

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE



INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL

CINEMA E AUDIOVISUAL

**A “TELEVISÃO DE QUALIDADE” E A “COMÉDIA” NA TV PAGA NORTE
AMERICANA:**

QUANDO COMÉDIAS SE TORNARAM DRAMAS DE 30 MINUTOS?

RÉGIS PEREIRA REGI DA SILVA

Niterói – Rio de Janeiro

2017

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE



INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL

CINEMA E AUDIOVISUAL

A “TELEVISÃO DE QUALIDADE” E A “COMÉDIA” NA TV PAGA NORTE

AMERICANA:

QUANDO COMÉDIAS SE TORNARAM DRAMAS DE 30 MINUTOS?

RÉGIS PEREIRA REGI DA SILVA

Monografia apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Cinema e Audiovisual. Orientação: Profa. Dra. Lia Bahia Cesário.

Componentes da banca: Profa. Dra. Elianne Ivo Barroso e Profa. Dra. Mayka Juliana Castellano Reis.

Niterói – Rio de Janeiro

2017

AGRADECIMENTOS

Dedico meu trabalho primeiramente à minha família: Thaís, minha irmã, melhor amiga e companheira com quem sempre posso contar. Meus pais, Dalila e Regi, pelo suporte não apenas financeiro, mas por apoiarem meu objetivo de estudar Audiovisual e me permitirem mudar de estado antes mesmo de completar 18 anos. Agradeço ao Jocimar que me ajudou a encontrar praticamente toda a bibliografia utilizada nesta monografia e que me ouviu incessantemente e pacientemente comentar sobre o tema. Obrigado Alice, pela companhia nas muitas noites insones e constantes incentivos em forma de 140 ou mais caracteres. À minha orientadora, Lia Bahia Cesário, por toda paciência, contribuição e esforço despendido. À Rebeca pelo apoio e companheirismo durante toda a graduação. E à Maria Vitória, a dona de uma das melhores risadas que já ouvi e nem Henri Bergson é capaz de explicar.

“Se eu puder mudar a mente de uma pessoa sobre a televisão, tudo valeu a pena.”

Trecho falado por Christine Campbell retirado do episódio 21 intitulado *Get Smarter* da 5ª temporada de *The New Adventures of Old Christine*.

RESUMO

Este trabalho monográfico busca abordar o gênero cômico e sua manifestação no cenário televisivo pago norte americano contemporâneo. Primeiramente, partirei da história, conceitos filosóficos e sociais do gênero para minimamente compreendê-lo e defini-lo, para então se ter a possibilidade de explorá-lo em um contexto da indústria televisiva que costumeiramente tem sido validado e associado ao termo “televisão de qualidade”, que por sua vez é quase que exclusivamente relacionado a produções dramáticas. A HBO foi o canal escolhido para propor a implosão do conceito “televisão de qualidade”, por conta de seu discurso institucional, de papel direto na consolidação da terminologia, por sua reputação e sua relevância na conjuntura e historiografia do audiovisual. E posteriormente, será analisada a dramédia *Enlightened* (2011), da própria HBO, com intuito de expor paradoxos mercadológicos do panorama televisivo pago norte americano contemporâneo e concomitantemente evidenciar a “dramédia” como um gênero neste contexto.

Palavras chave: comédia; televisão de qualidade; HBO; dramédia; *Enlightened*.

ABSTRACT

This undergraduate thesis seeks to approach the comic genre and its manifestation in the contemporary US pay television scenario. Initially, I will start from the history, philosophical and social concepts of the genre in order to minimally understand and define it, opening the possibility to explore it in a context of the television industry that has usually been validated and associated with the term "quality television" - which in turn is almost exclusively related to dramatic productions. HBO was the channel chosen to propose the implosion of the concept of "quality television", because of its institutional discourse, its direct role in the consolidation of terminology, its reputation and its relevance in the conjuncture and historiography of the audiovisual. And finally, using HBO's dramedy *Enlightened* (2011) to expose market paradoxes of the contemporary US pay TV and concomitantly highlight "dramedy" as a genre in this context.

Key words: comedy; quality television; HBO; dramedy; *Enlightened*.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	6
1. A COMÉDIA E O RISO	8
1.1. O riso por Bakhtin, Pirandello, Bergson e Jéssica Neri dos Reis Neves	9
1.2. A progressão histórica do riso	13
1.3. Comédia como um gênero marginalizado	17
2. HBO E A CONSOLIDAÇÃO DO TERMO “QUALITY TELEVISION”	20
2.1. História e Surgimento do Home Box Office	21
2.2. O Discurso e a Construção da Marca	26
2.2.1. HBO e a polissemia da “qualidade”	26
2.2.2. HBO, uma das várias faces da Time Warner	27
2.2.3. HBO e o risco de paridade no mercado	28
2.2.4. HBO e o ilícito como produto	29
2.2.5. HBO como expoente na post-network era	30
2.2.6. HBO como “não televisão”?	30
2.3. Conceito de “televisão de qualidade”	32
3. A MATERIALIZAÇÃO DO CÔMICO(?) NA HBO E O CASO ENLIGHTENED	36
3.1. A dramédia como gênero	36
3.2. A desmonopolização da “televisão de qualidade” e os gêneros narrativos na TV norte americana	41
3.3. O caso Enlightened	48
CONSIDERAÇÕES FINAIS	54
BIBLIOGRAFIA	56

INTRODUÇÃO

A frase “*raised by television*”¹ sempre me causou muita inquietação, e de certa forma identificação também. O impacto e a presença do eletrodoméstico em minha vida alcançaram tamanha magnitude que acabou se tornando um dos principais motivadores a cursar Cinema e Audiovisual na Universidade Federal Fluminense, tendo como principal intuito e objetivo de estudar em especial essa janela. Durante toda a minha trajetória acadêmica o interesse foi ampliado e ainda mais explicitado, que culminou na escrita desta monografia que remetem diretamente ao meu principal consumo televisivo: séries de comédia.

Inspirado e contagiado por leituras sobre o conceito de “televisão de qualidade” apresentados para mim pela única disciplina obrigatória televisiva que compõe a grade curricular do curso, a disciplina de Televisão e Vídeo, ministrada pelo professor Felipe Muanis, sempre me causou incômodo a (constante) recorrência que lia em textos, livros e artigos nos quais teóricos e acadêmicos da área audiovisual desprestigiavam a televisão em função e em comparação à “Sétima Arte”, e como essa janela só é validada a partir de um momento histórico bastante específico (final e virada do último século) em que ela se apropria discursivamente de uma linguagem que se lê como “cinematográfica”. Mas o motivo principal de inquietação é como esses produtos televisivos que usam dessa linguagem e características menos televisivas e mais “cinematográficas” são coincidentemente e exclusivamente aplicadas a séries dramáticas e, somente elas, podem ser consideradas televisão de qualidade (se é que a aplicação prática dessa terminologia realmente exista).

Mesmo que o tema houvesse sido cogitado diversas vezes como tópico monográfico, a ausência do uso ou até mesmo da possibilidade de um produto televisivo cômico poder ser considerado “televisão de qualidade” foi de certa forma um motor temático dos trabalhos da disciplina de Pesquisa em Cinema e Audiovisual ministrada pelo professor Fernando Morais, que culminou na escolha definitiva do tema.

Tenho como objetivo desta monografia propor um mapeamento histórico-cultural do cômico, e a partir disso uma análise de gênero em comédias dos canais pagos norte-americanos, mas principalmente os classificados como *premium* (por exemplo: HBO, Starz, Showtime, entre outros, porém dando uma atenção especial à HBO), e também sugerir um apontamento dessas emissoras que dramatizam suas produções cômicas como artifício de diferenciação e

¹ Criado pela televisão.

legitimação de seus produtos, no caso, a comédia não risível e assim discorrendo sobre a visibilidade (ou a falta dela) do gênero(?) “dramédia” no cenário televisivo norte americano atual.

Pretendo também utilizar a comédia *Enlightened* da HBO como exemplo e estudo de caso em contraposição à fama e lógica do canal que se evidenciam e se sustentam com seus aclamados e considerados “*quality dramas*” (dramas de qualidade), que adquirem essa terminologia devido à teorização de vários acadêmicos e críticos especializados.

A referência principal usada nesta monografia é o livro *Television's Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER* do Robert J. Thompson, que apresenta um apanhado de características, lidas majoritariamente como cinematográficas, que visivelmente podem ser identificadas nas obras da HBO. Canal esse que defende uma suposta superioridade de suas produções em virtude do desapego de uma lógica televisiva hegemônica, no caso, emissoras abertas e sua devoção para com os anunciantes. E assim representando até então uma contra hegemonia no mercado televisivo, consistindo em um hipotético porto seguro para realizadores atingirem o *status* de autores (tal qual uma figura de um(a) diretor(a) em um produto cinematográfico) e se legitimando ao promover um conteúdo que se aproxima mais de um conceito de “arte” (no caso, o cinema) do que outras séries difundidas por emissoras concorrentes.

CAPÍTULO I: A Comédia e o riso

Primeiramente, antes de colocar em voga essa suposta tendência que me proponho em apontar nos canais pagos norte-americanos, acho importante discorrer sobre o humor, a sua essência, e a trajetória do cômico (e também do riso) tendo um olhar histórico, filosófico e cultural perante ao gênero. E também levar em conta as suas peculiaridades, que se destacam principalmente quando comparadas a outros gêneros, especialmente em função ao drama, gênero que farei menção e o categorizarei narrativamente de forma mais extensa no capítulo II.

Para já estabelecermos um contraponto inicial com a comédia que será retratada de forma profunda neste capítulo, usarei da definição do dramático de acordo com o livro *Manuais de Cinema II - Gêneros Cinematográficos* de Luís Nogueira. O autor alega que o drama busca sempre a seriedade nos fatos, usando como objeto o ser humano típico, normal, dentro de situações cotidianas que podem variar de complexidade, mas que impreterivelmente implicam em questões afetivas ou polêmicas sociais. Nogueira aponta uma vivência mais prosaica do sujeito, que tem como objetivo explorar as suas consequências emocionais mais profundas. Esta atenção ao prosaico tende, por isso, a aproximar o drama de um registro objetivo e analítico, ainda que, frequentemente, crítico, procurando efeitos de realismo, de reflexão e de problematização acerca da sociedade e das suas normas e valores, bem como acerca do lugar do indivíduo, das suas errâncias ou das suas tensões (NOGUEIRA, 2010, p. 23). Ao contrário da comédia, que evidencia as fragilidades ou vícios humanos.

Na obra *Partes dos Animais*², Aristóteles usa a seguinte frase: “O homem é o único animal que ri”, com o intuito de discorrer à respeito do fato de como o riso é intrínseco a essência do ser humano, mesmo que o possamos definir sob um olhar extremamente prático e material como literalmente apenas um estímulo desencadeador do reflexo motor, fruto da contração coordenada de 15 músculos faciais, porém, em contra partida, por outro lado também podemos olhá-lo com uma atenção especial e divagar sobre a sua complexidade que se estende para as mais diversas áreas de estudos, desde a psicologia, filosofia, literatura, linguística e inclusive o audiovisual.

Neste campo de estudos veremos como se possuem mais incertezas do que constantes, pois o gênero e suas teorias foram concebidas e refletem diretamente em diferentes períodos histórico-socioculturais e a sua função é colocada em evidência dentro de cada um destes

² ARISTÓTELES, *Partes dos animais*, m, 10, 673a.

contextos que serão mencionados a seguir. Também será possível observar que as questões levantadas no capítulo são vertentes e conceitos apresentados por cânones da área que tem como intuito mostrar a complexidade do cômico e como essa não é uma concepção fechada e definitiva, mas principalmente salientar as múltiplas interpretações e considerações ao seu respeito.

A mestre em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense, Jéssica Neri dos Reis Neves, em sua tese intitulada *A Serialização Cômica: Estratégias de Serialização da Narrativa Cômica em Comic Strips* propõe um mapeamento extremamente detalhado do gênero e suas principais características e peculiaridades. Usando-a como principal referência, partirei de suas considerações como ponto inicial desta monografia para melhor compreensão dos capítulos seguintes que irão tanger tópicos e características desse mapeamento que nos conduz desde a antiguidade até a contemporaneidade.

1.1 – O riso por Bakhtin, Pirandello, Bergson e Jéssica Neri dos Reis Neves

Introduzindo com Umberto Eco, a partir da obra *Storia della Bruttezza* (2007), de acordo com o autor, Jéssica apresenta a comicidade como antítese do belo, por conta da sua falta de harmonia. Eco explicita o riso na Idade Média, e que seu alvo eram os desvios e as deformações e classifica o cômico como uma forma de arte que se caracteriza pela perda e rebaixamento de uma harmonia instituída ou pela mecanização de comportamentos tidos como normais. Mas também, deixando claro que a obscenidade não é contemplada por essa caracterização.

Porém, logo no parágrafo seguinte, em contraposição à Idade Média, Jéssica parte para o Renascimento com o intuito de esclarecer a mudança de aceitação do gênero cômico. Pois nesse período, o obsceno medieval adquire valor positivo, sendo apropriado artisticamente. Nessa sociedade que pregava a prevalência do humano sobre o divino, o obsceno torna-se uma orgulhosa afirmação dos direitos do corpo, tornando a deformidade grotesca uma expressão gloriosa (ECO, 2007, p.142). O principal expoente dessa apropriação é a obra de Rabelais, analisada por Bakhtin. A partir dessa análise, Bakhtin deixa implícito um possível caráter ambivalente do riso. Já que o riso, como veio a ser interpretado posteriormente, não é obrigatoriamente depreciativo.

Jéssica se debruça sobre a obra *A Cultura Popular na Idade Média e Renascimento* de Mikhail Bakhtin e afirma que com a instauração da hierarquia dos gêneros (século XVII), ideia

(re)tomada da Antiguidade (BAKHTIN, 1987, p.54-55), observa-se o processo de ressignificação do riso. Sendo assim, a hierarquia dos gêneros pressupõe que há gêneros inferiores e superiores, a depender do assunto que centralizam e do propósito a que servem. Com base nesse momento, as obras consideradas “divertidas”, de leitura fácil (caso das obras que provocavam o riso, como a de Rabelais) foram delegadas a uma categoria de literatura “menor”, irrelevante. À alta literatura pertenciam as obras que provinham consolação e conselhos, tais como as filosóficas ou teológicas, obras tidas como capazes de regular a vida e a morte. Esta classificação dada às obras que provocam o riso marca a consolidação de uma nova ótica sobre o fenômeno (uma ótica negativa) que, no período Renascentista, era também visto como maneira de regular a vida e a morte (BAKHTIN, 1987, p.57).

Bakhtin também, de certa forma, responsabiliza a obra de Rabelais pela a degradação do riso, que tem seu apogeu histórico no século XVI, já que de acordo com o autor russo, o século em questão mostra o início da perda do caráter universalizante do riso ligado à concepção do mundo, pois associou-se na Idade Média à “infamação dogmática” e basicamente banido do e no convívio cotidiano, no subcapítulo a seguir me proponho a esclarecer com um maior cuidado sobre esse e outros momentos históricos. Como consequência o riso passa a ser encarado então como um divertimento ligeiro ou espécie de castigo útil à sociedade para punir os indivíduos considerados inferiores e assim resultou-se na classificação das obras como literatura menor (BAKHTIN, 1987, p.58).

