

sessões do MAGNÁRIO

VOL. 20 | N. 34 | 2015 | <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3710.2015.2>



CURTA NOSSA
PÁGINA

Dossiê 65 anos de TV no Brasil

P.01

Estórias e História: memórias de telespectadores sobre novelas de 1970 e 1980

Diego Franco Gonçalves e
Julio Cesar Fernandes

P.18

As contribuições da TV para o desenvolvimento do campo e construção de novas representações sobre o rural

Ricardo Ramos Carneiro da Cunha, Vicente William da Silva Darde e Fernando Albino Leme

P.129

Memórias de ontem, hoje e amanhã – Entrevista com Marialva Barbosa

Ciro Götz e
Jéferson Cardoso

Um *Sai de Baixo* “inferior”? – *Vai que Cola* e as premissas da valoração estética do humor televisivo serial na perspectiva da crítica especializada

An “inferior” Sai de Baixo? – Vai que Cola and the premises of television humor’s aesthetics evaluation on the perspective of specialized critics

Jéssica Neri¹ 

Resumo

Fenômeno de audiência entre programas nacionais exibidos na TV a cabo, *Vai que Cola* parece nunca ter agradado à crítica especializada apesar de suas semelhanças estruturais com outra série cômica, *Sai de Baixo*, esta sim sucesso de crítica e público. O que este artigo procura investigar, a partir da análise de algumas críticas sobre ambas as séries, é quais critérios de valoração estética estão por trás da desqualificação de *Vai que Cola* em relação a *Sai Baixo* e que aspectos estruturais das séries endossam tais juízos de valor sobre as mesmas. Para isso, propomos uma análise comparativa dos dois programas levando em consideração a particularidade de seu gênero (o cômico), formato narrativo (a série) e endereçamento (o chamado público popular, no caso de *Vai que Cola*).

Palavras-chave

Televisão; humor; crítica; *Vai que Cola*; *Sai de Baixo*.

Abstract

An audience phenomenon among national TV shows exhibited on cable, *Vai que Cola* seems to never have pleased the specialized critics despite its structural similarities with another comedy series, *Sai Baixo*, this last one a critics and audience hit. What this article intends to investigate, through the analysis of some critical articles targeting both series, is which criteria of aesthetics’ valuation are behind the disqualification of *Vai que Cola* regarding *Sai de Baixo* and which structural aspects of both series endorse such statements about them. To do so, we propose a comparative analysis of both shows taking in consideration the particularities of their genre (the comic), narrative format (the series) and target addressing (the so called popular audience, in the case of *Vai que Cola*).

Keywords

Television; humor; critics; *Vai que Cola*; *Sai de Baixo*.

Introdução

Apesar de terem estreado com 13 anos de diferença – *Sai de Baixo* em 1996 (Rede Globo, 1996-2002) e *Vai que Cola* em 2013 (Multishow, 2013-) – a proposta de análise comparativa deste trabalho entre as duas séries nos parece rentável porque elas compartilham muitos aspectos estruturais e técnicos, que vão do modo de construir personagens ao formato teleteatro, passando pela presença de roteiristas comuns, e, o mais importante: ambas são fenômenos de audiência, uma da TV aberta e outra da TV fechada. Ainda assim, ao comparar-se as duas os críticos parecem se apegar à aura inovadora de *Sai de Baixo* deixando de lado demais particularidades de sua estrutura que se assemelham a *Vai que Cola* e que nesta última série muitas vezes servem como pontos de degradação estética. A nossa proposta é entender como pontos considerados falhos e virtuosos são articulados nas críticas feitas a *Vai que Cola* pensando isso a partir da estrutura narrativa da série e suas estratégias de engajamento. Para compor a análise, usaremos como termo de comparação a série *Sai Baixo*, recurso muitas vezes explorado pelos próprios críticos e que por isso mesmo nos parece esclarecedor. Ao final deste trabalho pretendemos esclarecer minimamente a origem das críticas a *Vai que Cola*, suas possíveis relações com a narrativa da série e os critérios que parecem ser usados pela crítica para exaltar ou rechaçar determinado aspecto numa série cômica no contexto nacional.

Foram reunidas para a análise, à qual este artigo se propõe, seis críticas colhidas de sites diversos especializados em crítica cultural voltada a programas televisivos. Na seleção de críticas consultadas foi possível observar que alguns pontos se repetem com maior ênfase, como a classificação do humor de *Vai que Cola* como sendo de caráter popular (com o termo sendo usado em tom depreciativo)

e a desqualificação do texto do programa em função da exploração considerada excessiva de estereótipos e repetição de piadas e arquétipos cômicos já conhecidos do público. Esses aspectos fazem a série ser classificada também como banal, infantil, um programa ultrapassado.

