

# Colóquio Internacional Televisão e Realidade

21 a 24 de outubro de 2008 - [www.tvrealidade.ufba.br](http://www.tvrealidade.ufba.br)



Universidade Federal da Bahia  
Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas  
Grupo de Análise de Telejornalismo



## **Aspectos audiovisuais do *infotainment*: o CQC como propósito de análise**

**Juliana Freire Gutmann<sup>1</sup>**

### **Resumo**

Discute-se a articulação entre informação e entretenimento promovida pelo programa televisivo *CQC- Custe o que custar* com base em um recorte analítico de formas expressivas do audiovisual que atravessam a cultura televisiva, especificamente os usos que o programa faz da auto-reflexividade e de elementos da montagem expressiva. As manipulações gráficas, os sincretismos visuais e sonoros, os enquadramentos que enfatizam o processo de produção, fazendo da enunciação o próprio enunciado, são alguns dos dispositivos usados para a promoção de um curioso efeito de sentido, em que o riso e a diversão funcionam como elementos de afirmação de uma suposta atuação jornalística. É justamente com base naquilo que diverte, normalmente visto como necessária oposição à informação e à racionalização do discurso, que são convocados valores e funções centrais do campo jornalístico, como vigilância, serviço público, legitimidade, transparência e conversação política.

**Palavras-chave:** Informação, entretenimento, linguagem audiovisual, CQC

---

<sup>1</sup> Doutoranda em Comunicação pelo Programa de pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia.

Em 1936, Walter Benjamin, com o artigo *A Obra de Arte na época da sua reprodutibilidade técnica*, um dos mais antigos e atuais da Escola de Frankfurt, apontou para a necessidade de rever conceitos da estética clássica, com base nas experiências suscitadas pelas técnicas de reprodução. Para Benjamin, a fotografia e o cinema apontavam para a necessidade de não mais caracterizar a arte como infalível oposição à indústria cultural, mas, ao contrário, discuti-la a partir de uma reflexão sobre a tecnologia que permitisse desmistificar teorias consideradas universalmente válidas. Hoje, nas discussões sobre o entretenimento, visto aqui como um braço central da cultura popular midiática, para evitar o pejorativo termo cultura de massa, pouca atenção tem sido dada às reflexões trazidas por Benjamin no início do século passado. Perduram as considerações dicotômicas entre “cultura” e “entretenimento”. E se quisermos ir mais longe, veremos que a permanência dessa oposição hierárquica esconde um contraste valorativo ainda mais antigo e profundo, sustentado pelo embate filosófico entre cognição e sensibilidade (op. cit. SHUSTERMAN, 2003). Portanto, de modo historicamente construído, aprendemos a considerar entretenimento sempre no sentido de oposição à razão, à verdade, ao conhecimento, e, nesta mesma direção, aproximá-lo daquilo que seduz, provoca prazer, afeta os nossos sentidos e que, por isso, possuiria um valor menor em relação aos seus “opostos”.

No telejornalismo, campo que nos interessa nesta breve reflexão, o impasse se materializa no embaralhamento cada vez mais aparente entre informação e entretenimento<sup>2</sup>, fenômeno discutido contemporaneamente como *infotainment*<sup>3</sup> (op. cit. GOMES, I., 2008), mas valorado de modo hegemônico como *fake news* (BAYM, 2004). Nesta concepção, a noção de falso, fruto da aproximação da notícia com

---

<sup>2</sup> Por hora, não pretendemos definir o conceito de entretenimento. Neste artigo, que se volta para os apelos audiovisuais de um programa televisivo, considera-se o termo a partir de uma perspectiva corrente nos estudos sobre comunicação e cultura: entretenimento como um valor das sociedades contemporâneas, traduzido pela primazia do prazer e dos sentidos e, no campo audiovisual, ilustrado pelo que se refere às estratégias de apelo do uso da imagem e do som (GOMES, I., 2008, p.4).

<sup>3</sup> Termo usado pela literatura especializada para caracterizar a aproximação entre entretenimento e informação. A expressão aparece não em decorrência do fenômeno, que não é de maneira alguma considerado novo, mas justamente devido a uma ampliação contemporânea do debate acadêmico sobre a aproximação entre jornalismo e entretenimento que não contempla um julgamento de valor a priori.

aspectos relacionados ao entretenimento, remeteria a uma radical oposição ao sentido de verdade, pressuposto das construções noticiosas. A prevalência desse contraste está na própria origem do conceito definidor do jornalismo moderno, a objetividade, culturalmente caracterizada pela separação entre razão e emoção (GUERRA, 2003, p.6), e impõe um problema para os analistas do telejornalismo<sup>4</sup>. Não é possível desconsiderar, por exemplo, que quando se apresenta na linguagem audiovisual, o discurso jornalístico requer estratégias de apelo sonoro e visual próprias da TV, vistas como traduções de uma suposta primazia do prazer e dos sentidos. Esse pressuposto evoca a necessidade de repensar a tão enraizada oposição valorativa entre informação e entretenimento de modo a problematizar a própria concepção do jornalismo moderno, amparada nos ideais iluministas do homem livre e racional.

