
- Carlos, C. (2006). *Em tempo real*. São Paulo: Alameda.
- Carlson, M. (1997). *Teorias do Teatro: estudo histórico-crítico, dos gregos à atualidade*. São Paulo: Fundação Editora da UNESP.
- Casey, B. et al. (20012). *Television Studies: The Key Concepts*. London/New York: Routledge.
- Chauí, M. (2006). *Simulacro e Poder: uma análise da Mídia*. São Paulo: Perseu Abramo.
- Ciribelli, M. (1995). *O teatro romano e as comédias de Plauto*. Rio de Janeiro: Sette Letras.
- Charney, M. (1978) *Comedy High and Low: An Introduction to the Experience of Comedy*. New York: Oxford University Press.
- Coelho, J. P. (1985). *Dicionario de literatura*. Porto: Figueirinhas.
- Comparato, Doc. (2009). *Da criação ao roteiro: teoria e prática*. São Paulo: Summus.
- Congreve, W. (1997) *Amendments of Mr. Collier's False and Imperfect Citations, in Restoration and Eighteenth-Century Comedy*. Edição de Scott McMillin. New York: Norton.
- Cook, J. (1982). "Narrative, Comedy, Character and Performance", in *Television Sitcom*. Suffolk: British Film Institute.
- Costa, A. (1967). *PLAUTO. Aulularia*. São Paulo: Difel.

- Creeber, G.; Miller, T; Tulloch, J. (2001). *The Television Genre Book*. London: British Film Institute.
- Cunin, M. (2008). *Shakespeare et l'architecture. Nouvelles inventions pour bien bâtir et bien jouer*. Paris: Honoré Champion.
- Danciger, K. (2003). "Nonlinear Storytelling". In: *Interactive Television Authoring and Production/Autoria e Produção em Televisão interactiva*. Lisboa: Universidade Lusófona.
- Darwin, C. (2006). *A Expressão das Emoções nos Homens e nos Animais*. Lisboa: Relógio de Água.
- Debord, G. (1997). *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Duarte, E. (2008). "Sitcom: novas tendências". *Revista interamericana de comunicação*. 7º.
- Durkheim, E. (1977). *A Divisão do Trabalho Social*. Lisboa: Editorial Presença.
- Eco, U. (1984). *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Eco, U. (1991). *A obra aberta*. São Paulo: Perspectiva.
- Ellis, J. (1982). *Visible Fictions*. London: Routledge.
- Esquenazi, J P. (2006). *Sociologia dos Públicos*. Porto: Porto Editora.
- Fechine, Y. (2001). "Gêneros televisuais: a dinâmica dos formatos", in: <http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/3195/3195.PDF> - Acesso em: 3 do jul de 2015:
- Field, S. (2005). *Screenplay: the foundations of screenwriting*. New York: Bantam Dell.
- Fiske, J. (1992). *Television Culture*. London: Routledge.
- Fiske, J. (1994). *Media Matters*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Flausino, M. (2001). "Mulher em pedaços: o seriado como gênero televisivo". Comunicação apresentada no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, in: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP14FLAUSINO.PDF> - Acesso em: 19 do Nov de 2014:
- Fo, D. (1998). *Manual Mínimo do Ator*. São Paulo: SENAC.
- Freud, S. (1960). *Jokes and their Relation to the Unconscious*. New York: W. W. Norton.
- Furquim, F. (1999). *Sitcom: definição e história*. Porto Alegre: FCF editora.
- Freud, S. (1995). *Os Chistes e sua Relação com o Inconsciente*. Rio de Janeiro: Imago.

- Gabler, N. (1999). *Vida – O Filme como o entretenimento conquistou a realidade*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Gassner, J. (1974) *Mestres do Teatro I*. São Paulo: Editora Perspectiva.
- Giovacchini, P. (1985). *Roteiro à Leitura de Freud*. Porto Alegre: Artes Medicas.
- Gracia. J. (1999). *Seinfeld and Philosophy: A Book about Everything and Nothing*. Illinois: Open Court.
- Grant, M. N. (2004). *The Rise and Fall of the Broadway Musical*. Boston: Northeastern University Press.
- Guimarães, C. (2001). *Dicionário de comunicação: Nova edição revista e atualizada*. Rio de Janeiro.
- Halbwachs, M. (2004). *A memória coletiva*. São Paulo: Centauro.
- Hall, S. (2000). "Quem precisa de identidade?". In: Silva, Tomaz Tadeu da, *Identidade e Diferença: A perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Hamelink, C. (1983). *Cultural Autonomy in Global Communications*. London: Longaman Group.
- Hardt, H. (1999). *In the Company of Media: Cultural Constructions of Communication 1920's-a930's*. New York: Westview Press.
- Hartley, J. (1992). *Tele-ology: Studies in Television*. London e New York: Routledge.
- Hartley, J. (1999). *Uses of Television*. London: Routledge.
- Helitzer, M. (2005). *Comedy Writing Secrets*. Cincinnati: Writer's Digest Books.
- Hobbes, T. (1999). *Leviatã*. Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda.
- Horton, T. (2000). *Laughing and Loud*. Los Angeles: University of California Press.
- Jablonski, B. (2010). "Transcrição do Seminário Humor I". In: <http://www.scielo.br/pdf/pc/v22n1/a13v22n1> - Obtido em 25 de Nov de 2014.
- Jacobbi, R. (1956). *A Expressão Dramática*. São Paulo: Instituto Nacional do Livro.
- Jaeger, W. (2001). *Paidéia - A Formação do Homem Grego*. São Paulo: Martins FonteS.
- José, H., & Parreira, P. (2008). "Adaptação para Português da Escala Multidimensional do Sentido de Humor (MSHS)". *Revista Referência II*.
- Kant, I. (1790). *Crítica da Faculdade do juízo*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.

