

## **Estratégias gráficas e humor sarcástico: a notícia levada a “sério” no Programa CQC, da TV Bandeirantes, Brasil**

*Denise Guimarães & Kati Caetano*

**Resumo:** O artigo investiga a mistura de jornalismo noticioso e ironia paródica no programa “Custe o que custar” - “CQC”, da TV Bandeirantes/Brasil -, marcado por estética inovadora que serve de base formal a uma proposta ética. Enfatiza-se a forma como “CQC” incita à visão crítica dos fatos divulgados na semana, pelo recurso a vários gêneros discursivos, entre eles o jornalismo de reportagem, trazendo, por meio de expedientes da narrativa gráfica de humor, os conteúdos não-ditos e a crítica mordaz às políticas públicas. Indaga-se, igualmente, em que medida CQC se diferencia de outros programas do gênero, sem cair na vala comum do humor como mero entretenimento.

**Abstract:** The article investigates the mixture of news journalism and the ironic parody in the television show “Custe o que custar” – “CQC”, from TV Bandeirantes Channel / Brazil - , marked by innovator aesthetic which serves as a formal basis to an ethical proposal. Emphasis is given to the form with how “CQC” incites the critic vision of facts publicized during the week, due to various discursive genres, amongst them the reporting (news coverage) journalism, bringing through expedients of the humor graphic narrative, the none-spoken contents and the scathing criticism to public politics. One equally asks, to what extension CQC is different from other television shows of the same genre, and does not just bring ordinary humor as mere entertainment.

**Palavras-chave:** telejornalismo; hibridações; metalinguagem; humor, ethos jornalístico.

**Key-words:** telejournalism; hybridations; metalanguage; humor; journalistic *ethos*

### **“Custe o que custar”: versão brasileira**

Nas duas últimas décadas, à medida que se acelerava a globalização, com a fusão das empresas midiáticas de vocação mundial, o chamado "quarto poder" viu-se esvaziado de sentido, perdendo, pouco a pouco, sua função fundamental de contrapoder, diante do poder emergente da Internet e de novas possibilidades multimidiáticas de expansão. Verificou-se, pois, a demanda por uma radical metamorfose nos meios de comunicação de massa, resultando em novos formatos para produtos telejornalísticos – o que interessa particularmente ao nosso trabalho.

Focalizamos aqui um modo de fazer jornalístico cada vez mais usual no cenário televisivo, pautado pela mistura de jornalismo noticioso e ironia paródica, tal como o que se apresenta no programa “Custe o que custar”, ou “CQC”, da TV Bandeirantes

(Band), do Brasil,<sup>i</sup> objeto desta análise. Não se trata de criação local; líder de audiência em seu país de origem, Argentina, CQC<sup>ii</sup> é transmitido em vários países, cada qual com seu grupo de apresentadores. A atração que teve seus direitos adquiridos da produtora argentina Eyeworks-Cuatro Cabezas (1995) estreou no Brasil em 17 de março de 2008.

A Band procurou adequá-lo, de maneira bem-sucedida, ao contexto e estilo brasileiros, apresentando-o em canal aberto, o que implica uma aposta ousada, diante da hegemonia da TV Globo e do apelo incontestável dos canais pagos a um público teoricamente mais politizado e culto. Entenda-se por estilo brasileiro o também chamado “jeitinho”, certamente indefinível, mas que apresenta certos traços estruturais e semânticos que não são raros nas produções audiovisuais nacionais.

Diríamos que, em sintonia com as propostas desconstrutivas e intertextuais da contemporaneidade, o programa aposta em outro tipo de comunicação possível, algo que responda mais às necessidades da população do que aos interesses das grandes empresas.

### **O jogo das faces**

No exame de CQC, uma dificuldade se impõe de partida, porque não nos parece suficiente explicar o programa a partir da simples paródia, ou conceituá-lo em termos humorísticos, nem resolve o problema considerá-lo como “*infotainment*”, conforme uma tendência bastante frequente de apontar as hibridizações entre informação jornalística e entretenimento.

Partimos do princípio de que se trata, na verdade, de um tipo de jornalismo contundente em suas críticas e cobranças políticas, para o qual o humor ou a paródia funcionam como estratégias necessárias. Para desenvolver essa reflexão, parece-nos útil retomar a teoria das faces proposta por Goffman em 1967, aplicando-a ao tipo de interação própria das relações de entrevista presentes em reportagens.

