



A Influência do Rádio nos Primórdios dos Seriados de TV Norte-americanos¹

José Eduardo da Costa Pereira Brum²
Universidade Federal de Juiz de Fora

Resumo

Este artigo mostra a relação entre dois meios de comunicação que lidam com as massas e buscam a universalidade. Além disso, apresenta a forma como um contribuiu no desenvolvimento do outro. O rádio e a televisão são os temas desta análise, destacando-se o que este herdou daquele, assim como as diferenças na linguagem e na recepção de acordo com alguns teóricos. Para ajudar na compreensão desta relação, o caso mais emblemático da herança radiofônica na TV é analisado: a série *I Love Lucy*, de grande sucesso e relevância na década de 1950, que começou no rádio e migrou para a outra mídia.

Palavras-chave

Televisão; Seriado; Rádio; Ficção.

Introdução

Algumas séries de TV atingem uma façanha ao conseguir criar personagens convidados tão carismáticos, fortes, emblemáticos e representativos, cuja presença literalmente rouba toda a cena, chegando a desviar a atenção de protagonistas, e a ofuscar outros enredos. Dessa forma, para não se perder tamanho potencial, estas ilustres figuras podem receber dois tratamentos: ou são efetivados nas histórias, ou (o que é mais interessante) saem dessa série e ganham uma própria, chamada de *spin-off*, já que a permanência nesses shows de origem pode ficar um pouco comprometida.

Não faltam inúmeros exemplos de seriados originados a partir de um outro. O protagonista de *Justiça Sem Limite* (*Boston Legal*; 2004), por exemplo, veio da famosa *O Desafio* (*The Practice*; 1997 – 2004). O peculiar é que o inescrupuloso advogado só surgiu na reta final da trama, mas garantiu um programa próprio pelas características do personagem. Um integrante do sexteto de *Friends* (1994 – 2004), ao final desta, depois de 10 temporadas, resolve tentar a tão sonhada carreira de ator, e para isso, tem de deixar os amigos e se mudar para Hollywood. Surgiu, portanto, a comédia

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Comunicação Audiovisual, do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

² Formado em Comunicação Social – jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora em 2008, atualmente cursa a disciplina isolada “Imagem Digital, Comunicação e Cinema” do mestrado em Comunicação da UFJF. É voluntário do projeto *Televisão e imaginário urbano: as narrativas no espaço dos telejornais*, financiado pela Fapemig e orientado pela professora Dr. Christina Ferraz Musse. Suas áreas de interesse são televisão, ficção e realidade, e memória. E-mail: zedu@acessa.com



Joey (2004 – 2006), ou melhor, a aguardada seqüência que só durou apenas duas temporadas, focalizada nas peripécias do bobo e conquistador futuro astro. Enquanto a pioneira foi um sucesso estrondoso mundialmente por trabalhar a amizade de seis pessoas diferentes e únicas, se tornando objeto de culto; a sua sucessora não teve tanta visibilidade assim. Em contrapartida, temos *Cheers* (1982 – 1993), um outro tremendo êxito de audiência e crítica na década de 1980, com a história se sucedendo num bar de Boston onde se encontravam fiéis freqüentadores e funcionários. É por essa razão que foi considerada uma comédia de personagens que criativamente estavam sempre mudando, seja na aparência física ou na psicológica. Ao final da última temporada, depois de 11 anos no ar, e 26 prêmios EMMY's³ conquistados, um de seus personagens resolveu se mudar para a cidade de Seattle, onde passou a apresentar um programa de rádio. *Frasier* (1993 – 2004) era um psiquiatra que dava dicas a seus ouvintes. Superando a sua precedente, recebeu 13 EMMY's a mais e estabeleceu um recorde: por cinco anos consecutivos ganhou na categoria de maior prestígio, melhor série de comédia.

Utilizando o exemplo de *Cheers* e *Frasier*, podemos afirmar, pela trajetória, que a televisão foi a *spin-off* do rádio. Isto porque este funcionou da mesma maneira como um programa que dá partida a outro, ou seja, abrindo e preparando o terreno. Na verdade, um veículo vai se acrescentando a outro, possibilitando o re-processamento de valores. A TV utilizou claramente outros meios para atingir altos patamares e criar o próprio modelo televisivo orientado pela estandardização na produção. Assim como ela, o aparelho de baixo custo e de grande potencial, que atinge um grande público, e que ativa a imaginação; sempre funcionou como um anteparo entre nós e o mundo real. O contato direto, corpo a corpo, ou face a face perdeu espaço e ficou um pouco comprometido, mas mesmo assim, mantivemos a ligação através de um sentido de coletividade cultivado por meio da transmissão de ondas cujos programas funcionam como mediadores.

