



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
JORNALISMO

**PROTAGONISMO POLÍTICO:  
HUMOR JORNALÍSTICO NO CQC**

**VINÍCIUS DA SILVA CHERFAN**

Rio de Janeiro

2019



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
JORNALISMO

**PROTAGONISMO POLÍTICO:  
HUMOR JORNALÍSTICO NO CQC**

Monografia submetida à Banca de Graduação como  
requisito para obtenção do diploma de  
Comunicação Social – Jornalismo.

**VINÍCIUS DA SILVA CHERFAN**

**Orientadora Prof<sup>ra</sup>. Dr<sup>a</sup>. Marialva Carlos Barbosa**

Rio de Janeiro

2019

## FICHA CATALOGRÁFICA

CHERFAN, Vinícius da Silva

Protagonismo Político: Humor Jornalístico no CQC. Rio de Janeiro, 2019.

Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo),  
Escola de Comunicação – ECO –, Universidade Federal do Rio de Janeiro  
– UFRJ.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**TERMO DE APROVAÇÃO**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Protagonismo Político: Humor Jornalístico no CQC** elaborada por Vinícius da Silva Cherfan.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia 10/12/2019

Comissão Examinadora:

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Marialva Carlos Barbosa  
Doutora em História pela Universidade Federal Fluminense - UFF  
Departamento de Comunicação – UFRJ

Prof<sup>o</sup>. Dr<sup>o</sup>. Márcio Tavares d’Amaral  
Doutor em Letras pela Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ  
Departamento de Comunicação – UFRJ

Prof<sup>o</sup>. Dr<sup>o</sup>. Cristiano Henrique Ribeiro dos Santos  
Doutor em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ  
Departamento de Comunicação – UFRJ

Rio de Janeiro

2019

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente gostaria de agradecer aos meus pais. Ao meu pai, Mário que nos deixou enquanto eu ainda cursava o caminho da graduação. Esta fase completa da minha vida é meu presente para você. A minha mãe Antônia, a mulher mais forte que eu já conheci, muito obrigado por cuidar de mim e de todos a minha volta. Obrigado também aos meus irmãos, Renata, Miguel e Victor, e a toda família Silva, por parte materna e Cherfan por parte paterna. Toda a minha graduação só foi possível pela ajuda e incentivo de vocês.

Gostaria de agradecer a Universidade Federal do Rio de Janeiro, em especial a Escola de Comunicação, minha amada ECO, foi uma honra ter estudado aqui. Quero agradecer também a minha orientadora Marialva Barbosa, uma mulher incrível e principalmente muito engraçada (importante característica para esta monografia), que me ajudou de todas as maneiras, indicando textos incríveis e foi muito paciente comigo. Posso não ter sido o melhor orientando, mas você com certeza foi a melhor orientadora.

Agradecer também as minhas amigas da graduação, Amanda Ellen, Gabriela Quintans, Izabel Vieira, Juliana Magrini, Raquel Feigjel e Raquel Amico, que são mulheres incríveis e me ajudaram muito nessa caminhada, e a todos os colegas e professores da universidade. Todos os amigos do meu condomínio, em especial a Márcia, minha melhor amiga e as menina do Revenge que sempre estiveram comigo, meus amigos dos trabalhos e as oportunidades que tive, sou eternamente grato.

Muito obrigado!

CHERFAN, Vinícius da Silva. **Protagonismo Político: Humor Jornalístico no CQC**. Orientadora: Marialva Carlos Barbosa. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo). Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2019.

## RESUMO

O atual trabalho se propõe a discutir o protagonismo político que o programa CQC – Custe o Que Custar fazia utilizando mecanismos de humor e jornalismo. Para isso, vamos verificar as origens do humor, da comicidade e do riso, e qual a relação dessa característica com o jornalismo, mais precisamente o feito pela televisão, principalmente no CQC. O próprio programa será nosso objeto de análise, sua estrutura e transformações. Desta maneira, focaremos em três situações que trataram a editoria política como principal, com consequências que podem ser vistas até os dias de hoje, com o atual governo. Todas as questões levantadas contribuem para conferir a possibilidade e a relevância das mais variadas formas de jornalismo além do convencional.

**Palavras-chave:** jornalismo; humor; cqç; política.

# SUMÁRIO

## **1. INTRODUÇÃO**

## **2. O HUMOR PODE FALAR SÉRIO**

- 2.1. Pensando o humor
- 2.2. Pode o humor fazer jornalismo?
- 2.3. Jornalismo e televisão

## **3. CQC: ENTRETENIMENTO COM JORNALISMO**

- 3.1. Referências cruzadas: A estética do CQC
- 3.2. Quadros
- 3.3. Reverberações

## **4. PROTAGONISMO POLÍTICO NO PROGRAMA**

- 4.1. Expulsão do Congresso Nacional (2008)
- 4.2. Eleições (2010)
- 4.3. CQC e Bolsonaro (2011)

## **5. CONCLUSÃO**

## **6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

## 1. INTRODUÇÃO

No ano de 2008, um novo programa estreitava na grade da televisão aberta: o CQC – Custe o Que Custar, franquia de sucesso em televisões de diversas partes do mundo chegava finalmente ao Brasil. O programa foi ao ar pela primeira vez no dia 18 de março de 2008, às 22 horas, na TV Bandeirantes (Band). Foi uma adaptação do formato CQC, da produtora argentina Eyeworks - Cuatro Cabeças, criado em 1995 e exportado para outros sete países. Três âncoras trajando ternos, sentados em uma bancada, enquadrados na altura do peito, apresentavam e comentavam as matérias realizadas por repórteres de editorias distintas.

Com a proposta de fazer um jornalismo que caminhasse junto com o humor, o semanal seria um típico telejornal, se não fosse o fato de se tratar de um programa classificado como humorístico. O formato híbrido, que mescla informação e comicidade em seus quadros e reportagens, consistiu em uma nova proposta televisiva na época: para além de uma mera aproximação, o CQC – Custe o Que Custar pretendia fazer, de maneira efetiva e genuína, jornalismo. Apesar desta característica não ser novidade na televisão brasileira e do mundo, o CQC possuiu uma diferença: abordava também os temas políticos nacional com maior frequência do que qualquer outro programa de entretenimento e provocava até algumas situações delicadas e por vezes inconvenientes para os parlamentares.

Na tentativa de obter respostas aos questionamentos populares e cobrar o que havia sido prometido em campanha por alguns políticos, o show tinha o costume de ir ao Congresso Nacional e procurava entrevistar deputados e senadores que ali se encontravam. Fazendo uso do humor mais ácido nas entrevistas e edições gráficas nas matérias, sendo esses os principais artifícios adotados pelo programa, com um repórter abordando personalidades de renome nacional para lhes perguntar sobre assuntos relacionados à situação política do país. Com uma abordagem inconveniente e pouco ortodoxa, o CQC acabou por discutir política para maior parte da população brasileira, principalmente pelo fato de ter sido veiculado numa emissora aberta, a TV Bandeirante, reverberando e dando assim o lugar de protagonismo ao tema.

A fim de adequar a presente pesquisa com a característica política acima levantada, o projeto limitou-se a fazer uma análise do discurso de três momentos cruciais onde o programa CQC – Custe o que Custar contou com as qualidades do jornalismo e do humor para apresentar um conteúdo de bastante relevância para sua época, a partir de 2008 e que possui consequências até os dias atuais.



Para começar a análise, é fundamental que compreendamos as raízes do cômico, do humor e do riso. É importante verificarmos seu surgimento e suas características. Fazemos isso através de reflexões sobre o conceito de humor e riso pelo filósofo francês Henri Bergson e referindo ainda a obra do professor Georges Minois. Bergson será nossa principal linha de pensamento nesta caminhada. Adotaremos também alguns pensamentos de Mikhail Bakhtin sobre a relação do cômico na Idade Média e a percepção de uma certa diferença social do cômico.

Alguns conceitos de jornalismo também serão abordados nesta pesquisa. Sobretudo através das categorizações de Nelson Traquina, e realizaremos um breve paralelo entre o chamado jornalismo “clássico” e o “novo” jornalismo, pela ótica do filósofo e historiador americano John Fiske. Veremos também a relação entre jornalismo e televisão através de análises feitas por Beatriz Becker e Arlindo Machado para detectar algumas semelhanças entre o jornalismo televisivo convencional e o de humor. A investigação pretende descrever as características básicas do objeto de estudo e verificando suas semelhanças e especificidades em relação aos noticiários televisivos. Ao estudar o CQC, busca-se, por tanto, compreender a proposta híbrida de produção de jornalismo com humor, que traz questões acerca da credibilidade, da forma e do conteúdo dos noticiários e do papel da mediação jornalística. A discussão tem como pano de fundo a própria problematização do gênero, que se mostra amplo teoricamente, mutável e capaz de abarcar possibilidades a princípio paradoxais, como o CQC, que une comicidade e informação. Veremos também a estrutura do programa em blocos, ritmo, apresentadores, repórteres, matérias e recursos gráficos.

O nosso objeto de análise será, portanto, o programa CQC – Custe o Que Custar, as razões que fizeram a atração se tornar um fenômeno de audiência, capaz de gerar repercussão, fomentando debates polêmicos a respeito de sua classificação de gênero e de propor uma desconstrução do tradicional modelo de mediação telejornalístico, tornando-se objeto digno do interesse acadêmico. Em um contexto no qual a credibilidade dos telejornais é cada vez mais questionada, é relevante estudar novas possibilidades e alternativas ao padrão hegemônico, não para necessariamente superá-lo, mas para melhor compreender seu funcionamento e as transformações que sofre na contemporaneidade e até mesmo inová-la a partir de elementos propostos por modelos diferenciados, mesmo que esse modelo no caso do CQC tenha chegado ao fim.

Apresentaremos o formato CQC e as especificidades da versão brasileira, denominada

Custe o Que Custar. Aborda-se também, embora superficialmente, alguns quadros da atração para que se compreenda as referências feitas ao longo do texto e para se traçar um perfil mais completo quando debatermos a editoria política.

Analisaremos três casos de muita repercussão política para o programa, algumas com consequências até os dias de hoje. Iniciaremos com o caso de quando um dos integrantes foi expulso do Congresso Nacional, levando a proibição do programa ao local para realizar qualquer outro tipo de matéria. Veremos a grande participação que o programa CQC teve nas eleições de 2010, se tornando uma importante ferramenta de discussão política. E por fim, também veremos o surgimento midiático do atual presidente do Brasil, Jair Bolsonaro pelas mãos do programa, e o que era considerado tão absurdo de cômico acabou se configurando o que é hoje.

Não se pretende esgotar um assunto tão amplo e complexo, mas apenas mostrar, através do estudo de teóricos da comunicação, a relevância que o programa teve para a formação da discussão política através de um noticiário diferenciado, que se adaptou ao contexto sociocultural e ao momento histórico no qual estava inserido, o que se desenvolveu através de escolhas subjetivas realizadas no momento da transformação do acontecimento da notícia. A partir dessa perspectiva, analisa-se o programa no que este apresenta de semelhanças e especificidades em relação a lógica de produção dos telejornais tradicionais. Abordam-se aspectos análogos, tais como estrutura e conteúdo, a lógica de produção, a construção da credibilidade, os jargões e aspectos técnicos e especificidades como a metalinguagem, a concepção construcionista e o humor como forma de veiculação de conteúdo jornalístico.

Ao pontuar diferenças e semelhanças entre o modelo convencional de jornalismo e a prática que o CQC – Custe o Que Custar apresentava, o presente projeto pretende analisar aspectos da estrutura e do discurso que eram discutidos pelo programa, principalmente na área política. As questões que motivaram esta investigação foram: Qual o papel do humor no jornalismo? Como é a construção do discurso do humor na comunicação feita pelo CQC? É válido fazer jornalismo desta maneira?

Debruçar-se sobre o CQC é também uma forma de reconhecer outros modelos de mediação simbólica, de construção de narrativas noticiosas, de veiculação de conteúdos informativos, calcado no humor e na informalidade, cujo potencial não deve ser ignorado. O que se pretende aqui é compreender minimamente o papel do humor no jornalismo político.

## 2. O HUMOR PODE FALAR SÉRIO

O objetivo desse capítulo é refletir sobre o humor e o riso, para no momento seguinte, conectar essas questões teóricas com o objeto empírico da pesquisa: a construção pelo humor do programa CQC, principalmente na abordagem política. Assim, introduzimos breves reflexões sobre o conceito de humor e riso na concepção do historiador Georges Minois e do filósofo Henri Bergson respectivamente. Na nossa avaliação é importante situarmos o significado, a criação do conceito e as alterações numa linha temporal para podermos contextualizar a “graça” e o “engraçado” como características utilizadas em um tipo específico de jornalismo para a televisão.

Refletiremos também sobre o conceito de jornalismo e para isso usaremos as reflexões do pesquisador Nelson Traquina, fazendo um paralelo entre o jornalismo “clássico,” tradicional, com o “novo” jornalismo explicado pelo filósofo e historiador americano John Fiske. Na sequência abordaremos, brevemente, a relação entre jornalismo e televisão. Usaremos algumas análises feitas por Beatriz Becker e Arlindo Machado para detectar algumas semelhanças entre o jornalismo televisivo convencional e o de humor.

Perceberemos que o jornalismo e o humor fazem uma boa combinação mas certos aspectos precisam ser considerados. Até que ponto o humor pode ser desviante para a realização da prática jornalística? Se o jornalismo é definido pela referência aos fatos existentes no mundo, o desvio permitido pelo humor desvirtuaria o jornalismo de seus principais princípios fazendo com que esse deixasse de ser jornalismo? Nesse sentido, o humor funcionaria como uma espécie de brecha desviante, sendo possível a hibridização dos gêneros, permitindo uma diferenciação no fazer o jornalismo através de um programa que unisse os dois?

Como já mencionado, usaremos o programa CQC - Custe o que Custar, especificamente suas matérias de cunho político como o especial das eleições de 2010 e o quadro com a primeira aparição do presidente Jair Bolsonaro, para analisar essa convergência procurando perceber até que ponto o produto foi relevante para a discussão política.