De acordo com Goffman (1982), a elaboração das faces cria as condições essenciais para o processo comunicacional, na medida em que, ao se protegerem por mecanismos diversos, os participantes dos atos de fala asseguram o ambiente de “cortesia” propício ao andamento das trocas discursivas. Em outros termos, formas de atenuação da crítica podem ser acionadas, ao mesmo tempo em que a imputação de erros ou responsabilidades são evocadas nas entrevistas, tais como a interrogação que se estrutura sob a forma da negativa ou da afirmativa, a frase em suspenso, as indagações

indiretas, o uso de citações de terceiros às quais o entrevistado pode retrucar sem réplicas imediatas, entre outras. A entrevista presente em vários casos de reportagem utiliza-se de tais expedientes, indo até um limite de afrontamento em nome da objetividade e neutralidade da imprensa, ou de uma leitura construída da mesma nesse sentido. Mesmo nos casos mais arrojados, de olho no olho e perguntas diretas, simuladas em muitas performances, o parâmetro se estabelece a partir do que é dito e não do que fica entre-dito. O repórter não pode, por exemplo, manifestar desagrado com o entrevistado por crer que ele minta, ou adotar gestos considerados insultuosos para atacá-lo. O limite é rompido, às vezes, por outros mecanismos, tais como o olhar, o vínculo com a resposta de outro entrevistado ou com a apresentação dos fatos. Nesse contexto, cria-se um espaço propiciado pelos intervalos físicos entre as tomadas, que é passível de ser semantizado pelos ouvintes, tornando-se uma espécie de intervalo semântico pleno de conotações, dependentes, obviamente, da conjunção, pelos envolvidos no ato comunicativo, do mesmo universo de referências. As faces são protegidas, assim, tanto da parte do entrevistado quanto do repórter que, em nome da objetividade e neutralidade, não corre riscos mais sérios de caráter legal. O rompimento desse cânone protocolar estaria no exemplo recente do jornalista iraquiano que atirou um sapato na direção do então presidente dos Estados Unidos, George Bush, diante da justificativa e excusas do mesmo pelo ataque ao Iraque. É sintomática a opinião de um consagrado jornalista brasileiro a essa atitude, quando foi veiculada nos telejornais nacionais, referindo-se negativamente ao fato sob a alegação de que ao jornalista não compete atirar sapatos e sim relatar objetivamente os fatos.

Pode-se dizer, portanto, que, em sua missão de responsabilidade social, o jornalismo assumido como “sério” adota formas protocolares comuns visando a assegurar, assim como nas interações pessoais da cotidianidade, um certo resguardo dos limites de liberdade de cada um para evitar afrontamentos ou desvios (nesse último caso, para não aparentar isenção). O que fariam os programas paródicos em relação a essa postura seria, pelo humor, romper com essas máximas protocolares, assim como as mesmas já representam uma violação com respeito às máximas conversacionais de Grice (1982), integrantes do Princípio de Cooperação nos processos comunicacionais.

Em que medida, porém, elas se distinguem, de nosso ponto de vista, desses formatos comuns na televisão, no Brasil especificamente em relação aos programas *Casseta & Planeta* e *Pânico*?

A diferença consiste exatamente na linha jornalística adotada. Enquanto os outros dois programas citados expõem um formato eclético, que vai da paródia à telenovela e da crítica a políticos e celebridades, nesse caso se aproximando do chamado gênero *people* de foco recorrente nas mídias impressas e eletrônicas, CQC mantém-se firme em seu propósito e formatação jornalísticos. Aliás, inova a partir do padrão do telejornalismo, em relação ao qual estrutura suas bases visuais e discursivas (presença de âncoras, delegação de vozes por meio de tomadas sucessivas que levam do repórter ao fato e deste aos entrevistados, mudanças de planos, com ênfase nos primeiros planos) e o supera por fusões de gêneros, hibridações e mecanismos metalinguísticos, conforme a exposição que será feita na sequência.

Ao contrário de outros programas na mesma linha, ou seja, que aliam o humor à abordagem informativa da própria mídia televisiva, CQC expõe os sentidos normalmente deixados implícitos, intencional ou não-intencionalmente, nos intervalos semânticos provocados pelo dizer noticioso, pautado pelo efeito de objetividade, para convertê-los em matéria principal de seu jornalismo “escrachado”. Recupera, em suma, o não-dito, levando ao extremo nas entrevistas a recuperação do que está oculto ou desviado nas respostas evasivas, justificadoras ou forjadas.

### **O hibridismo como proposta**

O programa incita à visão crítica dos fatos divulgados na semana pelo recurso a vários gêneros discursivos, entre eles o jornalismo de reportagem, trazendo, por meio de expedientes da narrativa gráfica de humor, os conteúdos não-ditos. Trata-se de um jornalismo de reportagem aliado ao entretenimento, portanto um produto híbrido, bastante adequado ao contexto da modernidade avançada.