Kellison, C. (2007). *Produção e direção para TV e vídeo: uma abordagem prática*. Rio de Janeiro.

Keating, P. (2006). Emotional Curves and Linear Narratives. IN: *The Velvet Light Trap*, n. 58, 2006.

Knapp, R. (2005). *The american musical and the formation of national identity*. Princeton: Princeton University Press.

Kunczik, M (1997). *Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.

Langer, S. (1953). *Feeling and form*. London: Routledge and kegan paul.

Leite, P. (2007). *A coexistência de storytellings clássico e moderno*. Lisboa: Universidade Nova FCSH.

Luft, C. (1967). "Gil Vicente". In: *Dicionario de literatura portuguesa e brasileira*. Porto Alegre: Globo.

Luckács, G. (1953). *Il marxismo e la critica literaria*. Turim: Einaudi.

Machado, A. (2005). *A televisão Levada a Sério*. São Paulo: SENAC.

Martin, R. A. (1993). "Humor, coping with stress, self-concept, and psychological well-being". *Humor: International Journal* , 6 (1), 89–104.

Martin, R. (2007). *The psychology of humor: an integrative approach*. Burlington: Elsevier Academic Press.

Mark, D. (1989). *Comic Visions: Television Comedy and American Culture*. New York: Blackwell.

Mckee, R. (1999). *Story: Substance, Structure, Style and The Principles of Screenwriting*. London: Methuen.

Mcluhan, M. (2007). *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix.

Mcquail, D. (2003). *Teoria da Comunicação de Massas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Moises, M. (1997). "*Teatro popular*" In: *A literatura portuguesa através dos textos*. SaoPaulo: Cultrix.

Meissener, S. (1999). "Humor is a funny thing: dimensions of the therapeutic dimensions of the therapeutic relationship". In: *J. Barron Humor and psyche: psychoanalytic perspectives*. New Jersey: The Analytic Press.

- Messa, M. (2006). "A cultura Desconectada: Sitcoms e Séries Norte-Americanas no Contexto Brasileiro". *UNIrevista*-vol.1,nº3. Disponível em. http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Messa.PDF- Acesso: 26 Jan. 2015.
- Meyrowitz, J. (1985). *No Sense of Place. The Impact of the Electronic Media on Social Behavior*. Oxford: Oxford University Press.
- Minois, G. (2007). *História do Riso e do Escárnio*. Lisboa: Teorema.
- Moody, R. (1979). *Humor e salud: el poder curativo de la risa*. Madrid: Editorial EDAF.
- Montes, José Ares (1992). "Bodas y divorcio del teatro hispano-portugués". In: Congresso Luso-Espanhol De Teatro, I. Coimbra, 23 a 26 de setembro de 1987. Coimbra: Livraria Minerva.
- Morgado, P. (2011). *O Riso em Bergson. Mecanismos do Cômico*. Lisboa: Babel.
- Morin, E. (1989). *Cultura de Massas no Século XX*. Vol. 1: Neurose. O Espírito do Tempo. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Mitry, J. (1990) *Esthétique et Psychologie du Cinema*. Paris: Editions Universitaires.
- Neale, S. (1990). *Popular film and television comedy*. London: Routledge.
- Newman, M. (2006). From Beats to Arcs: Toward a Poetics of Television Narrative. IN: *The Velvet Light Trap*, n. 58.
- Nietzsche, F. (1992). *O Nascimento da Tragédia*. São Paulo: Companhia da Letras.
- Pretorius, E. J. (1990). "Humor as defeated discourse expectations: Conversational exchange in a Monty Python text. Humor". *International Journal of Humor Research* 3, 259-276.
- Palmer, J. (1987). *The logic of the absurd: on film and television comedy*. London: British Film Institute.
- Robinson, V. (1991). *Humor and the health professions: the therapeutic use of humor in health care*. Thorofare: Slack Incorporated.
- Rosenberg, B. & White, D. (1970). *Cultura de massa*. São Paulo: Graal.
- RTP. (2013). RTP1 - Episódio 1 - O que nos faz Rir, in: <http://www.rtp.pt/play/p1117/e112678/o-que-nos-faz-rir> - Obtido em 24 de 11 de 2014.
- RTP. (2013). RTP1 - Episódio 2 - O Que Nos Faz Rir, in: <http://www.rtp.pt/play/p1117/e112675/o-que-nos-faz-rir> - Obtido em 24 do 11 de 2014.
- Ruch, W. &. (1993). "Humor appreciation and needs: Evidence from questionnaire, self-rating, and peer-rating data. Personality and Individual Differences". In: *Personality*