## 2.1. Pensando o humor

A definição da palavra “humor” no dicionário é: “humor (ô) sm. 1. Fisiol. Substância orgânica líquida ou semilíquida. 2. Disposição de espírito. 3. Veia cômica; espírito, graça 4. Capacidade de perceber ou expressar o que é cômico ou divertido.”. Mas o que seria essa substância orgânica líquida e semilíquida descrita no Dicionário Aurélio (1993) antes dos significados populares mais conhecidos tais como “disposição de espírito”, “veia cômica; espírito, graça” e “capacidade de perceber ou expressar o que é cômico ou divertido”?

De acordo com Edio Roberto Manfio, linguista e autor da obra “Dos discursos sobre o humor e seus deslocamentos” (2006), na Grécia Antiga, humor era considerado cada um dos líquidos presentes no corpo humano: a fleuma, a bile amarela, a bile negra e o sangue, e o equilíbrio ou o desequilíbrio dessas substâncias afetaria diretamente a saúde e o comportamento dos seres humanos. Os responsáveis por estudar e tentar controlar de alguma forma os humores eram conhecidos como humoristas, uma mistura de médico, para analisar as questões de anatomia do corpo e filósofo, para relacionar tais questões com o estado de espírito do ser, como estar alegre ou triste por exemplo. Por essa relação com o comportamento humano, a palavra “humor” poderia significar, indiretamente, já naquela época, o estado de espírito de uma pessoa: “Pelo comportamento do indivíduo, supunha-se qual dos líquidos poderia estar excedendo-se no organismo: a bile negra promovia o escárnio; a bile amarela, as lágrimas; a fleuma, o desinteresse geral; e o sangue, patologia cerebral” (MANFIO, 2006, p. 25).

Segundo Flávio Moreira da Costa, autor de Os 100 Melhores Contos de Humor da Literatura Universal (2001), a Grécia pode ser apontada como um dos berços onde, na Antiguidade, o humor se desenvolveu em suas diversas formas, desde o mais grosseiro até o mais sutil, sendo representado por pensadores e autores como Aristófanes e Homero, este último com o conto Batracomiomáquia, publicado em 1489, em Veneza, considerado “a primeira manifestação humorística da literatura européia” (DA COSTA, 2001, p. 17).

Sendo assim, como o humor se tornou o que é hoje? E mais importante, o que é humor nos dias de hoje? Essa é uma questão de difícil resposta, pois o seu conceito se transforma conforme o local, a época e o grupo social no qual está inserido. Mais do que encontrar uma definição, esta monografia reforça a importância de refletir sobre a função (ou funções) e as

transformações do humor dentro das sociedades e entender que o humor ainda é, de certa forma, uma arte utilizada em algumas ocasiões no jornalismo.

Outra grande dificuldade ao se tentar definir o humor é a sua intenção, que na grande maioria das vezes resulta em provocar o riso, uma vez que aquilo que provoca o riso em uma pessoa pode ser considerado monótono e, até mesmo, ofensivo para outra. Assim, a definição do humor dependerá de fatores externos, ou seja, do seu contexto e da sociedade em que está inserida a ação ou fala humorística.

O termo humor como é conhecido hoje, com o sentido de ser algo que provoca riso, foi registrado pela primeira vez em 1682, na Inglaterra.

o termo humour teve seu primeiro registro dentre os ingleses em 1693 com o mesmo sentido atribuído à grafia *humeur* do francês, portanto, é possível que tanto o termo como sua nova acepção tenham surgido entre os franceses do primeiro quartel do século XVII, assim como, também é verossímil que tenham sido os franceses os primeiros a empregarem o termo na dramaturgia, durante o fim do Renascimento (SILVA, 2012, p. 2)

O professor e historiador Georges Minois, na introdução de seu livro *História do Riso e do Escárnio* (2003), destaca que o riso é de interesse da ciência desde muito tempo, ressaltando a existência de uma associação francesa que, desde de 1987, faz conferências periódicas sobre o tema do humor/riso, a *Corhum Humoresques* (Pesquisa Sobre o Cômico, o Riso e o Humor)<sup>1</sup> e também nos Estados Unidos há um jornal interdisciplinar dedicado à pesquisa do humor, o *Humor – International Journal of Humor Research* (Jornal Internacional de Pesquisa sobre Humor)<sup>2</sup>. Em todo o mundo, há dezenas de grupos de trabalho e centenas de pesquisas na área acadêmica, que resultaram em monografias, dissertações e teses sobre o assunto.

Georges Minois afirma que “a primeira qualidade do humor é precisamente escapar a todas as definições, ser inapreensível, como um espírito que passa” (MINOIS, 2003, p. 79), mas o autor tenta traçar algo próximo a uma definição, descrevendo o humor como aquilo que nasce do estranhamento do homem sobre si mesmo, da autoconsciência da humanidade e da possibilidade de se elaborar um distanciamento de si e percebendo desse distanciamento, o risível.

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://www.humoresques.fr/> - Humoresques revue de recherche scientifique sur le comique, le rire et l'humour défend la liberté d'expression avec les armes de l'humour. Acesso em: 07/04/2019

<sup>2</sup> Disponível em: <http://www.humorstudies.org/JournalCenter.htm> Acesso em: 07/04/2019

Para George Minois, o humor, cuja principal qualidade considera ser, justamente, o fato de “escapar a todas as definições” que tentam lhe impor, nasceu com o ser humano no momento em que este se tornou consciente de si mesmo, se achando incompreensível:

O humor surge quando o homem se dá conta de que é estranho perante si mesmo; ou seja, o humor nasceu com o primeiro homem, o primeiro animal que se destacou da animalidade, que tomou distância em relação a si próprio e achou que era derrisório e incompreensível. (MINOIS, 2003, p. 79)

A ideia de que o humor é um privilégio humano é também abordada pelo filósofo Henri Bergson, em seu livro *O Riso: Ensaio sobre a significação do cômico* (2018) publicado originalmente em 1900. Mais do que tentar definir a comicidade por exemplos, o filósofo buscou perceber o que os perpassa, para alçar os efeitos presentes em inúmeros eventos causadores de riso, desde situações cotidianas até peças de teatro. A vida acaba sendo vista por todos os lados como um jogo de tensão e elasticidade, ação e reação. Diante disso, a sociedade requer um esforço de adaptação e a rigidez de caráter é posta como suspeita, por ser indício de isolamento da dinâmica social. Ele também afirma que o riso é próprio do homem e que o aspecto “cômico” não existe fora do que é inerente à humanidade ou se assemelha a ela de algum modo:

Não há comico fora daquilo que é propriamente *humano*. Uma paisagem poderá ser bonita, graciosa, sublime, insignificante ou feia; nunca será risível. Podemos rir de um animal, mas apenas porque surpreendemos nele uma atitude ou expressão humana. Podemos rir de um chapéu; mas o que ridicularizamos neste caso não é o pedaço de feltro ou de palha e, sim, a forma que os homens lhe deram, o capricho humano que o moldou. (BERGSON, 2018, p. 38, grifo do autor)

Além de ser uma característica exclusiva do ser humano e que, para existir, precisa de elementos similares a ele, Bergson afirma que há outro aspecto fundamental para que o humor seja possível: a insensibilidade. Segundo o autor, “o maior inimigo do riso é a emoção” e, para que algo seja “risível”, é necessária, por parte do espectador, uma dose de indiferença, um certo distanciamento do objeto de que se está rindo. O humor se destina à inteligência pura e “exige, para produzir seu efeito, algo como certa anestesia momentânea do coração.” (BERGSON, 2018, p. 39). Dessa forma, o homem só riria daquilo com o que não está

envolvido emocionalmente ou quando se distancia dessa posição para adotar, mesmo que momentaneamente, um olhar mais “neutro”, imparcial da situação:

Parece que o cômico só consegue produzir sua agitação se incidir sobre uma alma cuja superfície esteja naturalmente calma, suficientemente estável. A indiferença é seu ambiente natural. Não há maior inimigo do riso que a emoção. Isto não significa que não possamos rir de alguém que, por exemplo, nos inspire piedade ou, mesmo, afeto; mas apenas que por alguns instantes será preciso esquecer este afeto, silenciar esta piedade. (BERGSON, 2018, p. 38)

Essa questão da insensibilidade dialoga com a teoria de George Minois, que talvez, por o humor ser uma dádiva que apenas a humanidade recebeu, acaba exercendo um grande poder sobre o homem moderno, fazendo com que seja, em certos casos, essa falta de sensibilidade relacionada ao caráter e à índole do ser humano que está fazendo humor ou está rindo da situação de outros. “Na encruzilhada do físico e do psíquico, do individual e do social, do divino e do diabólico, ele flutua no equívoco, na indeterminação. Portanto, tem tudo para seduzir o espírito moderno” (MINOIS, 2003, p. 16)

Já o riso, consequência do humor, é característico da natureza humana como foi falado por Bergson, não havendo graça em algo que não tenha características humanas. Não é à toa a famosa citação de Aristóteles “o homem é o único animal que ri”. Sendo assim, o humor em semelhança com o riso, é um fenômeno social que exige pelo menos mais de uma pessoa, real ou imaginária para que uma provoque o riso, outra que reaja rindo e talvez outra que esteja dentro da ação ou a observando, também rindo da situação. Portanto, o humor necessita de um motivo, que é seu alvo, assim, “quase todas as piadas tradicionais, por mais curtas que sejam, caçoam de uma vítima que é ou passa a ser um estranho” (BREWER, 2000, p. 133). Segundo visto por Bergson e Minois esse “estranho” seria o alvo do humor e motivo do riso, e para a pessoa que está rindo deste “estranho” é necessário um afastamento sentimental para provocar tal comicidade, causando automaticamente um momento de insensibilidade.

O estudo do humor também recebeu contribuições de teóricos da linguagem. O linguista russo Mikhail Bakhtin, em sua obra *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais* (1987) mostra a contraposição entre cultura popular e erudita na Idade Média. Ao analisar a obra literária de François Rabelais, Bakhtin entende o riso no contexto da carnavalização, momento em que as hierarquias se invertem. O autor aborda o humor e o riso na cultura popular, e divide a sociedade medieval em duas

partes: a da Igreja e dos homens cultos, séria e sombria, e a cultura e tradição popular, inculta e baseada no riso.

Na Idade Média, onde o riso e o cômico eram meios de moderação social, pois passar-se por ridículo ou ser alvo de escárnio era o que de pior poderia acontecer a um membro da sociedade, foi-se estabelecendo uma divisão, um limite, como inofensivo e leve, apropriado e aceito nos meios sociais para não desonrar ninguém, que são questões sociais do humor até os dias de hoje.

Mikhail Bakhtin, em seu estudo sobre François Rabelais, mostra bem o contraste entre uma cultura séria, sombria, opressora: a cultura da Igreja e dos homens cultos; e a cultura carnavalesca, satírica, maliciosa: a cultura popular. Em seu livro, Bakhtin tem o carnaval como uma forma condensada do riso popular na Idade Média, onde o gênero comédia praticamente desapareceu, mas não o humor, quer dentro dos conventos, nos palácios e, sobretudo, nas camadas populares.

Retomando as reflexões de Bakhtin, vemos uma correspondência da teoria linguística com a análise da recepção. Diz o autor:

Toda compreensão da fala viva, do enunciado vivo é de natureza ativamente responsiva (embora o grau desse ativismo seja bem diverso); toda compreensão é prenhe de resposta, e nessa ou naquela forma a gera obrigatoriamente: o ouvinte se torna falante. A compreensão passiva do significado do discurso ouvido é apenas um momento abstrato da compreensão ativamente responsiva real e plena, que se atualiza na subsequente resposta em voz real alta. (BAKHTIN, 1987, p. 271)

Assim como na fala e no enunciado, os discursos midiáticos encontram correspondentes na audiência, uma audiência “prenhe de respostas”, tomando emprestada emprestando a expressão de Bakhtin. As piadas contadas e o humor manifesto, precisam ser entendidos e apreendidos pela audiência, algo que vai além da simples linguagem, mas requer vivência (mesmo que virtual), pontos de pensamento comum, já que a associação é algo essencial para que o humor aconteça.

Bakhtin observou que as imagens grotescas na época do Renascimento encontravam-se sempre relacionadas ao cenário do Carnaval, da cultura popular. O humor grotesco subverte as hierarquias, as convenções, as verdades socialmente estabelecidas e aponta para a cisão entre cultura oficial e cultura popular. No humor grotesco, a supremacia de uma cultura



tida como oficial é questionada. Visto no seu papel de cultura menor, é desconsiderado. Percebido no seu caráter subversivo, é censurado e punido.

Aspectos como exagero, a hipérbole, a profusão, o excesso são, como observou Bakhtin, os sinais característicos mais marcantes do estilo grotesco e estão amplamente presentes nestes ambientes de festa e de carnaval.

Para Bakhtin, a expressão do grotesco está sempre atrelada à alegria. No mundo grotesco, a relatividade de tudo o que existe é sempre alegre: o grotesco está impregnado da alegria da mudança e das transformações, mesmo que em alguns casos essa alegria se reduza ao mínimo.

Bakhtin também veicula o riso com a liberdade e com a verdade popular não oficial, retratando que o humor precisa ser livre para representar aspectos escamoteados da realidade e também, por isso, sempre procura se vincular às culturas não oficiais para poder desmascarar os rituais e personagens do mundo tido como sério. A força da derrisão da parodia, do humor está assim no incansável questionamento das estabilidades, levando o prazer do riso ao lugar da ordem preestabelecida. Sobre isso, Bakhtin diz:

O verdadeiro riso, ambivalente e universal, não recusa o sério, ele purifica-o e completa-o. Purifica-o do dogmatismo, do caráter unilateral, da esclerosa, do fanatismo e do espírito categórico, dos elementos de medo ou intimidação, do didatismo, da ingenuidade e das ilusões, de uma nefasta fixação sobre um plano único, do esgotamento estúpido. O riso impede que o sério se fixe e se isole da integridade inacabada da existência cotidiana. (BAKHTIN, 1987, p. 61)

Para esta monografia, usaremos o termo humor em sentido amplo, como aquilo que leva ao riso, que busca um efeito cômico, risível, que deseja fazer graça, em suas várias categorias (ironia, sarcasmo, gracejo, piada, etc.). Vamos focar nossa atenção sobretudo ao humor usado no programa CQC - Custe o Que Custar, principalmente em suas matérias de expulsão do Congresso Nacional, o especial de eleições de 2010 e na entrevista com Jair Bolsonaro, que viria a ser presidente do Brasil nas eleições de 2018.