Nos multimeios, novas temporalidades e espaços expressivos dificultam o delineamento de fronteiras nítidas: seu pano de fundo, em permanente e veloz metamorfose, torna-se difícil de ser sistematizado dada a fugacidade dos significantes que se acumulam, se sobrepõem e se hibridizam. Raymond Bellour (1997) denomina de hibridismo a mescla de diferentes formas de representação - gravura, cinema, fotografia, vídeo e outras - identificadas, principalmente a partir de 1990. Tais representações intersemióticas levam o autor francês ao conceito de “entre-imagens”, entendido como um espaço de passagem, imaterial e atemporal.

Tendo o hibridismo como proposta, o programa CQC mostra-se adequadamente sintonizado com o cenário contemporâneo, em que tudo acontece ao mesmo tempo e no mesmo espaço, agora multimidiático, capaz de metamorfosear objetos, de criar referentes próprios e de acoplar elementos diversos em situações não-lineares. A produção do programa utiliza-se do refinamento tecnológico para conseguir efeitos extravagantes e inusitados, o que lhe viabiliza uma instância de enunciação privilegiada. Assim é que ele transita nos diversos campos semióticos oferecidos pelas mídias, adequando efetivamente as poéticas audiovisuais, uma espécie de estética do videoclipe, as mensagens publicitárias e o próprio telejornalismo à sua concepção híbrida.

No quadro das inovações, deve-se ressaltar a incorporação das mensagens publicitárias ao corpo do programa, de uma forma inédita, pelo menos na TV brasileira. No formato criado para *merchandising*, a publicidade é inserida num pequeno *spot* antes das reportagens e matérias. A novidade é que os comerciais que estão atualmente na mídia, veiculados nos intervalos de outros programas e emissoras de TV, são refeitos especialmente, com os próprios apresentadores e repórteres. Trata-se de um tipo de *merchandising* contextualizado e estilisticamente adequado à proposta audiovisual do programa, o que dá uma unidade ao todo e elimina a necessidade de muitos intervalos comerciais – eles são reduzidos ao mínimo, o que vem conferindo ao CQC uma dinâmica inusitada, diante do fragmentado e repetitivo cenário televisivo atual.

Outros efeitos de sentido podem ser observados quanto aos *recursos retóricos* – tais como ambiguidade, metáforas, metonímias, antíteses, hipérboles, paradoxos, etc. – sendo todas elas figuras de linguagem, que funcionam na tela da TV da mesma forma que nas outras manifestações artísticas ou discursivas. Assim também, conceitos poéticos tradicionais como analogia, paralelismo, justaposição, áreas de irradiação semântica e outros, podem ser utilizados/visualizados no espaço da tela.

Umberto Eco explica que, quando as figuras de retórica são usadas de modo *criativo*, elas não servem apenas para ornamentar um conteúdo já expresso, mas “contribuem para delinear um conteúdo diverso”. (ECO, 2000: 236) Nesse caso, o jogo retórico pode traçar conexões imprevisíveis ou escassamente previstas e desfrutadas, o que vai redimensionar o texto em sua comunicabilidade, criando sua própria identidade visual.

Floch (1995) busca identificar certas condições de produção dessas identidades visuais concebidas como bricolagem, a partir do conceito antropológico do termo definido nas reflexões de Claude Lévy-Strauss, reconhecendo nela formas particulares

de praxis enunciativa. Como toda praxis enunciativa, explica o autor, a bricolagem implica a convocação de um certo número de formas já constituídas, algumas das quais consideradas fixas, que não desemboca num discurso estereotipado. Ao contrário, constitui um ato criativo que singulariza a bricolagem como prática. Pode-se dizer que se trata de uma dupla criação, uma vez que, de um lado, a bricolagem origina uma entidade autônoma, de outro, dá existência a um sujeito enunciator, conferindo-lhe uma identidade. Dessa singularidade resultam efeitos estéticos, pois o *bricoleur* cria o novo a partir do velho, “en jouant sur les rimes et les contrastes plastiques que lui suggère la manifestation sensible des signes qu’il a collectés. La bricolage suppose donc une attention au monde sensible, mais à un monde sensible déjà façonné para l’histoire et la culture.” (Id. ib.: 6-7) Além disso, a bricolagem delinea uma identidade ao *bricoleur*, pelas escolhas e composições que faz e, sobretudo, pelo modo de trabalhar os signos e “dans sa manière de protester ainsi contre l’érosion du sens, contre la désémantisation, c’est-à-dire ‘contre le non-sens’. L’identité se comprendra cette fois comme une rupture, comme une innovation, voire comme une libération.” (Id. ib.: 7)