A dissertação agora caminha para o período da Renascença, aqui o riso possui valor, livre de ranços da Idade das Trevas, rir agora é uma profunda valoração de concepção de mundo, uma alternativa de expressão de verdade que percebe o mundo de uma forma até então vista como diferente. Bakhtin percebe, reconhece e valoriza a influência e a importância da *Poética* aristotélica para com o gênero, mas também constata que é um problema sistemático a desvalorização do mesmo, pois desde a Grécia antiga o gênero é classificado como manifestação inferior em comparação à tragédia e à epopeia. Jéssica usa da palavra “degradante” para adjetivar a definição de Aristóteles sobre a distinção de gêneros, pois o mesmo diz: enquanto a tragédia representa os homens de modo melhor do que realmente são, a comédia os representa de modo pior (ARISTÓTELES, cap. II).

Neste momento, outra vertente da concepção renascentista do riso é inspirada na Antiguidade, tomando o riso como “um princípio universal de concepção do mundo, que assegura a cura e o renascimento, estreitamente relacionado aos problemas filosóficos mais

importantes (...), à maneira de aprender a ‘bem morrer e bem viver’” (BAKHTIN, 1987, p.60). Já que o riso também neste momento é e possui uma potência criadora e regeneradora.

Bakhtin muito contribuiu ao nos ajudar a entender a marginalização da comédia como gênero e também toda a desvalorização de suas outras manifestações por meio de sua análise histórico-sociocultural. Além do mais, ele deixa implícito o caráter múltiplo do riso (o destrinchando e enumerando formas reduzidas do mesmo, sendo elas: o humor, a ironia e o sarcasmo, dentre outras), que não necessariamente ridiculariza (ao contrário do que afirmam Pirandello e Bergson, como veremos a seguir), ou seja: o riso, como veio a ser interpretado posteriormente, não é obrigatoriamente depreciativo, em contraposição a outros estudiosos, já que veremos que tanto Pirandello quanto Bergson elucidam a respeito do riso e o cômico por uma abordagem pejorativa, inclusive uma das leituras possíveis que poderá ser feita é o riso como degradante, ligado à ridicularização e à superioridade.

As análises da Jéssica Neri que discutem Luigi Pirandello e Henri Bergson são diretamente influenciadas e atravessadas pelo livro *Sobre os Espelhos e Outros Ensaios* de Umberto Eco de 1989. No qual problematiza as definições do objeto que esta monografia se propõe a tratar no capítulo intitulado “Pirandello ridens”.

Para Pirandello, uma de suas principais motivações para tratar o humorismo em seu artigo é a hierarquização dentro do próprio gênero. O dramaturgo italiano acreditava em valores artísticos distintos dentre as próprias obras cômicas, e por conta disso, o mesmo usa do rótulo “humorístico” para conseguir segregar tais obras.

O dramaturgo compromete-se em questionar uma das maiores e recorrentes problemáticas quanto a esse gênero, no caso, a nomenclatura, tendo em vista a dificuldade de delimitar traços comuns às expressões do gênero. O autor cognomina e critica o riso como pressuposto comum e geral, visto que para ele limitar o humorístico ao que provoca o riso é por demais redutor. (PIRANDELLO, 1920, p.03)

Pirandello se apropria de conceitos de Gian Paolo Richter, que difere o cômico clássico do moderno, com o objetivo de definir as particularidades que foi capaz de observar nas obras que se inserem no gênero. Segundo Richter, o cômico clássico é aquele atrelado ao ridículo e que produz o riso indiferente (modelo da expressão cômica em Aristóteles), enquanto o moderno produz o riso filosófico, dotado de compaixão e simpatia, esvanecido do ridículo. O

cômico moderno pressupõe a ausência de superioridade e distanciamento emocional, embora permaneça o desvio, mas este encarado com tolerância. (PIRANDELLO, 1920, p.08)

Como podemos ver percebe-se uma certa semelhança com a Antiguidade, novamente vemos o real e o ideal sendo retratado, mas agora sob uma nova particularidade: ambos são incluídos no mesmo gênero. Visto que o cômico é a advertência desta contradição e o humorismo é o sentimento que advém da percepção desta contradição uma vez que se faz uma reflexão sobre ela, denominado por Pirandello como “sentimento do contrário”. (PIRANDELLO, 1920, p.68)

A mestre em comunicação conclui sua análise em Luigi Pirandello de forma bastante incisiva em relação ao posicionamento do dramaturgo italiano sobre uma certa forma de reforçar uma hierarquização de gêneros, independentemente do fato de que desta vez a categorização esteja englobada um gênero único. A crítica da autora da dissertação, ao meu ver, posiciona-se com uma maior rigidez na insistência da oposição entre riso e compaixão, sendo esta primeira expressão sinônimo de distanciamento emocional, no raciocínio de Pirandello, irreflexão. (NEVES, 2012, p. 34)

Quanto a Henri Bergson, autor do ensaio *O Riso: Ensaio Sobre a Significação do Cômico*, pondera sobre o riso e a comicidade sob uma perspectiva da essência do gênero e a sua relação direta para com a prática do riso, estendendo sua reflexão também à organização poética do gênero. A obra consiste na compilação de três artigos autorais, e são uma tentativa de explorar o tema, partindo das características essenciais do cômico e chegando a suas implicações poéticas.

Bergson elege, elava e incumbe ao riso a função social de corrigir a sociedade. Que possuirá como tarefa retificar as infrações e revelar os defeitos: “O riso é, antes de tudo, um castigo. Feito para humilhar, deve causar à vítima dele uma impressão penosa. A sociedade vinga-se através do riso das liberdades que se tomaram com ela. Ele não atingiria o seu objetivo se carregasse a marca da solidariedade e da bondade”. (1983, p. 99-100)

O autor defende que o maior opositor ao riso é a emoção. Pois, para o riso obter tal caráter punitivo, é preciso que haja nele duas características substanciais: insociabilidade e insensibilidade. A indiferença precisa prevalecer e ser preservada em contraposição aos sentimentos, para que o riso seja um resultado de dormência e anestesia do coração e da

empatia. Logo, a insensibilidade permite que o qualquer ser humano ria de desvios, defeitos ou vícios, sejam eles graves ou não.

Um principal (e problemático) ponto que Bergson defende, é o cômico a partir das expressões cômicas que visam a produção do riso, uma vez que ele parte da premissa de que há uma relação intrínseca entre os dois. Diferente da autora da dissertação, que parte do princípio que é realmente complexo de ser afirmado que não existe comicidade para além do riso. Mesmo que o riso é o efeito visado na organização poética do humor, ainda que este não seja alcançado, a narrativa cômica o tem como objetivo e é com este fim que ela se estrutura. (NEVES, 2012, p. 36)

1.2 – A progressão histórica do riso

Fernando Moreno da Silva, Doutor em Linguística e Língua Portuguesa da UNESP, expõe no artigo *As Várias Faces do Riso*, publicada na revista online *Travessias* Vol. 4, nº 1 em 2010, defendendo como o riso se confunde com a própria história do homem. O seu artigo se inicia ao abranger e contextualizar o cômico em sua origem e suas vicissitudes. Partindo da mitologia grega, Fernando narra uma história protagonizada por deuses gregos e como riso nasce de uma tentativa falha em que Zeus tenta provocar ciúmes em Hera.

Ao fazer uma progressão histórica, o autor avança para o ano no qual surgiram inicialmente os concursos de tragédia, em 501 a.C. e as comédias, quatro anos mais tarde. Já naquela época a comédia surgiu como arte secundária, tendo como função de mera descontração, pois de acordo com o autor, elas eram apresentadas nos intervalos de grandes peças. Era característico dessa época retratar as diferenças de forma um tanto quanto pejorativa, uma vez que usava do ridículo para colocar numa lente de aumento os defeitos humanos. Enquanto a tragédia já era considerada “a grande arte”, por se tratar de narrativas que mostravam ações de completude e elevação, assim objetivando o homem a melhorar, aproximando-o dos deuses.

Já em 342 a 292 a.C., com Menandro, considerado o principal contribuidor da nova comédia, veio para tratar o riso de uma forma muito familiar de como será posteriormente também será retratado, sob o olhar do entretenimento. O riso nesta ocasião era um alívio para as angústias e temores, permitindo ao público esquecer seus problemas. (SILVA, 2010, p. 214)

Agora analisando uma vertente que retrata o outro lado da ambivalência da comédia, já que para alguns o riso era algo positivo, e para outros nem tanto. Platão se encaixa dentre os inúmeros teóricos que olham para esse objeto com olhos mais pessimistas, que por sua vez formula em sua obra *Filebo* um embasamento que tem como objetivo diferenciar riso e o risível. Em trechos desse livro, vemos claramente que para ele o riso seria um prazer que engana e ilude, próprio da multidão medíocre de homens desprovidos de razão. Para concluir o segmento referente a Antiguidade, Fernando afirma que nesse período em geral os filósofos e pensadores condenavam a prática do riso, pois a sua prática afastava do homem o conhecimento e era fonte que promovia unicamente prazer.

Já na Idade Média, tendo um olhar pelo viés estritamente teológico e voltado principalmente para o cristianismo, os estudiosos que tinham contato com textos religiosos declaravam que o que diferencia o homem de Deus é o próprio riso. Logo, pode-se interpretar que essa prática é inerente ao homem, tendo em vista que ao usar a bíblia como uma referência, não há um registro escrito que Jesus expressou alegria através do riso. Logo os estudiosos (filósofos e teólogos) condenavam o riso pelo simples fato de ser uma mera demonstração de humanidade.

Novamente, usando a bíblia como referência. Nota-se que a manifestação do riso é exclusiva ao que chamamos de Antigo Testamento. São os inúmeros exemplos que podemos ver citados neste artigo, no entanto, no Novo Testamento prega-se que o riso é diabólico, logo deve ser condenado. A partir de então, é proibido rir. O mais ferrenho adversário do riso, entre os seguidores do Cristianismo, foi João Crisóstomo (344 a 407 d.C.), qualificando o riso como satânico. Se colocassem em prática seus sermões, jamais o homem exibiria seus dentes. Nos mosteiros na Alta Idade Média, era violentamente punido, lançando mão até de chicotes para infligir os transgressores. (SILVA, 2010, p. 216)

Na própria Idade Média, o autor deste artigo nos elucidava como esse período em especial usou da manipulação do conceito de comicidade em prol de seus próprios interesses dogmáticos e agendas políticas. E como apenas a partir do século XIII que os teólogos diferenciaram os tipos de risos. Essa distinção apresentava o tipo bom de riso, exprimindo felicidade, porém de forma sempre contida e silenciosa. E o tipo ruim, que seria barulhento, descontrolado, o riso com finalidade de zombaria.

Entretanto, durante esse período o continente europeu se vê devastado por inúmeros acontecimentos, tais quais: Guerra dos Cem Anos, peste negra, rumores da vinda do anticristo

e entre outros. Portanto, dado esse contexto histórico da Europa no século XIV, o que Bakhtin aponta o “riso grotesco”, (o único que) passa a não ter uma conotação negativa, pois será simplesmente encarado como uma recreação. Consequentemente, neste meio tempo, vemos o uso do riso como um placebo em meio a um período de tanto sofrimento generalizado. Contudo, ainda era papel da igreja recomendar que os pais não rissem diante dos filhos, já que persistiam em considerar o riso como ato diabólico e de blasfêmia.

Apesar de toda a censura da Idade Média, o Renascimento mostrou que lida com o riso de uma forma diferenciada. Pois, o riso para sobreviver precisou adaptar-se para com a sua nova realidade e passar por um refinamento, porque neste contexto o grotesco não possui mais lugar. Surgida na França, uma nova tendência eclode na segunda metade do século XVII, a regra é rir com inteligência, fazendo uso de métodos sutis e perspicazes para suscitar o riso, quando ele é domesticado, comportando-se de forma mais moderada. É o momento em que a ironia ganha força. (SILVA, 2010, p. 218)

Independentemente da resistência ao riso, com o advento das grandes guerras mundiais que permeiam o século XX, a sua apropriação se torna bem parecida com a que foi feita no contexto histórico da Europa no século XIV, a expressão “rir para não chorar” nunca fez tão sentido do que fez nesse cenário. Além de usá-lo para superar as catástrofes que assolaram a humanidade, também foi uma forma de superar suas vergonhas.

E por último, na sociedade contemporânea, a prática do riso mais uma vez se modifica, Fernando usa citações do autor hipermoderno Gilles Lipovetsky da obra *A Era do Vazio - Ensaios Sobre o Individualismo Contemporâneo* para expressar a ressignificação do riso nesta nova sociedade. Segundo o filósofo, a denúncia trocista correspondente a uma sociedade baseada em valores reconhecidos substitui-se um humor positivo e desenvolto, um cômico *teen-ager* à base de despropósito e sem pretensões (LIPOVETSKY, 1989, p. 131). O filósofo também adota o pensamento de que a mídia estabeleceu um ambiente “relax”, distendido, no qual o riso tem papel de destaque: “Doravante, não há entrada para ninguém que se leve a sério, ninguém é sedutor se não for simpático”. (LIPOVETSKY, 1989, p. 132). Com o passar do tempo, alteraram-se os paradigmas e o modo de se organizar e de se orientar. Nessa sociedade pós-moderna, o novo é acolhido como o velho: a inovação se banalizou; a indiferença, juntamente com o tom lúdico, é a dominante.

No decorrer do artigo o autor propõe uma diferenciação fundamental entre o cômico e o sério. No qual o primeiro é uma força que não pode ser controlada, deslizando em meio a

censuras, pois zomba do divino e infringe tabus. E o segundo, seria o completo oposto, podendo ser caracterizado pela sensatez, embasamentos teóricos e o próprio saber. Tendo tudo isso em vista, Fernando Moreno da Silva acha razoável afirmar que o antagônico do cômico, seria a seriedade e não o trágico. Uma vez que em nossa sociedade o riso ainda se vincula à inconsequência e à irrelevância, em contraposição ao sério, que hegemonicamente a “ideologia da seriedade” impõe uma postura negativa com relação ao cômico, atribuindo-lhe comportamento menos nobre ou menos erudito dentro dos padrões sociais. Ele estaria ligado aos loucos e às crianças. De acordo com essa ideia, o cômico deveria ser banido dos trabalhos científicos, pois seria frívolo, momentâneo, sendo em seguida esquecido. (SILVA, 2010, p. 220)

Fundamentado nessa distinção o artigo dirige-se ao seu segmento final, que tem como preocupação buscar e apresentar diferentes autores com objetivo de definir puramente o riso e seu valor simbólico e filosófico. O professor doutor Fernando usa de vários autores para divagar sobre a problemática, autores que já foram citados por essa monografia, por isso julgo conveniente abordar e me debruçar sobre a bibliografia que diferencia este artigo dos demais que abordam o mesmo tema.

O primeiro teórico que Fernando menciona é o filósofo alemão Arthur Schopenhauer e sua principal obra, *O mundo como vontade e representação*. A teoria do riso do filósofo alemão se relaciona intimamente com a intitulada teoria da incongruência. Percebemos nessa teoria uma reflexão filosófica e artística que vai além da questão do riso, já que conceito corresponde ao pensamento, intuição, à realidade. Segundo Schopenhauer, de acordo com Verena Alberti em *O Riso e o Risível na História do Pensamento*, a explicação do riso tem um lugar preciso: rimos da incongruência entre as duas formas de representação pelas quais apreendemos o mundo, ou, mais especificamente, pelas quais o mundo é, já que ele só existe para o sujeito. (ALBERTI, 1999, p.172). Para ele, somente as pessoas sérias e prudentes sabem verdadeiramente rir, uma vez que o riso seria o contraste entre o abstrato e o intuitivo.