## 2.2. Pode o humor fazer jornalismo?

Uma das principais propostas desta monografia é evidenciar a realização do jornalismo feito com características humorísticas, usando tanto o discurso jornalístico quanto o humor e encontrar um possível equilíbrio entre esses dois lugares de fala a partir de uma boa retórica.

Nelson Traquina, em seu livro *O estudo do jornalismo no século XX* (2001), apresenta a Teoria do Espelho, que percebe o jornalismo como uma prática com base na objetividade e imparcialidade, focada na busca pela verdade e no simples relato dos fatos. A ação de noticiar acontecimentos e eventos relevantes e de interesse para determinado público deve ser uma espécie de “espelho” fiel dos acontecimentos reais e por esse motivo a necessidade do jornalismo de ser neutro. A noção do imparcial e do objetivo é facilmente questionada quando se pensa no simples ato de escolha das palavras e/ou imagens que irão compor, por exemplo, o *lead* de uma matéria. Algumas escolhas já induzem certa subjetividade, principalmente as que possuem uma boa retórica, no caso do jornalismo raiz, as que conseguem responder as perguntas base do lead tradicional: O quê? Quem? Como? Quando? Onde? e Por quê?

A necessidade de se “perseguir” a verdade por meio da objetividade começou a ser percebida, segundo Traquina (2001), quando se viu a necessidade de se definir um “ethos” profissional dos novos comunicadores surgidos com o desenvolvimento das estruturas de governos democráticos.

Um novo paradigma das notícias como informação iria substituir, com ritmo e intensidade diversa nos diversos espaços nacionais, o velho paradigma que concebe os meios de comunicação social como arma política e os jornalistas como militantes partidários. Com o novo paradigma das notícias como informação, o papel do jornalista é definido como o do observador que relata com honestidade e equilíbrio o que acontece, cauteloso em não emitir opiniões pessoais (TRAQUINA, 2001, p. 66)

Apesar do neutralidade do enunciador ser considerada um de seus elementos essenciais, o jornalismo, por envolver, em algum nível, o fator “subjetivo”, é uma atividade que passa longe da rigidez e de certezas infinitas. Por ser uma ciência humana, significa que, assim como a humanidade, não é algo que se encaixa em padrões pré-definidos, na verdade muito pelo contrário. Porém, pode-se dizer que o jornalismo é baseado e inspirado em certas regras técnicas e concepções que o qualificam e o tornam reconhecido como tal. Dessa forma, é possível afirmar que o jornalismo, como atividade intrínseca à sociedade contemporânea,

está em constante processo de transformação, sendo fundamentado por valores social e historicamente construídos, ou seja, depende de variáveis diversas e do contexto em que está inserido. O “fazer jornalismo”, como ato de mediação ou o processo de enunciação de um relato sobre determinado fato, é condicionado por aspectos sociais, políticos, econômicos, culturais, temporais, geográficos e históricos.

Entretanto, em paralelo ao chamado jornalismo de referência (com seus veículos tradicionais, cuja credibilidade é quase “inabalável”), há outros jornalismo, incluindo aqueles que misturam gêneros e produzem um discurso não hegemônico (que ganhou “variáveis” como jornalismo alternativo, popular, de entretenimento ou, o atualmente conhecido *infotainment*, conceito que denomina a união de informação e entretenimento) e esses tem consolidado um espaço crescente na mídia do país. E muitas publicações deste estilo têm se utilizado de uma poderosa ferramenta para se firmar e conseguir chamar atenção no meio de tanto veículos midiáticos: o humor.

Para John Fiske, esse crescimento desse jornalismo que poderia ser denominado como “jornalismo não-sério” em relação ao tradicional pode ser devido ao foco diferenciado que o “não-sério” dá àquilo que considera notícia. Em seu texto, “Popularity and the politics of information” do livro *Journalism and Popular Culture* (1992), ele afirma que a dicotomia entre os dois gêneros reflete as velhas diferenças entre o povo e de quem detém o poder. Para o autor, desconstruindo as normas do jornalismo tradicional, o jornalismo popular explora as contradições, que são o centro da cultura popular, e as experiências das pessoas comuns. A população estaria tão descrente do considerado “oficial”, que, por isso, estaria dando cada vez menos credibilidade ao “jornalismo sério” – que seria o responsável por veicular, justamente, as “notícias oficiais” que o “bloco do poder” tem interesse em divulgar como sendo as “verdadeiras”.

Talvez uma certa resistência da população à mídia tradicional não se restrinja apenas ao que diz respeito à atenção que grande parte do público dá aos fatos da vida cotidiana, mas também esteja ligado à forma como as notícias – mesmo de acontecimentos considerados “sérios” – são dadas, seguindo os parâmetros da, já contestável, imparcialidade e objetividade jornalísticas, defendidas na imprensa tradicional. O sucesso do jornalismo de humor, como foi o do CQC, é um exemplo de rompimento com paradigmas conceituais do jornalismo como a objetividade e a neutralidade.

É notável que na atração havia características do jornalismo de humor, justamente por terem a possibilidade de fugirem dos paradigmas dos veículos tradicionais, exercendo a arte do noticiar através de detalhes que requerem certo entendimento e envolvimento com o público. Público que era levado a ocupar uma posição um pouco mais crítica em relação ao conteúdo transmitido, como concordar ou não com as ações praticadas, como rir ou não delas.

Aos que questionam se esses programas são efetivamente jornalísticos, sugere-se observar, além do uso das técnicas próprias ao gênero, os enquadramentos de assuntos relevantes para a sociedade, ainda que não necessariamente da esfera política. A notícia está não apenas nas respostas dos entrevistados, mas no silêncio destes e nas próprias perguntas dos repórteres. A informação está também nos subentendidos, nas ironias, nas sutilezas cheias de significados e no jogo de conhecimentos requeridos para compreender a piada e que, usando como estratégia o entretenimento, acabavam cumprindo funções jornalísticas.

Dessa forma, seria possível dizer que a grande diferença entre o jornalismo tradicional e o jornalismo de humor não está no que é noticiado, mas em como isso é feito. Trata-se da relação entre conteúdo e forma. Os fatos e acontecimentos abordados são os mesmos, assuntos sobre política, esportes, economia, cultura, dentre outros. Os aspectos “variantes” entre um gênero e outro estão, justamente, no estilo de linguagem (culto ou informal), nas imagens, nos sons, nas críticas e comentários subjetivos feitos sem pudor, nos personagens que recebem voz e nos elementos gráficos utilizados para noticiar esses fatos e acontecimentos. Josimey Costa da Silva, em seu artigo “O humor nada objetivo e um jornalismo muito sério”, reforça essa idéia sobre a divergência entre ambos os gêneros, chamando a atenção para as características jornalísticas implícitas no “jornalismo não-sério”, mesmo quando este não noticia algo inédito, mas quando faz uma releitura revigorante daquilo que a mídia tradicional já divulgou:

O que distingue uma e outra prática é menos o conteúdo e mais a forma de veicular a informação. Quando uma charge de jornal, por exemplo, satiriza um assunto que já é manchete, dando-lhe uma roupagem nova através dos dados que lhe são acrescidos pela imaginação do chargista, ou explorando um ângulo novo, inusitado, várias das características da notícia estão presentes: interesse, ineditismo, importância. E, se o fato que a charge enfoca não foi, ainda, abordado pelo seu jornal, embora faça parte das rodas de conversas informais da cidade; se é recente; se está próximo do público leitor porque diz respeito à sua vida – coletiva ou particular; e se ainda serve como ponto de reflexão e interpretação daquele fato, mais características de

notícia aparecem: atualidade, proximidade, interesse, ineditismo, importância. (DA SILVA, 2002, p. 120)

O jornalismo, por ser uma atividade que está em constante transformação, acaba permitindo a criação de novas formas de praticá-lo. Essa releitura diferenciada e, na maioria das vezes, criativa dos acontecimentos que o jornalismo “não sério” se propõe a fazer, prende a atenção do público por promover a renovação de um modelo que estava estagnado e havia se tornado cansativo para grande parte do público. Kati Caetano e Denise Guimarães destacam, no artigo “Estratégias gráficas e humor sarcástico: a notícia levada a “sério” no Programa CQC, da TV Bandeirantes, Brasil”, os elementos que tornam o Custe o que Custar um bom exemplo dessa renovação promovida pelo jornalismo “não sério”:

Postura irreverente e contundente, telejornalismo com formatação próxima ao videoclipe, intervenções gráficas ridicularizantes, porém no limite da ética e do respeito ao entrevistado, aparente leveza no tratamento performático dos temas sérios, dentre outros paradoxos: estaria aí a fórmula para informar divertindo? Ou divertir informando? [...] Seria uma espécie de recepção mediante o divertimento, cada vez mais evidente hoje em todos os domínios da cultura, um sintoma do redimensionamento da percepção humana diante dos avanços tecnológicos. (CAETANO; GUIMARÃES, 2009, p. 9)

Podemos categorizar também essa transição do jornalismo sério para o humor como um caráter ambivalente, conceito adotado por Bakhtin, para mostrar como o mesmo tema pode se revigorar:

Eles são, portanto, ambivalente: a destruição e o destronamento estão associados ao renascimento e à renovação, a morte do antigo está ligada ao nascimento do novo; todas as imagens são concentradas sobre a unidade contraditória do mundo que agoniza e renasce. Não são apenas esses episódios, mas todo o livro, do começo ao fim, que está impregnado de uma atmosfera de carnaval. Melhor ainda, numerosos episódios e cenas de primeiro plano descrevem festas e assuntos típicos de festa. (BAKHTIN, 1987, p. 189)

Na época em que era exibido, CQC não apenas renovou, mas se mostrou como uma iniciativa inovadora na transmissão de notícias, principalmente, para a população na faixa etária abaixo dos 30 anos. Para jovens que pareciam pouco engajados na política, o humor funciona como um elemento que desperta e incentiva a população ficar atenta às atitudes e promessas dos governantes. Daí a importância de um programa com popularidade crescente,

como o Custo o que Custar, ter a política como um dos principais assuntos abordados em cada edição.

### **2.3. Jornalismo e televisão**

Segundo Beatriz Becker, em sua obra *A Linguagem do Telejornal* (2005), a função do telejornal é “narrar, dar conta dos principais fatos sociais de diferentes países em todo o mundo” (BECKER, 2005, p. 22) e, para tal, este realiza uma “encenação do real”, que como “toda situação de comunicação é ritualizada, marcada por um conjunto de regras transmitidas pelas heranças culturais e relacionadas às intuições sociais onde o processo de comunicação de materializa” (BECKER, 2005, p. 24). Essas características, que se consolidaram historicamente e se repetem com frequência, compõem o que a autora denomina “lógica de produção” dos noticiários e compreendem aspectos discursivos e estruturais, – ou seja, tanto da ordem da forma quanto do conteúdo. Através da análise da complexa linguagem e dos discursos utilizados nos noticiários e do estudo das “regularidades e estratégias enunciativas singulares” dessa prática (BECKER, 2005, p. 22), é possível compreender como o jornalismo se constrói como gênero específico, capaz de ser diferenciado de outros produtos midiáticos em relação a sua função, a construção de suas narrativas e seus processos produtivos. Portanto, sob essa perspectiva, a definição do gênero está atrelada a percepção de determinados processos produtivos e estratégias de linguagem que se repetem. A autora propõe, então, as categorias de análise de telejornais, metodologia utilizada anteriormente e que evoca aspectos estruturais e funcionais como blocos, ritmo, editoriais, atuação de âncoras e repórteres, entrevistas cenários e recursos gráficos.

Arlindo Machado em *A Televisão Levada a Sério* (2003), por sua vez, define o jornalismo como instituição de mediação simbólica entre determinados eventos e um público de leitores ou espectadores para os quais esses acontecimentos possam ser considerados relevantes. Trata-se de uma definição genérica, mas que evidencia aspectos fundamentais para se caracterizar o jornalismo: um determinado acontecimento considerado de interesse coletivo, um mediador (o repórter, ou seja, literalmente aquele que reporta), a construção de uma narrativa (que se fará segundo regras e padrões estilísticos historicamente definidos) e um público interessado. Partindo deste pressuposto, pode-se afirmar que o jornalismo se

caracteriza e se define mais pelo processo de enunciação de um relato a respeito de um determinado fato do que por outras questões mais específicas ligadas à forma.

Já José Marques de Melo em *Estudos do Jornalismo Comparado* (1972), analisa o jornal ressaltando quatro de suas características: publicidade, atualidade (informação que se relaciona com o presente e o influencia), universalidade (a não exclusão dos temas de maior repercussão) e periodicidade (distribuição regular). Desta forma, o autor vai além dos aspectos anteriormente ressaltados, apontando também as demandas comerciais – a necessidade da veiculação com frequência pré-definida e a dependência financeira de anunciantes. Aponta ainda que se deve buscar a utópica universalidade, que, na prática, pode ser entendida como uma ampla diversidade temática. Essa percepção traz a presente pesquisa outra concepção importante: a do jornalismo como um negócio. Embora o foco deste trabalho não seja a análise mercadológica, faz-se necessário ressaltar a relevância de aspectos como audiência e publicidade, como

o jornal, como veículo de comunicação coletiva, apresenta três gêneros específicos de informação, no sentido de atender aos anseios e às exigências do público leitor. São: a) Notícias (informações atuais a respeito dos mais diversos setores do conhecimento humano, sob a forma de reportagens, entrevistas, editoriais, crônicas, artigos, comentários, etc.); b) Propaganda (informações persuasivas, que se destinam a influenciar os indivíduos para adoção de atitudes, seja comprar um produto ou aceitar uma ideia); c) Entretenimento (seções cuja finalidade principal é a de entreter, divertir, ajudar o leitor a ‘passar o tempo’, como histórias em quadrinhos, palavras cruzadas, curiosidades) (MELO, 1972, p. 22)

Melo apresenta, portanto, algumas contribuições complementares ao que expõe os demais teóricos citados, como a ênfase no caráter coletivo do jornalismo e na relevância das informações divulgadas. No entanto, enfoca o conteúdo dos noticiários apontando três variáveis que chama de “gêneros de informação”: as notícias propriamente ditas, ou seja, relatos sobre eventos diversos de interesse público, construídos com apuração e entrevistas; a propaganda e o entretenimento, conteúdo destinado a leitura prazerosa e de teor cômico.