Diante de produções midiáticas contemporâneas, como o norte-americano *Daily Show* e o internacional *CQC*, autores como Jacobs (2004) e Baym (2004) consideram que, do ponto de vista da configuração da esfera pública, a cultura visual e o uso do humor, por exemplo, podem ser ferramentas importantes para a conversação política, e não apenas elementos característicos das *fake news*. Nessa perspectiva, argumenta-se que, além das disputas baseadas na racionalidade, o prazer e a sedução promovidos por tais dispositivos podem, também, ser instrumentos de argumentação política e atuação na esfera pública<sup>5</sup>. Em uma análise sobre o *Daily Show*, Baym conclui que o programa “can be better understood, not as ‘fake news’, but as an alternative journalism, one that uses satire to interrogate power, parody to deconstruct contemporary news, and dialogue to enact a model of deliberative democracy” (2004, p. 4).

Partimos dessa inquietação, que não será diretamente explorada neste artigo, para promover uma reflexão sobre o embaralhamento entre informação e

---

<sup>4</sup> Refiro-me ao telejornalismo por este ser o objeto central da investigação que deu origem ao presente artigo. Assume-se, portanto, que as articulações entre informação e entretenimento atravessam outras esferas midiáticas, com base nas especificidades de cada suporte (impresso, radiofônico, digital).

<sup>5</sup> Habermas identifica a esfera pública como uma instância para o discurso na qual os argumentos são explorados e uma “visão pública” configurada. (op cit GOMES, W., 2008)

entretenimento a partir da análise de aspectos audiovisuais da versão brasileira do programa televisivo *CQC- Custe o que Custar*<sup>6</sup>, exibido pela *Band*. A análise proposta<sup>7</sup> se volta para o modo como a articulação entre o discurso informativo e os dispositivos próprios do entretenimento se configura através de elementos plásticos da TV, como os recursos de gravação e montagem da imagem e de som. Para isso, iremos observar especificamente os usos que o *CQC* faz da auto-reflexividade e de elementos da montagem expressiva. O programa se coloca como um produtivo propósito para discutir essa questão porque sua pretensão é justamente abusar das referências dos dois campos. Ancorado por Marcelo Tas, pioneiro do “jornalismo escracho” com o personagem-repórter Ernesto Varela, Rafinha Bastos e Marco Luque, conhecidos dos circuitos de comédia *stand-up* e do teatro, o programa semanal recorre a estratégias e tom humorísticos para construir relatos sobre acontecimentos do campo cultural, econômico, social e, principalmente, político. Entre as principais marcas estão as reportagens performáticas, o jogo de sentidos criado por manipulações videográficas, o modo irônico com que discute os fatos cobertos pela grande imprensa, a sátira feita a personalidades públicas e a paródia das produções e processos televisivos, num jogo permanente de intertextualidade.

As referências intertextuais aparecem logo na abertura através de diversas associações a conceitos da cultura pop. A atmosfera de segredo, conspiração, suspense e aventura, própria do cinema hollywoodiano, é reproduzida nas inúmeras vinhetas do programa, a de abertura, as dos quadros fixos e as que antecedem as matérias. Em uma referência explícita ao *MIB, Homens de Preto*, os apresentadores se

---

<sup>6</sup> O programa semanal *Custe o Que Custar* estreou no dia 17 de março de 2008 pela Rede Bandeirantes e é exibido às segundas-feiras, às 22h15. O formato importado pela Band da Eyeworks-Cuatro Cabezas e co-produzido no Brasil pelas duas empresas existe há mais de dez anos, recebeu 7 indicações ao International Emmy Awards e tem versões no Chile, Argentina, Espanha e Itália. No Brasil, o *CQC* conseguiu dobrar, em maio de 2008, a audiência da Band nas noites de segunda-feira: seis pontos de média, com pico de oito pontos, ficando em terceiro lugar no Ibope da Grande São Paulo (Informações capturadas de <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u405829.shtml>, em 27.05.08)

<sup>7</sup> Este trabalho se baseia na observação contínua do programa entre os meses de março e julho de 2008. De modo a operacionalizar a construção do artigo, a análise terá como corpus as quatro edições do programa exibidas no mês de maio nos dias 05.05.08, 12.05.08, 19.05.08 e 26.05.08.



valem dos dois objetos icônicos centrais do filme: terno preto e óculos escuros. Também é explícita a inspiração em outro campeão de bilheteria, a trilogia *Missão Impossível*, resultado da série de espionagem sobre as aventuras de um grupo de agentes secretos do governo americano. A vinheta de abertura insere os três âncoras em um cenário virtual que simula um território escuro por onde eles abrem portas e passam por diferentes vãos, como se ultrapassassem territórios, fronteiras, obstáculos para cumprir a sua “missão”: “revelar o lado avesso da notícia”. Outra explícita referência à cultura pop aparece na vinheta do quadro *Proteste Já*, quando o repórter recorre ao chamado projetado no céu de uma cidade, similar ao usado para o mesmo fim em *Batman*.