O estudioso subsequente que é retratado pelo artigo corresponde ao filósofo alemão Joachim Ritter. Ritter defende que algo sempre possui dois lados, e um está sempre exposto e o outro permanece oculto, portanto essa exposição nunca será plena, visto que essa face escondida pela ordem e pelo sério, que dita o certo e o errado arbitrariamente, obriga outras possibilidades a viver sob a forma do oposto. Há diversas possibilidades de conduta dentro

duma sociedade, mas somente algumas são aceitas. A função do riso é exatamente tornar visível esse mundo excluído e reconhecer outras realidades possíveis.

A psicanálise não se esquivou em retratar o riso. Freud esclarece que em suas pesquisas encontrou várias formas que combatem a dor (loucura, êxtase, embriaguez, meditação, entre outras formas). Porém o riso mostrou-se a forma mais eficiente, por conseguinte ele é usado como uma forma de amparo contra as coisas ruins proporcionadas pela vida, além de promover prazer próprio. Não obstante os percalços da vida, o riso permite ao homem atingir uma sensação agradável. Chega-se a ela por meio da economia de um desgaste afetivo, que proporcionaria a satisfação. Ao contrário do homem triste, que se enfraquece por seus desgostos, o riso economiza a energia acumulada para encarar a dor. (SILVA, 2010, p. 222)

Após todo esse recorte voltado para a historiografia e os diferentes contextos histórico-culturais no qual o riso se condiciona, vemos como o Professor Fernando Silva fez jus ao título de seu artigo, dado que nos foi apresentado que a motivação do riso pode acontecer por diversos recursos (dentre eles: comicidade, humorismo, ironia, caricatura, paródia e sátira). Contudo, vemos a posição de pensamento de Fernando Silva ao terminar o artigo com uma afirmação do autor Paul Yonnet, que argumenta como é preciso sempre ter em mente que a função primeira do riso é celebrar o “ser social”, o riso é colocado no mesmo patamar da sociabilidade. Portanto, acima de tudo, o riso traz um senso de comunidade, também é uma forma de comunicação, até um certo nível, universal, no qual o mesmo é capacitado em transcender barreiras linguísticas e até culturais.

1.3 – Comédia como um gênero marginalizado

Já Mariana de Lima e Muniz, Professora Titular do Departamento de Fotografia, Teatro e Cinema, atuando na Pós-graduação em Artes e Curso de Graduação em Teatro da EBA/UFMG, publicou nos anais do quinto congresso da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-graduação em Artes Cênicas (ABRACE) o artigo *A Comédia - Gênero à Margem*. Mesmo que voltado diretamente para um viés teatral, a autora usa de peças teatrais cômicas para falar de sua importância política e filosófica com base em alguns dos autores anteriormente citados e também elucidando sobre uma certa hierarquização de gêneros também no teatro partindo do seguinte princípio: “Será que seriedade é sinônimo de profundidade? Será que o riso e a comédia são superficiais por definição?”

Apropriando-se de uma definição denotativa da palavra “diversão”, que segundo o Novo Dicionário Básico da Língua Portuguesa consiste em: “1. Mudança de direção para uma e outra parte; desvio, diversionismo. 2. Divertimento, entretenimento, distração” (AURÉLIO, 1995, p. 227)”. Por conseguinte, dentre um de seus possíveis significados, diversão também é subversão. A professora Mariana defende a diversificação do olhar comum das coisas, e principalmente o rompimento da lógica e introdução do fato que, por não pertencer ao conjunto de coisas possíveis a um contexto, acaba redimensionando o todo e ampliando a percepção de uma determinada realidade.

Ela também observa o fato que apesar d’*A Poética* de Aristóteles abordar vários gêneros teatrais e contribuir de forma preciosa para a descrição do gênero cômico, o livro em si propõe-se em retratar com uma atenção maior a tragédia. Logo, a autora do artigo utiliza a última obra citada como exemplo para justificar a existência da carência “de um olhar descritivo de seus procedimentos que possa, a partir dessa bagagem erudita, equipará-la à tragédia”. (MUNIZ, 2008, p.1)

Ainda com o intuito de dar a diversão um olhar mais aprofundado e com uma potência maior do que podemos vê-la ao ser retratada hegemonicamente, o artigo prossegue fazendo uma ligação direta entre Aristóteles e Umberto Eco através da interpretação da obra *O Nome da Rosa*, em que a autora usa a ficção para explicitar e questionar a desvalorização cômica na história, já que a obra de Eco narra um mosteiro na Idade Média no qual as únicas formas de organização possíveis são regidas por ordem, regra e a disciplina. Entretanto, misteriosamente monges começam a ser brutalmente assassinados sem uma razão aparente. Com o desenvolver da narrativa, descobre-se que na biblioteca deste mosteiro havia o único exemplar da Comédia de Aristóteles (para ser mais exata, a autora especifica que se trata da ocultação de uma suposta segunda parte de *A Poética* que trataria da comédia). Ao se aproximar do final, revela-se que havia veneno nas páginas do livro e quem o lê com o péssimo hábito de lamber as pontas dos dedos para virar as suas páginas, o leitor acabaria morto. Tendo a ficção como referência, desconfio que seria muito ceticismo da parte de qualquer um que possua dúvidas sobre a potência inerente ao cômico e o seu poder de minimamente subverter (ou apontar para) outras formas de se ver a sociedade, o que é extremamente perigoso em uma estrutura social que não permite mudanças, ‘diversões’. (MUNIZ, 2008, p.2)

Mariana Muniz continua sua análise do gênero com Umberto Eco e também entre outros autores, como Bakhtin e Bergson, utilizando uma bibliografia bastante semelhante com

argumentos citados por outras das referências utilizadas nesta monografia, porém acho que maior contribuição do artigo “A Comédia - Gênero à Margem” são as suas inferências e correlações únicas que não foram feitas por outros teóricos que tive contato.

Por fim, depois de todas as citações e aplicações dos mais diversos conceitos da comédia, em suas considerações finais a professora doutora conclui fazendo um apelo claramente voltado para a área teatral (MUNIZ, 2008, p. 3-4), entretanto, apelo esse que pode facilmente ser adaptável para outras áreas que englobam o gênero. Seja o teatro, a literatura e até mesmo o audiovisual.

É preciso estar atento, pois a desvalorização da comédia é um processo histórico que tem a ver com a negação do popular, do espontâneo, do instintivo, em pró de uma cultura única, sempre séria e racional, sempre “elevada”. A convivência entre comédia e tragédia, entre o riso e o choro, estão na base do teatro e da vida. Eliminar uma dessas dimensões pode ser bastante conveniente à manutenção da ordem e dos valores estabelecidos. O que nos preocupa é que, sem perceber o contexto histórico e político da desvalorização do cômico, nossos estudantes acabem repetindo um pensamento que é prejudicial à vida e também ao próprio teatro. Segundo Wright: “Este é o real elitismo no teatro: acreditar que a comédia é incapaz de ser profunda e, conseqüentemente, é sempre superficial e, em sua essência, trivial” (WRIGHT, 2006: XV).

Atentando-se ao poder e potencial crítico e ao caráter revolucionário intrínseco ao riso e ao cômico como vimos neste capítulo, compartilho da insatisfação de Mariana Muniz quanto aos retratos (ou a falta deles) do gênero na academia. Rodrigo Seabra em seu livro *Renascença: a Série de Tv no Século XXI* aponta um preconceito que persiste quanto às séries cômicas, expressando que ainda persiste um discurso que prega uma certa desnecessidade de investimento cerebral ao consumir comédias, contudo, o autor defende essas produções, pois apesar da demora de encontrar novas formas de se reinventar, recentemente, produções alternativas que caminham em paralelo com as produções mais tradicionais do gênero, se tornaram mais evidentes abordando situações menos óbvias, melhor trabalhadas e debatem mais incisivamente temas sociais. Em função disso, nos capítulos seguintes analisarei historicamente a emissora HBO e a sua programação para demonstrar que apesar da sua fama, produções dramáticas são minoria em seu histórico de seriados ficcionais, e também veremos a seguir que apesar de ser o gênero dramático que legitima a emissora no mercado, o preço disso é a negligência por parte de seu discurso a respeito de suas manifestações cômicas.

CAPÍTULO II: HBO e a consolidação do termo “*quality television*”



A imagem acima foi retirada do episódio piloto da série *30 Rock*, a icônica frase falada pela personagem Liz Lemon foi usada num contexto no qual a personagem, que é produtora do ficcional programa *The Girlie Show* da NBC, está tentando convencer um ator que é estrela de cinema se juntar ao elenco do programa produzido por ela. Porém, o grande ator de cinema pede muitas condições em troca de sua possível e eventual contratação e por isso a personagem responde: “Não é HBO. É TV” fazendo uma clara referência e piada com o slogan da HBO (*It's not TV, it's HBO*) e ao modo de produção do canal, que é conhecido por produções extremamente caras e consideradas “sofisticadas”.

Portanto, neste capítulo terei como intuito discorrer sobre a historiografia do canal HBO, elucidando sobre o que ele publicita, juntamente tentar compreender o significado de sua marca para com a indústria que está inserido e apresentar alguns dos diferentes (porém, nem tanto) conceitos de televisão de qualidade segundo certos cânones bibliográficos da área televisiva.

O conceito de “quality television”³ é algo bastante posterior ao surgimento da janela de exibição em questão. Normalmente atrelada às produções dramáticas, essa terminologia representa uma construção discursiva mercadológica extremamente carregada de sentidos e significados incrivelmente específicos e bem delimitados, e em minha opinião, bastante problemáticos também. Porém, usarei dela para demonstrar que a indústria se mostra muito

³ Televisão de qualidade.

mais complexa e muitas vezes controversa em relação a esse conceito e sua aplicabilidade prática.

Mesmo sendo possível observar algumas das características desse suposto selo de qualidade em produtos televisivos prévios à HBO e até mesmo para além dela, a consolidação do conceito e a ascensão desta emissora em específico são acontecimentos praticamente indissociáveis.

2.1 – História e o surgimento do Home Box Office

“HBO é talvez o maior produtor único de drama de televisão de qualidade e comédia no mundo de língua inglesa” admitiu o crítico David Herman em 2004 para a revista inglesa *Prospect*.

Tendo em vista a afirmação acima, me sinto quase que obrigado a discorrer sobre a história desse canal que muitos críticos consideram um divisor de águas na indústria do audiovisual. Para tratar do surgimento do canal HBO usarei principalmente o livro *The Essential HBO Reader*, organizado por Gary R. Edgerton e Jeffrey P. Jones, como fonte histórica, pois ele apresenta uma progressão histórica e um panorama bastante interessante do cenário industrial e social televisivo da época.

A gênese da HBO aconteceu no início da década de 70, quando Charles Dolan, contagiado pelo avanço da tecnologia televisiva e da TV a cabo, concebeu o *Green Channel* em 1971. Quando a companhia de mídia massiva Time Inc. (que futuramente, com uma fusão em 1989 com a Warner Communication, tornou-se Time Warner) investiu diretamente no projeto e advento de uma equipe, o nome do canal mudou para *Home Box Office* com o objetivo de melhor ilustrar a proposta do canal, refletindo diretamente no fato de ser uma emissora que oferece filmes e eventos esportivos com exclusividade na TV por assinatura. A concepção do canal trouxe um frescor a indústria, pois sua lógica econômica era diferente de tudo que se via naquele momento, que no caso era existir sem se apoiar a veiculação de publicidade e propagandas. O contexto estava mudando, neste momento onde se havia a possibilidade da consolidação de um mercado segmentado pago mensalmente por um espectador que viu esse cenário como alternativa para satisfazer seus desejos e necessidades, ao contrário das grandes emissoras abertas que ofereciam aquilo que elas achavam que o público queria ver, foi um fator determinante para o sucesso da HBO.

Porém, a maior preocupação dessa lógica que engloba a recém-criada televisão por assinatura era fornecer uma programação que fosse atraente o suficiente para possíveis espectadores pagar mensalmente o seu valor e assiná-la, e não apenas isso, como também permanecer fiel ao serviço a longo prazo. Tendo isso em vista, a HBO foi lançada oficialmente em 8 de novembro de 1972 exibindo o filme *Sometimes a Great Notion* (1971) e também um jogo da Liga Nacional de Hockey para apenas 365 aparelhos televisores. O fracasso foi tamanho que a Time Inc. demitiu Charles Dolan, porém manteve o seu parceiro, Gerald Levin e o promoveu como presidente da emissora. A emissora persistiu sem sucesso por mais dois anos, até que no outono de 1975 ela assinou um contrato com a RCA para ter acesso ao satélite recém lançado da emissora. Inaugurando sua primeira transmissão nesse novo sistema de cabo-satélite com um importante jogo de boxe. Essa luta em questão, *Thrilla in Manila*, calhou de ser uma das mais icônicas na história do esporte, e foi graças a recém-inaugurada HBO que transmitiu ao vivo das Filipinas para os EUA. Logo esse foi o pontapé para a emissora se tornar nacionalmente famosa e um futura potência para a história da televisão por assinatura.

Considerando que a televisão sempre existiu em um estado de transformação, sendo continuamente reformada e muitas vezes reinventada seja por motivos tecnológicos, comerciais e até mesmo sociais. A afirmação anterior pode ser ilustrada pelo fato de que a televisão passou de um meio de comunicação extremamente limitado como era na década de quarenta, até virar um dos principais no início da década de sessenta. Durante três décadas (de 40 até 70) a televisão foi dominada por três grandes emissoras abertas: ABC, CBS e NBC. Essas três durante esse período mantiveram uma certa paridade entre si, e ainda sobreviveram as mudanças tecnológicas, econômicas e mercadológicas que remodelaram a indústria televisual em uma indústria de vários canais e mercado de nicho que ocorreu a partir de 1976, junto a essas mudanças estruturais as grandes emissoras começaram a perder a sua total e completa dominação do mercado tendo então que subjugar as novas tendências dos vários momentos que marcaram a história da televisão norte americana.

Em 1976 estimava-se que 70,5 milhões de famílias possuíam televisores, esse número subiu consideravelmente em 1994 que a estimativa já alcançava 94,2 milhões de famílias com aparelhos de televisão. E acredita-se que esse crescimento possui ligação direta com barateamento do acesso à TV paga e seus respectivos aparatos tecnológicos e o fato de que a oferta de canais aumentou exponencialmente nesses 20 anos. Pois pesquisas mostram que em médias essas famílias de 1970 possuíam em média acesso a 7 canais, já em 1990 o número sobe para quase 30. Desta forma, o aumento no número de opções de canais proveniente da TV paga

(tanto a cabo, quanto satélite) mudou o panorama televisivo de forma que diminuiu consideravelmente a hegemonia das grandes emissoras abertas que dominavam o mercado até então.

Canais de nicho aumentaram subitamente no território norte americano com o visível e crescente sucesso da HBO de modo que a emissora passou a ser vista como um motor que alimentou a TV paga.

