

Estilística: uma possível metodologia para análise de narrativas televisivas

João Paulo Hergesel

Doutorando em Comunicação pela Universidade Anhembi Morumbi – UAM. Membro dos grupos de pesquisa Inovações e Rupturas na Ficção Televisiva Brasileira (Universidade Anhembi Morumbi – UAM) e Narrativas Midiáticas (Universidade de Sorocaba – Uniso). Contato com o autor: jp_hergesel@hotmail.com.

Rogério Ferraraz

Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi – UAM e vice-líder do grupo de pesquisa Inovações e Rupturas na Ficção Televisiva Brasileira. Contato com o autor: rogerioferraraz@anhembimorumbi.edu.br.

Resumo: A Estilística, considerada capaz de compreender os aspectos afetivos da expressão, teve sua origem nos estudos aristotélicos de Retórica e Poética. Embora consolidada pela Linguística e pela Literatura, pesquisadores de Comunicação vêm encontrando na Estilística a resposta para muitas de suas indagações. Já apropriada pelos estudos de Cinema, a Estilística caminha para encontrar nos estudos televisivos uma abertura pela qual pode oferecer auxílio nas análises descritivas e na interpretação contextual dos produtos. Este artigo, que oferece um resgate histórico da disciplina cunhada por Charles Bally e Leo Spitzer, apresenta-a como uma possível metodologia para análise de narrativas televisivas, explorando sua contribuição consagrada pelos estudos de obras cinematográficas e da TV norte-americana. Por fim, a revisão teórica aqui exposta menciona aplicações desse procedimento em narrativas enredadas pelos programas do SBT.

Palavras-chave: Audiovisual. Televisão. Narrativas Midiáticas. Estilística. SBT.

Abstract: Stylistics, a possible methodology for the analysis of television narratives. Stylistics, considered capable of understanding the affective aspects of expression, had its origin in the Aristotelian studies of Rhetoric and Poetics. Although consolidated by Linguistics and Literature, Communication researchers are finding in the Stylistics the answer to many of their questions. Already appropriated by the studies of Cinema, Stylistics moves towards finding in the televising studies, an opening by which it can offer aid in the descriptive analyzes and the contextual interpretation of the products. This article, which offers a historical recovery of this discipline coined by Charles Bally and Leo Spitzer, presents it as a possible methodology for the analysis of television narratives, exploring his ratified contribution to the cinematographic works and the American TV. To illustrate this reasoning, one does a stylistic reflection about the programs by SBT, the second largest Brazilian broadcaster.

Keywords: Audiovisual. Television. Media Narratives. Stylistics. SBT.



1 Considerações iniciais

O campo dos estudos televisivos, embora bastante seguro nos métodos de pesquisa envolvendo a recepção, ainda apresenta problemas metodológicos quando o assunto é análise de conteúdo. Arlindo Machado e Marta Lucía Vélez (2007) posicionaram que são necessárias tentativas, rascunhos, experiências, até que se atinjam propostas de metodologias que cumpram o objetivo de explicar um fenômeno audiovisual tão passível de hibridismos e mutações como os programas televisivos.

Percebemos que uma das dificuldades para compreensão das narrativas que se constroem nessa mídia facilmente acessível está na relação passional que ela é capaz de despertar na audiência. Em outras palavras, faz-se necessário responder, dentre tantas outras dúvidas, o que há no som e na imagem, em sentido de expressividade, para motivar pessoas a dedicarem horas de lazer a esse veículo de comunicação.

Vemos na Estilística, disciplina que encontrou seu auge na área das Letras, um potencial para auxiliar nesse caso, sobretudo se considerando os inúmeros recursos de que ela dispõe. Para esclarecer essa visão, no entanto, é necessário percorrer alguns estudos de Aristóteles (384 a.C. – 322 a.C.), os quais serviram como base para a Estilística, bem como sua afirmação no campo da Linguística e da Literatura, para então discutir sua presença na Comunicação Audiovisual.

Primeiramente, oferecemos um resgate sobre a Retórica, disciplina discorrida por Aristóteles no século IV a.C., prioritariamente acerca das obras literárias e da argumentação determinada, e sobre a qual se atribui o caráter de persuasão. Vemos, nesse ponto, quais são seus principais objetivos e seu modo de utilização, além de destacar que, embora registrada há mais de dois milênios, a abordagem traz fortes contribuições aos estudos contemporâneos. A partir da Retórica se discute um de seus desdobramentos: a Poética.

Também de autoria aristotélica, ao executar uma retomada em tal disciplina grega, vemos que a ideia de imitação da realidade ainda se mantém ativa não somente nas artes, mas também nas mídias cotidianas. Apresentamos uma discussão sobre como a mimese, que poderia diferenciar destacadamente o verídico do fictício, acaba por fundir ambos os planos, gerando um hibridismo entre fábula e história, no qual as narrativas midiáticas vêm se estilizando. Tal menção acerca do estilo serve de gatilho para as explicações acerca da Estilística.

Com uma abordagem neutra, apresentamos as duas vertentes da Estilística iniciadas no século XX e que se mantêm estáveis até hoje, ainda que surjam novas teorias e tentativas de conciliá-las. Após uma exposição da visão de Charles Bally e do pensamento de Leo Spitzer, enumeram-se comentários sobre como tal disciplina é vista hoje, tanto pelos pesquisadores da Linguística e da Literatura (áreas em que ela se consolidou) como da Comunicação, permitindo um desdobramento sobre sua presença nos estudos sobre audiovisual.