Analisando o Rádio e a TV

Rádio e TV, quando surgiram, trouxeram medo para estudiosos, teóricos e especialistas, porque ainda não havia um estudo da recepção acerca deles. A teoria

³ O EMMY é o nome dado ao prêmio de maior prestígio da televisão norte-americana concedido pela *Academy of Television Arts and Sciences*.



hipodérmica, por exemplo, pregava uma relação mecânica entre fonte e receptor, envolvendo a mensagem que, para ela, simplesmente se espalhava uniformemente. A meta era implantada com a certeza de que atingiria o objetivo. Portanto, acreditava-se que os efeitos eram o mesmo para toda uma massa, que era formada por pessoas distintas, de categorias sociais diferentes, com aspirações e experiências únicas e dispersas no espaço geográfico. A resposta ao que se transmitia era considerada certa e segura. Com a televisão, o mesmo pensamento se sucede. Assim, como o rádio, ela sempre foi considerada um produto de emancipação, por ser acessível e gratuita, e também por oferecer diferentes possibilidades mediante a enorme gama de programas veiculados. As pessoas acharam, no princípio, que estava havendo uma manipulação clara e assustadora, mas isso não acontece, porque o telespectador nunca é passivo, como se imaginava. Na verdade, ele nunca atua de forma neutra, porque sempre filtra o que ouve ou vê de acordo com os seus próprios traços e particularidades. O pioneirismo dos dois veículos trouxe temor e fascinação a uma grande legião de indivíduos que não soube enxergar a forma como a recepção funcionava, já que não havia estudos específicos e profundos acerca do potencial comunicacional de ambos. Aos poucos, os impulsos na área teórica retiraram as questões embaçadas e desconhecidas.

Existem outros pontos de união entre os dois veículos. Ambos informam, atualizam, distraem as pessoas, e ainda conduzem a mensagens sociais que geram algumas reflexões. Ao invés de serem procurados, como acontece com uma exposição de quadros e o cinema, eles vão até os lares. Também é interessante notar que se tornaram parte da família, ou seja, transformaram-se num elemento da casa que “fala”, participa e marca presença nas relações, substituindo, às vezes, o diálogo entre as pessoas durante alguns momentos. E igualmente, transmitem uma programação contínua e regular, graças às grades que oferecem e ofertam programas quase que 24 horas por dia.

Os dois aparelhos, quando surgiram, trabalharam com a coletividade, e depois, adentraram no sentido da individualidade. Ouvir um programa radiofônico era, ao mesmo tempo, uma reunião familiar, pós-jantar em alguns momentos. Numa fábrica, vários trabalhadores juntos escutavam o que era transmitido. Assistir à televisão, no início do seu surgimento, também representava um agrupamento de familiares, amigos e vizinhos. Poucos tinham o privilégio de ter uma TV, assim, uma parte da vizinhança se reunia na casa onde havia o artefato de luxo (são os televisinhos). Com a chegada deste, o rádio deixa de ser o ícone da sala e se desloca para outros cômodos como a cozinha,



tornando-se o companheiro da dona-de-casa. Após a proliferação de televisões em cada quarto, ou na sala, ou até na cozinha, existe o isolamento por parte do indivíduo que se desliga do mundo e cria um vínculo pessoal com a telinha. O mesmo acontece atualmente com o rádio por causa dos fones de ouvido que também propiciam a separação entre as pessoas.

No campo teórico, Marshall McLuhan definiu o rádio como um meio quente, porque prolonga apenas um dos sentidos em alta definição e permite menos participação. Quando se escuta e acompanha, por exemplo, uma novela radiofônica, baseada numa adaptação literária; estamos ligados através da audição, ou seja, apenas um sentido está responsável pela captação da história. Mas percebemos, também, que recebemos pouca quantidade de informação, característica que pode nos mover até a leitura da obra original, para identificarmos diferenças e descobrirmos ângulos não explorados ou transmitidos. Por outro lado, a TV foi considerada um meio frio, já que inclui todos, condensando vários elementos e permitindo uma maior participação. A enxurrada de informações é bem maior e diversificada com a utilização de vários sentidos como canais receptores das mensagens. Retomando o exemplo da obra literária, se assistida for, pela TV, estaremos recebendo as tramas e os acontecimentos através da visão, da audição e da fala (quando discutimos e debatemos com outros telespectadores). Num intervalo pequeno de tempo, vários dados chegam até nós, como o tipo de roupa; o físico, os trejeitos e a maneira de se pronunciar dos atores; as características dos lugares e dos cenários, etc. Toda esta carga não nos motivaria a ler a história original, pois já nos sentiríamos satisfeitos com o que foi recebido e assimilado. É até um pouco exaustivo.