A espetatorialidade televisiva viu-se num momento de transformação quando principalmente no início da década de noventa, no momento em que a ascensão da televisão paga mostrou-se ser uma realidade irreversível. A porcentagem de assinantes da mesma é só mais uma elucidação disso, pois a assinatura de pacotes de canais aumentou de 42,8% para 63,4% de 1985 até 1994. Claro que o avanço tecnológico e o barateamento de produtos como o videocassete foram de grande importância para a mudança do panorama da indústria naquele momento.

A participação e interação dos espectadores foi gradativamente aumentando em sua espetatorialidade televisiva. A indústria que antes visava um público mais geral, agora com o avanço tecnológico que incrementaram as possibilidades para os consumidores de TV, se vê enfrentando um momento de transição visando um público mais restrito e mais definido, agora que esse mesmo espectador pôde mais do que nunca escolher e procurar o que lhe apetece assistir. Assim a TV paga criou novos desafios para as emissoras abertas redefinindo todo um cenário mercadológico, desde interferir nos lucros e também audiência.

Logo percebeu-se que as vantagens de um modelo de mercado segmentado eram mais benéficas do que um modelo que visava alcançar todo o leque social que compunha o alvo desse mercado de massa que já era atendido e suprido pelos canais de sinal aberto. Uma saída que as emissoras e as produtoras recorreram foi usar *branding* (gestão de marca) como forma de diferenciação de sua programação em relação à concorrência.

Partindo do princípio que o público em geral só queria entretenimento por um preço razoável e acessível, a equipe administrativa da HBO decidiu por volta do final da década de 70 que a emissora precisava se dedicar diretamente em desenvolver de conteúdo e não apenas transmitir. Consequentemente HBO se tornou precursora ao promover uma marca que se mostrou (discursivamente) indistinguível perante o mercado televisivo por assinatura durante a década de 70. Primeiramente, a marca da emissora foi ligada por promover aos seus assinantes

conteúdo cinematográfico hollywoodiano no conforto de seu próprio sofá, e ocasionalmente também diversificando sua programação com eventos esportivos, *stand-ups* e eventos musicais também. Entretanto, o problema de basear todo seu plano de negócio na fidelização do público com algo atrativo para o consumidor é que inevitavelmente surgirão competidores com a mesma proposta de negócio para monetizar em cima do mesmo público (como o canal Showtime, criado em 1976; a Warner lançou The Movie Channel em 1979, o Cinemax surgiu em 1980 e assim sucessivamente). Apesar da concorrência a HBO conseguiu se firmar como o canal líder dentre os que apresentavam proposta parecida ou até mesmo, como foi o caso, idêntica, mantendo grande parte de seu monopólio. Entretanto, para manter-se invicta na competição entre outros canais, os executivos do canal expandiram o perfil do mesmo para que abrangesse produções originais que não envolvessem apenas telefilmes, logo o novo foco da emissora (principalmente a partir da década de 90) foi produzir também séries, minisséries, documentários e especiais de comédia, não apenas transmiti-los.

Em 1995, Chris Albrech, o diretor executivo do canal convocou a sua equipe levantou o seguinte questionamento: “Nós realmente acreditamos que somos quem dizemos que somos? Esse serviço distinto, de alta qualidade, subversivo que vale a pena ser pago?”, por consequência os executivos do canal passaram a ter como objetivo criar e fornecer uma grade de programação que se destacasse, uma vez que o modelo que o canal vinha se sustentando logo não seria mais viável, principalmente para sobreviver em um mercado no qual a internet já estava se infiltrando de forma incipiente.

Passados dez anos (1995-2005), a HBO reformulou a indústria televisiva em diversos aspectos, a começar pelo número de episódios por temporada, a emissora populariza temporadas mais curtas compostas por em média 13 episódios, ao contrário da lógica televisiva hegemônica da televisão aberta que as temporadas eram compostas por 22 a 26 episódios, e também o investimento do canal pago era bastante superior do investimento que usualmente ocorria nas emissoras abertas. Deste modo produzindo conteúdos considerados de qualidade, sejam eles telefilmes, séries ou documentários.

Ao final dos anos 90, a HBO havia emergido como o equivalente de TV com certo pedigree. Considerando os resultados de todos os acontecimentos citados acima, culminou-se a consolidação da marca do canal, o slogan da emissora “*It’s not TV, it’s HBO*” (Não é TV, é HBO) foi de grande importância para esse desfecho, pois ele sugere que o canal oferece

produtos tão diferenciados do que se encontrava na televisão naquela conjectura, logo não poderia nem ser considerado ou classificado como televisão.

O padrão de qualidade e inovação foi redefinido pelo canal *Home Box Office* e redefiniu uma estrutura mercadológica que há tanto tempo dominava a indústria em um único molde de mercado. Mas ainda assim as emissoras abertas condicionaram-se ao modelo tradicional de radiodifusão usando publicidade e propaganda como forma principal de adquirir lucro. Ao contrário da HBO que é livre de anunciantes, portanto livre da pressão esmagadora da cobrança em relação a números altos de audiência, assim podendo se dar ao luxo de talvez ousar em linguagem, estética e convidar profissionais considerados referências de outras formas de audiovisual.

Consequentemente canais como Showtime, FX, Fox, USA Network, TNT, ABC, e muitos outros tentaram se equiparar à HBO. O diretor executivo do canal da época, Chris Albrecht, afirma que foi a HBO que mostrou as outras emissoras o que era possível ser feito na televisão, e que mais outros canais também estavam interessados em estar na mesma categoria em que ela estava inserida e por isso passaram a investir mais dinheiro em conteúdos televisivos. O CEO defende que é vantajoso para todos quando o padrão a ser cobrado é maior.

Por fim, o canal que antes tinha finalidade apenas de transmitir filmes do cinema em primeira mão na televisão se torna uma medida e um padrão a ser seguido em virtude do estouro de suas produções seriadas no final da década de 90 e início dos anos 2000, gerando uma grande valorização da marca em um mercado que a tem como referência em detrimento de centenas de outras opções de canais existentes na atualidade.

Então temos até aqui uma emissora que em 35 anos evoluiu de ser meramente um canal que oferece filmes em um território nacional para uma marca global, presente em mais de setenta países que tem como objetivo fornecer conteúdo inovador como selo de qualidade em todas as suas produções.

É importante ressaltar que a HBO é indiscutivelmente um agente de mudança do mercado, e permanece(u?) assim por quatro décadas, principalmente se pensarmos que é um canal que estava presente desde a gênese da TV paga e sendo pioneira em um modelo econômico alternativo nunca antes visto.

2.2 – O Discurso e a construção da marca HBO

Em sua tese de mestrado de artes pela Universidade do Texas intitulada *Agents of Change: Enlightened, HBO and the Crisis of Brand Identity in the Post-Network Era*, Collins David Swords usa de uma extensa e ampla bibliografia (incluindo o livro que usei no subcapítulo anterior) para discorrer sobre o fato de que o discurso acadêmico dos teóricos televisivos tem uma relação direta e simbiótica com o a recepção da crítica em relação aos produtos originais da emissora HBO. Swords problematiza a marca do venerado e aclamado canal e questiona se na prática ele representa tudo que é pregado a seu respeito, no caso, o fato de consistir em um suposto refúgio para a liberdade criativa para produtores e curadores de televisão de qualidade, centrada primordialmente no conceito de “autoria” (tal qual existe no cinema) sem restrições e limitações dos anunciantes, propagandas e patrocinadores obcecados pela audiência. Swords também faz uso de autores, que ao contrário de tudo que tivemos contato até o momento, contrariam certas noções populares que colocam a HBO como fornecedora de arte cinematográfica-televisiva ao invés de entretenimento comercial.

Portanto usarei de suas divagações e considerações mediante ao tema como tentativa de traçar esse mapeamento de opiniões e indagações diversas sobre o mesmo com o fim de explicitar a sua complexidade:

2.2.1 – HBO e a polissemia da “qualidade”

Usando o artigo de Feuer intitulado *HBO and the Concept of Quality TV* retirado da coletânea *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond* de 1998, Swords discorre sobre o hegemônico conceito de televisão de qualidade partindo do princípio que a HBO como fornecedora de produções de qualidade, ela é influenciada diretamente pelo teatro e o cinema. Feuer defende a polissemia da palavra “qualidade”, sendo uma de suas vertentes uma busca pela qualidade na TV é encontrada em uma audiência de qualidade, por isso, no caso da HBO, atrair um público intelectualizado e sofisticado o suficiente para pagar mais por seus serviços. Para além disso, a terminologia “televisão de qualidade” também pode operar como linguagem, estética televisiva, gênero e também discursivamente como forma de diferenciação e legitimação em detrimento da própria televisão.

Historicamente os critérios que permeiam esse conceito qualitativo seriam principalmente três: a serialização (o não procedural ou o não episódico, a narrativa que não termina em um único episódio), um elenco grande e diverso com tramas justapostas e entrelaçadas e, por fim, uma estética cinematográfica. Considerando o último conceito, Feuer

reforça como a programação da HBO interpreta a si mesma como arte cinematográfica, essa análise é feita a partir do comportamento do canal perante o lançamento de uma de suas aclamadas séries, *Six Feet Under*, que além de promover a figura de um *showrunner* como autor (principalmente neste caso, dado que a série é criada por ninguém menos que Alan Ball, roteirista do aclamado filme *Beleza Americana* de 2000), viu-se que juntamente ao lançamento em DVD foram incluídos materiais complementares e conjuntamente incentivou-se críticos para oferecer leituras da obra. Tudo isso para reforçar uma percepção de “não televisão”.

2.2.2 - HBO, uma das várias faces da Time Warner

Agora partindo de uma análise voltada mais para um viés de mercado, intitulada *The Family Racket: AOL Time Warner, HBO, The Sopranos, and the Construction of a Quality Brand* do livro *Television: The Critical View*, Swords cita Jaramillo com o intuito de revelar aspectos políticos e econômicos que não podem ser ignorados. Através de uma abordagem mais mercadológica e considerando que a perpetuação da marca do canal HBO é feita pelo discurso de diferenciação não apenas das emissoras abertas, como também das pagas, ao usar *The Sopranos* como um estudo de caso, Jaramillo também aplica a teoria de gênero, teoria de autor e estudos da indústria a sua análise para revelar como a HBO está posicionada em contraste direto com a TV, apesar de compartilhar certo “parentesco” com outras empresas.

Com base nas leituras de Jaramillo, Swords considera três fatores essenciais para a viabilidade econômica da existência do canal *premium* seja possível, os fatores consistem em: obtenção e retenção de assinantes, *syndication* (em português, sindiciação; o termo refere-se ao sistema de vendas de programas e séries para diferentes canais. Esse sistema restringe-se a países onde a televisão é composta por cadeias com emissoras locais afiliadas, como é o caso dos Estados Unidos) e vendas auxiliares (DVDs). A consolidação da marca, de acordo com Jaramillo, seria o desenvolvimento e manutenção de um conjunto de atributos do produto e valores que são coerentes, apropriados, distintivos e atraente para os consumidores. Contemplando as definições anteriormente lidas, para que esse sistema seja sustentado, o discurso da HBO tem que dar conta de que sua marca perdure como líder de provedores de conteúdos considerados de qualidade, qualidade essa supostamente inexistente no panorama televisivo que o canal se encontra inserido.

Entretanto, olhando para o quadro industrial de uma forma mais ampla e minuciosa, a HBO é apenas uma faceta do conglomerado de mídia da Time Warner que possui emissoras tanto abertas, como canais pertencentes à televisão paga básica e *premium*. O conglomerado pretende controlar mais do que sua participação atual dos meios de comunicação em circulação, porém, de acordo com Jaramillo, também afirma que está em constante perigo de ser eliminado.

Dessa forma, seguindo essa lógica, faz sentido afirmar como a própria Time Warner (atual proprietária do canal HBO) fabrica uma falsa sensação de competição dentro da esfera midiática, incentivando os consumidores a distinguir entre os canais dos quais a promoção é feita como se não fossem propriedade da mesma empresa. Como consequência, a HBO (e conjuntamente a Time Warner) então capitaliza sobre essa ilusão que afirma a superioridade em sua programação, promovendo uma certa refrescância com conteúdos “sem censura” e “inovadores” em detrimento de seus competidores que são chatos, típicos e rotineiros.

2.2.3 - HBO e o risco de paridade no mercado

Neste artigo com o nome de *And Now No Word From Our Sponsor: How HBO Puts the Risk Back into Television* proveniente da obra *It's Not TV: Watching HBO in the Post-Television Era*, Kelso também tenta dar conta da marca do canal olhando por um viés também voltado para um olhar econômico, explicitando o fato de que por ser um serviço pago por assinantes e não por anunciantes, os roteiristas da HBO possuem uma maior liberdade para exercitar a sua criatividade. E como esse fato se tornou cristalizou-se e foi internalizado pela filosofia de autopromoção da empresa. No entanto, Kelso também questiona a longevidade da estratégia de distinção das outras emissoras adotada pela HBO visando as mudanças da indústria televisiva contemporânea e suas consequências, como a competição mais acirrada dos outros canais e também os novos hábitos de consumo seriado dada a forte entrada da internet na indústria.

O questionamento motor de Kelso para o seu artigo consiste em: como a HBO continua a elevar o nível de exigência e manter a “força” já estabelecida? Enquanto parte deste desafio decorre de desenvolvimentos tecnológicos (como sites de *streaming* online e a pirataria virtual) e como também a já mencionada saturação da conjuntura televisiva, principalmente da televisão por assinatura, devido à explosão de canais de nicho na década de 90. Logo, Kelso conclui que talvez a maior ameaça à HBO, com o potencial de minar tudo o que a emissora supostamente

representa, é a capacidade de paridade dos canais rivais para competir com a HBO em seu próprio jogo.

Swords reconhece vários dos coerentes e cabíveis dos apontamentos feitos por Kelso, porém discorda fortemente indicando que o autor muitas vezes cai em um lugar comum ao comprar e concordar o discurso proveniente do canal. Para ilustrar a discordância, Swords extrai a seguinte frase do livro *It's Not TV: Watching HBO in the Post-Television Era*: "A HBO pode ignorar audiência, porque tudo o que ela precisa para garantir é oferecer a cada assinante algo que vale a pena pagar" (p. 55). Em última análise, Swords comenta que Kelso, como a maioria dos críticos e jornalistas, falha em não reconhecer os imperativos econômicos atuais do mercado audiovisual que envolvem a HBO, já que a audiência, avaliações, a ênfase da publicidade de imprensa, a aclamação da crítica e o reconhecimento de prêmios desempenham mais do que nunca papéis cruciais na determinação do sucesso ou fracasso de um determinado programa do canal.

2.2.4 – HBO e o ilícito como produto

Outro texto utilizado por Swords é o *Sex, Swearing, and Respectability: Courting Controversy, HBO's Original Programming and Producing Quality TV*, que corresponde ao quinto capítulo do livro *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*. Neste capítulo McCabe refuta afirmações que se posicionam defendendo uma certa "revolução" e "inovação" na programação da HBO e, ao invés disso, ela acredita que o fascínio é o resultado de um discurso crítico penetrante do canal que vende o "ilícito" sob uma roupagem de "qualidade". Já que, de acordo com a autora, somente através e por meio de discursos circunscritos que evocam "qualidade" e respeitabilidade trazem uma validação necessária para que o "ilícito" utilizado pela HBO possa ser aceito e compreendido.

