

Universidade Federal de Minas Gerais  
Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas – FAFICH  
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social

Gáudio Luiz Freddi Bassoli

**Bobo da Globo, bufão da televisão: humor e crítica no Tá no Ar: a TV na TV**

Belo Horizonte

2017

**Gáudio Luiz Freddi Bassoli**

Bobo da Globo, bufão da televisão:  
humor e crítica no *Tá no Ar: a TV na TV*

**Versão final**

Dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito final para obtenção do título de Mestre em Comunicação Social.

Orientadora: Profa. Dra. Paula  
Guimarães Simões

**Belo Horizonte**

**2017**

301.16 F852b 2017	<p data-bbox="491 282 799 315">Freddi Bassoli, Gáudio Luiz</p> <p data-bbox="491 322 1232 383">Bobo da Globo, bufão da televisão [manuscrito] : humor e crítica no Tá no ar: a TV na TV / Gáudio Luiz Freddi Bassoli. - 2017.</p> <p data-bbox="523 389 592 423">152 f.</p> <p data-bbox="523 430 932 463">Orientador: Paula Guimarães Simões.</p> <p data-bbox="491 501 1219 562">Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas.</p> <p data-bbox="528 568 730 602">Inclui bibliografia</p> <p data-bbox="491 645 1203 768">1. Comunicação – Teses. 2. Televisão – Teses. 3. Humorismo - Teses. 4. Tá no ar: a TV na TV (Programa de televisão) - Teses. I. Simões, Paula Guimarães. II. Universidade Federal de Minas Gerais. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. III. Título.</p>
-------------------------	--

Ficha catalográfica elaborada por Vilma Carvalho de Souza - Bibliotecária - CRB-6/1390

**“Bobo da Globo, bufão da televisão: humor e crítica no Tá no ar - a TV na  
TV”**

**Gáudio Luiz Freddi Bassoli**

Dissertação defendida e aprovada pela banca examinadora:

*Paula Guimarães Simões*

Paula Guimarães Simões

(orientadora – Universidade Federal de Minas Gerais)

*Simone Maria Rocha*

Simone Maria Rocha

(Universidade Federal de Minas Gerais)

*Marcio de Vasconcellos Serelle*

Marcio de Vasconcellos Serelle

(Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais)

Programa de Pós-graduação em Comunicação Social

Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas

Universidade Federal de Minas Gerais

Belo Horizonte, 06 de março de 2017.

## AGRADECIMENTOS

“Rir é o melhor remédio”. Sem dúvida, porque às vezes sobram motivos para chorar... É bom ter com quem compartilhar as alegrias e as tristezas e, como diz o clichê, será injusto não citar todos os nomes que poderiam estar aqui. Mas vamos àqueles que nos lembramos e escolhemos que talvez possam representar os demais.

Agradeço a Luis Bassoli e Marcos José, pai e irmão caçula, pela experiência de rir comigo enquanto assistia ao programa que inspiraria meu estudo. Digo obrigado à Eliana Freddi, a mãe mais linda do mundo, que demonstra agora, com o exemplo pessoal, a importância e o prazer que pode ser estudar. Sou grato aos irmãos mais novos João Pedro, pela lição mais difícil, e Samuel, o rei das piadas sem graça “de tiozão”. Ao jornalista Aluisio Marques, funcionário da “poderosa”; Arthur, *design* das paredes da casa; e Gustavo, mais recente aquisição metida à engraçada, obrigado pelo convívio fraterno, que faz o bom humor imperar até nos momentos de conflito.

Agradeço a Vera França, avó, digo, “mãe duas vezes” acadêmica. Se não tivesse me inspirado e cuidado de mim, não teria chegado aqui. Ao professor Marcio Serelle, excelente provocador desde a qualificação, e à professora Simone Rocha, que me causava medo e hoje só tem admiração, obrigado. Sou grato aos colegas de turma de mestrado e de pós na comunicação, amigos de GRISPop e GRIS, grupo de orientados da professora Paula. Lembro aqui os nomes do meu irmão Bruno Menezes Guimarães, referência e parceiro nas descobertas sobre o humor, e da minha irmã Ju, amiga do mundo acadêmico e para além dele. Aos alunos e alunas de Teorias da Comunicação de 2015/2 e Humor e Produção de Sentido, agradeço o carinho. Com Paula Guimarães Simões, ou Paulinha, que foi mãe também para mim nos últimos dois anos, orientado com seriedade e dedicação exemplar, tenho um sentimento de dívida impagável. Aos professores do programa que me instruíram, à CAPES e aos contribuintes que me financiaram, à Fafich e à UFMG que (apesar de tudo) farão falta, obrigado.

Aos amigos Widller Maciel, que revisou a dissertação, Thamires Duarte, que auxiliou com as transcrições anexas, Otávio e Abner, que compartilham comigo a *Guarda Belo*, maior banda de todos os tempos da última semana, agradeço por possibilitar que a vida siga, estudando, me divertindo e me divertindo estudando.

E àquela que me fez sorrir, especialmente nos dois anos do meu mestrado, e a quem eu desejo toda a felicidade nos próximos dois anos; agradeço. Beijos para Lorena.

## RESUMO

O objetivo desta dissertação é analisar o programa humorístico da Rede Globo, *Tá no ar: a TV na TV*. Partimos da premissa de que ele critica através do riso, ou melhor, que critica como um recurso para fazer rir, julgando e atribuindo valores. Para nossa pesquisa, escolhemos dois alvos da crítica realizada pelo programa: a Globo e a televisão. Procuramos entender *como* as críticas das duas foram feitas. Esboçamos uma análise a partir de três procedimentos: tabelar os esquetes (inspirados na análise de conteúdo); analisar o enquadramento ou os *quadros de sentido* (BATESON, 2002; GOFFMAN, 2002, 2012) de dois esquetes que se destacaram (*Jardim Urgente e Militante*) e esclarecer os parâmetros que configuram um dispositivo crítico, parte do sistema de resposta social da mídia (BRAGA, 2006). Entendemos que, ao encarnar a oposição e ter “liberdade para dizer a verdade”, é possível comparar a atração à figura do bobo da corte. E, debatendo a partir de perspectivas em comum e de discordâncias, procuramos inscrever nosso objeto num contexto social mais amplo de “cinismo e falência da crítica” (SAFATLE, 2008).