O professor Ciro Marcondes Filho estipulou duas formas de comunicação, a parcial e a totalizadora, que discordam, em alguns aspectos, do que foi pregado por McLuhan. A primeira sempre deixa um espaço livre para a participação, entendida aqui como uma maneira de se transportar e aprofundar o processo criativo. Nelas, a mensagem está em aberto. No caso do rádio, que possui comunicação parcial junto com a literatura, o teatro (em alguns momentos), o disco, a pintura e a fotografia abstratas; o ouvinte pode ‘viajar’, imaginar e criar. Contudo, a televisão apresenta uma forma totalizante que aprisiona o telespectador, isto é, oferece tudo de ‘mão beijada’, sem que haja a necessidade de envolvimento. Para o teórico, “a possibilidade imaginária fica reduzida e, conforme o caso, tende à retração” (MARCONDES FILHO, 1988, p.27). Outros exemplos de meios totalizadores são os filmes baseados em livros, os gêneros



fictícios televisivos (como a telenovela, o telefilme e o teleteatro, para o público de casa), a fotografia, o videoclipe e o telejornalismo. Por essas razões, o domínio visual da TV recebe críticas, porque corrobora a perspectiva de estarmos numa sociedade com muita informação, pouca absorção e nenhuma reflexão.

As histórias seriadas

Nos formatos apresentados pelo rádio, assim como no cinema, também foram desenvolvidas histórias seriadas para cativar os mais variados setores do público por meio de enredos envolventes. No começo, as narrativas radiofônicas traziam os dramas que eram curtos, de 15 minutos apenas, apresentados no horário diurno. Passado algum tempo, o tamanho aumenta e eles ganham outros horários. Os primeiros títulos de renome e audiência foram *Painted Dreams*, lançada em 1930; e *Today's Children* que inauguraram o período áureo das *soap-operas*. No início desta década, 60% das famílias americanas ainda não tinham o rádio. Quatro anos mais tarde, o número de aparelhos comercializados passa para 4,6 milhões, sendo que a porcentagem de domicílios urbanos com a presença dele passa para 90 (ORTIZ, 1988).

Em 1940, os dez maiores programas de rádio pertenciam a este formato que detinha 92% do patrocínio disponibilizado. A razão deste nome se dá por causa dos anunciantes que eram os grandes fabricantes de detergentes e outros produtos voltados para o público feminino, composto pelas donas-de-casa, por este ser considerado o que tem maior autoridade e influência na hora da compra de uma família. Assim, toda a propaganda e as características que vinham com estes programas estavam voltadas para elas. Na nomenclatura, *soap* faz referência a sabão, enquanto *opera*, aos excessos dramáticos contidos nas histórias.

Por mais que as ‘novelas de sabão’ sejam comparadas ao romance-folhetim, existe uma grande diferença entre eles, pois

(...) contrariamente ao gênero folhetinesco, que se organiza em “próximos capítulos” que anunciam o desfecho final da estória, a *soap-opera* se constitui de um núcleo que se desenrola indefinidamente sem ter realmente um fim. Não há verdadeiramente uma estória principal, que funcione como fio condutor guiando a atenção do “leitor”; o que existe é uma comunidade de personagens fixados em determinado lugar, vivendo diferentes dramas e ações diversificadas. (ORTIZ, 1988, p.19).



Até hoje as novelas da TV norte-americana funcionam assim. Apesar de não terem tanta visibilidade mundialmente, elas duram um longo tempo, até maior que o de um seriado, com personagens se casando, separando, partindo para outros relacionamentos, ou seja, se modificando a todo o momento. E também com outros entrando nas histórias, criando uma trama sem um final definido ou premeditado. *Days of our Lives* estreou em 1965 e permanece no ar até hoje. Ao todo, quase 11 mil capítulos já foram exibidos.