Nossa grande questão é entender de onde partem esses juízos de valor em relação a *Vai que Cola* e que aspectos da narrativa da série os acionam. Ao que nos parece, as críticas feitas ao programa dialogam com critérios de valoração de bases mais profundas e que vão além de sua trama, passando por duas grandes constatações: 1) há fatores que tornam determinadas expressões cômicas mais relevantes que outras aos olhos dos críticos; e 2) há formas de estruturar e criar estratégias de engajamento em narrativas seriais cômicas que são consideradas inferiores e são identificadas pelo rótulo de popular. Em função disso, ao longo deste trabalho nos debruçaremos sobre essas duas questões a fim de tentar entender de onde partem estas distinções valorativas.

Vai que Cola: um *Sai de Baixo* “inferior”?

Diferente de *Sai de Baixo*, *Vai que Cola* foi um programa concebido para ser popular, como afirmou antes da estreia seu diretor, Guilherme Zattar, dando a entender que a série tinha como objetivo agradar o grande número de novos assinantes de TV a cabo no Brasil oriundos da classe C (Fernando, 2013). O termo popular aqui parece ter implicações neste contexto que não são precisas, dando margem a várias interpretações. Apesar da audiência massiva de *Sai de Baixo* (chegando a atingir em seu auge 40 pontos, segundo medição do Ibope), o programa nunca foi classificado como popular no sentido de ser feito para agradar à maioria ou de ter sido estruturalmente simplificado para ser compreendido

por uma grande parcela do público, como às vezes fica subentendido no discurso da crítica sobre *Vai que Cola*.

“A gente busca o popular”, diz Guilherme Zattar, diretor-geral do Multishow em uma matéria do Estadão. Na estreia de *Vai que Cola*, nova série de humor do canal a cabo, isso ficou bem claro. Estreou ontem a nova aposta da emissora reconhecida como um pulsante caldeirão do humor. O problema é que ao “buscar o popular”, *Vai que Cola* mirou em *Sai de Baixo* e acertou no *Zorra Total* [referência justificada no texto pelo tipo de piadas de *Vai que Cola*, classificadas “prontas à exaustão”] (Rizan, 2013).

Sai Baixo foi idealizado para ser um programa de formato inovador, que unisse a linguagem do teatro à da televisão, apresentando episódios nos quais à trama do roteiro se somassem os improvisos e erros dos atores como parte do espetáculo. Apesar de gravado, o programa possuía ares de ao vivo, visto que era filmado diante de uma plateia cujas reações eram captadas e nos momentos em que saíam do texto os atores comumente dirigiam-se diretamente ao público presente e aos telespectadores em casa em tom bastante informal. A união de todos esses aspectos fizeram do formato do programa um híbrido de difícil classificação e uma experiência inédita na televisão brasileira ao adicionar o coloquialismo e a grande capacidade de improviso ao teleteatro consagrado por outras séries, fator ao qual lhe foi atribuído tanto sucesso.

Produzido pelo Multishow, canal da TV paga pertencente à Rede Globo, *Vai que Cola* surge muitos anos depois de *Sai Baixo* com um formato que busca fazer o mesmo: unir as linguagens do teatro e televisão apresentando um texto no qual erros e improvisos com-

põem o resultado final. O uso de um formato já conhecido e bem sucedido parece ter sido uma das muitas estratégias usadas para que *Vai que Cola* fizesse sucesso imediato, uma vez que o programa procurou partir de aspectos familiares ao grande público da TV aberta para gerar empatia (além do formato, investiu-se também num elenco de atores cujos últimos trabalhos na TV aberta ainda povoavam o imaginário do grande público). Mas excluindo-se esses aspectos, *Vai que Cola* não é muito diferente em sua estrutura de *Sai de Baixo*, ainda que tenha sido pensado para atrair um público específico, caracterizado como popular, e de ter recebido muitas críticas que classificam negativamente seu humor, considerado muitas vezes como sendo “de gosto duvidoso” ou construído a partir de “piadas prontas”.

Ambas as séries podem ser classificadas como comédias de tipos, por assim dizer. Como aponta Bergson, a essência do cômico é a mecanização dos traços humanos, uma espécie de enrijecimento diante dos fluxos constantes de mudanças que é a vida e é esse enrijecimento o alvo do riso alheio (Bergson, 1983, p. 67). Assim sendo, tipos cômicos são aqueles cujos desvios (a padrões de conduta compartilhados e pré-determinados num dado contexto real ou ficcional) estão de tal modo enraizados que se repetem como num mecanismo, dominando a maior parte da personalidade do indivíduo, cujo caráter passa a ser definido por tal desvio (o azarado, o narcisista, o desastrado, etc.). O que leva o caráter cômico a não sanar seu desvio é sua incapacidade de perceber-se como tal. Ele é inconsciente sobre sua condição e não se vê como um desviado, logo, não se percebe cômico. Isso o torna “vítima” de suas próprias ações, visto que padecerá sempre dos mesmos problemas sem nunca ser capaz de identificá-los. Daí o porquê do retorno do personagem cômico às mesmas situações, base

das comédias de situação, que são, por natureza, comédias de tipos (Bergson, 1983, p. 70). No caso de *Sai de Baixo* e *Vai que Cola*, as duas séries abordam o choque de classes sociais, explorando o conflito ricos x pobres, num contexto em que a primeira categoria é forçada a adequar-se à segunda devido à falência, gerando tipos cômicos que alimentam essa premissa narrativa.