Essa explicação permite legitimar as estruturas tradicionais do jornalismo televisivo presentes em CQC, assumidas sob a forma de uma bricolagem, ou hibridismo, que lhe outorgam não só um novo modo de produzir informação, mas sobretudo de lhe converter numa prática liberadora diante das transigências impostas pelo convencionalismo jornalístico. Por isso, neste trabalho busca-se superar a definição do formato como um programa de humor ou mais um produto do “infotainment”. A idéia do princípio liberador da bricolagem já estava presente em Lévy-Strauss, mas encontra aqui uma revitalização nas circunstâncias atuais em que se multiplicam tanto os atos comunicativos uniformizados quanto os discursos sobre o esvaziamento dos sentidos.

Compreende-se ainda, com base no mesmo conceito, o recurso intensificado dos dispositivos sensíveis – cores, formas, texturas, movimento, contrastes de luz, sons, jogo alternado de planos e tomadas, metáforas visuais em geral – como desestabilizações do cenário (e da encenação) *cool* do telejornalismo. A uma estética da naturalização encenada contrapõe-se, em suma, uma estética da encenação naturalizada.

Sabido é que o telejornalismo vem utilizando, cada vez mais, estratégias discursivas de cunho narrativo, para integrar o entretenimento à informação propriamente dita. No entanto, tal aliança nem sempre consegue a necessária adequação dos registros. Fácil demais é cair no ridículo ou no grotesco, quando se trata de construir

relatos sobre acontecimentos do campo cultural, econômico, social e, principalmente, político. Outros fatores importantes e difíceis de serem atingidos, sem cair na mera espetacularização ou na dramatização excessiva, são o *timing* e o tom do programa, que são diferentes nos diferentes formatos televisuais.

A expressão *timing* diz respeito às relações discursivas com a temporalização e a espacialização, sendo que mesclá-los torna-se um desafio a uma hermenêutica do texto, pois integra-se a um discurso iconizado que participa da natureza plástica e cinética da imagem e que, por sua vez, exige um ajuste dos mecanismos semânticos usuais. O *timing* é, segundo Décio Pignatari, uma questão de ritmo, ou seja, “a propriedade, a coerência de cada uma de suas partes componentes em sua duração relativa.(...) a habilidade em articular o ritmo interno (das ações que ocorrem) e o ritmo externo (passagens de plano a plano e de sequência a sequências).” (PIGNATARI, 1995: 236)

Quanto ao tom, entendido como um dispositivo sintático e semântico que conota uma estratégia enunciativa, sua meta é delimitar a forma de interação que um programa busca manter com sua audiência. No CQC, a intenção estratégica tem caráter interpelativo e pressupõe um interlocutor/espectador apto a compartilhar os valores de seus enunciadores, à medida que vai reconhecendo os traços específicos do programa, responsáveis por seu ponto de vista desestabilizador e peculiar. Desse modo, o clima geral do programa, ou seja, seu processo de tonalização, procura efetuar uma integração entre dois gêneros discursivos distintos, sem que fiquem prejudicadas as formas de produção de sentidos inerentes a cada um deles.

Enquanto o telejornalístico busca a credibilidade - apoiando-se em certos cânones que o definem como institucionalização da informação fidedigna, objetiva e socialmente responsável, dentre outras normas consensuais para o gênero -, as formas narrativas exploradas pelo CQC, dentre as quais se inclui a paródia, apontam para o imaginário em aberto, e, portanto, para uma forma de endereçamento bem diferente. Em outras palavras, ao assumir a ficcionalidade e dramaticidade das formas narrativas, o relacionamento previsto com a audiência é de outra ordem.

A articulação dos dois modos de relação com o público-alvo é complexa e demanda consciência de que não há propriamente uma diluição de fronteiras, pois os dois gêneros televisivos continuam a existir, mas sim de uma proposta limítrofe, de se construir um programa híbrido, mas com estilo. Vale dizer, o estilo é o elemento que vai permitir o reconhecimento do programa por seu perfil específico e pela maneira como

se efetiva o relacionamento com os espectadores, fazendo com que se diferencie dos demais. Nesse caso, os deslocamentos de significados, tanto explícitos quanto conotados, devem ser previstos em sua extensão, quantidade e qualidade.