**Palavras-chave:** televisão, humor, crítica, *Tá no ar: a TV na TV*, bobo da corte.

## ABSTRACT

This thesis aims to analyze Rede Globo's comedy show *Tá no ar: TV na TV*. We assume that this TV program criticizes through the laughter. It uses criticism as a resource to make people laugh, by judging and imputing values. In this research, we chose two subjects criticized in the comedy show: the TV channel Rede Globo and the television itself. We try to understand how it criticized both of them. For that, we outline an analysis from three procedures: organizing the skits (based on Content Analysis); analyzing the framing or the frames of meaning (BATESON, 2002; GOFFMAN, 2002, 2012) of two skits that stood out during the Content Analysis (*Jardim Urgente e Militante*); clarifying the parameters that configure a critical device, part of the social media response system (BRAGA, 2006). We understand that the TV program embodies the opposition and has "freedom to tell the truth", so it is possible to compare the attraction to the figure of Court Jester. Debating from common perspectives and disagreements, we seek to inscribe our object in a wider social context of "cynicism and bankruptcy of criticism" (SAFATLE, 2008).

**Keywords:** television, humor, criticism, *Tá no ar: a TV na TV*, Court Jester.

## Lista de figuras

<b>Figura 1:</b> Esquema de identificação e classificação de categorias, gêneros, subgêneros e formatos.....	45
<b>Figura 2:</b> <i>Frames de Jardim Urgente e Militante</i> .....	92

## Lista de tabelas

<b>Tabela 1:</b> Relação mapa-território da comunicação .....	36
<b>Tabela 2:</b> Diferentes cronologias do riso.....	41
<b>Tabela 3:</b> Categoria e gêneros dos programas na TV aberta brasileira .....	45
<b>Tabela 4:</b> Subgêneros humorísticos da televisão brasileiro.....	47
<b>Tabela 5:</b> Ironia, sátira e paródia .....	60
<b>Tabela 6:</b> Dados para análise de conteúdos do <i>Tá no Ar: a TV na TV</i> .....	67
<b>Tabela 7:</b> Categoria e gêneros/formatos dos programas parodiados no <i>Tá no ar: a TV na TV</i> .....	69
<b>Tabela 8:</b> Número de aparições dos esquetes .....	78
<b>Tabela 9:</b> Tempo de aparições dos esquetes mais longos na temporada (em minutos:segundos).....	81

## Lista de gráficos

<b>Gráfico 1:</b> Emissoras parodiadas (percentual de tempo em relação à temporada)....	82
<b>Gráfico 2:</b> Categorias parodiadas (percentual de tempo em relação à temporada) ...	83
<b>Gráfico 3:</b> Gêneros/formatos de “Entretenimento” parodiados (percentual de tempo em relação à categoria).....	83
<b>Gráfico 4:</b> Gêneros/formatos de “Informação” parodiados (percentual de tempo em relação à categoria).....	85
<b>Gráfico 5:</b> Gêneros/formatos de “Publicidade” parodiados (percentual de tempo em relação à categoria).....	85
<b>Gráfico 6:</b> Gêneros/formatos de “Outros” parodiados (percentual de tempo em relação à categoria) .....	86
<b>Gráfico 7:</b> Temas (percentual de tempo em relação à temporada).....	87
<b>Gráfico 8:</b> Esquetes satíricas (percentual de tempo em relação à temporada) .....	92

## SUMÁRIO

<b>TÁ NO AR UM PROBLEMA DE PESQUISA</b> .....	<b>8</b>
<b>1. TELEVISÃO</b> .....	<b>15</b>
1.1    PARA ALÉM DE MCLUHAN: O MEIO, A LINGUAGEM E A METALINGUAGEM .....	16
1.2    TELEVISÃO E/NA CULTURA: HEGEMONIA, COMPETÊNCIA CULTURAL E INSERÇÃO SOCIAL .....	24
1.3    TELEVISÃO COMO DISPOSITIVO: MÍDIA E (TRANS)MIDIATIZAÇÃO .....	30
<b>2. HUMOR E CRÍTICA</b> .....	<b>35</b>
2.1    ENQUADRAMENTO DE SENTIDO E GÊNERO TEXTUAL .....	35
2.1.1    Enquadramento: será isto brincadeira? O que está acontecendo aqui?.....	35
2.1.2    Gênero textual: aproximações possíveis com enquadramento.....	39
2.2    HUMOR.....	40
2.2.1    Gênero televisivo: o humor televisual e sua genealogia .....	43
2.2.2    Subgêneros humorísticos na televisão: o “Tá no ar” como humor paródico .....	47
2.3    CRÍTICA .....	51
2.3.1    Crítica da mídia: dos “apocalípticos” de Frankfurt ao sistema de resposta social .....	52
2.3.2    Dispositivos de crítica da televisão .....	56
2.4    ENQUADRES DE HUMOR E CRÍTICA: IRONIA, SÁTIRA, PARÓDIA E CARICATURA .....	59
2.5    O BOBO DA CORTE: HUMOR E CRÍTICA NA REPRESENTAÇÃO DA VERDADE E DA OPOSIÇÃO .....	61
<b>3. SINTONIZANDO O QUE ESTÁ NO AR</b> .....	<b>66</b>
3.1    PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....	66
3.1.1    Corpus .....	67
3.1.2    Mapeando o conteúdo e analisando enquadramentos do dispositivo crítico .....	67
3.2    A(S) CRITICADA(S): A(S) RAINHA(S) DO BRASIL .....	72
3.2.1    A televisão brasileira.....	72
3.2.2    A Rede Globo e a(s) sua(s) história(s).....	74
3.3    A CRÍTICA: O TÁ NO AR: A TV NA TV .....	76
<b>4. ANÁLISES</b> .....	<b>78</b>
4.1    O CONTEÚDO DO TÁ NO AR: A TV NA TV .....	78
4.1.1    O espelho: paródias de emissoras, categorias e gêneros/formatos.....	82
4.1.2    A janela: os temas, satíricos ou não.....	87
4.2    ENQUADRAMENTOS DE SENTIDO DO JARDIM URGENTE E DO MILITANTE .....	92
4.2.1    Jardim Urgente.....	93
4.2.2    Militante .....	97
4.3    O DISPOSITIVO SOCIAL DE CRÍTICA MIDIÁTICA.....	101
4.3.1    Ponto de vista .....	101
4.3.2    Objetivo e motivações.....	103
4.3.3    Interlocução.....	104
<b>BOBO DA GLOBO, BUFÃO DA TELEVISÃO</b> .....	<b>107</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>115</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>125</b>
ANEXO 1 – TRANSCRIÇÕES .....	125
ANEXO 2 – TABELAS COM OS CONTEÚDOS DOS EPISÓDIOS .....	140
ANEXO 3 – FRAMES CAPTURADOS .....	150

## TÁ NO AR UM PROBLEMA DE PESQUISA

“Interrompemos nossa dissertação para explicar, em síntese, o que é um estudo metacrítico”.