and Individual Differences Understanding humor styles: *Science Direct*, in: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886913000688> - Acesso: 23 Jun 2015

Ruch, W. &. (1998). "A temperament approach to humor". *Science Direct*. In: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886913000688> - Obtido em 15 de 6 de out 2014.

SANTOS, L. (2003). "Os seriados brasileiros, tentativas de apontar o lugar do gênero na produção televisual". In: Congresso Brasileiro De Ciências Da Informação", 26. Belo Horizonte/MG, 2003. *Anais eletrônicos*. São Paulo: Intercom, 2003. Acesso: 2 jUL. 2015. Disponível em <http://reposcom.portcom.intercom.org.br> SOUZA, José Carlos Aronchi de. Gêneros e formatos na televisão brasileira. São Paulo: Summus, 2004.

Saraiva, L & Canito, N. (2004). *Manual do roteiro, ou Manuel, o primo pobre dos manuais de cinema e TV*. São Paulo: Conrad Editora do Brasil.

Sattler, P. (1992). "R. Ballet Méchanique: the art of George Herrimann. IN: *Word and Image*, vol. 8, n.02. Taylor & Francis Ltd.

Seger, L. (2006). *Como criar personagens inesquecíveis*. São Paulo: Bossa Nova.

Seldes, G. (1952). *Writing for television*. New York: Doubleday & Company, inc.

Sodré, M. (1984). *A máquina de Narciso: televisão, indivíduo e poder no Brasil*. Rio de Janeiro: Achiamé.

Sodré, M. (2007). *Sobre a televisão*. In: Rocha, Everardo (org.). *Cultura Brasileira. Reflexões, análises e perspectivas*. Rio de Janeiro: Desiderata.

Souza, J. (2004). *Gêneros e formatos na televisão Brasileira*. São Paulo: Summus.

Svebak, S. (1996). The development of the Sense of Humor Questionnaire. *International Journal of Humor Research* 9.

Teatro (2010). "Dossier temático dirigido às Escolas - A História do Teatro". Palmela. Disponível em: <https://arquivo.wikispaces.com/file/view/Hist%C3%B3riadoteatro.pdf>- Acesso: 15 Ago. 2015

Tessari, R. (1992). *Commedia dell'Arte: la Maschera e l'Ombra*. Milano: Mursia.

Thorson, J. (1993). Development and validation of a multidimensional sense of humor scale. *Journal of Clinical Psychology*.

Todorov, T. (2006). *As Estruturas Narrativas*. São Paulo: Perspectiva, 2006.

Travaglia, L. C. (1990). Uma introdução ao estudo do humor na lingüística. *Revista de Estudos em Lingüística Teórica e Aplicada*, vol. 6.

- Truffaut, F. (2010). *Hitchcock/Truffaut – entrevistas*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Trueno, P. (2005). *La TV es fantástica. Breve historia de las series que nos invadieron*. Málaga: Centro de Ediciones de la Diputación Provincial de Málaga.
- Vandaele, J. (2002). *Humor Mechanisms in Film Comedy: Incongruity and Superiority*. In: *Poetics Today*. University of Oslo: Porter Institute for Poetics and Semiotics.
- Vandaele, J. (2011). *Narrative Humor (I): Enter Perspective*. IN: *Poetics Today*. University of Oslo: Porter Institute for Poetics and Semiotics.
- Varey, J. (1987). *Cosmovisión y escenografía: el teatro español en el Siglo de Oro*. Editorial Castalia.
- Vasconcellos, L. P. (2009). *Dicionário de Teatro*. Porto Alegre: L& PM.
- Veneziano, N. (1996). *Não adianta chorar: teatro de revista brasileiro... Oba!*. Campinas: UNICAMP.
- Vogler, C. (2009). *A jornada do escritor*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Wilson, M.; Cardoso, C.; Jacobina, E. (2000). Humor na TV. In: COMPARATO, Doc. *Da criação ao roteiro*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Yanal, R. J. (1996). The paradox os suspense. *British Journal of Aesthetics*. Oxford University Press. Vol. 36. N° 2, April.
- Zillmann, D. (1980). "Anatomy of suspense". In: Tannenbaum, P. H. (org.). *The Entertainment Functions of Television*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.