Partindo do pressuposto de que a frequência desses tipos de emissões na TV, na atualidade, configura fórmulas de saída ao descrédito em que caiu o fazer jornalístico, nossa hipótese é que o programa - exibido toda segunda-feira no canal aberto da TV Bandeirantes, às 22h15, com melhores momentos reprisados aos sábados -, diferencie-se de outros programas do mesmo gênero, sem cair na vala comum do humor como mero entretenimento.

Com formato híbrido de um programa de auditório, cujo desenvolvimento se dá no espaço virtual das reportagens gravadas anteriormente, o programa é apresentado ao vivo, com o foco na bancada dos três apresentadores, de ternos pretos e óculos escuros (marca registrada do programa), com destaque para o âncora Marcelo Tas, com intervenções “indisciplinadas” dos outros dois apresentadores: Rafinha Bastos e Marco Luque. A presença do Tas, há mais de 25 anos no ar e cuja trajetória é parte integrante da história da televisão e da videoarte no Brasil, dá a tônica do show. Famoso e respeitado como ator, diretor e roteirista do Castelo Rá-Tim-Bum (TV Cultura) e criador do repórter/personagem Ernesto Varela, com suas perguntas desconcertantes para as celebridades, Tas apresenta as matérias no seu estilo *sui generis*.



Fig. 1: a bancada dos apresentadores; vinheta de abertura do quadro “Top Five”; imagem do mesmo quadro; o âncora Marcelo Tas.<sup>iii</sup>



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?



Fig. 2: A equipe brasileira do CQC

Faz-se mister esclarecer que quando nos referimos à simultaneidade dos modos de informar e divertir, não estamos considerando a expressão “*infotainment*”, que tem sido utilizada para designar o imbricamento entre as duas esferas opostas, visto como algo prejudicial e danoso ao jornalismo “levado a sério”. O infoentretimento distrairia a atenção das notícias relevantes, utilizando-se de estratégias semiótico-discursivas ligadas ao prazer de uma narrativa midiática agradável e leve, de conteúdo mais palatável e superficial.

Nossa argumentação prende-se, ao contrário, à não oposição entre informação e entretenimento. Entendemos que, ao legitimar o prazer como forma de recepção, o telejornalismo da modernidade avançada que o CQC pratica não deixa de lado a função informativa inerente ao gênero. O programa viabiliza uma forma de o telespectador divertir-se, obviamente, mas acima de tudo informar-se. 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. *Mutatis mutandi*, teríamos uma atualização do pensamento de Walter Benjamin (1982), quando trata da questão da arte na era da reprodutibilidade técnica, mais especificamente em relação ao cinema, ao considerar que o espectador, na sala escura do cinema, é um “examinador que se distrai.” (BENJAMIN, 1982: 238).

O exposto leva-nos a assumir que não faz sentido, hoje, excluir o entretenimento do campo de um telejornalismo que está se redimensionando radicalmente na cibercultura. Melhor seria repensá-lo como um processo cultural *in progress*.

### **Metalinguagem e paródia**

O CQC revela uma intencionalidade compositiva de caráter metalinguístico, tanto em sua enunciação quanto na cuidadosa construção de suas metaimagens. O teórico russo Roman Jakobson (1975) foi o primeiro a considerar a mensagem voltada para o próprio “código” utilizado como susceptível de caracterizar uma nova função da linguagem, que ele denominou função metalinguística. A partir daí, os discursos teórico-analíticos incorporaram termos como metaliteratura, metateatro, metacinema, entre outros, ao tratarem das obras da modernidade. Pode-se falar de metalinguagem sempre que a obra permita que se perceba uma crítica implícita ao próprio discurso, numa atitude de construir e ver-se construindo.

O que chama atenção à primeira vista é o modo como, ao mesmo tempo que efetua a crítica das versões oficiais, o programa questiona o fazer jornalístico amparado normalmente na formalidade convencional da objetividade, com o intuito de dismantelar os zelos discursivos presentes na chamada imprensa séria. Além disso, o programa não perde de vista outros programas “rivais” de humor paródico, estatuiendo-se, portanto, como uma metanarrativa que critica a signagem televisiva da contemporaneidade.