Retomando o rumo da história da televisão norte-americana, as primeiras transmissões acontecem em 1939, de Chicago a Nova York, sendo que a TV comercial, principal vertente, somente se inicia em 1941. Todavia, a ascensão do novo meio só ocorre depois da Segunda Guerra Mundial, no ano de 1945 (SODRÉ, 1985), visto que durante o conflito houve estagnação com apenas seis estações funcionando e apenas 10 mil televisores. Um ano mais tarde, em 1946, as *soap-operas* chegam à televisão através da rede DuMont com o título *Faraway Hill*, que apresentava a história de uma recém-viúva nova-iorquina que se muda para a zona rural a fim de ficar mais perto de seus parentes. Lá ela se apaixona novamente, reencontrando o amor, com a exploração de uma temática que talvez na época tenha sido inovadora. Assim, não iria tardar até que o público passe a assistir; os anunciantes, a gastar quantias para terem seus produtos divulgados; e as emissoras, a concorrer entre si.

As três principais redes de televisão que dominaram a cena até a chegada de uma quarta, a Home Box Office (HBO), surgiram no campo radiofônico primeiro, para depois migrarem até a telinha, estendendo o poder de transmissão. A primeira foi a NBC, National Broadcasting Company, fundada em 1926. Um ano depois, vem a CBS, Columbia Broadcasting System. E por fim, em 1934, é criada a ABC que significa American Broadcasting Company. Foram elas que desenvolveram o sistema comercial televisivo a partir do ano de 1941 e criaram a busca frenética pela audiência. Por todas as décadas, houve batalhas pelo comando de determinados horários e faixas de público através da veiculação de programas que deveriam atrair o maior número de pessoas possíveis. Isto porque o

grande lugar ocupado pelos anúncios publicitários constitui uma característica marcante da televisão americana. Este fenômeno representa, a um só tempo, um rito da religião do comércio e a aplicação de um excelente princípio psicológico que dá mais importância à frequência do que à duração no condicionamento do espírito humano. (BURBAGE; CAZEMAJOU; KASPI, 1973, p.226).



É interessante perceber que cada meio se fez presente em uma das duas Guerras Mundiais. Enquanto o rádio foi destaque na primeira, a televisão marcou a segunda. Suas expansões, depois dos conflitos, contribuíram para modificar os hábitos de vida do povo americano, interferindo na confecção dos sonhos, nas aspirações individuais, na construção dos gostos e na consolidação dos valores. E assim o fazem até hoje.

O caso “Lucy”

A relação entre os dois meios de massa foi tão grande que chegava ao ponto de os programas simplesmente ganharem suas versões na tela pequena, isto é, apenas saíam do rádio e ganhavam imagens da TV. Esta deve não só os atores, comediantes, diretores, profissionais e técnicos importados, mas também as experiências e o conhecimento de se trabalhar com o coletivo. São vários os exemplos disso: *Papai Sabe Tudo* (*Father Knows Best*; 1954 – 1960) trocou as ondas radiofônicas pelas televisivas e contribuiu na representação e construção da forma mais pura de família idealizada na década de 1950; *Ozzie and Harriet* estreou na rádio em 1944, ganhou a TV em 1952, onde permaneceu até 1966, mostrando, de maneira curiosa, a história de uma típica família que se representava, não havendo distinções entre personagens e atores.

Adaptações foram necessárias para que os programas adentrassem na telinha. O ator e o comediante que migravam, tinham de desenvolver uma expressão visual, ou seja, transmitir, com o corpo, as piadas e as emoções, ao invés de utilizar apenas a voz. De princípio, o exagero nas caracterizações garantia a aceitação. É pertinente destacar que, aos poucos, os ouvintes foram se convertendo em telespectadores que continuavam a apresentar uma grande intimidade e familiaridade com a televisão.

No exórdio do assunto estudado, temos o maior exemplo de série que cruzou meios e propiciou grande influência: a espetacular *I Love Lucy* que foi inspirada num programa de rádio, *My Favorite Husband*, apresentado entre 1948 e 1951, da própria Lucille Ball, a estrela responsável pelo sucesso, graças ao seu tom de palhaça e ao *timing* brilhante para o riso. A produção deste seriado trouxe inovações técnicas para a dramaturgia que foram responsáveis pela consolidação da estrutura seriada na TV. Aliás, o show pode ser considerado uma comédia de transição, porque combinou elementos primitivos com pontos que caracterizam o termo *sitcom*, que, por sua vez, designa comédia de situação. Outra novidade foi a instituição da nomenclatura



“convidado especial” (*guest actor*), para as participações, quando algumas estrelas faziam pequenos papéis durante a trama.