**Metacrítica.** As pesquisas em comunicação no Brasil viveram forte influência de uma série de teorias críticas<sup>1</sup>, sendo elas, porém, paulatinamente deixadas de lado. Vera França argumenta que esse relativo abandono se deu pela mudança de contexto, pela dificuldade de serem aprendidas empiricamente e por serem totalizadoras<sup>2</sup> (FRANÇA, 2014, p. 107).

Novas perspectivas surgem, com a atenção de pesquisadores mudando de foco<sup>3</sup>. Contemporaneamente, porém, surgem tanto denúncias do esvaziamento crítico quanto a necessidade de se resgatar essa dimensão. França demonstra como Boltanski, exemplo desse movimento pendular<sup>4</sup>, explica:

A crítica dos indivíduos e a crítica social configuram, para o autor, dois conceitos distintos, que ele nomeia *crítica* e *metacrítica*. O conceito de *crítica* se refere às críticas isoladas, desenvolvidas por indivíduos a partir de sua própria experiência; ela é localizada e específica. Já a *metacrítica* é uma crítica de segundo grau, que se apoia nas críticas individuais, se alimenta delas e as reúne, constituindo-se e elevando-se enquanto uma crítica da ordem social. Ela é, assim, uma construção teórica e objetiva desvelar a opressão, a exploração, a dominação de uma sociedade ou grupos sociais. (FRANÇA, 2014, p. 112, grifos da autora).

---

<sup>1</sup> França (2014) lista: a Teoria Crítica de Frankfurt, a teoria da hegemonia, a teoria da dominação de Pierre Bourdieu e as teorias que falam da reificação e do esvaziamento do simbólico, sendo elas *a sociedade do espetáculo* de Guy Debord e o *simulacro* de Jean Baudrillard.

<sup>2</sup> Quatro críticas podem ser feitas às teorias críticas fortes no Brasil, em geral: subestimação dos sujeitos (do espírito crítico, capacidade criativa, força de resistência); tom monolítico (insensível às diferenças; incapaz de tratar das singularidades e dar conta do particular); simplificação (quando não anulação) do potencial das linguagens e dos processos de semiose; falta de atenção (e mesmo a incompreensão) dos processos operatórios das diferentes mídias e de seu poder de agenciamento (FRANÇA, 2014, p. 108).

<sup>3</sup> Os Estudos Culturais abrem portas para as diferentes formas de uso dos produtos culturais, resgatam a legitimidade da satisfação e prazer advindos do consumo de produtos triviais, ressaltam as lutas e processos identitários; e outras perspectivas voltam a “atenção ao sujeito e aos processos de subjetivação; à constituição de grupos, redes e comunidades; à configuração de novos formatos midiáticos, à convergência de mídias, aos processos transmidiáticos” (FRANÇA, 2014, p. 109).

<sup>4</sup> Discípulo de Bourdieu, Boltanski, em um primeiro momento, critica seu mestre, “assumindo mais nitidamente uma perspectiva pragmatista, de atenção à prática, [...] [se afastando] das leituras abrangentes para se ocupar dos atores em situação de trabalho” (FRANÇA, 2014, p. 108). Agora, reaproxima-se da sociologia da crítica, “apontando ainda os limites (e riscos) da sociologia pragmática da crítica (a sua): ela perde a noção de totalidade, ele diz, e não é capaz de passar da crítica fragmentada e particular dos atores a uma visada crítica global da sociedade” (idem, p. 111).

França advoga para os estudos de comunicação a metacrítica, entendendo que não se trata de “retornar às *velhas* teorias da dominação (embora se trate, sim, de recuperar e manter delas aquilo que trouxeram de revelador e de incontornável)” (FRANÇA, 2014, p. 114). Trata-se de manter a “permanente visada crítica nos estudos comunicacionais; [...] atenta ao específico e ao singular, [que] não se feche em objetos e raciocínios autossuficientes e possa sempre reenviar esses objetos ao contexto maior no qual eles existem” (idem). Parece um bom caminho para pesquisar a comunicação.

“Atenção leitor e leitora para 3 paralelos entre diferentes tipos de pesquisa em comunicação”.

**Apocalípticas versus Integradas.** Provocativo, Eco (1987) contrapõe e aproxima aqueles que ele chama apocalípticos e integrados. Embora em polos opostos, ambos têm “massa” e “indústria cultural” como conceito-fetichê. Os primeiros (aparentemente<sup>5</sup>) rejeitem os fenômenos nomeados, enquanto os segundos venerem.

Entre os apocalípticos, especificamente sobre a Escola de Frankfurt (que merecerá um tópico específico em nossa dissertação), chamando-a de “pseudo-marxista”, Eco critica tanto o “método de negação” de Horkheimer quanto a “crítica da *práxis*” de Adorno, pelo seu caráter especulativo.

A função dos apocalípticos tem uma validade própria [...] ao denunciar que a ideologia otimista dos integrados é profundamente falsa e de má fé. [...] O que, ao contrário, se censura no apocalíptico é o fato de jamais tentar, realmente, um estudo concreto dos produtos e das maneiras pelas quais são eles, na verdade, consumidos. [...] Ao invés de analisá-lo[s] caso por caso, [...] nega-o[s] em bloco (ECO, 1987, p. 18-19).

Em outras palavras, apocalípticos e integrados não erram pelo posicionamento contra ou a favor da mídia; não é no meio termo entre os dois que se encontra necessariamente um caminho seguro. O problema em ambos é partir de uma visão generalizante e precipitada, que não olha para especificidades ou, quando muito, que pesquisa apenas para confirmar seus esquemas predeterminados (BRAGA, 2006; MACHADO, 2001).