Em *Vai que Cola* uma pensão pertencente à personagem Dona Jô e localizada no Méier, bairro fora da zona considerada nobre do Rio de Janeiro, vira refúgio de personagens que não podem mais se manter em Ipanema, bairro nobre da cidade. A série começa com a chegada do personagem Valdomiro, exatamente enquadrado neste contexto, que se refugia na pensão após dar um golpe e ser perseguido pela polícia. Valdomiro então se depara com uma realidade diferente da sua e que considera inferior, o que gera conflitos no dia a dia de todos. *Sai de Baixo* começa da mesma forma, quando os personagens Caco, Magda e Cassandra, falidos, se mudam para o apartamento de Vavá, irmão de Cassandra e cujo imóvel localizado no Largo do Arouche (bairro de classe média de São Paulo) é herança de ambos. Não aceitando a condição de falidos, os três continuam tentando reproduzir o padrão de consumo de luxo e exploração das classes trabalhistas em sua nova vida, vindo a entrar em constante conflito com a empregada doméstica que trabalha na casa de Vavá, Edileuza, e com Ribamar, porteiro do prédio que frequenta constantemente o apartamento de Vavá por este ser o síndico. Em *Vai que Cola* vê-se um diferencial nesta relação de tensão de classes que dialoga com a nova realidade com a qual a situação é debatida amplamente no país, contemplando certa positividade das classes populares e novas formas de visibilidade e ascensão. Este é o caso da personagem Jéssica, filha da dona da pensão e cuja

profissão é ser celebridade virtual, numa saga atropalhada de busca por ascensão social.

A crítica social aprofundada, porém, passa longe do foco de ambos os programas. Tanto *Sai de Baixo* quanto *Vai que Cola* investem muito mais no humor que aciona estereótipos do que na crítica social para efeitos de produção de humor. Enquanto os falidos inconformados são sempre esnobes e se ressentem da atual situação econômica, inferiorizando os hábitos com os quais se deparam, os representantes de classes populares combatem esta rejeição ridicularizando os primeiros por sua incapacidade de aceitar a nova situação da qual não têm como escapar - ao mesmo tempo em que buscam também se distinguir entre si e ascender. Em *Sai de Baixo*, por exemplo, um dos bordões mais famosos e repetidos na série era “Eu tenho horror a pobre!”, do personagem Caco Antibes. Eram comuns ainda na série piadas que tinham como alvo a sexualidade de Caco, a origem nordestina de Ribamar e o sobrepeso de Edileuza. Em *Vai que Cola* são recorrentes os mesmos tipos de piadas que acionam estereótipos como alvo, como aquelas que se referem à sexualidade dos personagens Ferdinando (porteiro da pensão) e Valdomiro, aos hábitos considerados «suburbanos», peculiares ao bairro do Méier e entorno, ou à vida amorosa de Jéssica, a quem se referem como “periguete”, para indicar que a mesma possui vários pretendentes amorosos. Soma-se a isso o fato de a linguagem usada nos programas ser igualmente coloquial, incluindo, inclusive, palavrões e expressões consideradas vulgares. Ainda assim, críticas sobre a estereotipia de piadas e o humor de “qualidade duvidosa” (em função do tipo do alvo e do coloquialismo), pareçam pesar apenas sobre *Vai que Cola*, quando em *Sai de Baixo* muitas vezes o excesso de coloquialismo era considerado transgressão.

“O texto da premiação [Prêmio Multishow de 2013] lembrou, em diversos momentos, o humor de forte apelo popular, uma espécie de ‘Zorra Total’ para maiores, do seriado” (Stycer, 2013). No caso, a comparação de *Vai que Cola* ao humorístico *Zorra Total* - também da Rede Globo e também constantemente depreciado pela crítica -, se dá uma vez que este último é considerado um programa de humor ultrapassado devido à repetição de fórmulas e rotinas cômicas já muito exploradas no contexto do humor televisivo nacional, o que o caracteriza como “de forte apelo popular”. Mas afinal, a que valores estéticos os críticos se apegam ao depreciar a qualidade de *Vai que Cola*? Acreditamos que no contexto da crítica nacional dois principais aspectos sejam considerados para que uma qualificação positiva seja aferida a uma série de humor. Estes critérios seriam a representatividade do alvo do humor e a inovação. Ao longo deste trabalho tentaremos desenvolver ao que cada um destes aspectos se refere estruturalmente no contexto das obras e os juízos de valor suscitados a partir deles.