Podemos constatar no CQC uma reflexão crítica latente que altera a estrutura de seu sistema sígnico, porque nele a metalinguagem é percebida estruturalmente, como uma consciência semiótica que “inventa”. O conceito operacional de metalinguagem permite investigar de que modo e por que tal questionamento implícito do próprio gênero dá-se a conhecer aos olhos do telespectador não-ingênuo. Percebe-se, pois, que as escolhas feitas pela produção do programa implicam a avaliação de todos os elementos, sua problematização e uma tomada de posição, tanto diante do telejornalismo já estabelecido e estratificado quanto de outros programas satíricos e paródicos presentes na televisão brasileira. Ressaltamos tais escolhas, pois o ato de escolher é fundamentalmente metalinguístico, porque pressupõe a crítica aos próprios discursos em questão; ou seja, como entende Iuri Lotman, qualquer escolha a partir de um encadeamento de signos “traz já uma informação”. (LOTMAN, 1978: 139)

Assim é que, valendo-se da reflexão processual sobre as formas canônicas estereotipadas, o discurso do programa analisado vai renovar o instrumental, os princípios e as técnicas de seu fazer. Trata-se de uma crítica que se manifesta por força da metalinguagem implícita, na recusa das formas convencionais, dos clichês e dos lugares-comuns; chegando a impor uma ordem transgressora que lhe permite a afirmação de sua existência, como um sistema metassígnico com suas leis e lógica próprias. Isso significa que os recursos utilizados são redimensionados por força de uma autocrítica de teor metalinguístico, no próprio projeto do programa como tal.

### **A formatação do programa**

O cenário compõe-se de uma bancada para os três apresentadores, tendo como fundo a imagem da mosca e o logotipo do programa. Nesse telão aparecem imagens distorcidas e intervenções gráficas. Uma simulação de ringue pode ser percebida com um palco bastante elevado em relação à platéia, que quase nunca aparece na tela, e, quando isso acontece, as pessoas são mostradas de costas. Trata-se, portanto, de um auditório praticamente virtual, embora exista fisicamente, como ficamos sabendo pelos agradecimentos finais às instituições, faculdades e similares, presentes a cada programa, cuja participação limita-se aos aplausos.

Todo o espaço da enunciação (bancadas, vinhetas, quadros fixos e reportagens) explora uma estética da sobreposição, das mudanças rápidas e dos cortes bruscos, com grande número de manipulações audiovisuais. Destaca-se o uso dinâmico da câmera em *travellings* inusitados, que sugerem um espaço em constante movimentação, como se liberto da força da gravidade. Nada mais adequado ao cenário “líquido” e instável da modernidade avançada, neste entre-lugar das imagens da cibercultura, que é tecido a partir da conjunção, de uma justaposição ilimitada de imagens e de uma propagação de relações intersticiais que ampliam o espaço da comunicação contemporânea.



Fig. 3: o logotipo e a mosca

Escolhida como logomarca do programa, a emblemática mosca aponta para o sentido de os repórteres poderem penetrar em quase todos os lugares. Seu voo desconcertante é realçado em intervenções gráficas ao longo dos diversos quadros, a partir das vinhetas, configurando a própria ideia de vigilância. A presença do inseto alude constantemente ao refrão enfatizado pelo âncora do programa: “Eles estão à solta, mas nós estamos correndo atrás”. Inseto incômodo, indesejável e capaz de aparecer em qualquer lugar, sem ser chamado, a mosca metaforiza o papel dos entrevistadores e aparece sempre em movimento, ao lado dos letreiros que indicam as instituições visitadas pela reportagem, por exemplo: Ministério da Saúde, Congresso Nacional, Festival de Cannes, entre outros.

O voo da mosca acontece também em cortes entre as cenas que mostram os entrevistadores em diferentes espaços urbanos, como um *link* vibializador dos deslocamentos espaciais efetuados. Durante alguns meses de 2008, houve inclusão de alguns pseudoprogramas comandados por Wesley Santana, com o título de “Em Foco”, que se propunha a ajudar a criar uma imagem midiática dos políticos, pessoas que sempre queriam sair bem nas fotos e filmagens, além de se sujeitarem a repetir frases ridículas, sugeridas pelo repórter: tudo para continuar na mídia!

Assim é que uma estética do não-dito, algumas vezes, consegue expressar sarcasmo e ironia, potencializando-os no decorrer das apresentações semanais. Tudo isso com base em dados estatísticos e fontes especializadas, que vão sendo apresentados “em disparada” contra as explicações dos entrevistados, e complementados pelos recursos gráficos, próximos aos dispositivos da HQ e do desenho animado ou do cinema de animação, que colorem as respostas de uma axiologia ética negativa, ou no mínimo mordaz.

Sabe-se que a forma humana e a linguagem dos movimentos corporais tornam-se ingredientes essenciais dos quadrinhos. Não é de surpreender, portanto, que o artista possa contar com a “recepção” ampla do leitor quando “um gesto comum é desenhado de modo a ser facilmente reconhecido”. (EISNER, 2005: 103). O gesto nos quadrinhos deve expressar precisa e sutilmente o significado pretendido.