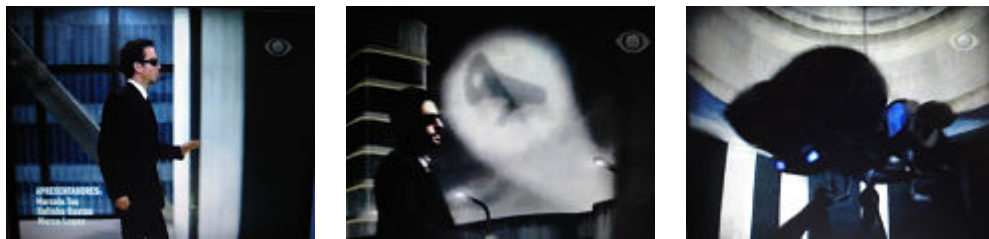


Figura 1- Vinhetas do CQC convocam elementos da cultura pop.

A estratégia é explorar elementos dos textos da indústria cinematográfica, os seres alienígenas dos filmes MIB, os agentes de *Missão Impossível* e o super-herói Batman, para evocar o efeito, próprio do campo jornalístico, de “guardião do mundo”, também acionado pelos apresentadores durante todo o processo enunciativo: “as pessoas, às vezes, não respeitam as legislações, e a gente está em cima” (Rafinha Bastos, em 05.05.08); “e eu queria dizer uma coisa a você Paulinho da Força, amanhã, terça-feira, você vai ter que explicar para a executiva do PDT esta história dos milhões do BNDS. O CQC vai estar lá para falar com você Paulinho. Até amanhã” (Marcelo Tas, em 05.05.08); “nós estamos aqui, e a mesma pessoa que faz a matéria, está aqui (...) as pessoas tem que entender que a gente faz humor, mas a gente faz jornalismo e a gente trata de assuntos sérios” (Rafinha Bastos, em



12.05.08); “*eles estão a solta, mas nós estamos correndo atrás*” (Marcelo Tas, em 26.05.08).

A própria marca do programa recorre à figura da mosca de modo a realçar o sentido de “vigilância”. A intervenção gráfica do inseto que voa é usada ao longo de todo o fluxo televisivo: nas vinhetas, na abertura, quando o cenário é visualizado em plano aberto, nas cenas da bancada, espaço principal de enunciação, e durante as reportagens em substituição aos cortes secos. Os óculos escuros usados nas reportagens cobrem os rostos dos mediadores como os olhos da mosca. Essa associação fica clara em uma das vinhetas do programa em que, no final da montagem, passa-se de um take dos olhos da mosca para o rosto de Marcelo Tas que, enquadrado em primeiro plano, tira os óculos escuros e olha, com firmeza, para o espectador. Portanto, a figura da mosca é utilizada como metáfora para denominar aquele tipo de repórter que pode estar em todos os lugares e a qualquer hora e que, geralmente, não é muito bem vindo; o repórter que tudo vê e, como uma “mosquinha”, consegue se infiltrar em locais não permitidos, como os bastidores da Cúpula da América Latina, Caribe e União Européia, no Peru (19.05.08), ou a sala de reunião de chefes de estado durante a criação da *Unasul* (União das Nações Sul-americanas), em Brasília (26.05.08).

Dessa forma, no CQC, as referências a aspectos plásticos e signícos próprios da cultura pop funcionam como estratégias retóricas para, também, fazer referência a apelos do campo jornalístico como a noção de “cão de guarda” exemplificada aqui pela caracterização dos personagens, pelos elementos plásticos das vinhetas e pela marca gráfica do programa.

### **As formas expressivas da montagem e da auto-reflexividade no CQC**

Os textos audiovisuais possuem uma natureza múltipla dotada de diferentes níveis expressivos (visuais e sonoros) que reproduzem, para o espectador, uma dada realidade. A produção de sentido no audiovisual envolve procedimentos de

articulação de linguagens, que, mesmo antes da captação do som direto no cinema, foi objeto de investigação do campo. O cineasta russo Serguei Eisenstein (2002), por exemplo, tentou conceber um método de construção de correspondências audiovisuais, buscando relações entre imagens musicais e visuais, entre diferentes enquadramentos, contrastes, luminosidades e contornos da própria imagem dentro do mesmo plano. Os postulados teóricos de Eisenstein sobre a sincronização de sentido no filme são descritos pelo conceito de montagem “vertical” ou “polifônica” (EISENSTEIN, 2002), que seria um tipo de montagem que explora a simultaneidade de elementos de diferentes linguagens, cujo sentido estaria justamente na articulação de todos eles numa metáfora antecipada do que hoje é possibilitado pelos meios digitais: a edição dentro do próprio quadro. Na linguagem mais contemporânea do audiovisual, o conceito pode ser traduzido pelo apelo aos recursos de gravação e montagem, próprios dos sistemas de edição digital, também disponíveis e apropriados pelas produções telejornalísticas. As inúmeras possibilidades de intervenção construtiva no interior do quadro e de manipulações da imagem, levadas ao extremo pelas tecnologias digitais, constituem a montagem expressiva.