Retomando as características básicas citadas por esses autores, pode-se concluir que o jornalismo se trata fundamentalmente de uma prática simbólica de mediação. Sua matéria prima é um evento, fato ou acontecimento atual e relevante (do ponto de vista cultural, político, econômico, artístico), sobre o qual se constrói um relato seguindo determinadas

regras e características consolidadas, mas também através de escolhas subjetivas. O processo de mediação está, portanto, inserido em uma lógica de produção pré concebida.

Tendo enumerado alguns aspectos predominantes na prática jornalística convencional, cabe pensar essa área do conhecimento como ciência social, ou seja, campo do saber que dialeticamente influencia a sociedade e por ela é influenciado, estando, portanto, atrelado a variáveis culturais e históricas. A percepção do jornalismo como gênero capaz de captar e narrar a verdade como um espelho da realidade foi em certo momento predominante, tanto no senso comum quanto nos próprios profissionais da imprensa. No entanto, segundo Foucault,

cada sociedade tem seu regime de verdade, sua ‘política geral’ de verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias que permitem distinguir uns e outros; as técnicas e os procedimentos que são valorizados para a obtenção da verdade; o estatuto daqueles que têm o encargo de dizer o que funciona como verdadeiro (FOUCAULT, 1979, p. 12)

Becker também cita o filósofo ao afirmar que “o mundo não ‘nos apresenta uma face legível que teríamos que decifrar apenas’; ou seja, a realidade não tem um significado anterior ao momento de sua verbalização e interpretação pelos seres humanos. (FOUCAULT apud Becker, 2005, p. 45). Assim sendo, segundo os autores, a verdade e os discursos tidos como inquestionáveis são socialmente construídos e não existe uma forma de comunicar a realidade tal como esta se apresenta sem qualquer interferência. A percepção do que é factual, legítimo, verdadeiro, bem como os discursos que se constroem sobre a realidade (e que constroem a realidade, em mútua influência) são necessariamente condicionados pelo contexto sócio-político-cultural de uma época.

Os critérios de noticiabilidade, as pautas, os modelos e as formas de se construir a mediação jornalística e a legitimidade e credibilidade dos repórteres e dos veículos são fatores historicamente construídos. Não existe, portanto, uma forma de mediação ou estratégias discursivas capazes de traduzir com plena equivalência episódios da história humana. “A questão da *verdade* está, portanto, afastada do sistema significante do telejornal, pois, a rigor, não é com a verdade que ele trabalha, mas com a enunciação de cada porta-voz sobre os eventos” (MACHADO, 2005, p. 111, grifo do autor).



Soma-se a intangibilidade da matéria-prima do jornalismo às mudanças dos hábitos de consumo na contemporaneidade, a rapidez na aquisição e troca de informação e o advento de novos suportes midiáticos e da transmidialidade, que também afetam diretamente a produção e a concepção do jornalismo, seja na internet, nas rádios ou nos meios impressos e audiovisuais. Este processo é irreversível e inevitável, uma vez que o jornalismo é uma prática social, condicionada por variáveis culturais, temporais e até de suporte, já que cada meio possui especificidades técnicas e linguagens próprias.

Assim sendo, por conta do questionamento de sua legitimidade e capacidade de ser plenamente objetivo e pelas constantes transformações de forma, conteúdo e suporte que sofre, o jornalismo apresenta problemas conceituais. E esses entraves teóricos são reforçados pelo caráter subjetivo do exercício da profissão, ainda que a isenção se pretenda um dos pilares do modelo hegemônico de jornalismo. Lidiane Pinheiro, no artigo “Cultura popular e entretenimento: O discurso dominante sobre jornalismo e esfera pública”, legitima a mesma perspectiva ao declarar que:

a prática mercadológica, a produção de notícias e os ideais do jornalismo são historicamente situados. Houve um tempo em que não havia responsabilidades ou normas particulares para a mídia. [...] O produto jornalístico não passa de um discurso; por isso, a demarcação conceitual do jornalismo é sempre provisória e histórica, pois os valores e ideais mudam ao longo do tempo. Nunca “o jornalismo é...”. Sempre “o jornalismo está sendo...”, “nesse momento histórico, é visto como...”. Até a ética profissional, que é uma questão fundamental para a definição do que pode ou não ser jornalismo, é mutável e construída socialmente. (PINHEIRO, 2009, s.p.).

Pinheiro conclui ainda que, “apesar de muitos estudos terem sido publicados a fim de esclarecer as delimitações deste campo, a discussão sobre o que é ou o que deixa de ser jornalismo se mantém aberta” (PINHEIRO, 2009, s.p.). Existem referenciais teóricos relevantes para nortear a produção jornalística, bem como aspectos básicos que permitem ao público identificar o produto como pertencente a um gênero diferente dos demais, conforme citado anteriormente. No entanto, o conteúdo, a forma, os critérios de seleção de notícias e a estética dos telejornais se modificam ao longo do tempo e em cada cultura.

### 3. CQC: ENTRETENIMENTO COM JORNALISMO

O Custe o Que Custar (mais conhecido pela sigla CQC) foi um programa de televisão humorístico, de frequência semanal, produzido pela *Eyeworks*. Baseado no extinto *La Noticia Rebelde*, programa argentino de comédia veiculado na década de 1980, estreou com a proposta de produzir um programa televisivo com uma abordagem jornalística diferenciada, mais crítica, interativa e com humor. Originado na Argentina pelo nome de *Caiga Quien Caiga*, em 1995, com adaptações na França (2004), Israel (2001), Chile (2002), Espanha (1996), Itália (1996), Portugal (2008), além da encerrada edição no Brasil, que começou a ser exibido pela Rede Bandeirantes em 2008 e foi finalizado em 2015, totalizando oito temporadas e 339 episódios.

Em março de 2008, em parceria com a TV Bandeirantes de São Paulo, iniciou-se o Custe o Que Custar do Brasil, definido pela produção do programa no próprio site da emissora<sup>3</sup>, como um “resumo semanal de notícias”, que apresenta “irreverência, acidez e humor inteligente”.

Em sua temporada inicial, o CQC contou em seu elenco fixo com os apresentadores Marcelo Tas, Marco Luque e Rafinha Bastos, com reportagem de Danilo Gentili, Oscar Filho, Felipe Andreoli e Rafael Cortez. Na temporada seguinte (2009), Monica Iozzi foi escolhida em um concurso para a seleção de seu oitavo integrante e primeira mulher a fazer parte do grupo. Entre a quarta e a sétima temporada (2011-14), Maurício Meirelles, Ronald Rios, Guga Noblat, Dani Calabresa, Naty Graciano e Lucas Salles foram incorporados ao elenco, sendo Dani Calabresa a primeira mulher a ocupar a bancada na sétima temporada. Em sua oitava e última temporada, exibida em 2015, o programa teve em sua frente o ator Dan Stulbach, acompanhado de Marco Luque e Rafael Cortez, com reportagens de Meirelles, Salles, Juliano Dip e Erick Krominski, onde Meirelles e Krominski também comandavam um *spin-off* do programa chamado CQC 3.0, exibido minutos antes da atração oficial começar.

Percebemos que na própria equipe do programa há uma mistura de profissionais entre jornalismo e entretenimento, que trazia promessa de renovação no gênero para a TV brasileira.

A platéia só é filmada de costas e à contraluz. A participação do público se restringe a gritos, aplausos, risadas e citações de agradecimento no começo e no fim do programa,

---

<sup>3</sup> Disponível em: <https://entretenimento.band.uol.com.br/cqc/o-programa.asp> Acesso em: 10/06/2019

motivo pelo qual o auditório é praticamente virtual” (CAETANO; GUIMARÃES, 2009, p. 11). O semanal começava todas às segundas-feiras, às 22h, ao vivo, com a inserção de matérias já gravadas e devido a linha editorial, os âncoras possuíam liberdade de fazer qualquer comentário sobre os fatos e personalidades que fariam parte da atração.

Os âncoras dialogavam entre si, dirigiam-se à platéia e às câmeras e introduziam e comentavam as matérias e quadros realizados pelos repórteres. Com cerca de duas horas de duração (considerando-se os intervalos comerciais), o humorístico exibiu reportagens de editorias diversas e quadros variados, sempre priorizando uma abordagem cômica e irônica dos fatos veiculados pela grande mídia.

Além das piadas feitas durante as entrevistas e de textos jocosos marcando as cabeças das matérias, o programa contava com intervenções gráficas que iam desde créditos pouco convencionais e repletos de adjetivos a efeitos visuais como crescimento do nariz (em referência a mentira), vermelhidão nas bochechas (que indica vergonha), fumaça saindo pelos ouvidos e raios saltando dos olhos (que simbolizam raiva e irritação), língua de sogra (que marca piadas sem graça), nariz de palhaço (que indica contradição entre discurso e prática), entre outros.

### **3.1. Referências cruzadas: A estética do CQC**

O programa usava diversas referências do mundo pop, como o filme *MIB - Men In Black* (Homens de Preto) para caracterizar os integrantes que usam roupa muito similar à dos personagens do filme e têm como símbolo uma mosca, que transmite a ideia de ser intrometida, indesejada e também de incomodar. Como a proposta, os repórteres do programa seriam esta espécie de “mosca”, invadindo e incomodando as pessoas da alta sociedade, as intocáveis.

**Figura 1: Integrantes do CQC**



Site O Tempo<sup>4</sup>

Marcelo Tas, âncora do programa no Brasil por sete temporadas (de 2008 à 2014), afirma que já se identificava com o CQC argentino devido à criação de um outro personagem de sua carreira, Ernesto Varela, onde ele representava um repórter que ironizava diversas personalidades, se aproximando da proposta do humor do Custe o Que Custar.

Na tentativa de ironizar a maneira como as notícias dos jornais tradicionais são apresentadas, o CQC manteve certos padrões televisivos, como a presença de âncoras, repórteres, entrevistados, além da própria estrutura narrativa. Exemplo disso era quando no início do programa, o âncora Marcelo Tas mostrava uma escala, enfatizando tudo que será mostrado no dia. Além da utilização de chamadas a focando no clímax da notícia, há havia também semelhanças até mesmo na maneira como as matérias são editadas.

Muitas vezes o foco do telespectador direcionava-se aos três apresentadores que compunham a bancada, fazendo intervenções a todo o momento nas matérias. Essas interrupções geralmente eram seguidas de observações, que possuíam certo sarcasmo e ironia.

Todos os integrantes sempre estão de terno preto e gravata, assim, de maneira alinhada, que remete aos jornalistas considerados de credibilidade, sério e confiável. Além

---

<sup>4</sup> Disponível em: <https://www.otempo.com.br/diversao/por-onde-andam-os-integrantes-do-cqc-1.2209038>  
Acesso em: 10/06/2019

dos óculos escuros, não utilizam mais nenhum adereço ou fantasias para compor a estética do programa, entretanto, usa-se frequentemente recursos gráficos, como montagens, que dialogam e interferem nas matérias.

O símbolo do programa, a já citada mosca, ou seja, um inseto inconveniente, que entra em qualquer lugar, independente dos obstáculos, e claro, incomodando muitas pessoas, é exatamente o que a equipe do CQC propõe no release<sup>5</sup> divulgado pela emissora Rede Bandeirantes na estreia do programa: “A mosca do CQC, símbolo mundial do programa, já incomodou muita gente importante. Presidentes, jogadores de futebol, autoridades religiosas, políticos, cineastas e artistas em geral estão entre as ‘vítimas’ preferidas”. Há ainda a analogia com o inseto que é atraído pelo lixo – nas diversas conotações que a palavra pode assumir, principalmente na denúncia de corrupções e ao descaso público.

**Figura 2: Logo do CQC com a mosca**



Glauco Cortez Wordpress<sup>6</sup>

Outra característica que deve ser ressaltada é a maneira como foram feitas as filmagens. Logo na abertura, o movimento da câmera imita as asas de um inseto, ou seja,

---

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www.band.uol.com.br/tv/noticias/73648/custe-o-que-custar-estrela-dia-17-na-band-nao-perca.html> Acesso em: 10/06/2019

<sup>6</sup> Disponível em: [https://glaucoortez.files.wordpress.com/2012/05/2493944939\\_4bdeb835b9.jpg](https://glaucoortez.files.wordpress.com/2012/05/2493944939_4bdeb835b9.jpg) Acesso em: 10/06/2019

nesse caso, a mosca, símbolo do CQC. Nos primeiros anos de exibição do show, durante esse movimento da câmera, havia a presença da mosca, como se estivesse indo ao encontro dos apresentadores, mas, com o tempo a estética foi sendo modificada. Uma das mudanças foi a retirada do inseto tanto na abertura quanto nas reportagens, onde o nome do programa aparecia entre os cortes secos das matérias dependendo da situação em que se encontrava o repórter.

Também é válido destacar que Marcelo Tas, no comando do programa, a cada fala, olhava para uma câmera diferente, desta forma, são feitos três ângulos em apenas uma interlocução do apresentador, à esquerda, de frente e à direita. Como na maioria das vezes essa mudança de posição é sutil, passa-se uma sensação de movimento, mas, não sobrecarregava o olhar do telespectador, ou seja, não é algo que chega a incomodar.