O que se vê primeiramente, a respeito desse assunto, é a influência do formalismo estético na consolidação do que se tem hoje por estilo cinematográfico. Movimentação de

câmera, enquadramento, iluminação, sonoplastia, figurino, maquiagem, dentre tantos outros elementos da *mise-en-scène*, são alguns dos quesitos com os quais a Estilística se preocupa, a fim de destacar, não apenas traços de autoria e referências intertextuais, como também fatos do contexto sociocultural implicados na obra.

Essa visão cultural-social do produto é expandida quando a Estilística se infiltra nos estudos televisivos. Inicialmente herdada dos estudos de cinema, essa metodologia mostra-se capaz de envolver pelo menos três aspectos quando aplicada à TV: primeiro, identificar adornos e partículas preciosas, por meio de uma descrição do conteúdo; segundo, investigar a relação com a história e a cultura de seu antro de produção, o que implica também na fruição do produto; e terceiro, avaliar, por meio das críticas a qualidade do que está sendo oferecido/consumido.

Quando o assunto se limita à televisão brasileira, as análises estilísticas são capazes de despertar motivações além da imagem em movimento e da sonorização acoplada; é no diálogo que ela encontra sua zona de conforto, uma vez que o embasamento desta mídia ocorreu com o rádio – e não com o cinema, como no exterior. Para compreender, portanto, as narrativas televisivas nacionais, acreditamos na união da Estilística (da Linguística, da Literatura, originada na Retórica e na Poética aristotélicas) com os estudos estilísticos (do Cinema, da TV norte-americana, influenciados pelo formalismo).

Para realização deste trabalho, que se enquadra majoritariamente no conceito de revisão de literatura, estabeleceu-se um quadro teórico com: Aristóteles (1999; 2005), no que diz respeito à Retórica e à Poética; José Lemos Monteiro (2005) e Nilce Sant’Anna Martins (2008), sobre a Estilística do texto verbal; David Bordwell (2008) e Jeremy Butler (2010), no que se refere à Estilística do texto audiovisual; e Renato Luiz Pucci Junior (2014) e Simone Maria Rocha (2016), sobre a Estilística na televisão brasileira.

2 Retórica: o átomo primitivo

A retomada da Retórica é essencial para compreender os estudos estilísticos, uma vez que, nas palavras de Nilce Sant’Anna Martins (2008, p. 35), a Estilística “não pode ser completamente desligada de estudos sobre a expressão linguística feitos em séculos anteriores”. Para este trabalho, portanto, utilizamos uma versão da obra grega traduzida para o português por Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena, publicada em Lisboa em fevereiro de 2005.

Algumas definições, registradas no século IV a.C., enquadravam a Retórica como a arte que, diferentemente do que se costuma resumir, não é sinônimo de persuasão, mas de discernimento para verificar os meios de persuasão para cada caso (ARISTÓTELES, 2005, p. 94). O objetivo da Retórica era, em poucas palavras, formar um juízo (ARISTÓTELES, 2005, p. 159), destacando para isso o tripé que sustenta a enunciação: o orador, o ouvinte e o discurso em si (ARISTÓTELES, 2005, p. 96).

Para que se faça uso dessa arte nas situações em que se fizer necessário, é preciso envolver os três gêneros da retórica (ARISTÓTELES, 2005, p. 104). Ao orador, cabe o viés deliberativo ou político, a quem preza aconselhar sobre os eventos futuros. Ao discurso em si, cabe o viés judicial ou forense, a quem assiste acusar ou defender de acordo com os acontecimentos passados. E ao ouvinte, cabe o viés epidíctico ou demonstrativo, louvando ou censurando os fatos presentes.

Vemos que tal proposta, mencionada mais dois milênios antes da existência da televisão, pode ser atualizada e aplicada aos programas de teledramaturgia, entretenimento ou jornalismo: à produção, cabe gravar o que será exibido no futuro; à exibição, cabe apresentar o que foi registrado no passado; e à fruição, cabe apreciar o que lhe é transmitido no tempo presente. Essa reapropriação midiática, além de demonstrar a contemporaneidade da fundamentação aristotélica, ainda justifica retomar tais estudos filosóficos em pesquisas sobre o aparato.

Voltando às elucubrações aristotélicas, é esclarecido que não basta o discurso ser demonstrativo e crível; o orador precisa mostrar que possui certas disposições e preparar favoravelmente aquele que o julga (ARISTÓTELES, 2005, p. 159). Vale lembrar que “a retórica é primariamente uma técnica de argumentação, mais do que de ornamentação”, portanto, “o orador deve adequar o estilo às diferentes situações, evitando tanto o estilo rasteiro como o empolado” (MARTINS, 2008, p. 36).

Para isso, as provas, seguidas da expressão enunciativa e da organização do discurso se fazem necessárias (ARISTÓTELES, 2005, p. 241). Como amostragem de um discurso adequado, são enumeradas quatro etapas: o proêmio, a exposição, as provas e o epílogo (ARISTÓTELES, 2005, p. 278). Além disso, “o discurso deve ter ritmo, mas não metro, pois neste caso se tornaria poema” (MARTINS, 2008, p. 37).