---

<sup>5</sup> No caso dos apocalípticos, a rejeição da mídia é aparente porque, de forma paradoxal, as críticas demonstram mascaradamente uma “paixão frustrada”, “amor traído”, neurose semelhante à do moralista (ECO, 1987, p. 19), por exemplo, quando há “uma atração mórbida pelo *mysterium televisionis*” (idem, p. 21, grifo do autor). “O crítico não nos ajuda a sair do estado de fascinação, mas, quando muito, faz-nos mergulhar ainda mais. Talvez sua aspiração seja induzir seus pares a desligar o televisor. Mas o fato é que ele permanece ligado para todos os demais” (idem, p. 21).

**Ideologicistas versus Informacionistas.** Foram as pesquisas apocalípticas e integradas no contexto latino-americano. Martín-Barbero cunha os termos para criticar, nas pesquisas ideologicistas, a visão reducionista da infiltração da ideologia na comunicação provocando o efeito de dominação, atribuindo aos meios uma visão tão onipotente quanto a versão funcionalista e não superando generalidades como a ideia de “manipulação” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 280-281). Os meios foram reduzidos a ferramentas que seriam moralizados dependendo de quem os estivesse operando: “seriam maus nas mãos das oligarquias reacionárias, mas se tornariam bons no dia em que o proletariado assumisse seu controle” (idem, p. 281). É uma ideia frontalmente oposta à do autor, menos ingênua, segundo a qual “tecnologias não são meras ferramentas transparentes; elas não se deixam usar de qualquer modo: são em última análise a materialização da racionalidade de *uma* certa cultura e de um ‘modelo global de organização do poder’” (idem, p. 259, grifo do autor)

Outro problema foi que a única coisa que interessava eram os rastros do dominador, não os do dominado e muito menos sinais de luta. Para o “ideologismo”, “entre emissores-dominantes e receptores dominados, nenhuma sedução, nem resistência, só a passividade do consumo e a alienação decifrada na imanência de uma mensagem-texto nunca atravessada por conflitos e contradições” (idem, p. 281-282).

O modelo “informacionista”, por outro lado, deixa de fora da análise uma série de fatores, entre outros: a questão do sentido e do poder; perguntas que vêm da informação como processo de comportamento coletivo; o conflito de interesses para produzir, acumular ou veicular informação; os problemas da desinformação e do controle; as condições sociais de produção de sentido; o que é irreduzível e não equiparável à transmissão de informações, como um baile ou um culto religioso (idem, p. 282-283). Em suma, é incompleto e não crítico.

**Estudos do cinismo versus Estudos da hegemonia.** São duas chaves de leitura diferentes para os mesmos fenômenos. Enquanto a primeira identifica o cinismo na sociedade contemporânea como explicação (às vezes, totalizante) de certas práticas, a segunda procura em ambiguidades e contradições os significados mais ou menos manifestos destas mesmas ações e interações. O paralelo entre ambas será importante na conclusão do nosso trabalho, quando procuraremos (com mais propriedade) reenviar nosso objeto ao contexto maior no qual ele existe.

*Tá no Ar: A TV na TV* é um humorístico da Rede Globo de Televisão, assinado por Marcelo Adnet, Marcius Melhem e Maurício Farias. Cada episódio começa com uma “interrupção da programação”, parodiando a vinheta do plantão de jornalismo e o “toque de 5 segundos” (o que fizemos textualmente agora a pouco foi parodiar essas vinhetas). No primeiro episódio, aparece uma das recorrentes piadas com as faixas etárias indicativas, avisando: “esse programa não é recomendado para quem tem claustrofobia”. O programa (de 24 minutos em média) simula uma zapeada frenética, como se o telespectador estivesse assistindo televisão com outra pessoa tendo o controle remoto na mão. Assim acontece a transição entre os curtos esquetes. O tema da vinheta do programa, que vai ao ar entre os dois blocos do episódio, é a música *Televisão* da banda de rock *Titãs*.

A televisão me deixou burro, muito burro demais / Agora todas coisas  
que eu penso me parecem iguais [...] Ô cride, fala pra mãe / Que tudo  
que a antena captar meu coração captura / Vê se me entende pelo  
menos uma vez, criatura! / Ô cride, fala pra mãe!

Arnaldo Antunes / Marcelo Fromer / Tony Bellotto

Um destaque do novo programa foi a realização de piadas tidas como proibidas pela Globo, como, por exemplo, falar dos concorrentes, ironizar anúncios publicitários, reproduzir acusações de que a rede mente e manipula. Logo no primeiro episódio, Silvio Santos foi imitado; SBT, Band e Rede TV! foram citadas nominalmente; a propaganda de carne da empresa Friboi, com Roberto Carlos e Tony Ramos, foi alvo de brincadeira; um personagem vlogueiro ativista foi criado para cumprir a função de criticar os próprios quadros do programa e a emissora (CASTRO, 2014). Sobre “essa liberdade não convencional”, o criador Marcius Melhem em entrevista alegou não ter tido problema algum: “na verdade, ficam umas coisas no ar que a Globo não deixa isso ou aquilo, mas isso nunca chegou (para nós), não foi uma questão. A gente foi fazendo o que achava que era legal fazer”<sup>6</sup>.

A partir dessas características, essa pesquisa surge de uma inquietação pessoal: o objeto empírico “me falou” alguma coisa. Se a frase parece quase cabalística colocada nestes termos, não causa tanto estranhamento para quem aprendeu e conviveu com a professora Vera França e o ensinamento que ela trouxe de Michel Maffessoli (seu orientador no doutorado). Assistindo ao programa, percebi que havia neste produto algo

---

<sup>6</sup> *Globo libera Adnet e Marcius Melhem para satirizarem concorrência: “Tabu nenhum”*. Acesso em 28 de Agosto de 2014, disponível em Portal IG: <<http://gente.ig.com.br/tvenovela/2014-03-25/globo-libera-adnet-e-marcius-melhem-para-satirizarem-concorrencia-tabu-nenhum.html>>

diferente, inovador. Não sabendo dizer bem o que é, precisava “deixa-lo falar” e achei pertinente investigá-lo, me “distanciando aproximando”. Distanciando porque a relação com o *Tá no ar* passou a ser outra, deixei de assistir com fins de entretenimento e passei a procurar boas perguntas que pudessem me encaminhar na trajetória do mestrado. Ao mesmo tempo, me aproximei, na medida em que os problemas levantados foram me imergindo dentro da temática e encaminhando a investigação. Os indícios, como as piadas “proibidas”, apareceram listados na leitura das críticas jornalísticas. Mas constatá-los obviamente não foi o suficiente, era preciso ir além. O que essas piadas “proibidas” dizem do programa?