Além da ênfase dada aos diálogos dos apresentadores Marcelo Tas, Rafinha Bastos e Marco Luque, o programa também conta com alguns quadros que envolvem informação e entretenimento. Os que foram transmitidos com maior frequência são:

- Proteste já: Quadro que verifica os problemas de algumas comunidades do Brasil, e questiona com os moradores daquela região uma resposta de autoridades públicas. Assim, é estabelecido um acordo, determinando o tempo para que tudo seja solucionado;
- CQ Teste: Onde são testados os conhecimentos de alguma personalidade/celebridade brasileira com perguntas de conhecimentos gerais. O quadro tem como finalidade perguntas inesperadas (sem ser sobre a vida pessoal) para cantores, atores, jogadores de futebol, dentre outros;
- Resta Um: Quadro com a presença de alguma personalidade conhecida. Primeiro é exibido à personalidade, um painel com diversos indivíduos que de alguma maneira estão relacionados com a sua vida. Assim, diferentes opções do que se fazer com essas pessoas são apresentadas e o participante, a partir de uma pergunta feita por um integrante do CQC, deve relacionar as respostas das perguntas as pessoas que possuem relação com a sua vida. Para a última questão restará apenas um artista, assim, a

personalidade que está participando do quadro, sempre fica numa saia justa, porque o que sobra geralmente é algo pejorativo;

- Identidade Nacional: Quadro que mostra os diferentes posicionamentos dos brasileiros. Primeiramente, escolhe-se um tema, que pode estar relacionado a questões polêmicas, que envolvem algum tipo de preconceito ou apenas alguns fatos banais. Depois de definido o que se pretende retratar, o repórter se passa por outra pessoa, e testa a reação dos indivíduos de diferentes regiões, deste modo, são feitas comparações entre as culturas do Brasil. Não é transmitido em todos os programas;
- Top Five: É sempre o último quadro a ser veiculado, ou seja, é o auge do CQC. Após uma seleção dos melhores erros e constrangimentos da televisão brasileira, são escolhidos os cinco primeiros colocados.

Além dos quadros do CQC, o programa também contava com reportagens relacionadas a diversos temas, como política, cultura, esportes, economia e celebridades. Mas, esses assuntos muitas vezes se tornam apenas um link para o uso do humor e da ironia dos repórteres.

Deste modo, a atração se pauta nas notícias semanais que tiveram algum tipo de repercussão e relevância, que de alguma maneira afetava a vida da população. Entretanto, independente do fato em si, todas as matérias possuem uma pitada de humor, com uma forte presença de ambiguidades, metáforas e paradoxos, e, através dessa textualidade, os repórteres do CQC realmente perguntam o que a maioria dos brasileiros querem saber, até mesmo porque esse é o objetivo da linha editorial do programa, definido por eles, no *site*<sup>7</sup>, da seguinte forma: “De microfone em punho e munidos de uma cara de pau acima da média, os homens e a mulher de preto tem uma prioridade: perguntar o que ninguém teve coragem”. Neste sentido, é válido ressaltar que determinadas vezes alguns integrantes do CQC chegam a passar do limite da ética jornalística e do respeito para com os entrevistados.

Esse é um fator que deve ser analisado, pois devido à constante procura em causar certo incômodo nos telespectadores e ao humor utilizado, a veia jornalística também proposta pela linha editorial do programa ficou em segundo plano, servindo apenas como suporte para

---

<sup>7</sup> Disponível em: <https://entretenimento.band.uol.com.br/cqc/o-programa.asp> Acesso em: 10/06/2019

o sucesso do CQC, confrontando-se assim com a sua proposta, já que logo na abertura, Marcelo Tas afirma: “Começa agora para todo o Brasil o seu resumo semanal de notícias”. Além disso, a equipe do CQC definia o show como “algo novo”, Marcelo Tas complementa dizendo “acredito que o telespectador brasileiro esteja aberto e com vontade de mais irreverência e humor para ajudar a digerir as notícias absurdas dos nossos dias”<sup>8</sup>. Deste modo, pelo fato do CQC ser realmente satírico e diferente do que estávamos acostumados a presenciar quando se fala em programas jornalísticos, logo após a sua estreia houve grande repercussão.

A história do programa ficou marcada por sua abordagem política dos fatos semanais e de seu humor considerado ácido, que, por várias vezes, renderam conflitos com políticos e celebridades, alguns deles influenciando a própria liberdade editorial do programa. O CQC já foi alvo de ações judiciais, avaliações negativas de outros humoristas, comparações com outros programas do gênero, ofensas e agressões físicas aos repórteres do elenco e produção. Uma das questões que mais causaram polêmicas foi em relação ao programa ser considerado ou não jornalístico. A discussão repercutiu depois que os repórteres do CQC ficaram proibidos de entrar no Congresso Nacional por dois meses, sendo liberados após um abaixo assinado feito na internet por quase 300 mil pessoas.

Outro famoso caso, ocorrido em 2011, foi com a cantora Wanessa Camargo. O assunto reverberou tanto que provocou mudanças na equipe do programa. Após a piada que Rafinha Bastos fez com a cantora, a emissora suspendeu-o por tempo indeterminado. Posteriormente, Bastos pediu demissão. A saída do humorista é apontada pela imprensa como um dos motivos que levaram o formato a um desgaste gradual, que se estendeu ao longo das temporadas seguintes.

### **3.2. Quadros**

Ao longo de três temporadas, o Custe o Que Custar exibiu quadros variados, tanto versões de originais da Argentina quanto criações locais. Por conta da necessidade de se fazer um recorte para o presente estudo, não serão analisados quadros com lógica de produção muito distinta das matérias jornalísticas com foco na política, com estrutura da reportagem e da apresentação de conteúdo noticioso. Não cabe aqui aprofundar-se na descrição ou na

---

<sup>8</sup> Disponível em: <https://entretenimento.band.uol.com.br/cqc/o-programa.asp> Acesso em: 10/06/2019



análise dos mesmos, que não são o foco desta pesquisa, porém é preciso citá-los e explicá-los minimamente devido as referências feitas aos mesmos ao longo do trabalho, ainda que apenas em caráter de exemplificação. Para tal, cita-se os quadros veiculados nas edições de 2010 do programa.

O CQTeste, apresentado por Rafael Cortez, foi uma espécie de *quiz* com perguntas de conhecimento geral, feito com artistas e celebridades a serem posicionadas em um ranking de acordo com a pontuação obtida.

Trabalho Forçado foi um quadro criado em 2010 no qual um dos repórteres do programa convidava alguma personalidade para trabalhar durante um dia em uma área diferente da de sua atuação profissional. Além de inserir famosos em contextos e atividades simples e cotidianas, o programa promove a valorização de profissões pouco glamourizadas e reconhecidas, como motoboy, vendedor de pastel, pedreiro, pizzaiolo, ao comprovar que o exercício dessas tarefas demanda um conhecimento e uma cultura específicos.

Já As piores notícias da semana, também em 2010, era realizado pelos próprios âncoras do programa e consistia em breves comentários irônicos sobre assuntos que pautam a mídia nos dias que antecedem o programa. A Semana em Fotos, por sua vez, foi a exibição de imagens vinculadas na mídia convencional com *offs* que simulam as falas dos retratados, criando uma piada com a relação entre texto e imagem.

Para esta monografia, o mais importante quadro O Povo Quer Saber, também criado em 2010, corresponde a uma sabatina com personalidades diversas. Anônimos são filmados fazendo perguntas e o entrevistado as assiste e responde diante das câmeras do CQC. Passaram pelo quadro nomes como Marina Silva, José Serra, Juca Kfourir, José Padilha, entre outros.

O quadro Luque Responde é um VT em que Marco Luque apresenta respostas absurdas para perguntas diversas. O único objetivo da produção é provocar o humor já que as respostas não são verídicas;

Por fim, cabe citar o Top Five da TV Brasileira, exibição de cinco erros ou situações constrangedoras ou atípicas exibidas na televisão, comentadas pelos âncoras. Importado do formato original, existiu desde o primeiro ano do CQC. Trata-se de um exemplo de metalinguagem, recurso amplamente utilizado pelo programa. Os apresentadores do humorístico constroem um discurso crítico sobre a própria TV, meio no qual estão inseridos. Os erros, as posturas inesperadas, as quebras de protocolos da televisão, os comportamentos

surpreendentes e os imprevistos são explorados e discutidos, afirmando a artificialidade da produção televisiva, percepção amplamente difundida pelo CQC.

### 3.3. Reverberações

Devido ao sucesso do CQC, a TV Bandeirantes passou a comprar mais formatos da produtora *Cuatro Cabezas*, como o E24, exibido em 2009. Além disso, os integrantes do humorístico passaram a apresentar outros programas solo na emissora com os formatos comprados e atrações inéditas no país com o auxílio da produtora.

Em maio de 2010, Rafinha Bastos passou a integrar o elenco do jornalístico *A Liga*, permanecendo por três temporadas. Em julho do mesmo ano, Marco Luque passou a comandar o *talk show* *O Formigueiro*, que, devido aos baixos índices de audiência, foi encerrado no final do ano com uma temporada ainda inédita. Em junho de 2011, Danilo Gentili também passou a comandar um *talk show*, o *Agora é Tarde*, fazendo com que o humorista deixasse o elenco fixo do CQC no ano seguinte. Após duas temporadas de sucesso, Gentili levou seu elenco para o SBT e no fim de 2013 assinou contrato para apresentar o *The Noite com Danilo Gentili*. A atitude fez com que a Band colocasse Rafinha Bastos em seu lugar na temporada de 2014, até seu encerramento, em março de 2015. Bastos, que tinha saído do programa em 2011, acabou sendo contratado pela RedeTV! e apresentou em 2012 a versão nacional do *Saturday Night Live*, um programa de humor de grande sucesso, no ar desde a década de 1970 nos Estados Unidos. A contratação do humorista foi feita para suprir a falta que a equipe do *Pânico na TV* fez na emissora depois de sua transferência para a Bandeirantes. Paralelamente, o canal pago FX criou a série *A Vida de Rafinha Bastos*, baseada em um futuro no qual ele é preso depois do processo movido por uma piada feita por ele com a cantora Wanessa Camargo durante uma edição do CQC. Em junho de 2012, Felipe Andreoli passou a apresentar o esportivo *Deu Olé!*, que durou até julho de 2013. Em agosto de 2012, Marcelo Tas passou a apresentar o *Conversa de Gente Grande*.

Logo no primeiro ano, a abordagem política mesclada com humor foram recebidas positivamente pela mídia especializada, rendendo comparações com o humorístico *Pânico na TV* da RedeTV! por possuírem formatos semelhantes e pelo fato do *Pânico* ter grande popularidade na época. Também aclamado por seu formato inovador na televisão brasileira, o programa foi eleito um dos destaques de 2008 pelo jornal *Folha de S. Paulo*. Conquistando

prestígio e público a cada temporada, o CQC teve vitórias em importantes premiações televisivas.

O programa CQC gerava bons resultados e garantia o sucesso crescente da versão brasileira deste noticiário humorístico: em sua estréia, na Band, no dia 17 de março de 2008, o programa marcou dois pontos no Ibope. Já a estréia da quarta temporada, no dia 14 de março de 2011, registrou picos de oito pontos, uma audiência quatro vezes maior em apenas três anos. Os bons frutos não se restringem a um público cada vez maior, mas também são percebidos na receita publicitária. Segundo uma matéria publicada na Folha Online<sup>9</sup>, as ações de merchandising do programa variam, segundo preço de tabela, de R\$ 360 mil a R\$ 2,4 milhões, sendo que, quem estivesse disposto a pagar teria que “enfrentar uma fila de até seis meses, a depender de que algum dos 12 anunciantes atuais abra mão da vaga”.

A partir da última temporada, desgastado pela troca de integrantes e ajustes em seu formato original, o programa teve uma significativa queda de audiência e foi cortado da grade de programação da TV Bandeirantes de 2016.

A emissora, em um comunicado enviado para a imprensa, anunciou que deixaria de ser exibido durante o ano de 2016, definido como um "ano sabático" para o programa, devido aos baixos índices de audiência em 2015, após a mudança drástica do elenco. Assim, todos os participantes da atração foram dispensados de cumprir os seus contratos vigentes com a rede.

O último episódio da temporada de 2015 foi exibido no dia 21 de dezembro, sendo que na semana seguinte, no dia 28, foi exibido um especial com os melhores momentos do show. O período em que o programa ficou fora do ar foi prorrogado, com a sua volta prevista entre o segundo semestre de 2017 e o começo de 2018, algo que não ocorreu.

A linha tênue entre jornalismo e entretenimento é a principal marca da atração. O CQC se utiliza largamente dos recursos do humor e do entretenimento como estratégias midiáticas para fazer jornalismo. O riso e a piada, como um dos exemplos, são explorados no programa com o fim de reafirmar valores e funções historicamente construídas como centrais do jornalismo: as noções de verdade, relevância, objetividade, vigilância, serviço público, legitimidade, independência, ética e conversação política.

Sendo assim, este trabalho parte do pressuposto de que há jornalismo e entretenimento no programa CQC, já que são noticiadas informações de distintos temas, porém, de maneira diferenciada. Portanto, o questionamento é sobre que tipo de jornalismo eles estariam

---

<sup>9</sup> Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2205201109.htm> Acesso em 12/06/2019

exercendo e até que ponto há relevância nos temas abordados, perante os critérios jornalísticos e os interesses públicos, podendo virar ou não uma outra espécie de sensacionalismo.

#### 4. PROTAGONISMO POLÍTICO NO PROGRAMA

O CQC – Custe o que Custar, por ter sido um programa semanal, repassava pautas já abordadas por outros programas, e partia do pressuposto que a sua audiência já tivessem algum conhecimento dos fatos da semana. Esses fatos constituem o enunciado extraverbal da pauta do CQC. Sem ele, fica difícil entender o tipo de humor que o CQC faz, já que ele parte de uma referência do jornalismo convencional para enunciar o seu discurso.

Desde sua estreia, em 2008 até seu final em 2015, o CQC manteve em sua pauta os principais acontecimentos e informações que, de algum modo, estavam relacionados à política ou aos políticos brasileiros. Esta era a grande diferença deste programa de entretenimento em relação aos outros: abordava a política e os políticos de uma maneira provocativa, com algum tema atual da época, em grande maioria das vezes com assuntos considerados “delicados” e “inconvenientes” para os parlamentares. Relembrando o conceito de Bergson onde ironia:

Ora enunciaremos aquilo que deveria ser, fingindo acreditar que se trata justamente do que é: nisto consiste a *ironia*. Ora, ao contrario, descreveremos minuciosamente e meticulosamente o que é, fingindo acreditar que é justamente assim que as coisas deveriam ser: deste modo procede frequentemente o *humor*. O humor, assim definido, é o inverso da ironia. Eles são, um e outro, formas da sátira, mas a ironia é de natureza oratória, enquanto o humor tem algo mais científico. Acentua-se ironia deixando-se levar cada vez mais alto pela ideia do bem que deveria existir: é por isso que ironia pode se aquecer interiormente até de algum modo de transformar na eloquência da pressão. Acentua-se o humor, ao contrario, descendo cada vez mais baixo ao interior do mal existente, para notar suas particularidades com uma indiferença cada vez mais fria. (BERGSON, 2018, p. 92)

E justamente por ser também um noticiário, os assuntos ligados ao campo político não poderiam deixar de ser abordados e foram com grande destaque e ironia.