Cientes de que o proêmio é a parte em que se evidencia a finalidade do evento (ARISTÓTELES, 2005, p. 279) e que as fases seguintes visam a prolongar o discurso retórico (ARISTÓTELES, 2005, p. 284-296), é no epílogo que se concentra o clímax da situação. Para que se consiga uma conclusão positiva por parte do ouvinte, é indicado que o orador molde seu discurso, obedecendo a quatro passos: tornar o ouvinte favorável pela causa e desfavorável ao adversário; amplificar ou minimizar; despertar o lado emocional do ouvinte; e recapitular o exposto (ARISTÓTELES, 2005, p. 296).

Trazendo essa explicação para o caso aqui discutido, vemos algo semelhante ocorrendo nos programas de televisão. Primeiramente, chama-se a atenção do público, impedindo-o de mudar de canal. Em seguida, prende-se sua atenção, criando uma espécie de sensacionalismo, de impacto. Posteriormente, utiliza-se dos recursos audiovisuais para despertar sentimentos; por fim, recapitula-se para esclarecer a toda a audiência o que se passou. Notamos, novamente, que as indicações utilizadas no Período Clássico Grego prevalecem em vigência no mundo hodierno.

Essa terceira parte (ARISTÓTELES, p. 239-297) é a faísca de uma discussão promissora sobre estilística – “a retórica é a estilística dos antigos”, disse Pierre Guiraud (1978, p. 31).

Tais recursos, entretanto, são apresentados como instrumentos complementares para a arte da argumentação, ou seja, o estilo é aplicado com a finalidade de persuadir, mais do que despertar afeto, envolver, acarinhar. Uma de suas obras seguintes, *Poética*, visa a expandir os olhares acerca desse conteúdo, aplicando-o à obra de cunho artístico.

3 Poética: o princípio aural

A arte é a imitação – por modos, objetos ou meios diferentes; pelo ritmo, pela linguagem, pela melodia – de personas, emoções e ações (ARISTÓTELES, 1999, p. 37). Tal consideração, tendo como base as epopeias e ditirambos do século IV a.C., sustentam-se até os dias contemporâneos, replicada nas mais diversas mídias cotidianas – e não somente na Literatura, na Dança, no Teatro, nas Artes em geral, como se acreditava.

Enxergamos a televisão como uma demonstração fidedigna do exposto: a mimese é o que orienta a poética da telinha, estabelecendo um grau de cumplicidade entre orador e ouvinte (no caso, emissora e telespectador) pautado na representação da realidade. Entendemos, com isso, que a definição atualizada de poética está muito mais ligada à produção, ao modo de criar, do que ao lirismo, à complexidade sógnica dos meios de expressão, como se costuma pensar.

Tal fenômeno se justifica no fato de que o ser humano faz imitações desde a infância e sente prazer com isso – e apreciar as imitações causa deleite porque é capaz de identificar nelas o objeto imitado (ARISTÓTELES, 1999, p. 40). Ao trazer a imitação da realidade para dentro de uma tela e transmiti-la para todo um território, a televisão, por meio do jornalismo, da teledramaturgia e dos programas de entretenimento, atíça a capacidade do prazer.

É importante ressaltar, no entanto, que a televisão, embora vise quase sempre à representação do cotidiano, oferece uma combinação de fábula e história. Entendemos como fábula a reunião de ações fictícias com personagens de qualidades determinadas e pensamentos específicos (ARISTÓTELES, 1999, p. 43); como história, o relato dos acontecimentos como, de fato, ocorreram (ARISTÓTELES, 1999, p. 47). Em ambos os casos, no entanto, as ideias expressas pelos narradores – sejam verídicos ou inventados – demonstram, refutam e suscitam emoções (ARISTÓTELES, 1999, p. 61).

Para envolver os sentimentos dos ouvintes, a construção poética faz uso de elementos prioritariamente estilísticos, como metáforas (ARISTÓTELES, 1999, p. 63) e outras tantas figuras de linguagem, o que faz com que a cena manifestada dispense a vulgaridade e adquira um adorno que a eleve de nível, que se desvincule do comum (ARISTÓTELES, 1999, p. 65). Como menciona Martins (2008, p. 37), “o estudo da elocução chegará a sobrepor-se ao das demais partes da retórica (invenção, disposição, ação e memória)”.

Aristóteles, no entanto, “ordena, divide, subdivide os múltiplos elementos da arte oratória e da poética, mas não se detém numa classificação pormenorizada das figuras de linguagem” (MARTINS, 2008, p. 37). Esse jogo entre afeto e expressividade é retomado e expandido por Charles Bally (1865-1947), linguista francês, sob o nome de Estilística, no início do século XX.

4 Bally e Spitzer: o ato consolidado

Dentro da área da Comunicação, assim como nas Letras, vemos que ocorre uma confusão entre Estilística e Retórica (às vezes, entre Poética e Semântica também), como se essas disciplinas discorressem sobre os mesmos assuntos. A respeito desse posicionamento, Nilce Sant’Anna Martins esclarece:

A estilística tem um campo de estudo mais amplo que o da retórica: não se limitando ao uso da linguagem com fins exclusivamente literários, interessa-se pelos usos linguísticos correspondentes às diversas funções da linguagem, seja na investigação da poeticidade, seja na apresentação da estrutura textual, seja na determinação das peculiaridades da linguagem devidas a fatores psicológicos e sociais (MARTINS, 2008, p. 40).