Swords aponta uma análise histórica de McCabe que fornece e traça a institucionalização da violência gráfica, profanidade e assuntos provocantes na televisão tirando a conclusão que a HBO foi precursora em capitalizar de produções de material não censurado na televisão. E por fim, a autora novamente cita mais uma vez o fato que a emissora toma controle do ilícito e o manifesta dentro de um discurso institucional de qualidade. E por consequência disso, outros canais passam a usar do mesmo artifício e podemos considerar esse

fato, de certa forma, uma herança da HBO para o cenário televisivo, já que se tornou recorrente forçar as fronteiras em termos de conteúdo.

2.2.5 – HBO como expoente na post-network era

Partindo da mesma autora (agora com uma coautora), porém agora na obra *It's Not TV: Watching HBO in the Post-Television Era*, mais especificamente refletindo sobre o capítulo *It's Not TV, It's HBO's Original Programming: Producing Quality TV*, Swords usa da análise de McCabe e Akass para examinar como a HBO institucionalizou um discurso permanente de qualidade na *post network era* (termo utilizado por acadêmicos televisivos, tais quais Henry Jenkins e Jason Mittell, que defendem a mudança do panorama da televisão nos Estados Unidos após a perda da hegemonia das três grandes emissoras abertas, ABC, NBC e CBS, no domínio da audiência em função da ascensão da TV paga e dos canais de nicho).

Fundamentalmente, o discurso de qualidade foi o que permitiu à HBO distinguir-se de outras formas de televisão. No universo cada vez mais fragmentado e com um número extenso de possibilidade de canais oferecidos pela *post network era*, a diferenciação de produtos se tornou essencial. O círculo vicioso de um discurso positivo da imprensa e de seus devotados assinantes são de extrema importância para a imagem de qualidade do canal e promover a marca HBO, que passou a significar produções de grandes orçamentos, integridade artística a autoria, narrativas de risco, o ilícito como um marcador de qualidade, o espectador como consumidor, satisfação do cliente e rentabilidade. No entanto, McCabe e Akass teorizam que a HBO atualmente se dá em um cenário televisivo em que a "fórmula de qualidade" está se replicando e sendo utilizada por outros canais e emissoras dispostas a implementar e emular as práticas de produção e os esforços para se equiparar ao perfil da programação do canal *premium*.

2.2.6 - HBO como “não televisão”?

Para finalizar, Swords usa do capítulo de Avi Santo intitulado *Para-Television and Discourses of Distinction: The Culture of Production at HBO* presente no livro *It's Not TV: Watching HBO in the Post-Television Era* para nos apresentar uma nova definição das formas de televisão, a chamada *para-television*, que consiste em práticas de produção e escolhas de programação que são propositalmente situadas paralelamente à formas de televisão

reconhecíveis, a fim de lhes conferir significados particulares. A HBO pode definir-se como "não televisão" com seu slogan e discurso, mas a maioria do conteúdo que é materializado em sua grade de programação se baseia em formas de televisão pré-existentes, sejam elas: narrativas, estéticas, temáticas e práticas econômicas e institucionais para articular essa diferença do canal *premium*.

Tendo em vista a diferença primária da HBO em relação a um conceito hegemônico de televisão, no caso, ser um canal pago adotando um modelo de assinatura e assinantes oferecendo uma experiência inigualável de qualidade e exclusividade, a marca do canal não se limita meramente ao seu discurso, mas também ao seu público. Logo, Swords salienta como a HBO implicitamente pretende e promete vender um certo capital cultural para um público alvo restrito, sofisticado e presumivelmente instruído, que precisa estar convencido mensalmente de que a marca HBO é diferente e vale a pena custeá-la.

Entretanto, de acordo com Swords, Santo parece dedicado a desmistificar a sedutora premissa da autoria televisiva em um ambiente corporativo e o usa o caso da série *Rome* para ilustrar suas considerações. Mesmo pregando liberdade criativa, a mesma eventualmente não se ajusta aos objetivos declarados da HBO de produzir *para-television* inovadora, visto que a HBO certamente não polpa intervenções caso haja o medo de que a imagem da marca se comprometa. *Rome* se encaixa nessa problemática, pois teve parte da sua equipe substituída pelos executivos do canal e também um orçamento que já era considerado alto para uma produção televisiva ser aumentado, tudo isso num esforço para produzir "a série de maior qualidade possível". Dado o exemplo empírico, e irrefutável, que os imperativos econômicos e a satisfação do consumidor desempenhem papéis cruciais no grau de liberdade criativa atribuído aos produtores e escritores.

Em conclusão, o fornecimento desse contexto industrial que Santo nos oferece é essencial para compreender a complexa estratégia de marketing utilizada pela HBO para promover esse tão cristalizado discurso de "qualidade" e "exclusividade" até mesmo como uma extensão da identidade corporativa da marca. De acordo com Swords, Santo considera que o modelo baseado em assinaturas da HBO e a manutenção de sua marca de "qualidade televisiva" e "qualidade de audiência", às vezes, pode ser prejudicial para a viabilidade econômica da empresa. Por fim, Santo afirma que "a cultura institucional da HBO a levou a absorver noções particulares de exclusividade e qualidade que orientam as decisões de produção e programação de maneiras que ocasionalmente contradizem os objetivos econômicos da televisão paga"

(SANTO, 2008, p. 42). Em última análise, como Santo destaca, a HBO está muitas vezes disposta a consumir dinheiro com o intuito de produzir "não TV" para contribuir com um discurso de distinção. As estratégias da gestão da marca do canal *premium* colocaram a empresa em uma posição que a força em direção à inovação contínua em vez de repetir fórmulas de sucessos passados, no qual seu discurso de qualidade se conforma dentro de um conjunto compreendido por questões estéticas, mercadológicas e entre outras características.

2.3 – Conceito de “televisão de qualidade”

Neste subcapítulo finalmente me debruçarei sobre uma terminologia muito recorrente nesta monografia e que é um dos pilares que sustentam o panorama do qual me proponho a questionar, o termo: *quality television*⁴. Partindo do princípio que a televisão de qualidade é um reflexo de características que são vistas como positivas em ciclos televisivos específicos e bem determinados, o termo então sofre diversas mutações ao longo dos anos, ganhando novas referências e também novos representantes no cenário televisivo. Logo, levaremos isso em consideração para tentar determina-lo.

Para discorrer sobre o tema, começarei pelo capítulo escrito por Christopher Anderson intitulado *Producing an Aristocracy of Culture in American Television* que se encontra inserido no livro *The Essential HBO Reader*. A análise do autor é direcionada pela seguinte citação de Pierre Bourdieu: A obra de arte é um objeto que existe como tal somente em virtude da crença coletiva que a conhece e reconhece como uma obra de arte (BOURDIEU apud ANDERSON, 2008, p. 23). Portanto, a levando em consideração, Anderson segue se questionando quando se tornou permissível uma série de drama (e em especial o drama) produzida para a televisão (norte americana) considera-la como uma obra de arte?

Usualmente pensamos em televisão e a relacionamos como uma forma de alienação e puro entretenimento usada principalmente para veicular publicidade e propagandas. Entretanto, com o surgimento e advento dos acadêmicos interessados na “tela pequena” e seus respectivos impactos culturais, percebeu-se que a programação televisiva pode ser interpretada como sintoma cultural e, embora muitas vezes não tão claras, expressões sociais significativamente profundas.

⁴ Televisão de qualidade

Quando nos referimos especificamente a HBO, e mais especificamente ainda aos seus dramas, o discurso que envolve os arranjos estéticos e a expectativa cultivada ao assistirmos certos produtos televisivos que nos cobram certas normas, protocolos e conhecimento, podem facilmente ser comparados a um comportamento esperado por apreciadores de obras de arte em um museu. O slogan do canal simboliza essa expectativa com seu antigo slogan “*It’s not TV, it’s HBO*” (Não é TV, é HBO), já que com esta única afirmação podemos captar uma crítica de todo o sistema de televisão comercial americana. Mas principalmente que as suas produções divergem tanto de hábito televisivo típico que elas possam ser lidas como uma obra de arte, tal qual um filme ou um quadro em um museu.

Em 1984 na coletânea *M.T.M. “Quality Television”* organizada por acadêmicos da área, mas em especial Jane Feuer. O livro traz incipientes, porém extremamente relevantes fundamentos para os futuros conceitos do mesmo tema. O título do livro traz consigo a sigla da produtora de TV de Mary Tyler Moore. E não podemos deixar de destacar como que no título o termo “TV de qualidade” aparece entre aspas, isso se dá pelo seu caráter discutível. De forma extremamente simplória e resumida, a obra trata-se de uma análise minuciosa do processo de construção da marca da MTM Enterprises por meio de suas produções ao longo da década de 70. A partir dessa análise, os autores destacam características recorrentes de suas produções, em especial três: 1) a diferença criativa, 2) o conteúdo progressista e 3) o poder de gerar reflexões. Usando um recorte extremamente definido devido ao ano de sua publicação, a chamada “televisão de qualidade” mostrava traços em algumas das produções da época, porém em especial a série apontada *Hill Street Blues* (produzida pela MTM Enterprises a partir de 1981), como um modelo definitivo para essa classificação. O exemplo dialoga com o livro de Robert Thompson que faz uma análise mais detalhada na década de 90 por ter acesso a um panorama televisivo mais diverso por conta da popularização da TV por assinatura e de canais de nicho.

Pouco mais de 10 anos depois, Robert Thompson em 1997 reúne algumas características na obra *Television’s Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER*. A obra trata que os produtos televisivos que se encaixam na categoria de televisão de qualidade se definem principalmente pelo que não são, ou pela negação, eles se diferem especialmente por possuírem as seguintes características: 1) séries com pedigree – profissionais com prestígio em outros meios, 2) abordagem qualitativa do público, 3) grandes elencos/multiplicidade de pontos de vista, 4) a TV de qualidade tem memória – a questão dos arcos narrativos longos e que transgridem temporadas, 5) uso mais “livre” dos enquadramentos de gênero, 6) importância do

roteiro, um cuidado maior com o texto escrito, 7) TV de qualidade é autoconsciente e autorreferente, 8) abordagem de temas complexos e 9) tendência de busca por um “realismo”.

Devido a bibliografia limitada do assunto, o uso destas obras (em especial as duas últimas) é recorrente e se tornaram cânones para os estudos televisivos. E a partir delas outros estudiosos fazem suas considerações sobre o mesmo. Cássio Starling no artigo “*TV de Qualidade*”: *Conceito Ambíguo, Escorregadio e Inevitável* defende que o termo se cristalizou em meio aos acadêmicos e críticos, e apesar de ser frequentemente contestado e considerado escorregadio, seu uso se tornou é inevitável dada a sua incorporação no crítico e analítico televisivo.

Starling apresenta outros autores da discussão dessa problemática em torno do conceito de “TV de qualidade”. O primeiro deles é Geoff Mulgan que aparece defendendo “que a riqueza e ambiguidade do termo devem ser vistas como virtude, não como problema” (pág. 7) em seu livro *The Question of Quality*. Outro estudioso indicado é Thomas Elsaesser que no livro *Writing for the Medium: Television in Transition* justifica “a escolha do escorregadio termo ‘TV de qualidade’ com o propósito de investigar o que significa qualidade num meio popular e como ela pode ser definida ou defendida” (pág. 8). E por fim, o último especialista retratado é Arlindo Machado que no exemplar de *A Televisão Levada a Sério* ressalta que “a querela sobre o que é ou o que não é qualidade em televisão não deve servir de pretexto para se fugir do debate sobre o significado dos produtos e processos televisuais” (pág. 26).

Já Felipe Muanis, em seu artigo *A Melhor Televisão É Melhor Que Nenhuma Televisão* presente na revista *Matrizes* - Volume 9 de Nº 1, possui um olhar mais crítico perante ao tema. O Doutor em Comunicação Social expõe de forma extremamente pertinente como a simples existência do termo é danoso para a janela que ele se propõe a classificar, generalizar e, supostamente, exaltar. Muanis usa de um paralelo de manifestações midiáticas consideradas próximas da televisão, como o cinema e o teatro, para expor a inexistência de um parâmetro definido ou um conceito de qualidade criado e perpetuado pela própria academia ou pela crítica que as delimitam de forma meramente similar à TV. Por fim, nas considerações finais do seu artigo, Muanis explicita pontos bastante interessantes a respeito da temática, principalmente se pensarmos em antítese com as definições até então apresentadas nesta monografia.

A televisão é pós-moderna por natureza, a tudo agregando: gêneros, linguagens, imagens, tecnologias e discursos. Thompson afirma que a televisão de qualidade é um gênero e que sua característica é agregar outros gêneros, como vimos. Mas, se essa é uma particularidade do veículo em si, ela não necessariamente implica uma distinção que a defina como uma televisão de qualidade – pelo contrário, pois agregar outros gêneros pertence a todos os programas, desde o início. Essa bricolagem sempre foi uma característica da televisão, que se intensifica cada vez mais, atualizando-se. Por

essa interpretação, toda televisão seria, indistintamente, de qualidade. (MUANIS, 2015, pag 99)

Ao ter contato e citar toda bibliografia utilizada neste capítulo, como por exemplo a obra de Robert Thompson, *Television's Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER*, é possível observar a inclinação da utilização prática e categorização da terminologia “televisão de qualidade” relacionando-a ao gênero dramático, é extremamente sintomático que as duas séries que nomeiam a obra de Thompson sejam dramas, além disso, apesar de citar constantemente comédias respeitadas como *The Mary Tyler Moore Show* (1970), *All in the Family* (1971) e *M*A*S*H* (1972) e minimamente discorrer sobre elas, a obra faz uso do termo “*quality drama*”⁵ um total de 53 vezes, enquanto “*quality comedy*”⁶ só aparece uma única vez dentre todas as 225 páginas.

Entretanto, nos últimos anos, é inegável o aumento de séries cômicas que se manifestam na grade da HBO e recentes sucessos como *Girls* (2012), *Veep* (2013) e *Silicon Valley* (2014) preenchem o espaço herdado por *Sex and the City* (1998) na emissora, tanto quanto em aclamação da crítica e também do público. Em função disso, acho coerente traçar um apontamento da programação original contemporânea do canal para observarmos particularidades não presentes ou mencionadas nas bibliografias cânones sobre “televisão de qualidade” citadas acima, até porque parte delas retratam um cenário anterior e/ou abordam um momento no qual a notoriedade da HBO no mercado seriado televisivo era relativamente incipiente.

⁵ Drama de qualidade

⁶ Comédia de qualidade

CAPÍTULO III: A materialização do cômico(?) na HBO e o caso “Enlightened”

Neste terceiro e último capítulo pretendo caracterizar a dramédia, levando em conta o aumento dessas produções que tem se destacado cada vez mais no mercado televisivo atual, a ponto de poder ser considerada um gênero próprio por certa parcela de pesquisadores, da imprensa e do público. E através da manifestação de dramédias na HBO expor argumentos empíricos que confrontam o discurso institucional estabelecido pelo canal, uma vez que um dos principais pilares de sua reputação e notoriedade são seus aclamados dramas, tais quais *The Sopranos*, *The Wire* e *Six Feet Under*. Em contraposição a eles, farei uso da série *Enlightened*, lançada em 2011, que é enquadrada mercadologicamente e classificada como comédia para problematizar e colocar em xeque a marca da emissora, ou para ser mais específico, recorrer ao seu cancelamento, o significado desse acontecimento e como ele se relaciona diretamente com o gênero que a série é inserida e classificada.