Seja realizando a cobertura de um encontro de líderes da América Latina ou, simplesmente, entrando no Congresso Nacional para perguntar a senadores e deputados federais o significado da sigla Enade (Exame Nacional de Desempenho de Estudantes), todas as edições do programa apresentaram pelo menos uma matéria ou quadro que trataram desta editoria política. Para um contato ainda mais direto, a cada temporada, um repórter era “escolhido” para ser o “correspondente” em Brasília (DF), a fim de realizar entrevistas sobre os fatos do momento ou para averiguar – através de perguntas “capciosas”, como a do Enade – a qualidade dos políticos escolhidos pelo povo para estarem à frente do país. Fazendo uso

do humor, linguagem permitida e explorada no formato adotado pelo programa, o repórter abordava as personalidades de renome nacional para lhes perguntar sobre assuntos relacionados à situação política do país. O primeiro foi Danilo Gentili, em 2008, encarregado de apresentar a equipe dos homens de preto aos governantes, já que a atração era novidade. No ano seguinte, Gentili revezou seu posto de repórter na capital federal com Rafael Cortez e, em 2010, Monica Iozzi, que, a partir da quarta temporada, se consagrou como a principal enviada do CQC a Brasília.

Na tentativa de obter respostas aos questionamentos populares e cobrar o que havia sido prometido em campanha por alguns políticos, o programa Custe o Que Custar tinha essa rotina de ir ao Congresso Nacional e procurava entrevistar deputados e senadores que ali se encontravam.

Algumas vezes o CQC causou atritos, como a proibição ao programa de entrar no Congresso Nacional, uma condição sem embasamento legal para que o Congresso impedisse o acesso de um órgão da imprensa. Nessa ocasião, o CQC disponibilizou um “abaixo-assinado” on-line, mobilizando a audiência em torno da questão da liberdade de imprensa e, logo depois, recuperou o acesso ao local.

A importância que o programa dá à política pôde ser comprovada quando, na época das Eleições de 2010, quando a população votou para decidir quem seriam o Presidente da República, Governadores, Senadores e Deputados Federais e Estaduais e dedicou toda uma edição especialmente para tratar do assunto e veicular reportagens a respeito dos candidatos e da campanha eleitoral em diversos locais do país. O “Especial Eleições 2010”<sup>10</sup> foi ao ar em 4 de outubro, um dia após a realização do primeiro turno, e trouxe entrevistas com políticos como Lula, Marina Silva, Sérgio Cabral, Tiririca, Paulo Maluf, dentre outros.

Por fim, veremos o início da popularização do atual presidente da república Jair Bolsonaro, quando na época era um deputado com opiniões bastante controversas e polêmicas. Os fatos mostrados serão imprescindíveis para compreender a trajetória de começo da sua carreira de figura pública até que o político se tornou: tudo começou com uma entrevista ao nosso objeto de estudo.

A irreverência e o humor com que o CQC retratou a realidade do país, conforme já dito, atraíram a atenção do público e ganhou o reconhecimento da mídia. Sua proposta foi de repassar as notícias mais relevantes da semana num formato de revista de variedades que

---

<sup>10</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7X2PRkb9FhI> Acesso em: 27/07/2019

combinasse política, esportes, cultura, sociedade, utilidade pública; usando a linguagem do humor como principal diferencial em relação a outros programas de notícias ou variedades ou telejornalismo convencional. Por esta razão, o CQC repetia pautas de outros programas, mas com sua linguagem irreverente.

Novamente a característica é que, a fim de ter graça, o humor político depende do envolvimento do espectador e que este entenda o sentido da paródia ou da crítica apresentada. Isso é bastante pertinente no caso do CQC, pois, além de pretender ser um resumo semanal de notícias, ele sempre faz referência aos fatos cobertos ao longo da semana pela imprensa convencional. Portanto, é necessário conhecê-los para achar graça do tipo de humor que o CQC faz.

Desta maneira, a tensão entre a imprensa, representada pelo CQC – Custe o Que Custar, e a classe política foi constante no programa que tentava a todo momento afirmar o seu campo, isto é, tanto exercendo pressão no campo jornalístico para assegurar sua legitimidade e a da sua linguagem frente à concorrência, quanto, no campo político e social, exercendo pressão para se impor como programa de credibilidade e audiência.

#### **4.1. Expulsão do Congresso Nacional (2008)**

No programa de 14 de abril de 2008<sup>11</sup>, Danilo Gentili foi ao Congresso Nacional para mais uma reportagem de rotina sobre a editoria política do programa. Ele abre a reportagem com o seguinte questionamento: “No começo de março o secretário do Ministério da Fazenda afirmou que: 'gente rica não paga imposto'. O CQC está aqui em Brasília e veio averiguar esse assunto de perto. Como estão votando a reforma tributária, o CQC quer saber: será que adianta reformar uma lei se os “figurões” não vão cumpri-la?”. Sob a ótica de Bergson, que defende que o humor é um exercício em sociedade, se o telespectador não tem absolutamente nenhum conhecimento sobre tal reforma, dificilmente alguma piada terá graça para ele, pois estará totalmente fora do contexto.

Dando continuidade à matéria, o repórter entrevista o deputado Marcelo Teixeira, indagando-o sobre qual seria o seu principal projeto na câmara. Enquanto o deputado fala, as palavras ditas por ele “aparecem” sendo colocadas dentro de um liquidificador. Ao final da explanação, as palavras são “batidas” no liquidificador e surge um ponto de interrogação:

---

<sup>11</sup> Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=jTbzv0rgGnk> Acesso em: 03/11/2019

**Figura 3: Screenshot 1**



Captura de tela do programa 14/04/2008<sup>12</sup>

A alusão era de que tudo o que o deputado falava não fazia sentido algum e que ele não respondeu à pergunta que lhe foi dirigida. Mais uma vez os elementos gráficos introduzidos na matéria é que produzem a piada, pois o repórter não diz nada além de um agradecimento ao deputado. Além disso, a resposta do deputado parece ter sido feita de uma forma automática, já que não foi direta à pergunta do repórter, foi vaga. Essa automatização é um dos pontos em que Bergson mais se apega ao falar sobre o humor. Quando se esperava de um deputado que ele tivesse maleabilidade para responder a algum repórter, ele apresenta frases feitas que para ele, pelo visto, deviam responder a qualquer questionamento relacionado a seu cargo e a seu trabalho.

Em seguida, surgem imagens de uma câmara, provavelmente escondida, mostrando um senhor avisando que o programa não mais poderia fazer reportagens dentro da Câmara. O repórter, após a saída dos seguranças, volta-se para o telespectador dizendo: “O CQC acaba de ser proibido de fazer mais matérias aqui na Câmara dos Deputados. Pelo jeito, os políticos

<sup>12</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jTbzv0rgGnk&t=142s> Acesso em: 03/11/2019



só querem responder às perguntas que lhes são convenientes. Não é uma ditadura, mas a censura tá aí”.

**Figura 4: Screenshot 2**



Captura de tela do programa 14/04/2008<sup>13</sup>

O programa tenta ainda gravar algumas cenas no gramado em frente ao Congresso. Discretamente, com uma câmara escondida, o cinegrafista filma um dos seguranças do Congresso Nacional argumentando com o repórter sobre os locais onde ele poderia filmar. Durante a cena, o segurança pronuncia a palavra “inclusive” como “incrusive” e esse erro gramatical é ressaltado, sendo elevado à condição de piada. De acordo com a teoria da superioridade, o riso provocado por erros gramaticais alheios se faz como consequência do sentimento de uma inteligência superior à do personagem que erra. Essa valorização do erro também pode ser caracterizada como um expurgo do outro. Essa estratégia de dominação dentro da matéria mostra os parlamentares e seus seguranças como inimigos dos repórteres e, consequentemente, dos telespectadores que desejam assistir às matérias feitas naquele

<sup>13</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jTbzv0rgGnk&t=142s> Acesso em: 03/11/2019

ambiente.

Apesar da liberdade de expressão ser um direito adquirido de cada cidadão e coibir esse direito possa ser caracterizado como censura, ao telespectador não fica a possibilidade de analisar o acontecido pelo lado do Congresso e de seus representantes. O programa era novo e, ao adentrarem o Congresso com o cadastro de imprensa, não era esperado o advento do humor como característico nas perguntas feitas aos deputados. Ainda que a proibição e expulsão não tenham sido a melhor maneira de agir já que vivemos em uma democracia representativa, exibir os representantes do Congresso Nacional e seus seguranças como inimigos da democracia faz com que o programa transpareça uma tentativa de manipulação do público para que ele se comova com sua causa e os apoie.

Diante da proibição, o programa realizou uma campanha intitulada “CQC no Congresso”, que objetivava angariar o apoio da população. A campanha dispunha de uma página na internet (<http://www.cqcnocongresso.com.br> – site não mais disponível) na qual o público simpatizante podia assinar o seu voto de apoio à causa.

Por outro lado, toda essa comoção pública provocada pelo CQC permite o entendimento de que se possa estar fazendo uso do humor como forma de dominação, como as que foram discutidas no segundo capítulo. O programa usou da narratividade quando conta toda uma história em torno da questão do impedimento de acesso ao Congresso.

Quando tentava passar a ideia de que a permissão do programa para adentrar ao Congresso é um desejo universal, usou da universalização, transparecendo que inúmeras pessoas formadoras de opinião apoiaram a campanha e que elas são porta-vozes de um desejo coletivo. É possível perceber, com isso, que o discurso do humor do programa é crítico, que desmascara convenções e ideais, ora rebaixando as entidades pretensiosas, ora expondo de modo tragicômico os mecanismos do poder abusivo. O programa defendeu isto como uma maneira de expor as verdades sobre algumas questões, mas esta estratégia também foi manipuladora do público telespectador.

Dessa forma, o humor pode ser tão perverso quanto o discurso que proíbe sem possibilidade de argumentação. O humor rebaixa pessoas e entidades e retira delas qualquer tipo de credibilidade, pois elas se tornam objetos de escárnio e riso, fazendo com que aqueles indivíduos não sejam mais respeitados.

## 4.2. Eleições (2010)

As eleições de 2010 afetaram a mídia como um todo, devido a censura e a represália que os programas de humor sofreram na época. Numa prova de que o humor é uma ferramenta poderosa e influente na sociedade, o TSE (Tribunal Superior Eleitoral) proibiu, durante a campanha eleitoral, a veiculação de comentários, representações ou quaisquer tipos de divulgação com tom humorístico dos candidatos e dos partidos na televisão e no rádio. A atitude, caracterizada como censura ao humor, foi amplamente criticada pelos meios de comunicação e pela população em geral. O TSE havia se baseado nos incisos II e III do artigo 45 da Lei das Eleições (Lei 9.504/1997), que proíbem o uso de trucagens, montagens ou qualquer recurso de edição que pudesse ser considerado como uma difamação ao candidato, partido ou coligação “II – *usar trucagem, montagem ou outro recurso de áudio ou vídeo que, de qualquer forma, degradem ou ridicularizem candidato, partido ou coligação, ou produzir ou veicular programa com esse efeito;*”<sup>14</sup>.

Essa restrição atingia diretamente as sátiras políticas feitas por diversos programas de humor como o Casseta & Planeta na Rede Globo, o Pânico na TV quando ainda era da Rede TV, e na Band, o CQC que suavizou o tom das perguntas a candidatos durante a campanha eleitoral. O que era questionado era o fato de que, apesar de a Lei ser datada de 1997, essa proibição nunca havia sido imposta, além de ferir o princípio da liberdade de expressão previsto na Constituição de 1988. Com o objetivo de protestarem contra a decisão do TSE, dezenas de humoristas (entre eles, Danilo Gentili, que, inclusive, fez a cobertura do evento para o CQC)<sup>15</sup> promoveram, na praia de Copacabana, no Rio de Janeiro, no dia 22 de agosto de 2010, uma passeata que contou com a participação de centenas de pessoas<sup>16</sup>.

A situação começou a ser revertida quando o ministro Ayres Britto, do STF (Supremo Tribunal Federal), concedeu, em 26 de agosto, uma liminar que suspendeu a censura ao humor<sup>17</sup>, atendendo a uma ação de inconstitucionalidade proposta pela ABERT (Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e TV). O caso foi julgado, no dia 2 de setembro, pelo

---

<sup>14</sup> Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L9504.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9504.htm) Acesso em: 10/11/2019

<sup>15</sup> Disponível em [https://www.youtube.com/watch?v=-gD2dpSgo\\_4](https://www.youtube.com/watch?v=-gD2dpSgo_4) Acesso em: 10/11/2019

<sup>16</sup> Disponível em <https://oglobo.globo.com/brasil/eleicoes-2010/humoristas-fazem-passeata-em-copacabana-contralei-eleitoral-4989897> Acesso em: 10/11/2019

<sup>17</sup> Disponível em <https://www.conjur.com.br/2010-ago-26/ministro-ayres-britto-suspende-regra-proibe-humor-eleicoes> Acesso em: 10/11/2019

plenário do STF, que votou no sentido de permitir a veiculação dos candidatos e partidos através do viés cômico por emissoras de rádio e TV. Assim, ainda com a campanha eleitoral em vigor, as atrações humorísticas puderam exercer novamente suas atividades com total liberdade.