A Estilística, em suma, estuda os fatos expressivos da linguagem organizada de acordo com seu conteúdo emocional, quer dizer, a expressão dos fatos da sensibilidade por meio da linguagem e a ação dos fatos da linguagem sobre a sensibilidade. Tal definição, esboçada no *Précis de Stylistique* (Compêndio de Estilística, 1905) foi cunhada no *Traité de Stylistique Française* (Tratado de Estilística Francesa, 1909), ambas publicadas por Bally. Sem traduções para o português e de difícil acesso no Brasil, o conteúdo de tais obras é retomado por pesquisadores contemporâneos.

Conhecida por alguns autores (tais quais Pierre Guiraud [1978, passim] e Cláudio Cezar Henriques [2001, p. 1]) como “ciência da expressão”, a Estilística foi consolidada a partir de uma bifurcação acadêmica. Enquanto Bally exercitava suas análises na relação entre a língua e o ato social que ela exercia, Leo Spitzer (1887-1960) investigava a relação entre a linguagem e sua manifestação na literatura – conforme resgatado por Pierre Guiraud (1978, p. 90-102), Alicia Yllera (1979, p. 17-30), José Lemos Monteiro (2005, p. 15-24), Nilce Sant’Anna Martins (2008, p. 20-28), Cláudio Cezar Henriques (2011, p. 52-73), dentre outros.

Em outras palavras, Bally se preocupava com o estilo linguístico da forma como ele socialmente era (estilística descritiva), enquanto Spitzer se voltava a compreender o estilo linguístico como ele artisticamente deveria ser (estilística idealista). Mesmo que a disciplina seja única (isto é, a metodologia utilizada para analisar os fenômenos sociais da língua [descritiva] é, de certa forma, similar à para averiguar os fatos culturais da literatura [idealista]), notamos que ainda se mantém um pudor ao utilizar a estilística ballyana em pesquisas sociolinguísticas e a estilística spitzeriana em processos da teoria literária.

Quando Roman Jakobson (Cf 1970) propõe uma divisão para as funções da linguagem, aplicando-as à estrutura textual de diferentes enunciados – a saber: emotiva (centrada no emissor), conativa (focada no receptor), referencial (pendida para o contexto), fática (relativa ao contato), metalinguística (dirigida ao código) e poética (ligada à mensagem) – criam-se duas novas nomenclaturas: estilística funcional e estilística estrutural.

Outras vertentes da Estilística surgiram ao longo do avanço científico (MONTEIRO, 2005, p. 24-38), tais como: estilística gerativa, objetivada em descrever as frases gramaticalmente aceitáveis de uma língua; estilística retórica, preocupada em interpretar o uso de figuras de linguagem nos planos de expressão e conteúdo; estilística poética, disposta a compreender os processos que tornam artística uma obra literária; estilística semiótica, interessada em discutir os mecanismos aplicados aos signos para a produção de sentido; e estilística estatística, que visa a quantificar os recursos utilizados pelo autor, estabelecendo assim a demarcação do estilo do profissional.

Já se mencionam também: estilística discursiva, “que não tem exatamente um foco exclusivo na gramática ou na literatura” (HENRIQUES, 2011, p. 83); estilística sociolinguística, “que estuda certos aspectos da variação linguística” (MARTINS, 2008, p. 23); estilística do enunciado, “que se ocupa do aspecto verbal, suas particularidades fônicas, morfológicas, semânticas, sintáticas” (MARTINS, 2008, p. 234); e a estilística da enunciação, “que se ocupa da relação entre protagonistas do discurso” (MARTINS, 2008, p. 234).

Contudo, Monteiro (2005, p. 41) ainda acredita que, “apesar das constantes interferências, a estilística não foi alijada de seu território” e continua com o objetivo apresentado por Bally desde o início: estudar as relações entre expressão e afetividade. Por meio da identificação de recursos proporcionadores de lirismo, da estruturação de uma obra com fins de demarcação autoral, do impacto psicossocial registrado por tais elementos, dentre outras funcionalidades, a Estilística aterrissou no campo da Comunicação Audiovisual.

5 Bordwell: o estilo no cinema

Enquanto as Letras se ocuparam em renovar as nomenclaturas dos recursos estilísticos comumente aplicados às palavras, identificando as figuras de linguagem nos textos e o modo como elas ascendem a qualidade expressiva, o Cinema se voltou a discutir como as técnicas filmicas propunham a afetividade no campo audiovisual. Dentro dessa ideia, David Bordwell (1947-) apoiou-se no estudo do formalismo de Noël Burch (1932-) e disseminou o que veio a se chamar estilo cinematográfico.

Para ele, “o estilo é a textura tangível do filme, a superfície perceptual com a qual nos deparamos ao escutar e olhar: é a porta de entrada para penetrarmos e nos movermos na trama, no tema, no sentimento – e tudo mais que é importante para nós” (BORDWELL, 2008, p. 58). Ainda segundo Bordwell (2008, p. 29), “em grande parte do cinema narrativo, a ficção é orquestrada para nosso olhar pela encenação cinematográfica, que é construída para informar, manifestar ou simplesmente encantar visualmente. Somos afetados, mas não percebemos”.

A afetividade do espectador é despertada por meio de duas camadas que compõem o estilo. A primeira delas diz respeito à função denotativa, isto é, “a descrição de cenários e personagens, a narração de suas motivações, a apresentação dos diálogos e do movimento” (BORDWELL, 2008, p. 59). A segunda está relacionada diretamente às qualidades expressivas,

as quais “podem ser transmitidas pela iluminação, pela cor, pela interpretação, pela trilha musical e por certos movimentos de câmera” (BORDWELL, 2008, p. 59).