3.1 – A dramédia como gênero



O diálogo anterior aparece no primeiro episódio da segunda temporada da série *The Comeback*. A sequência que os frames anteriores fazem parte narram a possibilidade da personagem Valerie Cherish ser atriz em uma série da HBO, ao ser cogitada para protagonizar uma produção da HBO que satiriza o seriado feito pela atriz na primeira temporada da série, Valerie e sua equipe leem o roteiro e o seu *personal stylist* questiona se a série fictícia se trata de uma comédia (como a original era) dado o fato que diferente da anterior, a nova série tratará de assuntos como drogas; a protagonista responde: É uma dramédia - uma comédia sem as risadas.

Primeiramente, antes de tratar dos aspectos teóricos da dramédia, deixo claro que partirei do pressuposto que ela se trata de um gênero próprio e não um subgênero derivado do drama ou da comédia, diferentemente da indústria televisiva que a enquadra esse tipo de produção e as classifica geralmente como comédias como observamos, por exemplo, em premiações. Portanto, para articular sobre o gênero dramédia, usarei o artigo *Dramedy: Moonlighting as an Emergent Generic Hybrid* de Leah R. Vande Berg escrito em 1989 para comentá-lo. A autora que discorre sobre a série *Moonlighting* de 1985, produção que foi nomeada para o Emmy de Melhor Série Dramática em 1986 e também o concorreu ao prêmio de Melhor Série de Comédia no Globo de Ouro do mesmo ano, e juntamente vê-se uma tentativa de explicar o porquê do peculiar ocorrido.

A data que o artigo foi escrito (metade da década de 80) mostra um panorama televisivo em mudança, no qual comédias de situações e os dramas estavam fazendo uso de características narrativas um do outro para serem (re)compostos. A autora articula que esse momento proporcionou a aparição de produtos televisivos que não se encaixavam em categorias de gêneros convencionais, logo ilustrando um momento em que uma fórmula em evolução dá um passo inventivo para além dos limites convencionais de gêneros. Esses momentos são capazes de interromper as expectativas proveniente dos expectadores, e assim as desfamiliarizando, as recontextualizando e abalando essas expectativas de formatos tradicionais. O que isso significa? A audiência que está acostumada com certas formas televisivas já consolidadas recebe esse novo tipo de novas maneiras. Como consequência dessa experiência de distanciamento, é feito um convite no qual os telespectadores possam renegociar seu contrato de espectralidade dos gêneros televisivos e da própria televisão. Já que por conta dessas mesmas expectativas a audiência recebe a originalidade até apenas um certo grau em que intensifica a experiência esperada sem alterá-la fundamentalmente.

A autora se posiciona criticamente contra as principais emissoras de televisão americanas, tendo como crítica o fato de que como empreendimentos comerciais elas se beneficiam economicamente quando os espectadores obtêm prazer de sua experiência televisiva e que claramente seus objetivos não são inovar, pois o lucro dessas emissoras é colocado em risco quando os espectadores estão confusos, frustrados ou são ofendidos pelas produções televisivas e as deixam de vê-las. Diante disso, não surpreende que a maioria dos programas de televisão americanos são altamente previsíveis, fortemente genéricos e também encorajam percepções automáticas, fórmulas, em vez de uma abertura crítica por parte do público. Problema que enfrentamos até hoje, de certa forma, e não só nos Estados Unidos.

O artigo discorre a respeito da série *Moonlighting* por se encaixar em um emblemático gênero emergente (dramédia) que se desenvolve por conta da intersecção os elementos semânticos de um gênero (drama) dentro da sintaxe de outro gênero (comédia) usando como a base a argumentação do capítulo Rick Altman presente no livro *Film Genre Reader*. Através da análise etimológica do neologismo “dramédia” nota-se a alusão de uma fusão dos gêneros drama e comédia em um gênero interseccional. De acordo com Altman, a dramédia é um gênero emergente que está evoluindo combinando elementos semânticos convencionalmente constitutivos de um gênero dentro de uma sintaxe convencionalmente característica de outro. Rick Altman salienta que existe muita diferença de uma dramédia entre comédias dramatizadas ou dramas cômicos. Todos os três anteriormente citados possuem características de drama e de comédia, no entanto, nas dramédia as características genéricas não são meras cintilações de outras formas convencionais de gêneros. Em vez disso, na dramédia vê-se uma dinâmica autossustentável dos elementos caracteristicamente associados aos dois gêneros sendo usados de forma distinta.

Dissecando *Moonlighting* a autora resume suas concepções sobre o nos remete à leituras convencionais do gênero dramático no seriado. As características apontadas seriam: 1) tratar de assuntos “relevantes” e com seriedade, no caso, um conflito entre diferentes tipos sociais de personagens e os princípios que eles representam, 2) protagonistas com camadas e não unidimensionais, ou seja, personagens que não são completamente bons nem completamente malignos, mas sim uma mistura complexa de ambos e 3) o uso de uma linguagem televisiva mais cuidadosa e com um maior primor, com uma atenção maior na decupagem e iluminação, e também o uso de locações externas.

Já as características interpretadas e lidas como de séries de comédia, seriam: 1) uma estrutura narrativa em quatro atos, típica da situação televisiva e das comédias domésticas, 2) as práticas metatextuais de autorreflexividade verbal de intertextualidade irônica, a comédia sempre e acima de tudo depende de uma consciência que é ficcional, e 3) os dispositivos de organização sintática da repetição e da dinâmica espirituosa e engraçada entre os protagonistas.

Por conseguinte, o desfecho do artigo se dá pelo reconhecimento de que *Moonlighting* alcançou seu nível de popularidade por subverter (ou parcialmente subverter) as expectativas convencionais de gênero e, e concomitantemente, exigir um nível substancialmente dos telespectadores uma valorização de suas alusões e nuances ao criar apresentar um produto diferenciado que ocasionou, de certa forma e em certo grau, a mudança nas relações entre a televisão, o público e a sociedade.

A mestre em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense, Jéssica Neri dos Reis Neves, em seu artigo *Mais Complexo ou Menos Cômico? A Complexidade Narrativa Aplicada à Criação de Personagens nas Novas Sitcoms* usa do texto *Complexidade Narrativa na Televisão Americana Contemporânea* escrito por Jason Mittell para comparar narrativamente *sitcoms* (comédia de situação) mais antigas com outras mais atuais para refletir sobre seus respectivos graus de complexidade narrativa, mesmo que em momento algum é feito o uso da classificação ou caracterização especificamente das dramédias no artigo, os seus estudos e esforços para compreender uma recente onda de séries cômicas que complexificam a manifestação do riso, no caso, a falta dele, podem ser aplicados ao gênero que é o tema deste subcapítulo.

Para a autora do artigo, de acordo com o que foi traçado por Mittell, a complexidade narrativa nas *sitcoms* atuais ocorre pela exploração mais extrema de um modelo estrutural continuum que tende à formação de arcos, apresentando tipos com desvios menos acentuados e capazes de evoluir - possibilidade estruturalmente prevista, porém pouco explorada pelo mercado anteriormente (NEVES, 2015, p.8). Ao contrário de Mittell, que em seu artigo destaca outras concepções de inovação das chamadas novas *sitcoms*, a maioria deles fazendo referência à aceleração rítmica, autorreferência e metalinguagem, subversão de convenções estilísticas do gênero para fins cômicos e etc, apontamentos semelhantes ao do artigo anterior em sua análise de *Moonlighting*.

Para concluir o artigo, Jéssica Neves explicita um abrandamento dos desvios dos personagens presentes nessas produções com maior complexidade narrativa, uma vez que elas fazem uso de trajetórias mais longas e mais complexas de personagens cômicos (tipos que padecem, adquirem competências e vivenciam longos percursos até realizarem suas performances) para que alcancem seus objetivos (NEVES, 2015, p.13). Levando isso em consideração, enquanto as *sitcoms* tradicionais tendem a usar do máximo do estado que um personagem se encontra, as mais atuais mantêm os desvios, porém apenas o suficiente para que ocorra uma evolução, desenvolvimento e crescimento. O que não acontecia anteriormente, uma vez que o personagem era inevitavelmente o seu desvio.

3.2 – A desmonopolização da “televisão de qualidade” e os gêneros narrativos na TV norte americana



As imagens acima mostram Valerie Cherish descrevendo a emissora HBO para o marido no primeiro episódio da segunda temporada de *The Comeback*. Esse diálogo é muito sintomático para este subcapítulo, já que com ele é ilustrado não apenas a mudança do panorama televisivo, mas como a própria indústria naturalizou essa mudança e agora a incorpora em suas próprias narrativas. O humor da cena se dá pelo fato de que *Mad Men* não só não pertence à HBO, como também não pertence ao A&E, e como atualmente vários canais são fornecedores de “televisão de qualidade” e produtores de séries altamente prestigiadas, a piada poderia ser feita com vários outros canais e ainda assim obteria o mesmo efeito.

Como foi dito nos capítulos anteriores, nos EUA a televisão por assinatura surgiu na década de 1970, porém só se consolidou de fato na década de 90 quando trouxe uma proposta de se tornar uma alternativa para as produções oferecidas pela rede aberta. A HBO é vanguardista e precursora do termo “televisão de qualidade” não somente quando confrontada com emissoras abertas, mas também aos canais de TV fechada, tais como: Showtime, Starz, AMC, FX e muitos outros que se propõem competir com esse suposto e imposto padrão de qualidade.

É inegável e indiscutível que o canal HBO também é conhecido por seus aclamados dramas de uma hora de duração, desde o seu slogan: “Não é TV, É HBO” (*It's not TV, it's HBO*) o canal se propõe em elevar a televisão a um novo patamar, principalmente em razão de sua gestão de marca que pretende contrastar suas produções em função aos seriados produzidos pelas emissoras de televisão aberta na mesma época, produzindo não apenas conteúdos que são referência no mercado televisivo, como também dignos de serem comparados e equiparados a produtos cinematográficos, por conta de sua grande qualidade técnica e de roteiro.

A indústria e os críticos separam ficção televisiva basicamente em dois gêneros: comédia e drama, divisão bastante comentada e discutida, principalmente quando levada em conta a “dramédia”, que é caracterizada através da intersecção dos gêneros. Esse gênero tem sido bastante expressivo nos últimos anos, não exclusivamente, porém principalmente na televisão paga norte-americana. Os exemplos de tais obras são variados, podemos citar: *Ally McBeal* (1997), *Gilmore Girls* (2000), *Scrubs* (2001), *Ugly Betty* (2006), *United States of Tara* (2009), *Glee* (2009), *Louie* (2010), *House of Lies* (2012), *Jane the Virgin* (2014), *Transparent* (2014), *Happyish* (2015) e inúmeras outras. A dramédia não possui um reconhecimento prático da indústria, a maioria das séries citadas anteriormente são classificadas como comédias tanto em premiações como pelos próprios canais quando divulgadas, pois é o critério levado em conta

é o de duração devido aos ranços estruturais herdados dos formatos radiofônicos dos quais a televisão se inspirou para se compor, formatos esses que desde os primórdios da janela televisiva as produções dramáticas e cômicas duravam em média 45 e 22 minutos respectivamente, sem levar em conta os intervalos comerciais.

Como vimos, a dramédia não é um gênero rígido e regrado, pois as combinações de elementos entre os dois gêneros podem ser variadas. Vemos como as definições são flexíveis quando *Orange Is The New Black* (2012) da Netflix foi indicada ao Emmy de Melhor Série de Comédia em 2014, sendo que tem duração de aproximadamente 60 minutos, característica considerada de séries dramáticas. O mesmo vale para *Pushing Daisies* (2007) da ABC, que foi indicada ao Emmy de 2008 na categoria de Melhor Roteiro em Série de Comédia e *Glee* (2009) da Fox que foi indicada ao Emmy de 2010 de Melhor Série de Comédia, já que ambas as séries possuem duração em média de 45 minutos. Esses então podem ser considerados exemplos de produções que de certa forma destoam dos formatos e gêneros até então consolidados na indústria televisiva norte-americana, mostrando o quão significativo tem sido as “dramédias” nos últimos anos (e não só na televisão fechada, atentando-se ao fato que *Pushing Daisies* e *Glee* pertencem a canais abertos).

Nas páginas a seguir, apresento-lhes quadros separando as produções ficcionais da HBO por décadas de acordo com o próprio enquadramento de gênero narrativo usado pelo canal, destacando os seus gêneros com o objetivo de propor um certo empenho do canal em adaptar-se com as “direções” (tendências) impostas no contexto industrial que se insere.

Partirei pela metade da década de noventa, período que se dá a incipiência da produção seriada ficcional massiva da HBO, podemos ver uma programação extremamente balanceada e equilibrada entre os dois gêneros.

Título	Gênero	Estreia
Oz	Drama	1997
Tenacious D	Comédia	1997
Sex And The City	Comédia	1998
The Sopranos	Drama	1999

Oz (1997) foi o primeiro drama do canal, e alcançou ampla aceitação do público e da crítica, mas foi com *The Sopranos* (1999) que a emissora perpetuou o termo "televisão de qualidade" e conseqüentemente selo de qualidade garantido pelas produções e expectativas da

emissora. O que fez com que o canal investisse mais incisivamente, ou até mesmo de forma quase massiva, no gênero dramático a partir da década de 2000, ou pelo menos em parte dela.

Título	Gênero	Estreia
The Mind of the Married Man	Comédia	2001
Six Feet Under	Drama	2001
The Wire	Drama	2002
Carnivàle	Drama	2003
K Street	Drama	2003
Da Ali G Show	Comédia	2003
Entourage	Comédia	2004
Deadwood	Drama	2004
Rome	Drama	2005
Extras	Comédia	2005
Unscripted	Comédia	2005
Big Love	Drama	2006
Lucky Louie	Comédia	2006
Flight of the Conchords	Comédia	2007
John from Cincinnati	Drama	2007
Tell Me You Love Me	Drama	2007
In Treatment	Drama	2008
The No. 1 Ladies' Detective Agency	Comédia	2008
True Blood	Drama	2008
Down and Dirty with Jim Norton	Comédia	2008
Summer Heights High	Comédia	2008
Little Britain USA	Comédia	2008
Bored to Death	Comédia	2009
Eastbound & Down	Comédia	2009
Hung	Comédia	2009

A HBO por muito tempo permaneceu invicta e sem concorrência para com o seu conteúdo, alcançando cada vez mais assinantes, prestígio da crítica e conquistando cada vez mais prêmios. O canal estabeleceu-se de tal forma já que ainda hoje alguns, porém poucos, canais, ou até mesmo serviço de streaming, conseguiram se equiparar ao seu posto de referência hegemônica de produção de conteúdo seriado ficcional. Mas acho imprescindível ratificar que, em minha opinião, grande parte da credibilidade do canal é devido aos seus acertos do passado, e nem tanto pelas tentativas do presente.

Porém, por causa das possibilidades que a trajetória da própria HBO apresentou ao cenário televisivo, outras emissoras pagas conseguiram traçar um caminho semelhante e colher alguns dos frutos que até então só a HBO desfrutava. Mesmo diante de um gigante, mesmo

assim outras emissoras conseguiram se estabelecer, fidelizar um certo público e consequentemente alcançar prestígio, embora em menor escala.