Tais formas expressivas reúnem os procedimentos e elementos da construção do discurso audiovisual e televisivo, na ilha de edição, que exploram os recursos disponíveis tanto pelos sistemas lineares – fusões, cortes, *fades*, congelamentos, acelerações e desacelerações – quanto pelo processamento digital da imagem nos sistemas não-lineares - manipulação da cor e da textura da imagem, recortes de todo tipo, seccionamentos de planos, diversidade de intervenções gráficas (FECHINE, 2003, p.104). Essa gramática da escritura múltipla e simultânea se traduz em uma saturação de informações visuais e sonoras dispostas num mesmo espaço e num mesmo intervalo temporal de construção discursiva. No *CQC*, os elementos formais que circunscrevem o lugar central de enunciação do programa, a bancada, são marcados pela saturação plástica. A circunstância espacial é configurada por uma multiplicidade de enquadramentos, cores, texturas e intervenções gráficas. O programa começa com uma câmera em *plongê* que enquadra o cenário de cima,

acentuando a sua dimensão e a inclusão da bancada em uma espécie de ringue imerso no auditório, que permanece em contraluz. Interessa mais o clima criado pela presença do público que, através da valorização do áudio (gritos, palmas e assovios), reproduz o clima de arena proposto. Uma voz em off anuncia, em tom eloqüente, o início do programa (“*Começa agora, para todo o Brasil, seu resumo nacional de notícias. Esse é o Custo o que Custar*”), enquanto que a câmera alta faz, rapidamente, um *travelling* para frente, em direção à bancada, com movimentos laterais, como se sobrevoasse o auditório. Neste momento, a intervenção gráfica da figura da mosca atravessa a tela de um lado para o outro, misturando-se às iniciais do programa (CQC) que gira no centro do quadro. Os âncoras Marcelo Tas, Rafinha Bastos e Marco Luque surgem em meio ao jogo de câmeras que revezam planos e movimentos de modo acelerado e à música composta por marcas formais do gênero rock (guitarra distorcida, base de bateria e baixo em alto volume), gritos, palmas e assovios da platéia.

O ambiente da primeira cena de enunciação é construído em três camadas: em primeiro plano, há as intervenções gráficas da mosca e do nome do programa; em segundo, o cenário “real” composto pela bancada, pelos âncoras e pelo nome do programa disposto no painel central; no terceiro plano, há um telão onde são projetados imagens distorcidas em movimento. As trocas de câmera que compõem esta cena também valorizam a estética do excesso. Os intervalos de tempo entre um plano e outro são configurados por rápidos cortes e mudanças de câmeras e pelo conseqüente revezamento de enquadramentos. A multiplicidade também é potencializada por camadas de áudio que atuam de modo simultâneo: o BG da platéia, a voz off que anuncia o início do programa e a música disposta em alto volume.





Figura 2 – Manipulações audiovisuais na construção do espaço em três camadas

Durante toda a enunciação, o que inclui os momentos da bancada, vinhetas, reportagens e quadros, o programa aposta na sobreposição de instâncias temáticas, discursivas e retóricas. Articulam-se a cobertura do mundo das celebridades e a ironia e sátira como fins de questionamento político, as reportagens sobre acontecimentos da semana e a paródia à cobertura feita pela própria TV, as linguagens gráfica, audiovisual, televisiva, teatral. Do ponto de vista audiovisual, observa-se uma aproximação com o que Arlindo Machado (1997) caracteriza como mestiçagem de linguagem. Dentro da concepção de montagem expressiva, anunciada pelo cinema, desenvolvida pelo vídeo e cada vez mais explorada pela televisão, a mestiçagem das imagens é entendida como a sobreposição formal de diferentes suportes: vídeo, fotografia, desenho gráfico, som, que além da reprodução verbal, inclui música e dispositivos de simulação de ruídos.

No *CQC*, explora-se os recursos audiovisuais, principalmente as intervenções videográficas e efeitos sonoros que caracterizam a mestiçagem de imagens, de modo a satirizar as fontes no momento das entrevistas e promover crítica através do riso. Aqui, tanto a sátira quanto a paródia não são necessariamente expressas a partir do apelo verbal (mais usado no programa como meio de ironia), mas, principalmente, através de um divertido jogo de imagens e áudio que, articulados, criam efeito cômico claramente utilizado como meio de intervenção política. Na edição de 19.05.08, durante a cobertura da inauguração da ponte Otávio Frias de Oliveira na capital paulista, o repórter Rafael Cortez entrevista em tom irônico o deputado Paulo Maluf de modo a provocar, intencionalmente, distância entre a expressão e a intenção (o questionamento das condutas éticas do político). No momento em que o repórter

questiona a fonte (“*O senhor fica com inveja quando vê uma ponte dessa dimensão e pensa ‘essa eu não fiz?’*”, “*Imagina se tivesse feito, né? Como seria bom, como ela renderia frutos diversos para a cidade, para o **senhor***”), um efeito sonoro de repetição da palavra “senhor” contribui para dar ênfase à verdadeira intenção da expressão e um desenho de notas de R\$ 100 aparece saindo de dentro do paletó do político. Quando o entrevistado responde, “*eu, coitado, sou um brasileiro...*”, Maluf ganha um nariz de palhaço, através novamente de intervenção gráfica, e explora-se, em BG, um efeito sonoro de riso, muito usado em programas de comédia como o sitcom. A ênfase sonora dada ao termo “senhor”, através de um efeito de eco, o som das “gargalhadas”, e as imagens de notas de R\$100 e do nariz vermelho são manipulações audiovisuais usadas para satirizar a figura de Paulo Maluf e sua história política.