A análise estilística, seguindo esse raciocínio, mostra-se relevante porque “sem interpretação e enquadramento, iluminação e comprimento de lentes, composição e corte, diálogo e trilha sonora, não poderíamos apreender o mundo da história” (BORDWELL, 2008, p. 57-58). Partindo dessa ideia inicial de estilo cinematográfico, começaram a pulular buscas por um estilo televisivo.

6 Thompson e Butler: a ramificação para a televisão

Kristin Thompson (1950-) ficou conhecida nos estudos de Comunicação por sugerir a definição de televisão clássica (*classical television*) ao transferir, para a análise de programas televisivos, um olhar semelhante ao que aplicava ao cinema clássico hollywoodiano. Segundo a pesquisadora (THOMPSON, 2003, p. 19), isso ocorre porque a fórmula aplicada a esses tipos de narrativa tende a ser unificada e facilmente compreensível, tendo como finalidade prioritária a de entreter.

Ao passo em que Thompson utilizava, para a análise televisiva, uma metodologia que se fixava nos estudos de Cinema, Butler (2010) propôs uma metodologia específica para os estudos de Televisão, relacionando o produto midiático com o contexto cultural que o circunvolve. Na visão do pesquisador, estilo é “qualquer padrão técnico de som-imagem que sirva uma função dentro do texto televisivo”, portanto, “estilo é estrutura, a sua superfície, a rede que mantém juntos seus significantes e através do qual os seus significados são comunicados” (*in* ROCHA, 2016, p. 24).

Butler (2010) enumera três dimensões para a análise estilística em televisão. A primeira é a de descrição, pois “a mesma atenção que roteiristas, diretores, cinematógrafos, editores e demais profissionais dedicaram à construção de um texto deve ser empregada na desconstrução do mesmo” (*in* ROCHA, 2016, p. 31). A segunda é a de análise/interpretação, examinando o “funcionamento do estilo dentro do sistema textual, [...] as emoções que um estilo revela e as que ele provoca no espectador” (*in* ROCHA, 2016, p. 31-32). E a terceira é a de avaliação, sobre a qual não aprofunda, já que, em sua visão, “não há normas estéticas sistematicamente definidas que possam guiar a avaliação da televisão” (*in* ROCHA, 2016, p. 34).

Sem tradução para o português, os estudos de Thompson e Butler passaram a ser introduzidos no Brasil por pesquisadores que propuseram uma reelaboração metodológica que se encaixasse na produção televisiva brasileira. Destacam-se, nesse segmento, Renato Luiz Pucci Jr., líder do grupo de pesquisa Inovações e Rupturas na Ficção Televisiva Brasileira e professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi, e Simone Maria Rocha, líder do grupo de pesquisa Comunicação e Cultura em Televisualidades e professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais.

7 Pucci Jr. e Rocha: o estilo televisivo no Brasil

“A televisão apoia-se no estilo – cenário, iluminação, videografia, edição e assim por diante – para definir o tom/atmosfera, para atrair os telespectadores, para construir significados e narrativas”, afirma Simone Maria Rocha (2016, p. 24). Por mais que estudos dedicados a entender o estilo televisivo sejam reveladores e um potencial para aprimoramento das pesquisas em Comunicação, este é um “aspecto que, em geral, não é dos mais enfatizados na pesquisa sobre televisão” (PUCCI JR., 2014, p. 676).

A ideia de que a narrativa televisiva é um fluxo contínuo contribuiu para que as análises de produtos específicos fossem encobertas (ROCHA, 2016, p. 45). As abordagens que existem geralmente são feitas pela Semiótica, pela Análise do Discurso ou pelos Estudos Culturais, “quase sempre voltadas para entender os textos como formas culturais e as convenções ou códigos que os governam” (ROCHA, 2016, p. 44). A inferência da estilística nos programas de televisão é um tema bastante recente, sobretudo no Brasil.

Segundo Rocha (2016, p. 32), o estilo televisivo pode “denotar, expressar, simbolizar, decorar, persuadir, chamar ou interpelar, diferenciar, significar ao vivo”, além de estar presente “na interseção de padrões culturais, econômicos, tecnológicos e de códigos semióticos/estéticos” (ROCHA, 2016, p. 34). Pucci Jr. (2014, p. 678), por sua vez, aprofunda-se na relação entre estilo e cognitivismo, utilizando o conceito de *schemata*, isto é, “estruturas cognitivas abstratas que, ao ativar a memória de longo prazo, fornecem condições para o conhecimento”. Para o autor, essa aplicação mostra-se eficaz “tanto para entender como ocorrem as escolhas técnicas em cada narrativa fílmica, quanto para saber o que acontece com o espectador enquanto assiste a um filme” (PUCCI JR., 2014, p. 678).

Embasando-se nas ideias de Mikhail Bakhtin (1895-1975), Henriques (2011, p. 83) conclui que “a análise estilística é, portanto, uma questão metodológica”, a qual exige “uma compreensão profunda da natureza do enunciado e da particularidade dos gêneros do discurso” (BAKHTIN, 1992, p. 286). Para Simone Maria Rocha (2016, p. 9), o objetivo da análise estilística é “revelar a continuada importância e o valor cultural que a televisão possui em nossas realidades brasileiras”.