A abordagem da política no CQC se revela importante não apenas do ponto de vista do fornecimento de informações com irreverência e crítica, diferente do que é oferecido pelos veículos tradicionais mas por tratar de assuntos políticos, através do humor, também poderia atrair a atenção de uma parcela do público que, normalmente, não se interessaria em acompanhá-los ou se manter informada a respeito deles, segundo afirma Marcio Acserald e Gabriela Dourado, no artigo O humor corrosivo dos meios e a política: o CQC vai ao Congresso Nacional:

o jornalismo com humor possibilita chamar a atenção de outros públicos para assuntos que, quando expostos em um jornalismo tradicional, não são tão atraentes. Além disso, o humor permite aos repórteres diferentes abordagens aos seus entrevistados e aos temas. Com o humor, o jornalista pode fazer questionamentos de uma maneira que no tradicional soaria antiético, mas, dentro do humor, é engraçado e sagaz. (ACSELRAD; DOURADO, 2009, p. 16)

Dessa forma, por estar falando diretamente com pessoas que efetivamente precisam participar do processo político, sendo obrigadas ou não, visto que o voto é obrigatório no Brasil, o programa se mostrou importante para a maior parte da população através de um grande canal de comunicação. O impacto e a influência que o CQC - Custe o que Custar possuiu junto ao público de discutir e de fazer um jornalismo através do humor, buscando algo que os veículos da grande mídia não estão dispostos a procurar até hoje, o enfrentamento com o poder político.

O programa funcionou atacando as falhas de pessoas públicas, mas usando táticas para reduzir a sensação de compromisso com a esfera pública política, recusando a seriedade e investindo na subjetividade, transformando-se, no caso das eleições, em uma fonte influente de informação política. O CQC adotou um formato híbrido para informar, num misto de jornalismo e entretenimento, esse era o seu diferencial e o motivo de seu sucesso, eles levaram a discussão política até o telespectador, que ficava mais motivado a participar do debate de assuntos de interesse público, principalmente através das mídias sociais.

Para o apresentador Marcelo Tas, o formato do CQC colaborou com a divulgação de notícias sobre política porque o humor seria a forma mais eficiente de comunicação, razão pela qual a audiência e a popularidade do programa sempre foram altas. Em entrevista publicada no jornal O Tempo, o âncora de Custe o que Custar afirmou que pessoas que estavam desacreditadas com a política contam que voltaram a acompanhar o noticiário motivadas pela forma como o assunto era abordado pelo programa. Do mesmo modo, ele diz que os jovens que assistem ao noticiário-humorístico “andam mais ligados”:

Temos crianças e adolescentes que nos escrevem dizendo que não tinham nenhum interesse no noticiário, principalmente o político, e agora passaram a ler jornais por causa do “CQC”. É uma coisa interessante. Penso que há uma enorme janela de oportunidades para essa geração, que é muito crítica, muito ligada às redes sociais, para conversar com eles de outra maneira, principalmente sobre política e cidadania, que são assuntos às vezes tratados com muito conservadorismo.<sup>18</sup>

Além de levar o público mais jovem a debater política, o suposto tratamento informal e desrespeitoso aos políticos está ligado, até certo ponto, a algumas características da paródia. Etimologicamente, a palavra paródia significa “ode do lado de outra ode”, o que exprime um discurso à margem do discurso oficial, ou formal. A paródia tem origem nas festas medievais, como diz Bakhtin, quando a população vestia-se como personagens nobres — reis, rainhas e papas. Ou como os bufões das cortes, usando roupas pelo avesso ou de forma “errada” — partes de baixo na parte de cima e vice-versa. Simbolicamente, essa brincadeira representava a inversão da ordem, a liberação dos costumes e usos do cotidiano, o rebaixamento do que era nobre e, principalmente, a catarse. A paródia representa também uma deformação do discurso original ao qual ela se refere (no caso, a cobertura jornalística convencional das eleições).

O CQC parece parodiar o papel do jornalismo sério, convencional, assumindo para si as perguntas que os jornalistas deveriam fazer, mas não podem. De certa forma, essa abordagem se investe do papel de “perguntar o que todos querem saber, mas não ousam”, embora nem sempre a resposta obtida seja reveladora.

Isto porque, por ser uma paródia, a abordagem do CQC também era entendida pelos políticos como um “jogo de cena” em que eles, para contornarem a surpresa e o aspecto

---

<sup>18</sup> Disponível em <http://blogmundocqc.blogspot.com/2009/11/jornalismo-com-humor-entrevista-com.html>  
Acesso em: 11/11/2019

agressivo ou “revelador” das perguntas dos “repórteres”, também jogam, usando de frases feitas, irreverência ou tornando-se paródias de si mesmos.

É importante diferenciar a paródia realizada pelo CQC da paródia realizada pela maior parte dos programas de humor. Muitos deles caracterizam um ator como o personagem político, fazendo da “ode à margem da ode” uma forma de crítica indireta. Esse formato pode ser observado em programas como “Zorra Total” — no qual uma personagem semelhante à presidenta Dilma conduz um trem chamado Brasil; e nos antigos programas de Jô Soares ou Chico Anísio.

A paródia, por sua utilização das características físicas, da fala e dos gestos do parodiado, é um tipo de humor mais sujeito à crítica e à censura, mesmo que veladas. No caso do CQC, esse tipo de caracterização não é utilizado, mas os políticos são ridicularizados pelo discurso, pelo confronto entre o que dizem espontaneamente (numa abordagem jornalística).

Como foi mencionado, o CQC não apresenta pautas novas, mas faz referência a uma pauta que já foi apresentada pelos telejornais diários, criando um enunciado próprio, foi assim também com as eleições de 2010<sup>1920</sup>.

O recurso da caricatura é usado para exagerar características ou peculiaridades dos personagens em questão, ridicularizando-os ou atraindo o foco do telespectador para esse elemento. No CQC, o recurso da caricatura está presente nas vinhetas, que podem ressaltar características físicas, morais ou comportamentais. Exemplos:

Serra com dentes e capa de vampiro — faz alusão ao fato de ser ex-ministro da Saúde e também à sua aparência pálida, com olheiras e uma testa proeminente.

Plínio de Arruda Sampaio representado pelo Corcunda de Notre Dame — enfatizando sua idade avançada para o cargo de presidente.

---

<sup>19</sup> Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=bFQJayERiNY&t=516s> Acesso em: 11/11/2019

<sup>20</sup> Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=bhAKE5j9dw0> Acesso em: 11/11/2019

**Figura 5: Screenshot 3**



Captura de tela do programa 21/06/2010<sup>21</sup>

Em alguns momentos, a caricatura também é usada no sentido de contrariar o discurso falado, isto é, enfatizar a contradição da fala de um entrevistado levando a um estado de humilhação perante ao riso como trote social:

A sociedade propriamente dita não procede de outro modo. É preciso que cada um dos seus membros fique atento ao que o cerca, modele-se sobre o que circunda, evite, enfim, fechar-se em seu caráter como uma torre de marfim. E é por isso que ela faz pairar sobre cada um, se não a ameaça de uma reação, ao menos a perspectiva de uma humilhação, que, por ser leve, não é menos temida. Tal deve ser a função do riso. Sempre um pouco humilhante para aquele que é seu objeto, o riso é na verdade uma espécie de trote social. (BERGSON, 2018, p. 96)

---

<sup>21</sup> Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=bFQJayERiNY&t=3s> Acesso em 11/11/2019

À medida que o CQC foi ganhando audiência e consolidando-se como um programa de jornalismo crítico em relação à política foi sendo criados blogs e twitters para que a audiência se manifestasse com mais agilidade e interatividade com os integrantes do programa, e que esses também manifestassem de forma mais livre suas opiniões. A possibilidade de manifestar suas opiniões políticas de forma individual e mais explícita propiciada pelas redes sociais digitais.

### **4.3. CQC e Bolsonaro (2011)**

Jair Bolsonaro foi, durante anos, objeto de piada da televisão brasileira. O presidente eleito, em sua época como parlamentar, era uma mina de comentários polêmicos e controversos que alguns programas, como o CQC, Pânico e Superpop, tentaram explorar. Em 28 de outubro de 2018, Bolsonaro venceu as eleições brasileiras e se tornou o presidente do país.

O CQC procurava Bolsonaro em sua época de parlamentar em busca de declarações incendiárias e as encontravam. Em 2011, a cantora Preta Gil perguntou a Bolsonaro no programa o que ele faria se seu filho se apaixonasse por uma negra. O futuro presidente respondeu que “não corria esse risco” porque seus filhos “eram muito bem-educados”. Também disse que seus filhos não poderiam ser homossexuais porque “havia recebido uma boa educação”. Essas declarações lhe custaram em 2017 uma multa de 150.000 reais<sup>22</sup>.

O programa criava conteúdo até mesmo com as polêmicas que Bolsonaro gerava em seu próprio programa. Por exemplo, a já citada a resposta racista dada a Preta Gil repercutiu em outros veículos de comunicação tanto escritos como impressos. E o CQC voltava a entrevistar Bolsonaro para falar das reações que suas próprias declarações receberam.

Embora seja uma figura carimbada até hoje em notas e matérias de jornais, a partir de 2010 houve uma inflexão: Bolsonaro se tornou um personagem constante dos programas de auditório de emissoras de abertas como a Record, Band, SBT e RedeTV!. Ou seja, para além das páginas de política dos jornais impressos e dos programas de jornalismo da televisão, o deputado abriu uma nova frente de exposição midiática: o entretenimento.

---

<sup>22</sup> Disponível em <https://oglobo.globo.com/brasil/justica-mantem-condenacao-de-bolsonaro-pagar-150-mil-por-declaracoes-homofobicas-racistas-23654087> Acesso em: 13/11/2019



Entre 2010 e 2018, Bolsonaro ocupou um espaço incomum para políticos na TV aberta brasileira. Ele foi colecionando programas de entretenimento na TV aberta, tendo sido o principal convidado com participações em programas como Agora é com Datena, Agora é Tarde, Casos de Família, Manhã Maior, Mega Senha, Mulheres, Okay Pessoal, Pânico na Band, Programa do Ratinho, Programa do Raul Gil, Superpop, The Noite e Você na TV.

Talvez o episódio que melhor exemplifique a metalinguagem no CQC e o seu poder de influência na sociedade e na mídia seja o da participação do, na época, deputado federal Jair Bolsonaro, então do Partido Progressista – RJ, no quadro “O Povo quer saber”, exibido no programa veiculado no dia 28 de março de 2011. Pouco conhecido do grande público até então, Jair Messias Bolsonaro é o atual presidente do Brasil. Nascido em Campinas (São Paulo), em 21 de março de 1955, é militar e, após entrar para a reserva, após um episódio de desobediência explícita ao Exército Brasileiro, optou por seguir carreira na política, iniciada em 1991, quando exerceu seu primeiro mandato de deputado federal pelo PDC (Partido Democrata Cristão) – RJ.

Trata-se de uma figura que tem opiniões controversas e reacionárias a respeito de muitos temas: ele defende a tortura, a pena de morte e a censura dos meios de comunicação. Sem falar em seu posicionamento sobre assuntos discutidos em âmbito nacional pela mídia, especialmente o preconceito contra os homossexuais e o kit-gay que seria distribuído em escolas públicas com o suposto objetivo de combater a homofobia já na infância.

No quadro “O Povo Quer Saber”<sup>23</sup>, em que ele deveria responder a diversas perguntas previamente gravadas por algumas pessoas, entre elas, Preta Gil, cantora e filha do ex-Ministro da Cultura Gilberto Gil. Com exceção de Preta, todos os demais eram anônimos.

---

<sup>23</sup> Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=HyaqwdYOzQk> Acesso em: 13/11/2019

**Figura 6: Screenshot 4**



Captura de tela do programa 29/03/2011<sup>24</sup>

É possível que o Custe o que Custar estivesse mesmo em busca e que já previsse a polêmica que seria gerada com a veiculação do quadro com Bolsonaro. A própria seleção das perguntas feitas a ele leva a crer nisso. Durante a gravação, pelo que se tem conhecimento, o convidado não pode escolher quais questionamentos responderá ou não. As declarações dadas a cada indagação são gravadas e, depois, editadas e pós-produzidas pela equipe da atração. Algumas intervenções sonoras (como a expressão “olha!”, com sentido de chamar atenção para algo negativamente, e o som, muito utilizado em desenhos animados infantis, para denotar uma “espetada com agulha”) adicionados às declarações do Deputado poderiam induzir o público a uma interpretação pré-determinada pelo programa. Ao todo, o político respondeu a 19 perguntas, num formato que se assemelha a entrevista “pingue-pongue”.

O atual presidente da república respondeu as perguntas com declarações polêmicas, incentivando a violência, racismo e homofobia, sendo atacado no dia seguinte por vários veículos de comunicação e algumas personalidades nas redes sociais. É importante dizermos a intenção do programa ao mostrar as ideias retrógradas de Bolsonaro como um defeito que deve ser feito piada e não ser levado a sério, como enfatiza Bergson

<sup>24</sup> Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=HyaqwdYOzQk&t=1s> Acesso em: 13/11/2019

Por isso podemos admitir que, de um modo geral, são realmente os defeitos dos outros que nos fazem rir – ainda que se deva acrescentar que, na verdade, esses defeitos nos fazem rir mais em razão de sua insociabilidade do que sua imoralidade. Restaria saber, então, quais são os defeitos que podem se tornar cômicos, em que casos os julgamos demasiadamente graves para deles rir. (BERGSON, 2018, pag. 96)

Depois disto, Danilo Gentili foi a Brasília (DF) e o entrevistou, quando tentou se defender das acusações de racismo e homofobia<sup>25</sup>. Além disso, em resposta às declarações do Deputado sobre ter um filho gay, o âncora Marcelo Tas mostrou uma foto sua com sua filha, Luiza, que mora e estuda nos Estados Unidos. O apresentador revelou que ela é lésbica e declarou ser um pai muito orgulhoso, independente da orientação sexual da menina. O modo como o CQC retomou o caso e, principalmente, o depoimento dado por Marcelo Tas sobre sua filha, também se tornaram notícia nos dias que sucederam a exibição desta edição do programa<sup>26</sup>.

Mesmo depois de se reduzir a polêmica e o episódio sair dos holofotes, Jair Bolsonaro, que se tornou uma figura conhecida por grande parte da população brasileira, continuou ganhando destaque na mídia, seja devido a uma reação exasperada contra o kit-gay ou por jornalistas o procurarem a fim de saberem sua opinião sobre assuntos controversos como esse – talvez, na busca por um próximo “furo” polêmico protagonizado pelo futuro presidente da república.