O uso de intervenções gráficas é recorrente em todas as reportagens do programa e funciona como um dispositivo de abertura de sentidos, isto é, as imagens encavaladas sugerem sentidos que não estão explícitos no texto falado e aparecem através do desenho, do texto produzido em gerador de caracteres e do som. A resposta a uma pergunta embaraçosa ou dura costuma ser configurada por dispositivos gráficos de simulação de contradição como aumento do nariz (em referência ao personagem de história infantil Pinóquio que tem um nariz grande por causa das suas mentiras), gota de suor no rosto, manchas vermelhas nas bochechas e pelo aumento do volume da cabeça, explicitando possível nervosismo e, geralmente, efeito contrário ao que é dito verbalmente. Em 05.05.08, durante a cobertura do evento em comemoração ao dia do trabalho realizado pela CUT, o repórter Rafael Cortez pergunta em tom irônico ao Ministro do Trabalho Carlos Lupi: “*A taxa de desemprego no Brasil é a menor desde 2002, o senhor acha que, já que a gente está falando de trabalho, enfim né, aquelas ONGs estão neste recorde?*”<sup>8</sup>. A resposta é enquadrada por intervenções audiovisuais. Um sinal sonoro de suspense é sucedido pela suspensão do áudio junto ao

---

<sup>8</sup> Referindo-se à denúncia feita pelos jornais *Folha de São Paulo* e *Estado de São Paulo* sobre ONGs ligadas à Força Sindical que teriam recebido dinheiro diretamente do Ministério do Trabalho.

congelamento da cena, silêncio que potencializa a “saia justa” do entrevistado. Ao mesmo tempo em que se altera, rapidamente, a cor da tela para preto e branco através de um rápido flash, como se o ministro estivesse sendo radiografado, reproduz-se o desenho de uma gota de suor caindo do seu rosto e sua cabeça aumenta de volume e ganha cor vermelha. Isso cria um efeito de contradição em relação à resposta verbal: (“*Eu não sei, porque eu não benefico ninguém*”).



Figura 3- Intervenções gráficas marcam as construções de sentido do programa.

O mesmo acontece quando, em 19.05.08, Roberto Jefferson, em entrevista durante o casamento do cantor-deputado Jefferson Aguiar, é creditado como “*dedo-duro federal*” e ganha um nariz de Pinóquio ao falar do noivo; “*é e uma pessoa especial, um amigo querido, sensível, belíssimo compositor e belíssimo cantor*”. As manipulações visuais enquadram de modo escancarado o entrevistado como “mentiroso e dedo-duro”. Em 12.05.08, no quadro *Repórter Inexperiente*<sup>9</sup>, Danilo Gentile entrevistou Marcelinho Carioca e, ao perguntá-lo sobre a equipe do Corinthians de 1998, a “*equipe do Ricardinho*”, constrói-se um frame audiovisual que

<sup>9</sup> O quadro faz uma paródia do jornalismo. Danilo Gentile representa a figura de um repórter atrapalhado e simula insegurança e nervosismo através de sucessivos erros, inseridos na montagem da entrevista, voz gaga, postura corporal com os ombros voltados para frente, pronúncia errada do nome das fontes, olhar direcionado a alguém que se encontra atrás das câmeras, perguntas óbvias, como a que fez para Marcelinho Carioca (“*em que estado você nasceu?*”) e embaraçosas, quando, por exemplo, perguntou a Datena: “*você sempre diz que é a favor da pena de morte e qual é a pena de morte mais legal assim?*” (26.05.08).

vai de encontro ao que é dito no texto verbal. Antes da resposta do entrevistado, aparece uma imagem de Ricardinho no canto do vídeo e simula-se um olhar de raiva de Marcelinho através do desenho de raios que saem dos seus olhos e fazem a cabeça do seu antigo desafeto explodir. Ao responder “*foi bom, foi muito bom porque conseguimos formar ali uma grande equipe (corte seco) entrosada, se respeitava bastante*”, seu nariz aumenta de tamanho produzindo um efeito de contradição.