A respeito da *sitcom*, sua unidade central é a família, seja ela de amigos, de colegas de trabalho, ou a mais tradicional, sendo que isto permite certa dose de recorrência nos assuntos tratados. A primeira surgiu no Canadá em 1947, intitulada *Mary Kay and Johnny*; e, na história das séries, as duas primeiras a atingir a marca de 10 anos no ar foram *Friends* e *Os Simpsons (The Simpsons; 1989)*.

O que tornou isso possível foi – em grande parte – o fato das comédias serem “auto-sustentáveis”, (...) e os problemas se resolvem (quase sempre sozinhos) até o fim do episódio. O que facilita o acontecimento não-contínuo por parte do telespectador, já que a perda de um episódio nem sempre acarreta no não entendimento de outro. (...) Talvez a característica mais marcante das comédias de situação seja a ampla variedade de piadas a cada episódio, por mais que as “situações” se repitam, as “comédias” nunca são as mesmas (SALGADO, 2004, p.21).

Em *Lucy*, a história rodeava sempre em torno dela e de seu marido Ricky. Ela era uma dona-de-casa cheia de trapalhadas que não parava no lar, enquanto ele dirigia um clube e desfazia o que ela aprontava. As mudanças ocorriam no terreno das trapalhadas diárias pelas quais ambos passavam. Como trunfo, a atriz possuía um código visual muito intenso, com gestos, e caretas que eram identificados e conhecidos pelos roteiristas. Isso fez com que ela se tornasse uma estrela de TV (talvez uma das primeiras) e a série passasse a ser assistida em todo o país, tornando-se um marco, ou talvez uma avó de todas as próximas comédias de situação. Seis meses depois da estréia, no ano de 1952, a companhia telefônica oferecia descontos a quem fizesse chamadas durante o programa. Não era fácil competir com uma atração tremendamente popular.

Na trajetória dessa série, podemos citar duas transgressões: uma temática e a outra, técnica. Em relação ao primeiro quesito, num episódio em 1953, intitulado “Lucy vai ao hospital” a realidade e a ficção se confundiram, quando se transformou a gravidez real da atriz em um acontecimento dentro da trama. O estado dela teve de ser incorporado e é um dos primeiros exemplos do poder e da força dos seriados em pautar assuntos, sejam eles no dia-a-dia ou nos meios de comunicação. Estava, dessa maneira, inaugurada a contínua inter-relação entre dois mundos: o real e o ficcional, com um fazendo referência ao outro em todo o tempo. De maneira impressionante, dois em cada três lares assistiram ao episódio marcante.

A sociedade norte-americana sempre foi conservadora. A televisão, por anos a fio, sofreu retaliações de ligas da decência e de órgãos estatais reguladores do que



poderia ou não ser transmitido. A censura garantia segurança de que nada violador iria aparecer e perturbar a tranquilidade almejada. A história em questão veio bater de frente com este sistema, transgredindo a ordem, porque as famílias não comentavam a respeito da origem dos bebês. Para as crianças, eles caíam do céu. A gravidez da personagem pode ser considerada uma mutação e uma provocação de valores. Além disso, a chegada de Ricky Jr. tem um peso maior ao ajudar na concepção de que o tempo da trama pode ser estruturado para que se torne igual ao tempo das pessoas, do mundo lá fora, ou seja, ocorrem na mesma duração. A verossimilhança é retratada por intermédio do crescimento, envelhecimento, amadurecimento e das transformações pelas quais protagonistas vão passar, ao imprimir a este gênero ficcional televisivo sua marca única que o distingue da novela. Esta traz personagens muito estáticos e bem definidos que apresentarão poucas mudanças na trajetória. Os telespectadores noveleiros têm prazer em ter suas expectativas corroboradas ou pela bondade constante da mocinha, ou pela perversidade irresoluta de uma boa vilã. Não há novidades nesta área.

No que diz respeito à técnica, *I Love Lucy* inovou na forma de produzir um episódio semanal de comédia filmado com um público participante. Este era o modo como acontecia a gravação da série: na terça-feira de manhã, os atores e roteiristas efetuavam a primeira leitura e discutiam; na quarta, já aconteciam os ensaios; no dia seguinte, havia a marcação da iluminação e o posicionamento das câmeras, acontecia também o último ensaio que era realizado na presença dos chefões da cadeia, dos patrocinadores e dos roteiristas (que já estavam trabalhando no próximo episódio) para dar o aval; na sexta-feira, as gravações começavam às oito horas da noite, sendo que o público era aquecido por meia-hora antes. As cenas transcorriam na ordem cronológica com algumas pausas. A título de curiosidade, em 1951, data da estréia do seriado, um episódio custava 19 mil e 500 dólares. Em 1954, este valor salta para 50 mil dólares gastos semanalmente.