Em seu estudo sobre quadrinhos, Umberto Eco salienta a importância dos elementos iconográficos, como, por exemplo, a lampadazinha acesa que remete a “tive uma ideia” ou as gotinhas de saliva que representam o desejo e apetite. O diálogo crítico-expressivo entre o programa analisado e as HQs mostra que nas telas, assim como no papel, as imagens, tanto em suas variações cromáticas quanto na sugestão ou manifestação do movimento, tornam-se gestos significantes. A denotação televisiva trabalha com a codificação da reprodutibilidade por meio de aparelhos (processos físicos de reprodução de imagens). Percebe-se que, na passagem para a conotação, tais processos deixam de ser meramente físicos, aproximando-se de formas retóricas e estilísticas como estratégias discursivas sabidamente eficazes nos processos comunicacionais.

Os efeitos de computação gráfica reforçam o hibridismo dos quadros do programa, o que se evidencia tanto na abertura quanto nas inúmeras vinhetas dos quadros fixos e as que antecedem as matérias. Suas características são muito semelhantes aos quadrinhos, com suas mensagens icônicas codificadas que reúnem em um mesmo significante elementos regidos por leis particulares, ou seja, significados vinculados a um saber preexistente e compartilhado.

Dentre as sugestões visuais que agregam novos sentidos às cenas, as mais usadas no CQC são as universalmente reconhecidas “Nariz de palhaço”, “Nariz de Pinóquio” , “Cabeça vermelha soltando fumaça pelos ouvidos” ou “FACES RUBORIZADAS”. Outras bastante sugestivas são a “LÍNGUA DE SOGRA” (saindo da boca em piadas sem graça), “Cabeça inchando e pulsando” (excesso de perguntas feitas pelo repórter) , “Focinheira de cachorro” (entrevistado irritado e que se recusa a responder) , “Raios coloridos” (indo dos olhos do entrevistado para os olhos do repórter como armas a laser), entre outros.



Fig. 4: Intervenções gráficas



Fig. 5: Uso da câmera

Impregnado pelas formas específicas de outros meios, CQC liberta-se das convenções ou normas, valendo-se do ambiente tecnológico apropriado para uma reelaboração do gênero. Por exemplo, alguns ângulos de tomada estão ligados por convenção cinematográfica a certas significações: o *plongée* sugere a impressão de esmagamento dos personagens e o *contra-plongée* o seu engrandecimento, técnicas das HQs citadas por Will Eisner em termos da usabilidade da perspectiva. Segundo o autor, a dramaturgia exige uma perspectiva estritamente frontal do começo ao fim, o que tem como propósito realçar o senso de “realidade”, impedindo que a narrativa se torne uma “fantasia”. (EISNER, 2005: 91) O uso das câmeras permite recursos que identificam exatamente onde se encontram os elementos numa ação e visam suscitar vários estados emocionais no leitor. Contrariamente ao telejornalismo “oficial”, no “Custe o que custar” o jogo de perspectivas remete às *graphic novels*, com uma diagramação inventiva e recortes analíticos de formas expressivas que reproduzem montagens ousadas.



Fig. 4: Danilo Gentili e o Senado Federal; Rafael Cortez e Brad Pitt (Festival de Veneza); Felipe Andreoli (cobertura da eleição de Obama / EUA)

De modo geral, CQC empreende uma crítica ácida às políticas públicas, assim como às estratégias discursivas convencionalmente utilizadas pelo jornalismo

televisivo, deixando de noticiá-las nos moldes de um produto convenientemente embalado segundo os preceitos da neutralidade. Assim é que a embalagem do CQC diferencia-se das demais, porque sua força comunicativa decorre de efeitos previstos em sua morfogênese e que demandam estratégias discursivas impactantes, que vão além da simples moldura de um programa.