Isso explicita a construção de diferentes pontos de vista dentro de um mesmo fragmento espaço-temporal, enquadramentos estes apreendidos não apenas pelo discurso verbal, mas, principalmente, pelas propriedades plásticas e significantes da imagem e do som. Os dispositivos de manipulação digital aproximam a imagem, associada no jornalismo ao valor de documento como evidência de uma preexistência do enunciado e como crédito de verdade, do desenho e da subjetividade. Qualquer fotografia pode ser completamente alterada através de sobreposições da própria natureza da imagem (digital, pictórica e eletrônica). Assim, as intervenções gráficas relativizam os aspectos indiciais da imagem e, no lugar do efeito de real, funcionam como expressão de um efeito de conhecimento relacionado a uma perspectiva interpretativa do jornalismo. Um sentido possível para esse posicionamento estaria justamente na assunção de que a notícia é construção da realidade e, portanto, refrata o real segundo um dado recorte interpretativo, e não simplesmente o espelha. A estratégia de, com base nos critérios de verdade e relevância (GUERRA, 2003) que legitimam a produção de sentido jornalístico, extravasar as intenções normalmente escondidas nas construções noticiosas implica, também, um maior poder de deciframento por parte do espectador, que precisa acionar as possibilidades de sentidos inscritas nas sobreposições audiovisuais.

Nessa mesma direção, as formas expressivas do programa se relacionam claramente a auto-reflexividade, conceito do cinema atualmente explorado pelo vídeo e pela televisão. No campo midiático, a noção de reflexividade, cuja origem na filosofia e psicologia se refere à capacidade de tomar a si próprio como objeto, é usada para metaforizar a idéia da obra que pensa sobre si mesma. A auto-

reflexividade pode ser caracterizada como um tipo de discurso que se revela como tal e não procura apagar as marcas de sua condição de discurso. Tal estratégia característica do *CQC* atravessa toda a enunciação: a câmera torta preponderante nos planos feitos na bancada principal provoca uma ruptura com o realismo, explicitando a própria condição de construção do enquadramento; as imagens feitas dos bastidores das coberturas, que são inseridas na montagem do VT de modo a acionar esse efeito de desmascaramento dos processos, as câmeras que gravam as próprias câmeras de modo a, também, enfatizar as suas ferramentas de produção.

Em uma perspectiva política, a capacidade para a auto-reflexão de um produto, meio ou linguagem deve ser vista como sintomática não apenas de um pensamento linguístico contemporâneo, mas também de uma espécie de autoconsciência metodológica, ou melhor, da tendência a investigar os próprios instrumentos (STAM, 2003, p. 174). Especificamente, como uma estratégia estética, a reflexividade fílmica<sup>10</sup> se refere à tendência expressiva de dar ênfase, na configuração formal das narrativas, a produção, autoria, estratégias discursivas e textuais, recepção etc.

---

<sup>10</sup> Para o modernismo artístico, a reflexividade sugere uma arte não representacional e, portanto, não realista, caracterizada pela abstração e ênfase nos processos artísticos. No campo das artes visuais, as primeiras tendências surgiram como oposição ao modelo de representação ilusionista criado pelo cinema clássico e herdado pela TV na maioria dos seus gêneros ficcionais, que se esforçam para promover um efeito de realidade através do apagamento das marcas de mediação. No campo dos estudos de cinema, há peso nas discussões sobre as valências políticas desse suposto realismo e da tendência à reflexividade. Nessa perspectiva, a ala de esquerda da teoria do cinema dos anos 70, fortemente influenciada por Althusser e por Brecht, considera a reflexividade um postulado político, numa tendência de equiparar “realista” a “burguês”, “reflexivo” a “revolucionário” (STAM, 2003, p.175). Isso explica, em parte, a tendência de caracterizar o cinema hollywoodiano como indutor do *status quo* burguês. Nessa direção, a resposta política ao cinema dominante que apagava os sinais de representação estaria, justamente, na revelação do processo de produção através dos textos auto-reflexivos. Robert Stam (2003) argumenta que é um erro considerar o realismo e a auto-reflexividade como antitéticos e cita o filme *Numéro deux*, de Godard, como exemplo da simultaneidade de tendências realistas e reflexivas, o que significa que se trata mais de uma questão de coeficiência entre as partes e não de proporção fixa. O autor também considera que não se pode conferir valor antecipado a essas tendências expressivas, “a reflexividade não vem equiparada com uma valência política *a priori*; pode ser usada pelo esteticismo da arte pela arte, pelo formalismo específico de cada meio, pela publicidade ou pelo materialismo dialético. Pode ser narcisista ou intersubjetiva, signo de uma urgência politicamente motivada ou de uma lassidão niilista.” (STAM, 2003, p. 176)

Na TV, essa revelação dos dispositivos que inscrevem e circunscrevem a enunciação está, normalmente, associada à exibição do aparato técnico de gravação e transmissão, tais como câmera, microfones e equipe técnica. Durante a apresentação do *CQC*, quatro tipos de enquadramentos se revezam para acentuar tal estratégia. A primeira câmera enquadra o cenário em plano geral e focaliza todo o aparato cênico e técnico, inclusive os próprios cinegrafistas e câmeras, dois deles integram a bancada posicionando-se nas laterais. São eles os responsáveis por promover os desvios de planos: enquadramentos com angulações oblíquas que marcam os comentários irônicos, paródias e piadas feitas pelos apresentadores. Esse dois enquadramentos laterais e oblíquos focalizam os três apresentadores juntos e enfatizam o sentido de ruptura com o plano característico dos telejornais diários. Mas essa idéia de “desvio” é potencializada justamente pela ênfase dada à “norma”, isto é, o primeiro plano é bastante explorado no processo de enunciação e marca os momentos em que Marcelo Tass, sozinho, dirige-se ao telespectador para anunciar a escalada, a passagem de bloco e as matérias. Na cena da enunciação, as trocas de câmeras são feitas de modo abrupto, acentuado o corte proposto com o efeito de realismo, geralmente configurado pelos enquadramentos sem angulação. Assim, ao afirmar visualmente a intencionalidade de seus enquadramentos, o *CQC* procura explicitar a sua própria condição de construção do real.