Sobre o “bom” e o “mau” riso

A Poética aristotélica é iniciada com a explicitação clara de seu propósito: indicar como construir a fábula de modo a alcançar o belo poético, e a conclusão a que se chega ao final da obra é a de que o Belo e o cômico não coincidem. Uma das principais razões para isso está no fato de que, enquanto a tragédia representa os homens de modo melhor do que realmente são, a comédia os representa de modo pior (Aristóteles, cap. II). No quarto capítulo da Poética fica clara a oposição do cômico aos valores morais e ações heroicas, estando o gênero ligado à expressão do que há de ordinário e censurável (Aristóteles, cap. IV). Já aqui temos a noção de que o cômico, narrativamente, está ligado à quebra

de um horizonte de expectativas, que muitas vezes está relacionada às normas e regras sociais.

Em *Storia della Bruttezza* (2007), Umberto Eco classifica o cômico como uma forma de arte caracterizada pela perda e rebaixamento da harmonia ou mecanização dos comportamentos tidos como normais, um jogo que tem como alvo os desvios e deformações. O cômico, portanto, opõe-se ao belo pela ausência de harmonia (da qual vem a quebra do horizonte de expectativas característica a este tipo de expressão). Eco enfatiza, no entanto, que esta caracterização não contempla a obscenidade. O cômico e o obsceno se unem quando miram, com fins de divertimento, num alvo pelo qual se nutre desprezo ou no ato libertário completo contra o opressor. Logo, o fator libertário não é próprio ao cômico, mas algo que lhe pode ser agregado. Própria ao cômico é a noção de alvo, esta sim fundamental à produção do riso, como será apresentado a seguir. Às expressões de cunho “cômico-obsceno”, por assim dizer, Eco afere o nome de revolta, e a localiza nos Saturnais romanos e nas festas populares medievais, nestas últimas sob a forma de representações grotescas (Eco, 2007, p. 137). Eco afirma que a seriedade e a tristeza no período medieval eram a prerrogativa de quem praticava um otimismo sacro (sofrimento terreno como necessidade ao alcance do paraíso futuro), enquanto o riso era o remédio de quem encarava de modo pessimista uma vida difícil (Eco, 2007, p. 141); logo, o riso estava ligado a expressões populares de caráter extraoficial.

No Renascimento, o obsceno medieval adquire valor positivo, sendo apropriado artisticamente. O Renascimento insere a cultura popular medieval no discurso oficial, que de revolta anárquica popular adquire status de revolução cultural. O expoente dessa apropriação é a obra de Rabelais, analisada por Bakhtin. Na socieda-

de renascentista, 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). Ao analisar o riso na obra de Rabelais, Bakhtin destaca o aspecto ambivalente do grotesco por ele explorado, que pode adquirir tanto um valor positivo quanto negativo. Em seu aspecto positivo – modo de interpretação dos contemporâneos de Rabelais – essa ambivalência é a expressão da plenitude contraditória e dual da vida, que contém a negação e a destruição indispensáveis ao nascimento de algo novo e melhor. Visto por seu aspecto negativo o exagero do grotesco torna-se caricatural, alvo do riso, de ridicularização, ponto de vista assumido por releituras posteriores (Bakhtin, 1987, p. 54). Neste ponto, Bakhtin deixa implícito o caráter múltiplo do riso, que não necessariamente ridiculariza, ou seja, o riso não é obrigatoriamente depreciativo, como pressuposto na Poética e em suas expressões pós-renascentistas.

A degradação do riso se dá com a perda de seu caráter universalizante ligado à concepção do mundo, associando-se à infamação dogmática e relegado ao domínio do cotidiano. Isso ocorre no século XVII, em face à consolidação dos Estados absolutistas, que encontraram sua forma ideológica na filosofia racionalista e na estética classicista. O novo regime e seu caráter sério e centralizado não contemplavam a ambiguidade do grotesco (Bakhtin, 1987, p. 88). O riso como forma universal de concepção do mundo torna-se inconcebível, podendo referir-se apenas a fenômenos parciais da vida social, ao específico, e associado ao negativo (vícios dos indivíduos e da sociedade). O processo de reinterpretação do riso se completará como consequência direta da instauração da *hierarquia dos gêneros* (século XVII), segundo a qual há gêneros inferiores e superiores, a depender do

assunto que centralizem e do propósito a que servem (Bakhtin, 1987, p. 54-55). À considerada alta literatura pertenciam as obras que provinham consolação e conselhos, tais como as filosóficas ou teológicas, enquanto as obras que faziam rir eram consideradas como “menores”, destinadas apenas ao divertimento por provocarem o riso (Bakhtin, 1987, p. 57).

O “aprisionamento” à categoria de gênero mencionado por Bakhtin realmente destituiu do riso e do cômico seu caráter universal de reinterpretação do mundo, embora, como Eco tenha afirmado, este aspecto não é intrínseco ao cômico e, por isso mesmo, parece datado ao momento histórico específico que é aquele analisado por Bakhtin. Já em relação às manifestações pós-Renascimento, estas realmente possuem uma ligação forte com o cotidiano e ações localizadas – caso, por exemplo, das comédias de situação, como as aqui analisadas. E, embora, nessas obras poderes opressores possam servir como alvo do cômico, isso ocorre de modo localizado e na medida em que seja capaz de inserir-se no cotidiano.