A consolidação de canais pagos de nicho (inclusive os básicos, que possuem propaganda e fidelidade aos anunciantes) como Comedy Central, Adult Swim, USA, A&E, entre outros, possibilitou a desmonopolização e a disseminação da aplicabilidade da chamada “televisão de qualidade”, ocasionando em um uso de forma mais ampla dessas produções de prestígio. O resultado de tudo isso pode ser exemplificado pelo canal AMC, que atualmente também é parâmetro de produções dramáticas tão quanto a HBO, já que *Mad Men*, a série estreante do canal, fez algo que nenhuma outra série na história da televisão (incluindo as da HBO) conseguiu fazer: ganhar Emmy de Melhor Série Dramática consecutivamente (2008 até 2011), além disso, a série conquistou 3 Globos de Ouro da mesma categoria (2008 até 2010). Também podemos pensar o canal Showtime como exemplo prático “televisão de qualidade”, e esse caso é ainda mais interessante, pois ele é referências em produção de dramédias, como por exemplo, *Weeds* (2005), *Nurse Jackie* (2009), *The Big C* (2010) e *Shameless* (2011).

Retomando rapidamente o que abordei no subcapítulo 2.2.3 - Tony Kelso por Swords, Collins, no qual é feito um apontamento do desafio da HBO manter o seu público e sua imagem em um panorama televisivo saturado. A corroboração da fala do autor sobre esse panorama descrito não poderia ser mais interessante e sintomática quando se vê o conceito de “televisão de qualidade” podendo ser expandido não apenas, mas também à produções do gênero drama pertencentes a emissoras de sinal aberto, os exemplos que podem ser citados são: *The Good Wife* (2009) da CBS, *Hannibal* (2013) da NBC e *American Crime* (2015) da ABC.

A partir do ano de 2010 vemos que o número de dramas diminuiu consideravelmente:

Título	Gênero	Estreia
Funny or Die Presents	Comédia	2010
How to Make It in America	Comédia	2010
The Neistat Brothers	Comédia	2010
Boardwalk Empire	Drama	2010
Treme	Drama	2010
Enlightened	Comédia	2011
Angry Boys	Comédia	2011
Luck	Drama	2011
The Boring Life of Jacqueline	Comédia	2012
The Newsroom	Drama	2012
Life's Too Short	Comédia	2012

Family Tree	Comédia	2013
Getting On	Comédia	2013
Hello Ladies	Comédia	2013
Ja'mie: Private School Girl	Comédia	2013
Looking	Comédia	2014
The Brink	Comédia	2015
Togetherness	Comédia	2015
Vinyl	Drama	2016

Atualmente, dentre as séries que estão sendo exibidas na HBO no período de escrita desta monografia, possui-se apenas quatro dramas: *Game of Thrones* (2011), *The Leftovers* (2014) e *Westworld* (2016), e sendo que um deles é uma antologia: *True Detective* (2014). Em contrapartida a grade do canal é composta por onze comédias (e/ou dramédias), tais como: *Girls* (2012), *Veep* (2012), *Silicon Valley* (2014), *The Comeback* (de 2005, com segunda temporada em 2014), *Ballers* (2015), *Vice Principals* (2016), *High Maintenance* (2016), *Divorce* (2016), *Insecure* (2016), *Tracey Ullman's Show* (2016) e *Curb Your Enthusiasm* (de 2000, mas com nova temporada programada para 2017).

Refletindo sobre a constituição mais atual que corresponde ao recorte que se inicia a partir do ano de 2010 que formou e forma a grade mais recente da emissora, depreende-se que em sete anos (de 2010 até janeiro de 2017) a HBO produziu **dez dramas**. Podemos assumir que é um número considerável, principalmente em comparação e equivalência a "era de ouro" do canal que corresponde ao início dos anos 2000, entretanto é interessante pensarmos que o canal que é conhecido por seus grandes dramas de "qualidade cinematográfica", por outro lado, produziu **vinte e cinco comédias** (dentre elas, algumas **dramédias**) no mesmo período, sendo diversas delas até mais consagradas pela crítica do que alguns dos próprios dramas. Portanto, podemos então cogitar que talvez o perfil do canal não seja o mesmo de 10 anos atrás?

A jornalista especializada em séries Fernanda Furquim faz a seguinte afirmação em uma reportagem⁷ presente seu blog Nova Temporada da revista Veja:

Uma das minhas decepções é a tendência atual da TV a cabo de se aproximar da TV aberta. Quando começou a produzir na década de 1990, a TV a cabo veio com uma proposta de se tornar uma alternativa para as produções oferecidas pela rede aberta. Seu sucesso forçou a TV aberta a buscar programas mais complexos e com um desenvolvimento de personagens mais profundo, que pudessem competir com o que

⁷ Disponível em: <http://veja.abril.com.br/blog/temporadas/as-10-melhores-series-de-2011/>
Acessa dez. 2016

era oferecido no cabo. Por cerca de 10 anos ela conseguiu se manter nesse caminho, oferecendo séries com temáticas voltadas para diferentes segmentos de público. Como resultado, produções com baixa audiência conseguiram sobreviver. Ela começou a adotar como critério de produção a medição do nível de audiência que se tornou determinante na renovação de uma série. No entanto, não é o público que a TV a cabo formou que decide o futuro de um programa, mas aquele que dá audiência à rede aberta e que também se tornou alvo dos canais a cabo.

A afirmação de Furquim faz todo sentido. Pois, ao pensarmos em uma situação hipotética em que *The Sopranos* ou *The Wire* estreassem e fossem exibidas atualmente, será que alcançariam o sucesso equivalente? Será que vingariam?

Usando David Simon como um exemplo, o criador da aclamada série *The Wire*, desenvolveu também as elogiadas *Treme*, *The Corner*, *Generation Kill* e *Show Me A Hero* para a HBO (sendo que as últimas três citadas são minisséries). Os projetos idealizados por Simon continuam sendo produzidos pela emissora, mesmo cientes que eles não terão audiência massiva. O objetivo do canal com essa estratégia é de conquistar credibilidade perante à crítica. Mas é visível a aposta dos canais em antologias ou então nas chamadas minisséries (*limited series*). Tendência já adotada inclusive também pela televisão aberta.

Teóricos e estudiosos que usei nesta monografia para definir “televisão de qualidade” afirmam que a qualidade da série dramática é determinada pela continuidade e a estabilidade da narrativa, as antologias mostram-se um modo de narrar extremamente eficaz, já que para muitos assistir uma série com duração de cinco temporadas, como *The Wire*, pode ser uma experiência assustadoramente maçante e desgastante. A antologia ou a minissérie configuram-se como alternativas de condicionar o melhor do gênero dramático em apenas uma temporada, potencializando ao máximo o que foi pregado desde o surgimento da televisão paga, no qual se acredita que a superioridade de seus seriados se dá pelo fato de serem menores e mais concisos do que os da televisão aberta, podendo então serem melhor desenvolvidos e construídos.

Essa é uma das medidas que ilustram as mudanças constantes que a indústria televisiva vem sofrendo. Visto que agora o sucesso não é definido ou garantido por repetição de fórmulas, ou até mesmo por inovação, o público vem se tornando cada vez mais volátil, volúvel e inconstante e a espetatorialidade também mudou, o ato de assistir televisão hoje não é o mesmo de dez anos atrás, ou até mesmo cinco anos atrás. A reconfiguração desse meio tem sido motivo de discussões em meio aos críticos, pesquisadores e acadêmicos e está longe de terminar.

3.3 – O caso *Enlightened*

Enlightened, série da HBO de 2011, é vítima do período de transição do mercado televisivo, a série tem todos os ingredientes de sucesso: é uma dramédia, tem um nome de peso como protagonista, roteiro aclamado e consagrada pela crítica e mesmo assim não conquistou o público. Injustiçada pela audiência, ou pela falta dela, a série foi cancelada na segunda temporada. Como uma série “fracassada”, *Enlightened* fornece um contexto interessante para a compreensão das práticas industriais complexas construídas pela HBO através de um discurso crítico, acadêmico e cultural. E sempre levando em conta as campanhas estratégicas de marketing e gestão de marca da empresa e principalmente como tudo isso opera quando o sucesso comercial e o burburinho que a produção deveria gerar na imprensa e no público não atendem aos padrões da HBO.

Considerada uma experiência televisiva, *Enlightened* durou apenas duas temporadas. Protagonizada por Laura Dern que vive a personagem Amy Jellicoe, a dramédia nos mostra uma protagonista que passa por um colapso nervoso e se interna em uma reabilitação no Havaí em que é apresentada a um novo estilo de vida, algo mais natural, voltado para a consciência social e espiritualidade. Endividada por conta do tratamento e depois de perder a sua posição na empresa que trabalhava, Amy se vê forçada a morar com sua mãe e é transferida para uma área da empresa desconhecida por ela, e que não tem vontade alguma de trabalhar.

Com um conhecimento bastante incipiente dessa nova ideologia e estilo de vida, Amy vive em constante atrito com as pessoas ao seu redor por se considerar apta a pregar ideais e cobrar apoio e atitudes na sua luta para torná-las mais engajadas na defesa do meio ambiente e na melhoria da qualidade de vida do mundo ao seu redor. No decorrer da série vemos Amy tentando fazer o que acredita ser certo, passando por cima das pessoas, ignorando os sentimentos e opiniões do próximo, visando um propósito maior pelo qual ela espera se tornar a pessoa que salvará o (seu) mundo. O que a move não é um sentimento altruísta, mas seu egoísmo e seu medo de voltar ao tipo de vida e de pessoa que tinha e era anteriormente.

Enlightened não se trata apenas de uma sátira e uma crítica ao sistema capitalista industrial norte americano, esse é a apenas o plano de fundo, já que o objetivo principal da série é mostrar a vida e as ações das pessoas nesse contexto, e não o contexto em si. A maioria dos episódios são narrados sob o ponto de vista de Amy, mas em episódios pontuais podemos aprender mais das pessoas ao redor dela quando o foco narrativo do episódio é alterado e

narrado por personagens coadjuvantes, tais como sua mãe. Uma mulher que vive sozinha em seu próprio mundo, assombrada por fantasmas do passado, que deixaram cicatrizes tão profundas em si mesma e na filha que ambas são impossibilitadas de compartilhar qualquer vínculo afetivo. Levi, o ex-marido de Amy que se submete ao mesmo tratamento na reabilitação. E por fim Tyler, interpretado por Mike White que também é cocriador, roteirista e diretor da série, é um colega de trabalho da protagonista e elemento fundamental na cruzada dela contra a empresa que trabalham.

Acho importante o ato de descrever a série de uma forma mais detalhada, pois pela sua sinopse e a descrição de seus personagens é possível notar com clareza a dramaticidade exalada por ela, mas e se eu te dissesse que ela é categorizada como comédia primordialmente e quase que exclusivamente em virtude de sua duração? Analisando o seriado de forma mais minuciosa, para mim, vemos o drama extremamente marcado particularmente na narrativa da segunda temporada da série quando temos Amy, Tyler e o chefe de seu setor, Dougie, empenhados em desmascarar a empresa, não apenas na questão do arco multiepisódico, mas também ao mostrar um processo de desenvolvimento psicológico e emocional dos personagens, algo que não é característico de gêneros cômicos. Contudo, os episódios possuíam duração em média de 25 minutos, algo que não é característico de produções dramáticas. Todd VanDerWerff, colaborador do site de entretenimento *The A.V. Club*, aponta em uma análise da série⁸ que um dos principais atributos de *Enlightened* que poderia fazê-la ser considerada uma comédia no sentido tradicional de gênero, é o simples fato de ser uma história em que as coisas não necessariamente terminam bem. Porém, para mim, isso é demasiadamente simplista e vago. Em consequência disso, para analisar e identificar elementos de comicidade e de humor na série, retomarei aos conceitos apresentados no primeiro capítulo desta monografia.

A comédia historicamente tende a fazer ressaltar as fragilidades do ser humano: o vício, a negligência, a presunção, a insensatez entre outros atributos propriamente humanos. Durante a mesa redonda do *The Hollywood Reporter* de atrizes cômicas de TV de 2012⁹, Laura Dern fazia uso da palavra “falha” para descrever sua personagem e como ela se relaciona com o mundo ao seu redor, podemos fazer uma clara referência ao que Bergson aponta na obra *O Riso*: a incapacidade de responder às situações de acordo a ação que demandam, neste sentido, uma

⁸ Disponível em: <http://www.avclub.com/article/enlightened-iis-tvs-best-show-right-nowand-it-nee-92934>
Acesso em dez. 2016.

⁹ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=rVRr1_RrSgw

virtude, falha ou vício moral que se apresente como resposta inadequada a um estímulo externo torna-se cômica (BERGSON, 1983, p.66-67).

Enlightened também pode ser referenciada partindo do conceito de humorismo convencionado por Pirandello, dado ao fato que de acordo com o dramaturgo, a aproximação emocional, através da reflexão, produz identificação e compaixão. O humorismo pode levar ao riso, mas este, segundo Pirandello, é amargo, é o riso da constatação da fragilidade do ser humano e do ver-se representado na contradição essencial que o outro porta. A continuação da argumentação motiva-se pelo fato de que a origem da palavra humorismo, pois apesar de muitas outras relações, também está atrelada e pode ser associada à melancolia. (PIRANDELLO, 1920, p.01; 68)

Agora, procedendo com uma abordagem de gênero voltada diretamente ao audiovisual, de acordo com o livro *Manuais de Cinema II - Gêneros Cinematográficos* de Luís Nogueira, citarei estratégias apresentadas por ele para a obtenção de efeitos cômicos que acredito que podem ser vistas em *Enlightened*. As estratégias são: o exagero (a lógica da hipérbole que tende a despertar no espectador uma sensação de incredulidade); o equívoco (divergência da interpretação entre os participantes ou interlocutores acerca de um mesmo fato); o agravamento (em que as peripécias se sucedem numa lógica desconcertante crescente); o recrudescimento (o qual ocorre quando todos os conflitos parecem definitivamente sanados, revelando uma nova leva de acontecimentos inesperados); o imprevisto (que desilude ou contraria todas as expectativas criadas para uma dada situação). Finalmente, o autor também aponta desdobramentos que podem ocasionar em diversas modalidades da comédia, já que a modalidade pode variar dependendo do tom ou do propósito com que o humor é utilizado. Um deles é o ridículo, que releva a insignificância de certos valores ou sublinha a hipocrisia de certas convenções. (NOGUEIRA, p. 20; 21). Consequentemente, acredito que a série narrativamente é uma singularidade e por apresentar estruturas de gênero tanto dramáticas, quanto cômicas, de forma profundamente entrelaçadas, é extremamente complexo afirmar que ela corresponde e se insere em algum dos dois gêneros, mesmo que traços, propriedades e particularidade de ambos possam ser identificadas na obra.