Figura 4- Enquadramentos da cena de apresentação

É como se a enunciação virasse o próprio enunciado através da incorporação de referências que dão acesso ao processo de construção de sentido no aspecto da linguagem (audiovisual ou televisiva). Do ponto de vista jornalístico, a estratégia se

associa a uma tendência de simular um sentido de “transparência” com base na revelação do processo de construção do fato. É claro que esse elemento é visto aqui como uma tática intencional que, ao mostrar o que acontece “por trás das câmeras”, busca configurar uma condição de “vigilância”, sustentando a idéia de “cão de guarda” ou, para usar a metáfora do programa, de “homem mosca”.

A inclusão das supostas cenas de bastidores se apresenta como estratégia central da construção narrativa. Nesse sentido, uma das principais características do CQC é fazer do processo de construção da matéria a própria notícia, ou melhor, o próprio enredo da *storytelling* (op. cit EKSTROM, 2000). A intenção não é simplesmente cobrir os acontecimentos semanais que já foram veiculados pela grande imprensa; o que se torna relevante não é o fato em si, mas a narrativa que se constrói do próprio processo de cobertura. A reportagem sobre a Cúpula de Chefes de Estado realizada em Lima, exibida em 19.05.08, é um interessante exemplo dessa característica do programa de fazer da própria cobertura, e da divertida “estória” que dela se constrói, notícia. A matéria foi anunciada por Marcelo Tas como um “furo”: *“agora, uma matéria histórica nesse programa, eu não estou brincando. Teve a cúpula de toda a América Latina, Caribé e União européia e adivinhe qual foi a única equipe jornalística que conseguiu entrar nos bastidores? (...)”*. O fato em si, a cúpula e o que foi discutido na reunião entre os chefes de estado, não teve relevância para o programa, a notícia aqui foi a saga do repórter Rafael Cortez que conseguiu ter acesso ao local por onde os chefes de estado circulavam, local este permitido apenas para a cobertura oficial. A possibilidade de estar em um local “improvável” e revelar um inusitado ponto de vista do fato costuma ser configurada no programa como “furo de reportagem”, que, na perspectiva do jornalismo como campo social (GOMES, W., 2004), seria justamente o principal valor de disputa pela autoridade jornalística, principal capital simbólico do campo, isto é, a distribuição de prestígio e a consequente credibilidade estariam associadas à capacidade de obter informação exclusiva.



A “estória” é construída numa perspectiva cronológica que começa com a chegada do repórter ao local do evento, tem seu clímax quando ele consegue enganar os seguranças e “invadir” a área proibida e culmina com as abordagens aos líderes políticos. Através da montagem que privilegia as cenas normalmente concebidas como *making off* (conversa do repórter com os seguranças, com o próprio cinegrafista e com os organizadores do evento) e de enquadramentos de câmera mais abertos que acentuam a cobertura midiática (câmeras, equipamentos, equipes de TV), dá-se ênfase não exatamente aos bastidores da Cúpula, mas aos bastidores da própria reportagem. No VT, o *CQC* também recorre à auto-reflexividade quando faz piada de si mesmo e exhibe intencionalmente um erro do repórter que confunde o presidente do Equador com um de seus seguranças. A gafe é enfatizada na cabeça da reportagem, quando Marcelo Tas chama a atenção do telespectador: “*reparem no Rafael Cortez na hora em que foi entrevistar o presidente do Equador, Rafael Correia, ele entrevistou o segurança do cara*”, seguido de gargalhadas compartilhadas pelos companheiros de bancada.

No quadro *Proteste Já*, as constantes referências audiovisuais ao processo de produção da matéria são usadas para dar ênfase ao sentido de “serviço público”, reconhecido como um valor constitutivo do jornalismo (DEUZE, 2005). O quadro é composto por reportagens em tom investigativo pautadas por denúncias: a falta de civilidade dos donos de cachorro que não recolhem as fezes de seus animais das praças públicas (05.05.08), o fechamento de uma rua pública por um condomínio residencial (12.05.08), a construção de um cemitério em uma área de proteção ambiental (19.05.08), o superfaturamento na merenda escolar pela prefeitura da cidade de Mairiporã, interior de São Paulo (26.05.08). Nas reportagens, as cenas supostamente gravadas em off constituem o fio condutor de toda a narrativa. No VT sobre o fechamento de uma via pública por um condomínio de alto luxo, por exemplo, a edição e os enquadramentos de câmera privilegiam intencionalmente etapas do processo de produção, como a discussão do repórter com um dos moradores do condomínio, o telefonema dado ao representante da construtora que havia se recusado