Deixando de lado temporariamente noções de valor atreladas a expressões do cômico que produziram diferentes tipos de riso, pode-se dizer que dois aspectos se fazem presentes em todas essas expressões: a noção de alvo e a de dualidade. Seja a poética do cômico analisada por Aristóteles, o cômico na arte delineado por Eco ou a oposição entre cômico grotesco e cômico pós-renascentista apresentada por Bakhtin, em todas elas fica claro que quando se ri, ri-se de algo que se presta à condição de alvo. Outra questão fundamental é a noção de quebra de uma idealização que é exatamente o que produz o riso, ou seja, ri-se da quebra da lógica ou da regra, da perda da harmonia, das inclinações tomadas como inferiores, em resumo: do que está em desacerto com um ideal pré-concebido.

A noção de alvo pressupõe o afastamento necessário ao não envolvimento emocional daquele ou da situação da qual se ri, afastamento este que segundo muitos autores constrói um senso de superioridade. Já a necessidade de oposição entre duas realidades, gerando um efeito de quebra, pressupõe que a produção do efeito cômico demanda sempre a presença de uma incongruência. Tanto a superioridade quanto a incongruência servem como mecanismos base para duas das principais vertentes de teorias que procurem explicar a produção do efeito cômico. Sobre esse aspecto, Jeroen Vandaele (2002) afirma ser impossível oferecer uma explicação satisfatória do campo de estudo do humor tomando quaisquer que seja dessas duas teorias em separado (Vandaele, 2002, p.225), argumento com o qual tendemos a concordar visto a persistência destes dois aspectos em diferentes reflexões sobre o tema. Vandaele afirma ainda que a superioridade e a incongruência trabalham de modo complementar na produção do efeito cômico, sendo indissociáveis para tal e estabelecendo relações que não são sempre as mesmas, uma vez que haveriam tipos diferenciados de manifestações tanto da superioridade quanto da incongruência (Vandaele, 2002, p. 246-247).

É sobre esta variedade de arranjos que parece residir as distinções apresentadas por Bakhtin em relação ao cômico grotesco e ao cômico pós-renascentista caracterizado como não universalizante, aquele que persiste até hoje. Enquanto as expressões localizadas do cômico que visam a ridicularização para mero entretenimento são tidas como “menores” (riso das imperfeições alheias ou de incongruências insignificantes do dia-dia), o riso que busca se insurgir contra poderes opressores mundanos ou metafísicos (Igreja, nobreza, morte) é positivado. Logo, estas expressões

em sua essência estrutural representam o mesmo mecanismo, mas possuem alvos de caráter distinto, o que muda o significado de seu efeito.

Voltando a *Vai que Cola*, a crítica Patrícia Kogut afirma que um ponto fraco do programa é “a comédia sem grande repertório ou referências: resume-se a piadas banais sobre o cotidiano, o que é uma limitação e tanto” (Kogut, 2013). Como a crítica mostra, ao que parece - ao menos no contexto das críticas utilizadas como corpus - expressões artísticas cômicas que se aproximam de algum modo da busca por este riso universalizante ao questionarem poderes opressores parecem ser consideradas mais relevantes que as piadas criadas a partir de situações narrativas particulares que exploram desvios dos tipos cômicos de determinada ficção. Esse foi um dos pontos mais elogiados, por exemplo, no primeiro episódio comemorativo de *Sai de Baixo*, produzido em 2013 para celebrar três anos de existência do canal a cabo *Viva*, pertencente à *Rede Globo* e especializada em reprises de programas do canal (ele reprisa *Sai de Baixo* desde 2010). No episódio foram feitas piadas criticando aspectos da sociedade brasileira atual, como a situação caótica dos aeroportos e as falas homofóbicas do deputado Marcos Feliciano (Forato, 2013). Neste sentido o que se observa é um subtexto no qual expressões cômicas só são de fato consideradas “relevantes” quando capazes de produzir crítica social, um critério de valorização que cria hierarquias entre tipos de expressões cômicas a partir da avaliação da representatividade de seus alvos. Como em *Vai que Cola* a crítica social não é o foco principal do humor (ainda que exista em determinados momentos), esse ponto parece contribuir para que a série tenha sua qualidade questionada no contexto de produção nacional.

Entre valorações e estruturas

Para entender a oposição feita pela crítica entre inovação e popular, algumas reflexões de Martín Barbero sobre a matriz popular dos produtos massivos na obra *Dos Meios às Mediações* (2001) nos parecem úteis. Segundo Barbero, a lógica da cultura de matriz popular que opera por imagens e situações e é excluída dos discursos oficiais a partir da Modernidade sobrevive na indústria cultural (Barbero, 2001, p. 246). Os meios de comunicação massiva se apropriam desta matriz popular para construir sua linguagem, ao mesmo tempo em que a atualizam no novo contexto urbano, incorporando as contradições e lógica de produção da Modernidade. No caso particular da serialização, esta reproduz a lógica da repetição própria à experiência urbana moderna, das rotinas cronometradas que começam e acabam para logo em seguida recomeçarem (Barbero, p. 295-296). E no que compete a seus conteúdos, as séries apelam à matriz cultural popular para engajar seu público.