Deixando um pouco de lado essa abordagem que atenta-se ao gênero narrativo, visando que o objetivo da monografia é apenas expor algumas das questões intrínsecas a dramédia, já que o tema está longe de ser formalmente regrado, e agora partindo de um viés mais mercadológico, em *Aesthetics of Failure*, Jason Mittell argumenta que "a economia da televisão

coloca o limiar de falha muito mais alto, já que a maioria das séries só se torna lucrativa após várias temporadas, tornando o fracasso uma condição quase universal pelas únicas medidas que interessam à indústria televisiva" (pág. 76). No artigo, Mittell tende a sugerir que na indústria da televisão, o fracasso é de fato o padrão e não a exceção. Contudo, a HBO parece subverter essa noção, tendo o cancelamento como recurso de última instância. Em esclarecimento, ao categorizar *Enlightened* como “fracasso”, dado o contexto, devemos levar em conta a polissemia do termo. Pois apesar da suposta inovação estética, aprovação da crítica e reconhecimento em premiações, a série é considerada um fracasso do ponto de vista econômico para a HBO porque foi cancelada prematuramente. O sucesso do ponto de vista industrial é mensurado e medido exclusivamente em termos de longevidade, audiência, vendas e em especial caso da HBO, renovações de assinatura.

Todd VanDerWerff publicou no dia de exibição do penúltimo episódio da série alguns motivos do porquê o público deveria assisti-la¹⁰. O mesmo ousou comparar a dramédia com o drama *The Wire* (2002), afirmando que ambos os seriados são totalmente diferentes de tudo na TV e parecem serem únicos dentro de seus próprios gêneros. E que em sua forma singular os dois retratam as maneiras que as pessoas são trituradas e moídas pelos sistemas criados para protegê-los ou dar-lhes um significado. Ambas as séries possuíram audiência incrivelmente baixa, contando com o apoio da aclamação crítica e bases de fãs para a garantia de várias temporadas.

A comparação feita anteriormente mostra-se ainda mais interessante quando levamos em conta que um dos argumentos usados para caracterizar a televisão fechada é que a aceitação da crítica especializada é capaz e suficiente o bastante para manter um seriado no ar. Mas enquanto *The Wire* apenas foi indicado por dois Emmys de Melhor Roteiro em Série Dramática, sendo que a primeira indicação aconteceu só em sua terceira temporada e nunca conseguiu efetivamente ganhar nenhum dos dois prêmios, ainda assim se manteve no ar durante cinco temporadas. Em contrapartida, *Enlightened* foi indicado para um Globo de Ouro de Melhor Série de Comédia ou Musical em sua temporada de estreia, e Laura Dern não apenas foi indicada ao Emmy de Melhor Atriz em Série de Comédia como também ganhou o Globo de Ouro de Melhor Atriz em Série de Comédia ou Musical, mas ainda assim o seriado durou apenas duas temporadas.

¹⁰Disponível em: <http://www.avclub.com/article/enlightened-iis-tvs-best-show-right-nowand-it-nee-92934>
Acesso em dez. 2016.

Usando os pontos de encontros entre *Enlightened* e *The Wire*, séries aparentemente distintas, tanto entre si, mas também destoantes do cenário audiovisual que se encontravam em seus respectivos momentos na história da televisão, podemos argumentar as evidências de uma alteração no cenário televisivo, propondo uma reconfiguração em que a emissora esforce-se em tornar-se mais competitiva perante os canais abertos, pagos e também os serviços de *streaming*, e que dessa forma, pode-se questionar e até talvez desconstruir (alguns dos) estigmas que sempre foram inerentes e empregados a TV paga norte americana desde o seu surgimento, principalmente no caso da HBO, no caso: liberdade criativa, desapego a medições de audiência e promover uma grade diferenciada.

E para finalizar, *Enlightened*, apesar de representar o seu tempo, não foi aceito por ele. De certa forma, acredito o mesmo aconteceu com *The Wire*, entretanto, sempre considerando que a série se manifestou em um momento em que foi propício para o seu prolongamento, já que se destacou como um “antídoto” para a televisão de seu período. Talvez *Enlightened* seja certa para a proposta da HBO, só que errada para a conjuntura televisiva que se encontra. Como bem salienta o crítico do *The Hollywood Reporter*, Tim Goodman, em sua resenha¹¹ comentando o cancelamento da série, ele observa que atualmente uma audiência de 200.000 a 300.000 expectadores não é sustentável a menos que haja uma imensa cacofonia crítica como aconteceu com *Girls* (série da HBO também lançada em 2011 na mesma época). Goodman argumenta que se a televisão paga norte americana não tivesse uma imensa diversidade na quantidade de comédias em suas programações, muito provavelmente *Enlightened* seria renovada para uma terceira temporada.

O que não é um grande desafio que os dramas da HBO enfrentam, pois apesar da saturação de produtos televisivos em geral, inclusive os dramas, séries dramáticas da emissora como *The Leftovers* (2014), que possui um elenco de peso, consequentemente caro, um orçamento estufado, uma audiência baixa para as expectativas da emissora¹² (média de 300 mil espectadores em sua segunda temporada) e nenhuma indicação a um prêmio de peso (como Emmy ou Globo de Ouro), diferentemente de *Enlightened*, conseguiu ser renovada para sua terceira temporada.

¹¹ Disponível em: <http://www.hollywoodreporter.com/bastard-machine/cancellation-enlightened-was-a-win-429943>

Acesso dez. 2016.

¹² Disponível em: <http://tvseriesfinale.com/tv-show/the-leftovers-season-two-ratings-38465/>

Acesso em dez. 2016.

Dados os fatores industriais e mercadológicos atuais, o gênero da série não seja determinante para o cancelamento, porém certamente é um dos fatores que levaram ao acontecimento, principalmente se tratando do perfil do canal HBO e histórico de lançamento e atenção maior aos seus dramas, uma vez que mesmo sua programação demonstre que ele não é mais o mesmo de sua gênese, discursivamente ele ainda é, ou pretende ser. E, principalmente, por conta do panorama saturado e extremamente concorrido que a televisão demonstra estar inserida, não podemos esquecer que a maior consequência disso é que enquanto a televisão paga (incluindo a HBO) quer conquistar o público da televisão aberta, e a televisão aberta produz conteúdo para se aproximar e competir diretamente com a televisão paga.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Georges Minois em *História do Riso e do Escárnio* escreve: um dos traços do humor é justamente ser indefinível. Pode-se praticá-lo, reconhecê-lo, jamais descrevê-lo. (2003, p. 304). Atentando-se a frase há pouco citada, creio que ficou extremamente claro nesta monografia a pluralidade de olhares que se dirigem ao riso e as suas ramificações. Estamos nos referindo a um objeto que se encontra em constante mudança, tal qual o próprio ser humano e o contexto que ambos estão inseridos. O interessante também é observar que mesmo em áreas extremamente diversificadas dos artigos e dissertações que estive em contato usam dos mesmos autores para definir o riso e a comédia e tudo que ela engloba, o que pode ser considerado como algo positivo ao olhar por um ponto de vista mais otimista, pois vemos como o riso é de certa forma algo universalizado. Em contrapartida, por um olhar mais pessimista, é algo que indiscutivelmente e historicamente (como observamos) tem sido alvo de uma certa negligência acadêmica quando comparado com outros gêneros.

Acho importante ratificar que a todo o momento de escrita desta monografia, parto do princípio que nenhum produto audiovisual se encaixa totalmente em nenhum gênero, mas sim usa-se de características e peculiaridades que podem ser lidas, identificadas e rotuladas como pertencentes de determinados gêneros. Já no caso da dramédia, prefiro evitar em pensa-la em termos de hibridismo, pois me evoca a imagem de um corpo fragmentado, de modo que sugere a possibilidade de remontagem de certas partes do corpo (produto audiovisual, no caso) às suas origens. Neste caso, drama e comédia. Porém, nem sempre esse isso é possível, às vezes a experiência é tão entrelaçada que ela deve ser considerada como uma singularidade, singularidade complexa, pois carrega em si mesma uma certa diversidade de intensidades. Essas intensidades, sim, podem nos levar às categorias, mas não o contrário. Em resumo, procuro menos pensar que se fez um cruzamento de tradições que geram um certo resultado e sim pensar que esse próprio resultado complexo nos leva a pensar às tradições, mas sem nunca as ser plenamente, gerando então um gênero próprio.

Também considero relevante ressaltar como o discurso em torno do cancelamento do *Enlightened* é revelador em vários sentidos. Primordialmente, ele me leva a crer que é um exemplo claro da HBO em um estado de transformação, tentando se redefinir em uma era televisiva de maior concorrência (*post-network era*). A inovação mais do que nunca é vital para o sustento do canal, pois ele tem como missão continuar a promover discursos de qualidade e

exclusividade que efetivamente funcionem para diferenciar-se dos concorrentes. Mesmo que isso contrarie diretamente alguns de seus princípios.

Por conseguinte, o objetivo dessa monografia não é criticar, aplicar juízo de valor em relação aos gêneros da indústria televisiva ou muito menos repreender o que o canal HBO se propõe atualmente ou o que um dia se propôs, caso essa diferença realmente exista. Mas explicitar o potencial do cômico, que indiscutivelmente é um gênero marginalizado por parte da academia, críticos e até do público. E salientar que até um canal de vanguarda, que sempre buscou se diferenciar e destacar em meio a tantos outros, também é obrigatoriamente submetido às inevitáveis e imprevisíveis mudanças da indústria. E problematizar que a diferenciação discursiva do canal é um processo que diminui a própria TV como janela e instituição, o discurso promovido pela HBO, discurso que prega a promoção de uma grade composta com o que o espectador precisa assistir e não o que ele quer assistir, como se essas duas coisas fossem obrigatoriamente dissociáveis é em si muito danoso para a televisão e como vimos, irreal, já que na prática, no final disso tudo, a HBO ainda é um serviço sustentado por seus assinantes.

E por fim, tendo em vista tudo que foi dito, acredito que Minois novamente captura o riso em sua principal essência afirmando que o riso é a sabedoria, e filosofar é aprender a rir. Sem a liberdade de rir, de caçoar e fazer humor, não há progresso da razão. (2003, p. 441).

BIBLIOGRAFIA

ALBERTI, Verena. *O Riso e o Risível na História do Pensamento*. Rio Janeiro: Zahar, FGV, 1999.

AURÉLIO, Buarque de Holanda. *Novo Dicionário Básico da Língua Portuguesa*. São Paulo: Folha de São Paulo, 1995.

BAKHTIN, Mikhail. *A Cultura Popular na Idade Média e Renascimento: O Contexto de François Rabelais*. São Paulo: Editora HUCITEC, 1987.

BERG, Leah R. Ekdorn Vande. *Dramedy: Moonlighting as an emergent generic hybrid*. Communication Studies – Volume 40. London: Routledge. Cap. 1, p. 13-28. Mar./Mai. 1989.

BERGSON, Henri. *O riso: ensaio sobre a significação do cômico*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1983.

CARLOS, Cássio Henrique Starling. “*TV DE QUALIDADE*”: *conceito ambíguo, escorregadio e inevitável*. Disponível em: <http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/ata/pos/ppgmpa/MT02_tv%20de%20qualidade.pdf>. Acesso: nov. 2016.

DA SILVA, Fernando Moreno. *As várias faces do riso*. In: Revista travessias, Cascavel, V. 4, N. 1, pp. 211-228, 2010. Disponível em: <<http://e-revista.unioeste.br/index.php/travessias/article/download/3594/2851>>. Acesso: nov. 2016.

ECO, Umberto. *Sobre os espelhos e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Nova, 1989.

_____. *História da Feiúra*. São Paulo: Record, 2007.

_____. *Storia della Bruttezza*. Milão: Bompiani, 2007.

EDGERTON, Gary R. ; JONES, Jeffrey P. *The Essencial HBO Reader*. The University Press of Kentucky, 2008.

ELSAESSER, Thomas, BRONK, Lucette e SIMONS, Jan (org.). *Writing for the medium - Television in transition*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 1994.

FARAH, Lihemm. *Gêneros Televisivos de Ficção Televisiva em Série: o Drama e a Comédia*. Disponível em: <<http://tvemrevistauff.blogspot.com.br/2011/07/generos-televisivos-de-ficcao.html>>. Acesso em: nov, 2016.

FEUER, Jane. *HBO and the Concept of Quality TV*. In: MCCABE, Janet; AKASS, Kim(org.). *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*. New York: I.B. Tauris & Co LTD, 2007. Cap. 11, p. 145-157.

FEUER, Jane; KERR, Paul; VAHIMAGI, Tise (Ed.). *MTM "quality television"*. Londres: BFI, 1984.

LEVERETTE, Marc; OTT, Brian; BUCKLEY, Cara Louise. *It's Not TV: Watching HBO in the Post-Television Era*. New York: Routledge, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles. *A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo*. Trad. Miguel Serras Pereira e Ana Luísa Faria. Lisboa: Relógio d'Água Editores Ltda, 1989.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Ed. SENAC, 2000.

MINOIS, Georges. *História do riso e do escárnio*. Trad. Maria Elena O. Ortiz Assumpção. São Paulo: Editora UNESP, 2003.

MITTELL, Jason. *The Aesthetics of failure*. In. "Dossier: Perspectives on Failure". *The Velvet Light Trap*, n. 64, Fall 2009. Disponível em: <<http://www.utexaspressjournals.org/doi/pdf/10.5555/vlt.2009.64.76>>. Acesso: nov. 2016.

MUANIS, Felipe de Castro. *A Pior Televisão É Melhor que Nenhuma Televisão*. In: *Matrizes*, V. 9, N. 1, p. 87-101, 2015. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/100675/99405>>. Acesso: nov. 2016.

MULGAN, Geoff et al. *The question of quality*. Londres: BFI, 1990.

MUNIZ, Mariana. *A Comédia - Gênero à Margem*. 2008 Disponível em: <<http://www.portalabrace.org/vcongresso/textos/territorios/Mariana%20de%20Lima%20e%20Muniz-%20A%20Comedia%20-%20genero%20a%20margem.pdf>>. Acesso: nov. 2016.

NEVES, Jéssica Neri dos Reis. *Estratégias de Serialização da Narrativa Cômica*. Dissertação (Mestrado em Comunicação)- Programa de Pós- Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, 2012. Cap. 1, p. 22-68.

_____. *Mais Complexo ou Menos Cômico? A Complexidade Narrativa Aplicada À Criação de Personagens nas Novas Sitcoms*. In: *Culturas Midiáticas*, V. 8, N. 2, p. 46-59, 2015. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/index.php/cm/article/view/27197/14500>>. Acesso: nov. 2016.

NOGUEIRA, Luís. *Manuais de Cinema II - Géneros Cinematográficos*. Covilhã: LabCom Books, 2010.

PIRANDELLO, Luigi. *L'umorismo*. In: *Saggi, poesie, scritti varri*. Milão, 1920.

SEABRA, Rodrigo. *Renascença: a Série de Tv no Século XXI*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016.

SWORDS, Collins David. *Agents of Change: Enlightened, HBO and the Crisis of Brand Identity in the Post-Network Era*. 59 p. Dissertação (Graduação em Comunicação)- Faculty of the Graduate School of The University of Texas at Austin, 2014.

THOMPSON, Robert J. *Television's second Golden Age: from Hill Street Blues to ER*. Nova York: Continuum, 1996.

WRIGHT, John. *Why is that so funny? A practical exploration of Physical Comedy*. Londres: Nick Hern Books, 2006.

YONNET, Paul. *La planète du rire: sur la mediatisation du comique. Le débat*. Paris, n. 59, p. 152-172, março-abril, 1990.