É por meio da presença de recursos estilísticos que ocorre a identificação na mente humana: “ao acompanhar uma narrativa, o cérebro encadeia os segmentos em termos de causalidade, construindo espaço e tempo homogêneos e, assim, transforma numa história coerente as discontinuidades entre segmentos, espaços e temporalidades” (PUCCI JR., 2014, p. 679). A estilística também pode “contribuir para que o Brasil se reconheça e se aproxime cada vez mais de uma América Latina de língua hispânica cujas matrizes históricas e culturais, conflitos sociais e políticos formam um terreno comum de vivências e compartilhamentos” (ROCHA, 2016, p. 11).

A análise estilística possibilita que “o estudioso pense como um criador, entendendo como os programas são produzidos da perspectiva dos produtores” (ROCHA, 2016, p. 19).

Além disso, “estar consciente dos elementos formais permite um entendimento mais sofisticado da programação, além de uma apreciação mais nuançada dos textos que são mais ambiciosos do ponto de vista estético” (ROCHA, 2016, p. 19). Ainda, essa metodologia “nos ajuda a desvendar os modos pelos quais um anúncio nos persuade, um noticiário molda nossas perspectivas ou um drama retrata o mundo” (ROCHA, 2016, p. 19).

Por fim, acreditamos, junto à Rocha (2016, p. 22), que “identificar [...] as novas relações entre televisão e cultura consiste em um desafio que implica cada vez mais, antes de tudo, desenvolver novos dispositivos analíticos para uma nova complexidade”. E mais: “estudar o estilo televisivo é, também, estar atento aos impactos que elementos estilísticos que outros meios exercem sobre a televisão” (ROCHA, 2016, p. 25).

Tendo em vista, sobretudo, o caráter de forte verbalização do texto televisivo e os potenciais efeitos que seu impacto tende a proporcionar, algumas questões podem ser levantadas durante seu processo de análise, como “a mobilização, a embreagem enunciativa, as pessoas, o estilo falado, os nomes de produto, a cenografia e o *ethos*, os gêneros do discurso, o leitor modelo, as leis do discurso...” (MAINGUENEAU, 2004, p. 229).

Em diálogo implícito com a Estilística, Dominique Maingueneau (2004, p. 229) sugere que “é a cena de enunciação que permite articular todas essas dimensões; é ela, com efeito, que desempenha o papel de pivô entre a organização linguística do texto e o discurso como intuição de fala e instauração de um evento verbal no mundo”. Portanto, cremos na união dos estudos estilísticos da Linguística e da Literatura combinados com os do Cinema para a produção de uma análise estilística completa de Televisão.

8 Apontamentos finais

Estilística é muito mais do que uma disciplina que se limita a identificar figuras de linguagem num texto ou ditar normas técnicas em um filme. É mais do que um método para investigação de obras artísticas ou narrativas complexas. É mais do que uma quase-ciência que se distribui em vertentes que parecem não se cruzar. Estilística é a combinação de recursos expressivos dentro de um discurso que, independentemente da modalidade como se manifesta, ajuda a criar laços afetivos entre os interlocutores e averigua a relação que determinado produto midiático estabelece com a sociedade em que está inserido.

Quando a análise estilística é aplicada às narrativas televisivas, torna-se possível verificar a relação entre a linguagem (sonora, visual e verbal) processada e seus usuários, os produtores de conteúdo e seus telespectadores. Dessa forma, sugere-se que a Estilística é uma das metodologias capazes de compreender o conteúdo audiovisual manifestado pela televisão, sendo ela fundamental para estudar o envolvimento pela linguagem, ou melhor, o efeito comunicativo e cultural dos programas televisivos.

Esforços nesse sentido foram realizados com a aplicação dessa metodologia em uma busca de como demarcar o conjunto de traços característicos do SBT, por meio das narrativas

enredadas em sua programação. Registrada na forma de projeto de pesquisa de doutorado, a pesquisa principal alimenta, como método, um estudo qualitativo e empírico que se propõe a analisar alguns programas da emissora para detectar quais seriam as marcas estilísticas que os compõem. Divididos em trabalhos apresentados em eventos, enumeram-se aqui alguns resultados a que chegamos até o momento.

O primeiro aspecto no SBT merecedor de um olhar mais cauteloso, percebido nos primeiros meses de pesquisa, analisando a série Patrulha Salvador¹, é ao que atribuímos o nome de “extensão narrativa”: por meio de recursos específicos da linguagem, a criação de um programa pode se derivar de uma poética já consolidada. Essa transição, por sua vez, pode demorar um lapso de tempo considerável, para reestruturação técnica do produto – sendo necessárias estratégias, como criação de webséries e chamadas nos intervalos da programação, para manter o vínculo entre emissora e audiência.

Outra característica que percebemos, durante a análise da atração Rola ou Enrola?², é o que chamamos de “gramaticalidade do espontâneo”: o espectador, embora tenha uma ideia inicial sobre o que assistirá, não tem um itinerário a ser seguido para caminhar pelos veios dos programas; a produção, por sua vez, parece conseguir uma projeção exata do que tende a acontecer somente após o término das gravações, visto que o desenvolvimento é passível de surpresas. Acreditamos que é essa simulação da naturalidade, muitas vezes corroborada pelos editores, que tende a atrair o público.