O primeiro texto no formato popular de massa foi o folhetim, e cuja lógica de engajamento e organização estrutural influenciam a produção de ficções serializadas até hoje (Barbero, 2001, p. 182). No que toca à estrutura interna da narrativa - aspecto que mais nos interessa aqui -, as histórias narradas pelos folhetins se utilizavam de estratégias com raízes numa matriz popular: o jogo entre a surpresa e redundância. O fato de ser uma narrativa serial demanda certa circularidade, fazendo com que a história principal em andamento seja recuperada a cada novo capítulo, de modo a não confundir o leitor. Já a surpresa é fundamental para manter o interesse do público, deixando-o em suspensão entre um capítulo e o próximo, cuja promessa é sempre a revelação de um novo fato importante ao andamento da história. As duas estratégias aproximam o folhetim da narrativa oral,

predominante entre uma classe rural, não escolarizada e que depois migrou para as cidades, onde veio a compor o chamado público massivo.

Por essas várias razões, podemos dizer que produzir uma obra serial num contexto massivo já é pensá-la dentro de uma matriz popular, independente do gênero narrativo ou tema abordado. São narrativas feitas para engajar o público, fazendo-o envolver-se passionalmente com os acontecimentos narrados de modo a torná-los parte de sua experiência cotidiana. No que concerne à organização interna da obra, o envolvimento afetivo que move o público no acompanhar de uma série fica mais claro nestas palavras de Umberto Eco (1989) sobre o divertimento e satisfação do público diante das peculiaridades da lógica serial:

Na série, o leitor acredita que desfruta da novidade da história enquanto, de fato, distrai-se seguindo um esquema narrativo constante e fica satisfeito ao encontrar um personagem conhecido, com seus tiques, suas frases feitas, suas técnicas para solucionar problemas... A série neste sentido responde à necessidade infantil, mas nem por isso doentia, de ouvir sempre a mesma história, de consolar-se com o retorno do idêntico, superficialmente mascarado. (Eco, 1989, p. 123)

A fala de Eco caracteriza o retorno do idêntico como principal traço da lógica de produção dos meios de comunicação de massa. Segundo o autor, os produtos veiculados por esses meios são expressões que “fingem” ser diferentes, mas, ao invés disso, transmitem sempre o mesmo conteúdo básico que engaja o público através da variação dos mecanismos de repetição. A argumen-

tação de Eco reforça as semelhanças entre a narrativa popular e as ficções seriadas produzidas num contexto massivo, bem como as estratégias das quais se utilizam para fidelizar seu público. O que estamos tentando demonstrar através desta argumentação é a centralidade do jogo entre novidade e redundância para a lógica de serialização, o que torna a “inovação pura” como um dos principais termos de valoração de produtos midiáticos um contrassenso, um critério externo à própria lógica de estruturação e engajamento destes produtos, mas que ainda assim é comumente evocado pela crítica, como podemos observar na passagem: “A diferença é que o dominical da Globo recentemente reencenado pelo *Viva* [referindo-se a *Sai de Baixo*] tinha sabor de novidade quando estreou, no distante 1996. O lançamento do *Multishow* já nasce antigo» (Kogut, 2013).

No caso das comédias de situação, a repetição ainda cumpre o papel fundamental de intensificar o riso, uma vez que enfatiza a essência do cômico (que é a mecanização dos caracteres humano). A repetição é inclusive citada por Bergson como uma das principais estratégias de produção de comicidade, e nas comédias de situação a repetição de arquétipos os alça à condição de categorias cômicas capazes de fazer rir ainda que deslocados de seu contexto original de produção (Bergson, 1983, p.47). Ou seja: criticar esse aspecto em séries cômicas é criticar uma de suas principais estratégias de engajamento, parte mesmo da essência deste tipo de expressão.

Porém, há que se parar por um instante e questionar os porquês que levam a crítica a rechaçar *Vai que Cola* suscitando estes aspectos. A nosso ver, a estratégia usada na concepção do programa para ser popular – no sentido de acessível às camadas mais populares – parece ter partido da noção de estética

popular como uma estética outra, concebida a partir de uma certa noção de rebaixamento da cultura oficial, o que acarretou no investimento excessivo da redundância em detrimento da novidade (de partida, o programa não inova em relação ao formato em nenhum aspecto, apostando em nomes e estratégias já consagradas). Tal aspecto é previsto dentro do hall de estratégias de engajamento de ficções seriadas, mas geralmente tomada como um aspecto de rebaixamento estético pela crítica. Ou seja: a série foi produzida para agradar classes populares investindo em estratégias pensadas a partir de uma ideia de estética popular como equivalente a uma estética rebaixada. Nesta lógica, produzir para um público popular significa simplificar estruturas e evitar inovações, efeito conseguido pela ênfase na redundância de estruturas e aspectos já familiares ao público.