Mais do que para responder uma curiosidade pessoal, a dissertação se justifica: 1) para a sociedade, percebendo meu objeto inscrito num contexto marcado por uma série de controvérsias a respeito do humor e de seus limites (ou alegada falta deles); 2) para os públicos envolvidos, considerando que o olhar científico pode contribuir para o entendimento do fenômeno a partir de uma perspectiva diferente (nunca superior); 3) para a comunidade acadêmica, levando em conta que o humor, a crítica e mesmo a televisão são temáticas que transcendem o interesse da Comunicação, sendo de relevância em especial para as ciências humanas e sociais; 4) para a área de estudos, devido às especificidades inexploradas que o humor numa “televisão em transição” (fazendo menção ao título do livro organizado por João Freire Filho) vem adquirindo e cuja análise deve ser feita para aumentar o repertório dos estudos comunicacionais.

No plano de estudos apresentado à seleção do mestrado, o problema era amplo, perguntando como se dá a construção do humor no *Tá no Ar: a TV na TV*. A ideia era olhar para estratégias comunicativas, o que se encaixou claramente na proposta de um estudo de comunicação e da Comunicação, inscrevendo-me na linha Processos Comunicativos e Práticas Sociais. Esse projeto se desenvolve também no âmbito do GRIS (Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade), mais especificamente do GrisPop (Interações Midiáticas e Práticas Culturais Contemporâneas). Nestes grupos, em diálogo com minha orientadora e no seminário de projetos, foi possível especificarmos melhor o problema, nos atendo às especificidades da empiria: olhar para a crítica. Diante das alegadas novidades do programa, uma intriga foi se evidenciando: se o humor do programa *Tá no Ar: a TV na TV* critica a televisão e a Globo, como ele faz isso? Estava dada a pergunta basilar de nossa pesquisa.

Avisamos ao leitor e leitora que a dissertação que se segue “vai e volta” em vários autores e temas. Por isso mesmo, sentimos necessidade de situarmo-nos em vários momentos, indicando onde estivemos e para onde vamos. Aproveitando o apelo do objeto empírico, sugerimos que temos na mão o controle remoto enquanto o leitor e leitora “assiste”: passamos rapidamente por alguns autores e conceitos, ficamos um tempo em alguma teoria que nos chame a atenção, mas estaremos em vários momentos zapeando, esperando que o texto faça sentido.

Há cinco capítulos a seguir, sendo eles “Televisão”, “Humor e Crítica”, “Sintonizando o que *está no ar*”, “Análises” e “Bobo da Globo, bufão da televisão”. O primeiro é dividido em três seções: começamos abordando a televisão como um meio de comunicação com linguagem própria e metalinguagem (ECO, 1984; 1987; FRANÇA, 2009; FRANÇA, SIMÕES, 2017; MACHADO, 2001; MCLUHAN, 1964; PIGNATARI, 1987; SODRÉ, 2006). Essa seção é intitulada “Para além de McLuhan”, levando em conta como o canadense apresentou uma reflexão precursora da questão dos meios bem como limites em suas teorias que exigiram ampliar o olhar. Tendo em vista essa necessidade de amplitude, nos aventuramos no conceito de cultura, buscando entender a inserção social da televisão. Três autores nos servem de base nesse percurso: Raymond Williams (2007, 2008), dos estudos culturais ingleses, Martín-Barbero (2009) da escola latino-americana e Vera França (2006), tecendo considerações sobre a TV na perspectiva desenvolvida a partir de pesquisas do GRIS. No terceiro tópico, abordamos a televisão como um dispositivo (ALZAMORA, SALGADO, 2014; ALZAMORA, SILVA, 2014), entendendo sua configuração contemporânea em um contexto de midiaticização (BRAGA, 2007) e atravessada por linhas de força como as lógicas de outras mídias, tornando-se, mais do que antes, transmidiática (ALZAMORA, SALGADO, 2014).

“Humor e Crítica”, por sua vez, é um capítulo dividido em cinco seções. Ele é introduzido a partir do conceito de enquadramento de sentido, fazendo referência aos autores fundadores Gregory Bateson (2002) e Erving Goffman (2002; 2012), bem como do panorama dos usos contemporâneos do conceito (MENDONÇA, SIMÕES, 2012). Aproximamos “enquadramento” de “gênero textual” (BAKHTIN, 1992, 1997), e isso nos ajuda na discussão dos dois tópicos seguintes. Primeiro, o humor (BERGSON, 2001; MINOIS, 2003), tratado especificamente como um gênero televisivo (MACHADO, 2001; MARTÍN-BARBERO, 2009; ROCHA, 2008) e com vários subgêneros possíveis. Consideramos o *Tá no ar* como pertencente ao “subgênero

paródico” e foi possível, então, procurar seus antecedentes em programas como *TV Pirata* e *Casseta e Planeta, Urgente!*, bem como construir nosso estado da arte, a partir de pesquisas anteriores do subgênero (BRIGLIA, 2015; DUARTE, 2004).

Em seguida, veremos a crítica (SILVA, 2015; SOARES, SERELLE, 2013; WILLIAMS, 2007). Trataremos da crítica de mídia no campo das teorias, especificamente na escola que recebeu o nome “Escola Crítica” (COHN, 2014; RÜDIGER, 2014), bem como apontaremos limites dos estudos frankfurtianos (MAIGRET, 2010). Entendendo que a crítica midiática não se restringe ao âmbito teórico, tampouco jornalístico, observaremos como ela é parte de um sistema de resposta social (BRAGA, 2006). Neste sistema, daremos especial atenção às críticas da televisão (idem). Ainda sobre humor e crítica, apresentamos quatro enquadramentos que podem articulá-los: ironia, sátira, paródia e caricatura (BERGSON, 2001; HUTCHEON, 1989; 2000; PEREIRA, 2009). E, terminando o capítulo, discutiremos sobre a figura do bobo da corte (MINOIS, 2003), metáfora central do nosso olhar sobre o programa.