### **Considerações finais**

Acreditamos que o conceito de “quarto poder” pode e deve ser ressignificado na contemporaneidade, o que implica essencialmente em estar-se aberto às mudanças conceituais, mas também na manutenção de algumas qualidades intrínsecas ao jornalismo como profissão: capacidade de análise, distanciamento crítico, isenção, senso de justiça, discernimento e respeito aos direitos individuais. A busca por audiência deve ater-se a tais parâmetros, o que exigirá visão diferenciada de pauta, criatividade e capacidade de inovação – e isso não parece faltar ao CQC. O programa demonstra que o jornalista pode ser um profissional híbrido: misto de gestor de informação, educador, formador de opinião e artista. Demonstra também que a notícia pode ser levada a sério, mesmo num programa de formato híbrido e temperado pelo humor sarcástico, além de outras estratégias narrativas e gráficas. Nossa tese é de que, nesse caso, o humor não é um fator de contraponto ao jornalismo. Postulamos a sua inscrição como qualidade necessária à constituição do *ethos* jornalístico em sua condição humana, mediante a desestabilização de um fazer calcado apenas na força expositivo-argumentativa para retomá-la sob a forma da adesão afetiva. Na verdade, o *ethos* discursivo é um processo em permanente construção, implicando portanto uma “experiência sensível do discurso” *pela e para a* mobilização da afetividade do destinatário: “Persuadir consistirá em fazer passar pelo discurso um *ethos* característico do auditório, para lhe dar a impressão de que é um dos seus que ali está.” (MAINGUENEAU, 2006: 15)

Marcado por estética inovadora, que serve de base formal a uma proposta ética, CQC afirma-se por sua singularidade e provoca uma espécie de “curto-circuito” semântico e sensorial, com seus ardis jornalísticos e publicitários, que alteram a percepção do leitor/espectador, propiciando novos olhares sobre a hipocrisia reinante. No entanto, sua proposta não se limita a criticar por ironias e brincadeiras: aprofunda as discussões, expõe as fraturas das políticas governamentais e os contrastes

socioeconômicos, recorrendo à estratégia de entrevistar, contrapor, mostrar e cobrar, discutidas em longas matérias, ainda que não desaceleradas na dinâmica de apresentação. Não recorre, porém, ao jornalismo sensacionalista; seu foco não está no espetáculo individual ou nas comoções coletivas, e sim no espetáculo do fenômeno comunicacional, enquanto prática capaz de prender a atenção sem embotar o raciocínio, estetizar os discursos sem anestesiar os sentidos e a percuciência.

### Referências Bibliográficas

- BELLOUR, Raymond (1997). *Entre imagens*. Campinas: Papirus.
- BENJAMIN, Walter (1982). *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. São Paulo: Brasiliense.
- ECO, Umberto (1976). *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva.
- \_\_\_\_ (2000). *Os limites da interpretação*. São Paulo: Perspectiva.
- EISNER, Will (2005). *Quadrinhos e Arte Sequencial*. São Paulo: Martins Fontes.
- FLOCH, J. M. (1995) *Identités visuelles*. Paris: PUF.
- GOFFMAN, E. (1982) *Interaction Ritual: essays on face-to-face behavior*. Pantheon Books: New York.
- GRICE, H. P. Lógica e conversação. In: DASCAL, M. (org.) (1982). *Pragmática – problemas, críticas, perspectivas da linguística – bibliografia*. Campinas: Ed. do autor.
- JAKOBSON, Roman (1975). *Linguística e Comunicação*. São Paulo: Cultrix.
- LOTMAN, Iuri.(1978) *A estrutura do texto artístico*. Lisboa: Editorial Estampa.
- MAINGUENEAU, Dominique. (2008) A propósito do ethos. In: MOTTA, A. R. & SALGADO, L. *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto.
- PIGNATARI, Décio.(1995) *Letras, Artes, Mídia*. São Paulo: Editora Globo.
- REZENDE, Guilherme Jorge de. (2000) *Telejornalismo no Brasil. Um perfil editorial*. São Paulo: Summus Editorial.

---

<sup>i</sup> Nosso *corpus* contempla os programas apresentados entre julho e novembro de 2008.

<sup>ii</sup> A imprensa brasileira noticiou que, durante recentes reuniões em Buenos Aires, a direção da matriz argentina do "CQC" ("Caiga Quien Caiga" no original) apontou como exemplo a versão brasileira do programa para os demais países que produzem o formato: Chile, Itália, Estados Unidos, Espanha e Portugal. Marcelo Tas confirma a notícia e comenta que os argentinos elogiaram a maneira "mais leve, mas ao mesmo tempo pontiaguda" de tratar política ou outros temas mais delicados, porque, na Argentina, "eles pegam pesado". Segundo ele, "essa abordagem é mais eficiente, porque o público se identifica, porque não causa constrangimento ao entrevistado (...) Saímos estimulados dessas reuniões." [www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u502786.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u502786.shtml). (Acesso em 2 de março de 2009)



---

iii Todas as imagens foram retiradas da Internet, [cqcnews.wordpress.com](http://cqcnews.wordpress.com). (Acesso 10 fev. 2009)  
<http://brnoticias.com/brasil/cqc-custe-que-custar> (Acesso 10 fev. 2009)  
<http://www.titinet.com.br/news> (Acesso 10 fev. 2009)