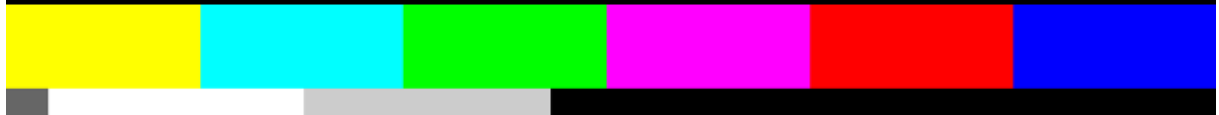
a receber a equipe de reportagem, o grafite da rua sendo feito em um painel com suporte da produção do VT, a abordagem de policiais à equipe de gravação, que acaba tendo o veículo multado. As cenas contribuem para a constituição da ação dramática e funcionam estrategicamente para provocar sentido de “transparência” e, conseqüentemente, atestar o efeito de “serviço público” ali acionado através da revelação do processo de apuração.

### **Considerações finais**

Como procuramos discutir, o CQC se utiliza largamente de elementos do audiovisual como ferramenta para a promoção de um curioso efeito de sentido, em que o riso, a piada, a diversão são explorados com fins bem específicos. Não parece ser simplesmente o humor pelo o humor, mas o humor, curiosamente, como elemento de afirmação de uma suposta atuação jornalística. As questões levantadas neste exercício analítico, contudo, não contemplam a complexidade do programa, que merece uma investigação mais minuciosa, principalmente em relação à forma como utiliza os elementos da linguagem televisiva, que vão além dos recursos propriamente audiovisuais e contemplam o modo como o programa se insere no fluxo televisivo, invade os intervalos comerciais e faz da TV objeto de enunciação, como utiliza estratégias da dramaturgia nas performances dos mediadores e na construção narrativa das reportagens, como se configuram no tempo “ao vivo” etc. Por hora, e com base na análise de formas expressivas da linguagem audiovisual, pretendeu-se demonstrar que o CQC potencializa a polêmica e produtiva relação entre jornalismo e entretenimento, muitas vezes fazendo uma espécie de parodia do jornalismo que se nega a assumir tal “promiscuidade”. Assim é justamente com base naquilo que diverte, normalmente visto como necessária oposição à informação e à racionalização do discurso, que se convoca a conversação política, atuando como espaço alternativo, e por que não legítimo, de configuração de debate público.

## Referências

- BAYM, Geoffrey. *The Dauly Show and the reinvention of political journalism*. Paper apresentado no 3<sup>rd</sup> annual pre-APSA conference on political communication. Chicago, Illinois, September 2004.
- BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. In: LIMA, Luiz Costa. (sel.). **Teoria da Cultura de Massa** São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutemberg à Internet**. 2 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- DAHLGREN, Peter. *Introduction (Journalism as popular culture)*. In: DAHLGREN, Peter & SPARKS, Colin. **Journalism and Popular Culture**, London, Sage, 2000, 1-23.
- DEUZE, Mark. *What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered*. In: **Journalism**. London: Sage Publications, 2005, Vol. 6(4): 442-464;
- EISENSTEIN, Serguei. **O sentido do filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- EKSTROM, Mats. *Information, storytelling and attractions: TV journalism in three modes of communications*. In: **Media, Culture and Society**. London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage Publications, 2000. Vol. 22 p. 465-492.
- FECHINE, Yvana. *O vídeo como um projeto utópico da televisão*. In: MACHADO, Arlindo (org.) **Made in Brasil: três décadas do vídeo brasileiro**. São Paulo: Itáu Cultural, 2003.
- GOMES, Itania Maria Mota. *O embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento e a consideração do jornalismo como processo cultural e histórico*. In: DUARTE, Elizabeth Bastos & CASTRO, Maria Lília Dias (Org.). **Em torno das Mídias: práticas e ambiências**. Porto Alegre: Sulina, 2008, p. 95-112.
- GOMES, Itania Maria Mota. *Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise*. In: **Revista e-compos**, edição 8, abril de 2007.
- GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massas**. São Paulo: ed. Paulus, 2004.
- GOMES, Wilson. **Comunicação e Democracia**. São Paulo: Paulus, 2008.
- GUERRA, Josenildo Luiz. *O Nascimento do Jornalismo Moderno - uma discussão sobre as competências profissionais, a função e os usos da informação jornalística*. In: **Anais 26. Congresso Brasileiro de Ciências da**



**Comunicação.** Belo Horizonte, setembro, 2003. São Paulo: Intercom, 2003.

JACOBS, Ronald N. On television, and the Death of News (and why I am not in mourning). Paper presented at the annual meeting of the **American Sociological Association**, San Francisco, California, aug., 2004.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas e pós-cinemas.** Campinas, SP: Papirus, 1997.

SHUSTERMAN, Richard. *Entertainment: a question for aesthetics.* In: **British Journal of Aesthetics**, vol.43, no. 3, July 2003, 289-307.

STAM, Robert. **Introdução à teoria do cinema.** Campinas, SP: Papirus, 2003.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo.** Porque as notícias são como são, Vol. I. Florianópolis: Insular, 2005.