Em “Sintonizando o que está no ar”, descrevemos os procedimentos metodológicos adotados e apresentamos (breves) considerações sobre a televisão brasileira (LEAL FILHO, 2006; LIMA, 2007); histórico(s) da Rede Globo de Televisão (LEAL FILHO, 2006; MEMÓRIA GLOBO, 2016); contextualização do programa e de seus produtores. Posteriormente, fazemos “Análises”: 1) de conteúdo, tendo seus resultados apresentados a partir de dados numéricos e da discussão de categorias nas quais agrupamos os esquetes do programa; 2) de enquadramento, dos esquetes *Jardim Urgente* (paródia do *Brasil Urgente* e do *Cidade Alerta*) e *Militante* (o personagem vlogueiro ativista citado há pouco); 3) e do dispositivo crítico, adotando os parâmetros de Braga (2006) para observar o ponto de vista da crítica, os objetivos e motivações, além da interlocução. Por fim, com “Bobo da Globo, Bufão da Televisão”, à guisa de conclusão, desenvolvemos o paralelo entre o *Tá no ar* e o personagem do bobo da corte e problematizamos limites e potencialidades do humor e da crítica no programa.

Com a pretensão de desenvolver um trabalho crítico, portanto, acreditamos estar fazendo a crítica de uma crítica. Que o leitor e a leitora, com toda a seriedade aliada a todo o bom humor que o riso pede ao ser observado, nos acompanhem nesse curioso jogo de espelhos críticos. Como diria Brandon Mclee (interpretado pelo ator Marcius Melhem), personagem do programa analisado que apresenta paródias de programas sobre história antiga, “venham conosco, nessa incrível jornada”.

## 1. TELEVISÃO

Juntando “tele” (“distante” em grego) e *visione* (“visão” em latim), temos o termo que, ao longo do tempo, “além de nomear o *aparelho receptor*, passou a designar também as *transmissoras de imagens e sons* e os *diferentes aspectos da produção dos programas (programação) e de sua distribuição*” (LIMA, 2007, p. 455, grifo nosso). Enquanto vai surgindo na década de 1950 e se consolidando, a TV suscita curiosidade e demanda estudos das diferentes áreas do conhecimento. Seu impacto torna a Comunicação, mesmo em controversa afirmação como ciência (ou talvez pelas potencialidades de ser mais um campo de estudo do que uma disciplina “dura”), um lugar produtivo para pesquisa. A TV é um grande objeto empírico do campo, possível de ser estudado a partir do nosso objeto de conhecimento, o “processo interacional”<sup>7</sup>.

Arlindo Machado (2001, p. 9-12) alega que a televisão, assim como qualquer outro meio, pode ser abordada a partir de duas tendências distintas: uma é sendo tomada como fenômeno de massa de grande impacto na vida social moderna, verificando-se a extensão de sua influência a partir de uma análise sociológica; outra, que lhe interessa mais (e a nós também) é como um *dispositivo* audiovisual através do qual uma civilização pode exprimir seus próprios anseios e dúvidas, as suas inquietações, as suas descobertas, os voos de sua imaginação, as suas crenças e descrenças. Preocupado com a questão da qualidade televisiva, Machado abre sua reflexão demonstrando como a televisão é acusada quase sozinha (portanto, injustamente) por uma mercantilização generalizada da cultura; mercantilização observável, por exemplo, na autoajuda no campo da literatura, ou nos filmes “descartáveis” para *shopping centers* no cinema. Ele reclama da discussão teórica sobre o meio no Brasil, que considera rasa, e dá um panorama de teorias – “algumas brilhantes, outras nem tanto” – sobre o que é e o que pode ser a televisão. Algumas delas consideram a TV ligada à vida cotidiana, outras à cultura popular, outras ao espaço público, outras ainda a mecanismos de mediação entre emissores e receptores. Mas, com tantas alternativas, por onde começar um estudo sobre televisão?

Vera França (2006, p. 14-18) ajuda-nos com um mapa, apresentando três tendências, a grosso modo, de estudar a TV. A primeira agruparia abordagens mais

---

<sup>7</sup> Para um breve histórico da televisão e dos estudos televisivos, cf. Hamburger (2014, p. 294-299). Para uma discussão do “campo da comunicação”, suas dificuldades e definição como estudo do processo interacional mais do que como estudo do meio, cf. Braga (2011, p. 3), França e Simões (2017, p. 12-23), Martín-Barbero (2009, p. 18-19).

gerais, “que falam da relação entre televisão e sociedade, buscando delinear seu papel, funções, efeitos” (FRANÇA, 2006, p. 14). Fazem parte pesquisas que consideramos poder chamar ora “integradas”, ora “apocalípticas”: desde autores com visões otimistas (como Wolton, que ressalta o potencial democratizador da TV aberta) até outros com perspectivas das mais catastróficas (entre vários exemplos, o paradigmático caso da indústria cultural de Adorno e Horkheimer). Sem desmerecer essas perspectivas, mas levando em conta as críticas que sofreram, consideramo-las muito generalistas para ajudar no caso do nosso processo de pesquisa.

A segunda tendência influencia mais nosso olhar: ela tem enfoque mais interno, “diz respeito à caracterização técnica do meio e sua linguagem” (FRANÇA, 2006, p. 17). É mais desenvolvida por quem trabalha menos a televisão em si e mais sobre estética, imagem, meios visuais. França destaca o italiano Umberto Eco, com a mistura e indistinção crescente entre ficção e realidade, e o francês François Jost, com os três grandes gêneros televisivos (o real, a ficção e o lúdico). No Brasil, ela lembra Décio Pignatari (especialmente pelo livro *Signagem da televisão*) e Arlindo Machado (destacando-se *A televisão levada a sério*).

Na terceira tendência apontada por França, que faz análises de programas específicos<sup>8</sup>, se situariam as pesquisas do GRIS – no qual nos inscrevemos. A partir dos programas, é possível entender a TV. Claro, não é possível negligenciar as especificidades da interação televisiva ao iniciar um estudo de um produto televisual. Sendo assim, França tece considerações sobre “o que é a televisão (linguagem) e como ela se insere na sociedade” (FRANÇA, 2006, p. 18). Discutiremos isso nos três tópicos a seguir.