É possível entender um pouco mais aprofundadamente como é concebida a estética popular a partir de uma visão elitista (pensada a partir da chamada cultura oficial) através da explanação de Bourdieu sobre o gosto popular, considerado inferior em relação ao gosto puro (acessível apenas àqueles de origem familiar e educacional economicamente privilegiadas), este último único capaz de apreciar a estética erudita. A principal característica do gosto popular, segundo Bourdieu, é a subordinação da forma à função, sendo por isso incapaz de apreciar experimentações e abstrações formais. No que tange à ficção característica à apreciação do gosto popular, Bourdieu afirma:

Seja no teatro ou no cinema, o público popular diverte-se com as intrigas orientadas, do ponto de vista lógico e cronológico, para um *happy end* e “sente-se” melhor nas situações e nos personagens

simplesmente desenhados que nas figuras e ações ambíguas e simbólicas ou nos problemas enigmáticos do teatro (Bourdieu, 2007, p. 35).

As características pontuadas por Bourdieu como pertencentes à estética popular podem ser entendidas como marcas de um modo de criar narrativas e produzir engajamento a partir da Modernidade, sendo então não aspectos de distinção de gosto, mas sim parte do tecido comum de compartilhamento. Ainda assim, na hierarquia de atribuição dos valores por parte da crítica, ficções que explorem mais ostensivamente aspectos daquilo que Bourdieu classifica como estética popular são encaradas como esteticamente inferiores, caso de *Vai que Cola*. Nesse sentido, o que o autor coloca como o poder daqueles que dominam os mecanismos de construção dos códigos de distinção em disseminar estes códigos e torná-los hegemônicos prevalece. Sendo a crítica o local de autoridade sobre juízos de valor em relação a produtos midiáticos, ela parece criar códigos de distinção que muitas vezes passam pela valoração positiva daquilo que é menos recorrente e mais inferencial, no sentido de demandar maior atenção do telespectador para seu deciframento (embora estruturalmente isso não necessariamente determine a qualidade do produto final, que pode ser inovador e complexo, porém incoerente diante de sua proposta).

No entanto, onde há muitas vezes a oposição bom *versus* ruim, o que de fato encontramos é a oposição simples *versus* complexo (sendo o complexo aqui apenas uma das variedades possíveis de tendências de um mesmo aspecto, assim como o simples), em termos de estrutura. Piadas que optam mais pela padronização de efeitos, personagens planos e estereotipados, narrativas dotadas de intriga simples e apresentação didática de fatos não são necessariamente aspectos que comprometem a coerência da

narrativa, apenas a tornam menos complexa em termos de estrutura. Ainda assim, tais aspectos são comumente tomados como esteticamente depreciativos. No caso de *Vai que Cola*, nas críticas avaliadas apenas uma delas (Grehnhanini, 2013) aponta um problema que de fato compromete a fruição da narrativa na série: a constante tensão entre a narrativa linear do roteiro e o improvisado cômico dos atores, que em alguns episódios dificulta o acompanhamento da trama. Dada a semelhança de formato, o problema também ocorria em *Sai de Baixo*, embora quase nunca seja pontuado em críticas a nenhuma das duas séries.

Por outro lado, concebendo-se que todos estes produtos midiático partem de códigos de compartilhamento geral, nada impede que públicos diferentes apreciem programas de graus diferentes de complexidade, caso de *Sai de Baixo*, cuja audiência sempre foi alta e abrangeu públicos distintos, ainda que o formato fosse inicialmente inovador. Além disso, também por compartilhar deste tecido de códigos comuns *Sai de Baixo* é uma série inovadora na proposta, mas se utiliza de estratégias de manutenção de longevidade da narrativa e engajamento próprias à lógica de serialização de narrativas ficcionais (advindas do folhetim) e da qual estes produtos, independente de seu grau de complexidade estrutural, nunca fogem totalmente por possuírem a mesma matriz. Assim sendo, toda inovação na lógica serial com o tempo tende a “estabilizar-se” através de padrões de redundância, estratégia fundamental à manutenção da longevidade destes produtos midiáticos e cuja fruição se dá a partir da variação do detalhe, como afirma Umberto Eco (1989).