Ainda nesse estudo, constatamos que a comunicação sonora, desde pequenas unidades sonoras de claque à trilha musical miscigenada, ajuda a contextualizar as situações que se desenvolvem, enquanto a iluminação, com a irradiação dos brilhos e das cores claras e movediças, personaliza o sentimento da narrativa. Em suma, o que entendemos como “sensibilidade no audiovisual” não se manifesta, de modo exclusivo, por meio de palavras; ela transcende a expressividade verbal e se configura também pelas luzes e pelo som: eles traduzem a animação, a euforia, o ritmo acelerado e alto-astral.

Em continuidade, notamos que a plateia tem sua parcela de contribuição para a composição das narrativas, já que ela é o “telespectador por procuração”: é esse coletivo que se torna responsável por elevar o ânimo, preenchendo possíveis lacunas do audiovisual e despertando, nas pessoas em casa, a vontade de dialogar com o enredo. Isso propõe ao telespectador uma sensação falsa de cooperatividade, como se as encenações acontecessem apenas mediante o apoio e as reações de quem está na frente da tela.

Com uma análise acerca de câmeras escondidas³, percebemos outras duas características:

1 Estudo apresentado no 8.º Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Cultura, em 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/PE4vPh>>. Acesso em: 31 maio 2017.

2 Estudo apresentado no 16.º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, em 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/UoWKnF>>. Acesso em: 31 maio 2017.

3 Estudo apresentado no 1.º Congresso Internacional de Novas Narrativas, em 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/wf2jeP>>. Acesso em: 31 maio 2017.

uma é a estratégia de “reciclagem de produtos”, ou já consagrados, ou pensados por outros criadores em uma nova proposta criativa original – a inovação não na técnica de produção, mas no corpo da obra. Algumas vezes, os produtos reciclados fazem parte da própria emissora, zelando pelo reforço de sua identidade enquanto grupo televisivo; em outras, no entanto, o propósito está em retomar informações consolidadas culturalmente e ativar o dispositivo *in/off* para criar uma espécie de ligação intermediária.

A outra é a “hibridização de gêneros”, possibilitando que, mesmo que sejam opostos discursivamente, os gêneros (no caso analisado, o horror e a comédia) podem servir como complementação de elementos. Vemos ser comum o SBT, enquanto produtora de pegadinhas, recorrer a filmes de horror para desenvolver suas obras de humor, sem que para isso elas precisem se tornar *terrificantes*⁴. Explicamos: não existe preocupação nem em fazer terror, nem com a ridicularização impensada, mas há o interesse de unir os dois gêneros (dentre outros em menor escala) para complementar um programa de auditório, como forma de entretenimento.

Ao analisar um episódio do programa Máquina da Fama⁵, salientamos como é evidente a tentativa de consolidar o “povo no palco”, isto é, o público que assiste pela televisão se torna participante dos diálogos, um personagem coletivo, ainda que não venha a interagir ou modificar o trajeto previsto para a narrativa. Além disso, o povo é convidado a dividir a cena com a apresentadora: os participantes, enquanto personagens considerados anônimos, desenvolvem ações mais soltas, com expressão em nível coloquial. Constatamos que essa quebra de padrões supostamente éticos é a maior representação do estilo popular na tela.

O “diálogo indispensável”, por sua vez, tanto entre quem está na tela como com quem está em casa, é um fenômeno que julgamos fundamental para que a narrativa se desenvolva. As figuras de linguagem que se constroem pela oralidade são, segundo nossas análises, são carregadas de intencionalidade e funcionam como recursos ativadores de sentimentos no público telespectador. O polissíndeto, por exemplo, sugere o entusiasmo; a aférese direciona a fala da personalidade midiática ao nível coloquial; as repetições colaboram com a criação de uma atmosfera de euforia; dentre outros tantos elementos.

A “cumplicidade entre os programas” foi uma informação que observamos enquanto analisávamos um episódio do Domingo Legal, mais especificamente do Passa ou Repassa⁶. A participação do elenco da telenovela Carrossel no programa, bem como as incursões de chamadas e comentários (como o *videotape* anunciando o Máquina da Fama e o reconhecimento de Celso sobre o que acontece no Programa Eliana), são amostras que, cremos, tendem a fortalecer a sensação de que o SBT é uma grande família, com todos convivendo em harmonia.

4 O termo “terrificantes” surgiu com o cineasta Ivan Cardoso, que julgava ser praticamente impossível fazer filmes de terror no Brasil sem que eles caíssem no grotesco.

5 Estudo apresentado no 6.º Congresso Internacional de Comunicação e Consumo, em 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/jVD3Rb>>. Acesso em: 31 maio 2017.

6 Estudo apresentado no 18.º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, em 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/j2ONmC>>. Acesso em 31 maio 2017.

Não raro nos programas do SBT e, como mencionamos em outros trabalhos, a “vivacidade na narrativa” é mais uma característica constante: a sonoridade festiva, a movimentação de câmeras, os enquadramentos, dentre tantas artimanhas da parte técnica são apenas uma parcela do estilo que se consolida com o suporte de diversos elementos da narração. O fato é recheado pela animação oriunda do auditório, pelos diálogos aparentemente improvisados do apresentador, pela energia dispensada pelos participantes e pela possibilidade de participação de quem está em casa, ainda que de forma tímida.