Este tipo de processo garantiu pontos positivos para a técnica estrutural das séries. Nos primórdios da TV, tanto no Brasil, quanto nos Estados Unidos, os programas eram transmitidos em tempo real. Isto criava um caráter de improviso ao *show business* e assim como uma gama de problemas para o padrão mercadológico que valoriza a rapidez e a quantidade. Para que a série chegasse a todas as partes dos EUA, a saída foi a utilização da tecnologia do cinema, gravando com película do tipo preto-e-branco. Os cenários fixos ajudavam na contenção de despesas e a presença do público garantia a honestidade e a leveza durante os risos. A maneira como os programas são gravados



hoje é baseado na inovação de *I Love Lucy*, com três câmeras que captam as imagens ao mesmo tempo de posições diferentes. Dessa forma, vários closes podem ser flagrados sem prejudicar a fluidez da continuidade.

Conclusão

Diversas mídias influenciaram a maneira como a televisão desenvolveu seus programas durante os primeiros anos de funcionamento. Ela soube se apoderar de vários elementos para formar a sua própria linguagem que cativa milhares de telespectadores. Na verdade, a TV pode ser considerada um multi-processador por ter buscado elementos de outros meios como o cinema, o rádio, e o teatro, com a finalidade de descobrir a maneira própria de se expressar para as massas. E naturalmente essa característica foi repassada para os seus produtos. No entanto, entre essa gama de contribuintes, o rádio merece grande destaque, pois foi o que mais favoreceu a TV e os formatos desenvolvidos por ela.

Nos primórdios, fica claro que as histórias radiofônicas exportaram técnicos, autores, atores e profissionais, trouxeram experiência no trabalho com a audiência, e aprimoraram a estrutura dos seriados, assim como a sua temática e técnica. Além disso, elas deram subsídios para que a mediação começasse a ser explorada na nova mídia. As *soap-operas*, por exemplo, presentes em toda a América Latina e também nos EUA, são os ícones desta relação por terem trazido os enredos e os primeiros patrocinadores: as fábricas de produtos voltados para a limpeza que, com suas divisas, impulsionaram os primórdios da teledramaturgia.

Assim, pode-se concluir que a relação entre rádio e televisão foi extremamente forte, uma vez que a influência radiofônica se fez necessária e indispensável para que a TV pudesse consolidar sua força na história da comunicação.

Referências bibliográficas

BERCIANO, Rosa Alvarez. **La comedia enlatada** – de Lucille Ball a Los Simpson. Barcelona: Gedisa Editorial, 1999.

BORELLI, Sílvia Helena Simões; ORTIZ, Renato; RAMOS, José Mário Ortiz. **Telenovela** – história e produção. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.



BURBAGE, Robert; CAZEMAJOU, Jean; KASPI, André. **Os meios de comunicação nos Estados Unidos**: imprensa, rádio, televisão. Rio de Janeiro: Livraria Agir Editora, 1973.

FURQUIM, Fernanda. **Sitcoms**: definição e história. Porto Alegre: FCF Editora, 1999.

KARNAL, Leandro; FERNANDES, Luiz Estevam; MORAIS, Marcus Vinícius; PURDY, Sean. **História dos Estados Unidos**: das origens ao século XXI. São Paulo: Editora Contexto, 2007.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão, a vida pelo vídeo**. São Paulo: Editora Moderna, 1988.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. Editora Cultrix, 2002.

PEREIRA, Paulo Gustavo. **Almanaque dos seriados**. São Paulo: Ediouro, 2008.

ROWLANDS, Mark. **Tudo o que sei aprendi com a TV**: a filosofia nos seriados de TV. Rio de Janeiro: Ediouro, 2008.

SALGADO, Luís Felipe Hauck. **Mad About You** – um estudo sobre a produção da sitcom. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, 2004.

SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco** – um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1985.

SOUZA, Manoel de. **Loucuras dos seriados** – 287 histórias reais... e absurdas. São Paulo: Editora Panda, 2004.

STARLING, Cássio. **Em tempo real**: Lost, 24 Horas, Sex and the City e o impacto das novas séries de TV. São Paulo: Alameda, 2006.