Conclusão

Partindo da análise conduzida até aqui, entendemos que parece existir uma cisão entre a crítica e a compreensão das estratégias possíveis de construção

da narrativa serial cômica dentro do hall de possibilidades que se apresentam nas expressões do cômico e da serialização de narrativas a partir da Modernidade. Usando como principais guias de valoração a representatividade do alvo e a inovação, a crítica especializada qualifica as séries a partir do preenchimento de determinados requisitos referentes a estes critérios, deixando de lado outras variações expressivas e as premissas das estratégias de engajamento a partir das quais se constroem estas séries. Neste sentido, o maior “pecado” de *Vai que Cola* é privar-se do papel de ser uma série inovadora dentro do formato no qual é apresentada, aspecto que marca seu rebaixamento em relação a *Sai de Baixo* por parte da crítica. A maior parte dos aspectos criticados na série têm como essência a repetição, traço sempre presente em narrativas midiáticas seriais, mas fortemente criticado sempre que evidente, sendo tomado como traço de rebaixamento estético.

Seguindo a lógica do apagamento da alteridade característico da Modernidade, a crítica utiliza-se de sua autoridade para construir uma escala de valores na qual o que realmente há é um *continuum* na variação de formas seriais nas quais encontramos o jogo entre novidade e redundância em graus diferentes, ora pendendo para um extremo, ora para outro. O mesmo vale para a representatividade dos alvos, uma vez que em comédias de situação as duas tendências mencionadas costumam a aparecer. Neste sentido, podemos concluir que tais aspectos, por si só, são insuficientes para definir a qualidade da narrativa – ou seja, se a mesma realiza com esmero sua proposta de acordo à programação de efeitos prevista –, uma vez que eles se referem a variações de tendências aspectuais sem no entanto versar sobre a coerência da nar-

rativa em si, caindo em juízos pré-estabelecidos sobre “bom gosto” e “mau gosto” de sustentação frágil, caso da comparação entre *Sai de Baixo* e *Vai que Cola*.

Referências

ARISTÓTELES. **Arte poética**. São Paulo: Martin Claret, 2006.

BAKHTIN, Mikhael. **A cultura popular na Idade Média e Renascimento: O contexto de François Rabelais**. São Paulo: Editora HUCITEC, 1987.

BARBERO, Jesús Martín. **Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2001.

BERGSON, Henri. **O riso: Ensaio sobre a significação do cômico**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1983.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**. Porto Alegre: Zouk, 2007.

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

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

VANDAELE, Jeroen. Humor Mechanisms in Film Comedy: Incongruity and Superiority. **Poetics Today**. University of Oslo: Porter Institute for Poetics and Semiotics, 2002. pp. 221-249.

Críticas usadas como *corpus* de análise

FERNANDO, João. **A série popular “Vai que Cola” estreia no Multishow**. Crítica publicada no Caderno de

Cultura do Estadão em 04 de julho de 2013. Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,serie-popular-vai-que-cola-estreia-no-multishow,1050107>>. Acesso em: 22 jan. 2015.

FORATO, Thiago. **“Sai de Baixo” mina concorrentes e retorna como se não tivesse saído**. Crítica publicada no blog Na Telinha do Portal Uol em 04 de novembro de 2013. Disponível em: <<http://natelinha.ne10.uol.com.br/colunas/2013/11/04/sai-de-baixo-mina-concorrentes-e-retorna-como-se-nao-tivesse-saido-67817.php>>. Acesso em: 22 jan. 2015.

GREGNANIN, Carol. **“Vai que Cola” tem proposta promissora, mas peca pela falta de graça e equívocos de narrativa**. Crítica publicada na seção Na TV do Portal iG em 11 de julho de 2013. Disponível em: <<http://natv.ig.com.br/index.php/2013/07/11/vai-que-cola-tem-proposta-promissora-mas-peca-pela-falta-de-graca-e-equivocos-de-narrativa/>>. Acesso em: 22 jan. 2015.

KOGUT, Patrícia. **“Vai que Cola” tem bom elenco, mas é um museu de velhas novidades**. Crítica publicada no Blog Patrícia Kogut do site do jornal O Globo em 11 de julho de 2013. Disponível em: <<http://kogut.oglobo.globo.com/noticias-da-tv/critica/noticia/2013/07/vai-que-cola-tem-bom-elenco-mas-e-um-museu-de-velhas-novidades.html>>. Acesso em: 22 jan. 2015.

RIZAN, Thiago. **Crítica: Vai que Cola, nova série do Multishow**. Crítica publicada no site Pêssego d’Oro em 09 de julho de 2013. Disponível em: <<http://www.pessegadoro.com/2013/07/critica-vai-que-cola-nova-serie-do.html>>. Acesso em: 22 jan. 2015.

STYCER, Maurício. **Com palavrões de baixaria, Prêmio Multishow vira extensão do “Vai que Cola”.** Crítica publicada pela seção de Entretenimento, subseção TV e Novelas, do Portal Uol em 04 de setembro de 2013. Disponível em: <<http://televisao.uol.com.br/critica/2013/09/04/com-palavroes-e-baixaria-premio-multishow-vira-extensao-do-vai-que-cola.htm>>. Acesso em: 22 jan. 2015.

Notas

- 1 Doutoranda em Comunicação na Universidade Federal Fluminense (Rua Lara Vilela, 126, Niterói/RJ, CEP: 24210-590). E-mail: jessa.nene@gmail.com.