Ainda assim, é notável que os programas pareçam recorrer à “apropriação da narração clássica”. Mesmo que o produto não se caracterize como ficção televisiva, a demarcação aristotélica de estruturação narrativa é visível: têm-se a introdução (segundos iniciais de apresentação dos participantes e de boas-vindas ao espectador), o desenvolvimento (jogos, perguntas, provas, tortadas) e o desfecho (gincana final). A apropriação de outras estratégias, sobretudo no que confere ao estilo do cinema hollywoodiano – como ganchos de diálogo, *motifs* e *deadlines* –, ressalta a força comunicativa desses elementos também na televisão.

Também é visível a “apropriação da estrutura melodramática”, sobretudo nas narrativas seriadas. Carrossel, por exemplo, contém, se não todas, a maioria das características do melodrama clássico⁷, desde a construção de seus personagens (vilões, mocinhos, justiceiros e cômicos) até as linhas de enredo, que abrangem conflitos amorosos, familiares, sociais e tragédias. Por ser brasileira, ainda segue a estrutura de melodrama latino-americano, com referências a símbolos nacionais, à identidade cultural do contexto em que foi produzida, com forte impacto musical e imagens emblemáticas que antecipam acontecimentos.

E a musicalidade acaba se tornando tão relevante que o SBT adota, de forma incomum, o “uso de videoclipe enquanto condutor narrativo”⁸. Propondo uma fusão entre uma “linguagem da telenovela” e uma “linguagem do videoclipe”, o SBT avança nas propostas já conhecidas de momentos musicais e/ou videoclipes ocasionais na ficção televisiva brasileira. Em Chiquititas, por exemplo, os vídeos demonstram conduzir total, parcial ou minimamente a fábula principal, salvo os exemplos em que eles cumprem tão somente com as funções de entretenimento e de prenúncio do início ou do encerramento do capítulo.

Nossa ideia, portanto, é que o estilo televisivo vem a ser formado, dentre outros aspectos, pelos pré-conceitos supramencionados: extensões narrativas e reciclagem de produtos identitários; gramaticalidade do espontâneo e diálogo indispensável; o povo no palco e o telespectador por procuração; a hibridização de gêneros e a cumplicidade entre programas; e apropriação da narração clássica e da estrutura melodramática; a sensibilidade e a vivacidade das narrativas; e o uso de videoclipes para auxiliar na condução de narrativas.

7 Estudo apresentado no 39.º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/KfXgfU>>. Acesso em: 31 maio 2017.

8 Estudo apresentado no 20.º Encontro da Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual, em 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/HPPxww>>. Acesso em: 31 maio 2017.

Referências

ARISTÓTELES. Poética [séc. IV a.C.]. In: OS PENSADORES. **Aristóteles**. Trad. Baby Abrão. São Paulo: Nova Cultural, 1999, p. 37-75.

ARISTÓTELES. **Retórica** [séc. IV a.C.]. Trad. Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena. 2. ed. Lisboa: Centro de Filosofia da Universidade de Lisboa; Imprensa Nacional Casa da Moeda, 2005.

BAKHTIN, Mikhail. Os gêneros do discurso: problemática e definição. In: _____. **Estética da criação verbal**. Trad. Maria Emsantina Galvão G. Pereira e Marina Appenzellerl. 2. ed. São Paulo Martins Fontes, 1997, p. 279-288.

BALLY, Charles. **Précis de stylistique**: esquisse d'une methode fondée sur l'étude du français moderne, Genebra: A. Eggimann, 1905.

BALLY, Charles. **Traité de stylistique française**. Paris: Klincksieck, 1909.

BORDWELL, David. **Figuras traçadas na luz**: a encenação no cinema. Trad. Maria Luiza Machado Jatobá. Campinas: Papirus, 2008.

BUTLER, Jeremy G. **Television style**. New York: Routledge, 2010.

GUIRAUD, Pierre. **A estilística**. Trad. Miguel Maillat. 2. ed. São Paulo: Mestre Jou, 1978.

JAKOBSON, Roman. **Linguística e Comunicação**. Trad. Izidoro Blikstein. 4. ed. rev. São Paulo: Cultrix, 1970.

HENRIQUES, Claudio Cezar. **Estilística e discurso**: estudos produtivos sobre texto e expressividade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

MACHADO, Arlindo; LUCÍA VELÉZ, Marta. Questões metodológicas relacionadas com a análise de televisão. **E-Compós**: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, v. 8, p. 1-15, abr. 2007. Disponível em: <<https://goo.gl/da2bB0>>. Acesso em: 17 mar. 2017.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. Trad. Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2004.

MARTINS, Nilce Sant'Anna. **Introdução à estilística**: a expressividade na língua portuguesa. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2008.

MONTEIRO, José Lemos. **A estilística**. São Paulo: Ática, 1991.

MONTEIRO, José Lemos. **A estilística**: manual de análise e criação do estilo literário. Petrópolis: Vozes, 2005.

PUCCI JR., Renato Luiz. Inovações estilísticas na telenovela: a situação em Avenida Brasil. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 21, n. 2, p. 675-697, 2014. Disponível em: <<https://goo>>.

gl/5CsLQC>. Acesso em: 25 mar. 2017.

ROCHA, Simone Maria. **Estilo televisivo** – E sua pertinência para a TV como prática cultural. Florianópolis: Insular, 2016.

THOMPSON, Kristin. **Storytelling in film and television**. Cambridge; Londres: Harvard University Press, 2003.