Por meio de um caso como o de Bolsonaro, o Custe o que Custar rompeu as barreiras do humor e da simples transmissão de uma informação, mas gerou um debate nacional sobre temas que ainda eram tratados timidamente pelos meios de comunicação, como violência, racismo e preconceito. Por meio deste episódio, o programa provou seu poder de alcance na sociedade. Um quadro que foi exibido talvez sem grandes expectativas de repercussão, se tornou manchete dos principais veículos do país. Diante disso, com seu espaço reafirmado dentro da mídia brasileira, o programa se qualificou como influenciador de uma nova parcela da sociedade, a que estava mais por dentro das novas mídias, a que seria o futuro.

---

<sup>25</sup> Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=gyAb-vHMR5g&t=458s> Acesso em: 13/11/2019

<sup>26</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WLhxyOMriXU> Acesso em: 13/11/2019

**Figura 7: Screenshot 5**



Captura de tela do programa 29/03/2011<sup>27</sup>

Diferentemente dos demais noticiários, sua influência é potencializada por seu grande trunfo: o humor. A irreverência do CQC pode servir tanto para promover discussões críticas construtivas, como também para manipular o público – seja para fazê-lo concordar com o posicionamento e opiniões expressadas pelos apresentadores e repórteres ou por reforçar preconceitos.

Muitos veículos de imprensa compararam a ascensão de Bolsonaro com a de Donald Trump. Os dois conquistaram seu espaço midiático com declarações polêmicas, em muitos casos machistas e racistas. Quando um veículo de imprensa tentava ridicularizá-los, também estava servindo como alto-falante. “Não os levamos suficientemente a sério [Trump e seus seguidores]”, afirmou a analista de imprensa do Washington Post, Margaret Sullivan, após a vitória do candidato norte-americano<sup>28</sup>.

Outro dos pontos em comum das campanhas dos dois candidatos foi o peso decisivo das redes sociais. Após os protestos contra o aumento da passagem do transporte público em São Paulo convocadas nas redes sociais em 2013, alguns políticos tradicionais viram no

<sup>27</sup> Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=HyaqwdYOzQk&t=1s> Acesso em: 13/11/2019

<sup>28</sup> Disponível em <https://oglobo.globo.com/mundo/artigo-midia-errou-ao-nao-acreditar-em-trump-20450633> Acesso em: 13/11/2019

Facebook e no Twitter a possibilidade de conquistar uma maior relevância. Bolsonaro foi um deles. Desde o começo da campanha eleitoral, fez transmissões ao vivo diárias para se dirigir ao seu público, e esse foi o canal escolhido para dar seu primeiro discurso após a vitória. Atualmente, Jair Bolsonaro tem 14,4 milhões de seguidores no Instagram, 9,9 milhões de seguidores no Facebook e 5,4 milhões de seguidores no Twitter.

Toda essa atenção começou em 2011, com essa resposta racista a um questionamento feito pela cantora Preta Gil no CQC, que jogou os holofotes sobre o parlamentar. Em vez de participações pontuais, buscando explicações e debates sobre temas específicos, os programas se dedicaram a explorar as declarações polêmicas do deputado sobre variados temas, saindo de uma postura mais incisiva e investindo em um trato mais “leve” e respeitoso em relação à sua figura. Apresentadores/as dizem que sua opinião deve ser respeitada pois “vivemos numa democracia” e porque ele foi “eleito pelo povo”. Bolsonaro, por sua vez, abandonou a postura defensiva que marcou suas primeiras participações e se apresenta cada vez mais à vontade, ciente da sua crescente exposição e apostando intencionalmente na criação de polêmicas.

Aliando polêmica e audiência, as participações de Bolsonaro foram marcadas pelo tratamento extremado e irreverente de temas políticos, como num espetáculo grotesco, capaz de atrair a atenção do público a partir da mobilização de sentimentos como raiva, perplexidade.

Não se trata de dizer que seus votos são consequência direta da participação no programa, mas de pensá-la como vetor fundamental para sua projeção nacional. Antes dessa incursão televisiva ele era apenas um deputado regional verborrágico e representante da classe dos militares. No processo descrito ele vira uma figura nacional, com pautas que extrapolam seu reduto eleitoral próximo.

O olhar retrospectivo torna evidente que a popularização do parlamentar se deveu, em grande parte, a esses programas de TV, em especial o CQC – Custe o que Custar. Fato reconhecido, inclusive, por membros das atrações. De todo modo, é difícil colocar a culpa em alguém.

Além do fato de atingir diretamente as minorias, podemos dizer a entrevista acabou “saindo pela culatra”, pelo fato de não só o próprio Bolsonaro ter sido criticado por suas declarações, como o próprio programa. Apesar de não ter a intenção, a entrevista acabou entrando para o lado pessoal da vida de pessoas negras e LGBT, onde fazer o cômico não era

mais aceitável, comovendo-as em um sentimento de revolta não conseguindo assim achar a “graça” na ridicularização das respostas do então deputado:

O cômico, dizíamos, se dirige a inteligente pura; o riso é incompatível com a emoção. Descreva-se o mais leve dos defeitos; se ele me for apresentado de modo a despertar minha simpatia, ou meu temor, ou minha piedade está tudo acabado, não conseguirei rir dele. Escolha, ao contrario, um vicio profundo e até mesmo odioso. Você poderá torna-lo como se, desde o inicio, conseguir, por meio dos artifícios apropriados, fazer com que ele me deixe insensível. Não digo que por isto o riso será cômico; digo que, a partir disto, ele poderá se tornar cômico. Ele não pode me comover, eis a única condição realmente necessária, ainda que, certamente, não o suficiente. (BERGSON, 2018, pag. 98)

Por fim, entendemos que o debate sobre a pluralização de meios comunicativos por parte de parlamentares não deve se resumir à utilização das redes sociais, bem como de integrar diferentes meios de comunicação (como no compartilhamento de suas entrevistas televisivas em redes sociais e no YouTube). Há, claro, algo de excepcional na intensa participação de Bolsonaro nos programas de auditório, uma vez que é inimaginável que tal estratégia seja utilizada com sucesso por seus 512 colegas na Câmara do Deputados. No entanto, seu exemplo serve como guia para pensarmos transformações na forma como políticos podem se comunicar com o eleitorado a partir de diferentes meios, formas e conteúdos.

## 5. CONCLUSÃO

Compreendemos que as diferentes formas de conceituar o humor, tomando como principais referências teóricas o pensamento de Bergson, Bakhtin e Minois bem como relaciona-los à comunicação e ao entretenimento. O tipo de humor que se exerce nos meios de comunicação de massa ou a forma como se reage frente a situações humorísticas mostra a maneira como as pessoas se comportam diante do mundo. O humor, sendo uma forma de expressão, também carrega consigo uma alta capacidade de influenciar o público.

Também foi notado que o humor nunca é desproposital. Ao rir, as pessoas abrem suas defesas, permitindo uma dominação. E isto é usado constantemente em diferentes tipos de programas humorísticos. Além do que, ficou notório que o humor faz parte do espetáculo no qual se tornou a sociedade atual onde aparecer passou a ser o objetivo maior de vida de pessoas e empresas.

Tendo como objeto de estudo o programa CQC, o presente trabalho procurou atrelar, através desta pesquisa, o humor ao jornalismo com um certo enfoque político. A leitura e análise das edições do programa possibilitaram que se contextualizassem as diferentes tipificações do humor, da ideologia, da dominação, da sociedade do espetáculo e do grotesco.

O programa CQC buscou discutir os mais diferentes assuntos do país pela visão do humor. Não se trata de uma novidade, principalmente porque é um programa já encerrado, mas o que conseguiu gerar uma discussão em torno de censura, do que seja o humor, do jornalismo, da situação política do país, foi um dos primeiros a mostrar abertamente questões que atualmente são defendidas mais abertamente como o racismo, machismo e homofobia, sem deixar de ser um programa de entretenimento.

Conseguiu um feito e uma comoção nacional que poucos programas que já estão na grade da televisão brasileira há muito mais tempo não conseguiram. Da mesma forma que o humor pode ser uma porta para uma abordagem diferenciada e para perguntas sem rodeios, dentro deste poder que a televisão detêm, satirizar os representantes de seu país pode fazer com que as pessoas que assistam aos programas reflitam sobre as intenções dos governantes e se coloquem contra ou a favor.

O humor dentro do jornalismo pode ainda atrair a atenção de um público que, normalmente, não se interessava em assistir a jornais tradicionais nem em discutir assuntos como a política. É válido atrair o público jovem a discutir estes assuntos, mas a forma como o

tema é abordado pode, em vez de criar neles uma consciência política, gerar um sentimento ainda maior de que não exista mais jeito, e que, portanto, devemos nos dedicar apenas ao riso puro. Tendo consciência de que o humor não é inocente, pode-se perceber dentro do programa CQC – Custe o Que Custar várias estratégias de manipulação do público. Como visto no capítulo de análise, o programa usa figuras importantes para agregar valor a sua causa, entrevistando-as em relação à proibição de entrar no Congresso e utilizando suas palavras de apoio para valorizar a campanha. Gera também uma comoção nacional em torno da proibição, já atribuindo a ela o valor de censura, algo abominado em tempos de democracia. Discutindo um tema absolutamente importante para o país como as eleições. E mostrando seu poder de impacto com o atual presidente Jair Bolsonaro, que eclodiu na mídia a partir do programa.

Usando o riso como uma forma de abrir portas, fazendo dele instrumento para gerar a discussão e para permitir uma dominação. Os responsáveis pela proibição são expostos como inimigos do povo e da democracia.

Quanto ao questionamento sobre se é válido fazer jornalismo dessa maneira, como todas as situações da vida, esta possui dois lados. Por um lado, o jornalismo com humor possibilita chamar a atenção de outros públicos para assuntos que, quando expostos em um jornalismo tradicional, não são tão atraentes. Além disso, o humor permite aos repórteres diferentes abordagens aos seus entrevistados e aos temas. Com o humor, o jornalista pode fazer questionamentos de uma maneira que no tradicional soaria antiético, mas com o humor torna-se engraçado e sagaz.

Por outro lado, é necessário perceber também se é válido levantar certas questões sobre a ótica do humor. Se com o humor é possível levar certos assuntos à consciência de outro público, será que não estaria levando, na realidade, a uma pseudo-consciência, já que tudo é tratado com escárnio e as pessoas já são expostas como inimigas? Será que é válido gerar uma discussão enfraquecendo um dos lados?

Estas perguntas devem ser questionadas e discutidas, mas não necessariamente respondidas, pois, na verdade a comunicação com humor é um paradoxo. A potência do paradoxo não é seguir a outra direção, mas mostrar que o sentido toma sempre as duas direções ao mesmo tempo, que não é interessante separar duas tendências, uma apropriada ao pensamento dito sério e outra destinada ao lúdico, recreativo e humorístico. Todo sentido é, pois, um duplo sentido. Toda verdade deve, portanto, ser dotada de boa dose de humor.



## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ACSELRAD, Marcio; DOURADO, Gabriela. *O humor corrosivo dos meios e a política: o CQC vai ao Congresso Nacional*. Revista FAMECOS (Online). V. 1, p- 18, 2009. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/5853>

BAKHTIN, Mikhail. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: O contexto de François Rabelais*. Tradução: Yara Frateschi Vieira. – São Paulo: HUCITEC, 1987.

BECKER, Beatriz. *A linguagem do Telejornal. Um estudo da cobertura dos 500 anos do descobrimento do Brasil*. Rio de Janeiro. 2.ed. Rio de Janeiro: Epapers, 2005.

BERGSON, Henri. *O riso: ensaio sobre o significado do cômico*. Tradução: Maria Adriana Camargo Capello. – São Paulo: Edipro, 2018.

CAETANO, Kati; GUIMARÃES, Denise. *Estratégias gráficas e humor sarcástico: a notícia levada a “sério” no Programa CQC, da TV Bandeirantes, Brasil*. In: Revista Interin nº 7. Publicado em 2009. Disponível em <https://seer.utp.br/index.php/i/article/view/83>

COSTA, Flávio Moreira da. *Os 100 Melhores Contos de Humor da Literatura Universal*. – Rio de Janeiro: Ediouro, 2001.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Minidicionário da língua portuguesa*. – 3ª ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

FISKE, John. *Journalism and Popular Culture*. "Popularity and the Politics of Information". Ed. Peter Dahlgren e Colin Sparks. London: Sage Publications, 1992.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Org. e tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

GOFF, Jacques Le. O riso na Idade Média. In: BREMMER, Jan; ROODENBURG, Herman (Org.). *Uma história cultural do humor*. Trad. De Cynthia Azevedo e Paulo Soares. Rio de Janeiro: Record, 2000.

MACHADO, Arlindo. *A Televisão Levada a Sério*. São Pulo: Senac, 2003.

MANFIO, Edio Roberto. *Dos discursos sobre o humor e seus deslocamentos: Os sentidos do senso comum e os sentidos Cristalizados*. Dissertação (Dissertação em Letras) – UEM. Paraná. 2016. Disponível em: <http://www.ple.uem.br/defesas/pdf/ermanfio.pdf>

MELO, José Marques de. *Estudos de jornalismo comparado*. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1972

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

SILVA, José de Souza. *O percurso semântico das acepções do termo humor*. In: Anais do SIELP, Volume 2, Número 1. Uberlândia: EDUFU. Publicado em 2012. Disponível em [http://www.ileel.ufu.br/anaisdosielp/wp-content/uploads/2014/07/volume\\_2\\_artigo\\_159.pdf](http://www.ileel.ufu.br/anaisdosielp/wp-content/uploads/2014/07/volume_2_artigo_159.pdf)

SILVA, Josimey Costa da. *O humor nada objetivo e um jornalismo muito sério*. Revista Comunicare – Volume 2, Edição 2 – 2º semestre de 2002. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/07/O-humornadaobjetivoemjornalismo-muito-s%C3%A9rio.pdf>

PINHEIRO, Lidiane Santos de Lima. *Cultura popular e entretenimento: O discurso dominante sobre jornalismo e esfera pública*. In: Revista PJ:BR. n. 11 - Fev. 2009. Publicação Acadêmica de Estudos sobre Jornalismo e Comunicação ANO VI. Disponível em [http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos11\\_e.htm](http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos11_e.htm)

TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2001.