### **1.1 Para além de McLuhan: o meio, a linguagem e a metalinguagem**

Destacamos no tópico iniciado agora seis características da TV e de seus programas. Começemos pela primeira delas: **a televisão é um meio de comunicação.**

---

<sup>8</sup> Levando em conta como França escapa de qualquer “pretensão classificatória” e ressalta como não está procurando “inserir de forma definitiva obras e autores” (FRANÇA, 2006, p. 14) nas categorias propostas, consideramos importante registrar como Arlindo Machado nos parece num lugar híbrido, com ênfases complementares; sendo perfeitamente cabível na terceira tendência, com enfoque nos programas. Não em vão, ele procura analisar a qualidade da televisão a partir do que poderíamos chamar “casos bem sucedidos”. E argumenta, além da discussão que adiantamos, que “para falar de televisão, é preciso definir o *corpus*, ou seja, o conjunto de experiências que definem o que estamos justamente chamando de *televisão*” (MACHADO, 2001, p. 20, grifo do autor). Talvez por isso a contribuição do autor, com elementos tenha sido e ainda seja tão influente nos estudos brasileiros sobre o tema.

Pedimos paciência com a informação óbvia: constatá-la nos obriga a tecer algumas considerações preliminares sobre os meios, “tecnologias, operações, suportes através dos quais as práticas comunicativas são implementadas” (FRANÇA, SIMÕES, 2017, p. 140). “Meio” não é uma definição tão simples como parece à primeira vista.

Meio diz respeito a ambiente (“ela vive num meio inóspito”), mas também àquilo que se intercala e conecta uma coisa a outra (“a ponte é o único meio de chegar até lá”), às operações necessárias para se alcançar alguma coisa ou alguém (“a mímica foi o meio de me fazer entender”), aos procedimentos que permitem chegar a um determinado fim (“o trabalho é um meio de obter reconhecimento”). Meio compreende espaço (a sala de cinema, o ar), matéria (o papel, a película), instrumentos, ou artefatos (a câmera, o telefone), mas também a tecnologia de construção e operação desses instrumentos (saberes, habilidades e operações), bem como as linguagens que essas tecnologias possibilitam criar. (idem)

A televisão pode ser considerada um meio a partir de vários destes significados: o ambiente dos programas, a ponte entre produtores e receptores, a operação necessária para uma comunicação imagética instantânea, um procedimento para determinados fins (informar, entreter). Antes de nos aprofundarmos em tudo isso, vale destacar que, se a polissemia de “meio” pode causar confusão, percebemos como não é difícil exemplificar uma infinidade de meios de comunicação. A humanidade sempre desenvolveu formas de se comunicar: o sinal de fumaça, a pintura rupestre, os hieróglifos, as cartas. Com o avanço tecnológico ao longo do século XX, surgiram novas possibilidades numa escala inédita, como as ondas do rádio e da TV. Contraditoriamente, os estudos comunicacionais – que cresceram para tentar compreender os meios de comunicação de massa<sup>9</sup> – negligenciaram aspectos importantes destes meios por muito tempo. Pouco se falou sobre a forma de funcionamento, a linguagem, as especificidades de cada um: os olhares se voltaram mais para os efeitos que provocavam (idem).

Com o advento da internet, o cenário se modificou consideravelmente e os meios hoje ocupam lugar central em várias reflexões. Um precursor da discussão é o canadense Marshall McLuhan, que propôs a tecnologia funcionando como extensão do corpo humano. Assim, ele divide a história da humanidade em três etapas, a partir de diferentes tecnologias de comunicação: cultura oral, cultura escrita (ou tipográfica) – a

---

<sup>9</sup> Segundo Albuquerque (2014, p. 261), ainda que a imprensa tenha atingido um público gigantesco com impactos sociais significativos (como a difusão do protestantismo no século XVI), foi a partir do advento das tecnologias baseadas na radiodifusão que se passou a falar em *meios de comunicação de massa*.

partir da invenção da imprensa –, e cultura eletrônica – inaugurada pela eletricidade. A primeira tinha o predomínio do sentido da audição e era comunitária; a segunda, visual e favorecendo o individualismo; a terceira, estendendo o sistema nervoso central e criando a, nas palavras dele, “aldeia global” (MCLUHAN, 1964).

Seu conceito de meio de comunicação (amplo excessivamente) incluiu até a energia elétrica como um meio, um meio sem conteúdo. Aliás, a frase mais marcante do canadense foi “o meio é a mensagem”, que parece muito oportuna para pensar um programa de nome *Tá no Ar: a TV na TV*. Ele desenvolve: “a mensagem de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, ritmo ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nos cotidianos dos homens” (MCLUHAN, 1964, p. 22). Outra máxima desdobrada desta é que “o conteúdo de um meio é sempre outro meio”: “o conteúdo da escrita é a fala” (idem) e, no caso da TV, o conteúdo é o cinema (idem, p. 12).

Outra proposta a situar aqui, antes de ponderarmos (mais) críticas ao modelo mcluhiano, é a divisão dos meios no tipo quente e no tipo frio<sup>10</sup>. Um meio é considerado quente ou frio dependendo da maneira como as mensagens que veicula são percebidas e incorporadas; o rádio seria quente e a televisão, fria. O rádio satura um sentido isolado (audição) com mensagens ricas de “informação” (com dados de audição) sem que o ouvinte precise fazer qualquer esforço de complementação. Por isso é um meio “quente”: a participação do ouvinte na percepção da mensagem (no reconhecimento daquilo que está sendo transmitido) é mínima. A televisão, por sua vez, oferece uma imagem relativamente “pobre” em “informação” (apenas uma pequena parcela dos pontos formadores de imagem de um vídeo de TV é efetivamente utilizada), exigindo do espectador “participação” para perceber a mensagem (COHN, 1978, p. 366).

Gabriel Cohn (1978) faz uma crítica severa à tipologia quente/frio, considerando-a imprecisa e mesmo obscura, ainda mais observando-se os

---

<sup>10</sup> Ainda que o canadense gostasse de se autopromover (alegando, por exemplo, que 75% do livro *Os meios de comunicação como extensões do homem* era novidade), McLuhan é chamado por Pignatari (1987) de “diluidor-inovador”. “Quente” e “frio” não são exatamente uma ideia nova, pois seriam atualizações de “alta definição” e “baixa definição” da Teoria da Informação, ou seja, maior ou menor número de pontos informacionais por um espaço dado. Também a metáfora da aldeia global seria inspirada na ideia de noosfera – uma camada pensante acima da biosfera – do padre jesuíta Pierre Teilhard de Chardin (NASSAR, 2014, p. 187). Até mesmo “o meio é a mensagem” é uma atualização da máxima “o organismo é uma mensagem”, de Norbert Wiener, chamado pai da cibernética (PIGNATARI, 1987). Pignatari cita McLuhan ao mesmo tempo entusiasmadamente e criticamente, argumenta várias vezes que proposições foram dadas “sem maiores explicações” e, usando (com bom humor) a tipologia de meios quentes e frios, diz que “nisto ele é frio, ou seja, de baixa definição como a TV” (PIGNATARI, 1987, p. 17).

desdobramentos: uma TV quente já não seria mais TV; meios quentes “esquentariam” indivíduos e grupos sociais enquanto frios “esfriariam”; se tornaria possível “programar” a temperatura social a partir da exposição de diferentes meios. “Passa-se de um salto de uma duvidosa filosofia da História para aquele de uma não menos duvidosa, mas fascinante, *técnica de controle social*” (COHN, 1978, p. 367, grifo do autor). A tipologia “quente/frio” não nos parece de todo inválida, mas concordamos com Cohn no erro (não só epistemológico, mas também ético, ao procurar parâmetros de controle de outras sociedades) da proposta mcluhiana de efeitos dos meios<sup>11</sup>.

No caso específico da televisão, Machado (2001) aproxima o controverso canadense a Theodor Adorno, ainda que os dois estejam em polos distintos: McLuhan considera a TV necessariamente “boa” (é um “integrado”), o filósofo de Frankfurt, considera-la “má” (“apocalíptico”). O que igualaria os dois é o fato de não levarem em consideração o que a televisão efetivamente veicula para emitirem julgamento. Adorno teria analisado a TV com uma “amostragem” nitidamente tendenciosa, com textos escritos e sem realmente assistir os programas. McLuhan fez uma série de proposições sobre a TV com as quais Machado até concorda: é “fria” (tela de pequena e baixa definição favorece uma mensagem incompleta); tem imagem granulosa, “mosaicada”; as condições de produção pressupõem processos fragmentários abertos e, ao mesmo tempo, uma recepção intensa e participante. Por esses motivos, a televisão nos proporciona uma experiência profunda, que em nenhum outro meio se pode obter da mesma maneira. O problema é que essas características não isentam a avaliação da boa ou má qualidade da TV, de sua heterogênea programação.

Se McLuhan, ao contrário de Adorno, não pode ser acusado de não conhecer o seu objeto de análise, o resultado que ambos obtêm no plano teórico se equivale, pois nos dois casos a televisão é vista como estrutura abstrata, modelo genérico de produção e recepção (afinal, “o meio é a mensagem”), sem consequências significativas no nível dos programas e, pior ainda, sem nenhuma brecha para a ocorrência da diversidade e da contradição no âmbito da prática efetiva (MACHADO, 2001, p. 19).

Portanto, temos uma segunda característica a destacar por aqui: **TVs são muitas**, ou seja, a televisão tem programas muito variados (ECO, 1987; FRANÇA,

---

<sup>11</sup> Propor efeitos da mídia aproxima McLuhan da *Mass Communication Research*, embora esta se atentasse ao efeito da mensagem, não do meio. Os efeitos sempre foram de difícil validação científica, de modo que a ideia de “esquentar” ou “esfriar” sociedades é muito frágil, ainda que tenha “agradado públicos ávidos por utopias tecnológicas” (como, segundo Cohn, os estadunidenses). Para uma crítica da *Mass Communication Research*, cf. França e Simões (2076, p. 55-56) e Maigret (2010, p. 120-124).

2006). “Televisão” se refere a “uma gama imensa de possibilidades de produção, distribuição e consumo de imagens e sons eletrônicos”, compreendendo tanto “aquilo que ocorre nas grandes redes comerciais, estatais e intermediárias, sejam elas nacionais ou internacionais, abertas ou pagas”, quanto “o que acontece nas pequenas emissoras locais de baixo alcance, ou o que é produzido por produtores independentes e por grupos de intervenção em canais de acesso público” (MACHADO, 2001, p. 19-20). Essa característica tem implicações quando estudamos a televisão: Umberto Eco (1987), tendo em conta como “televisão” pressupõe produções de natureza muito diferentes (transmissão direta, programas de perguntas e respostas, telejornais, publicidade), argumenta que é mais adequado pensar a televisão como “serviço” do que como um “gênero artístico” homogêneo. A televisão seria como a editora de livros, e cada programa seria um livro: não se discute a “estética” da editora, e sim sua política editorial. Claro, isso de forma alguma isenta a televisão de análises estéticas: tanto a TV influencia na definição social do que é belo, quanto a estética dos programas poderia ser analisada, pois até escolher uma câmera para uma transmissão direta tem um quê de ato artístico, estético. Ato artístico é, por definição, elaboração de um material bruto para torná-lo experiência.

Feitas as considerações sobre a diversidade da TV, e voltando a McLuhan, o autor recebeu tantas outras críticas, não escapando o determinismo tecnológico de “o meio é a mensagem”. Entendemos que a contribuição do filósofo foi colocar os meios em jogo no campo das teorias, ou seja, “é nessa pequena ‘revolução copernicana’ do estudo da comunicação, deslocando-o da análise dos conteúdos para o exame dos *media*, que reside a maior contribuição de McLuhan” (COHN, 1978, p. 365, grifo do autor). Mas somamo-nos àqueles que entendem que o meio não é a totalidade da mensagem, e sim parte dela, marcando especificidades. Reformulamos a máxima do autor nos termos “o meio é (parte d)a mensagem”, e assim observamos uma terceira característica da televisão: **a TV tem mensagens diferentes de outros meios, marcada por especificidades de sua própria linguagem**. Portanto, para analisar a mensagem (o que pretendemos ao tentar responder à pergunta “como o humor do *Tá no ar: a TV na TV* critica a Globo e a televisão?”), é necessário atentar-se à linguagem do meio, algo que o diferencia de outros.

Precursor dos estudos televisivos (ou, como ele achava correto dizer, televisuais) no Brasil, Pignatari (1987) propõe três níveis de avaliação da linguagem da TV, sendo eles o nível formal ou sintático, o nível semântico e o nível do repertório do

receptor. A linguística saussuriana<sup>12</sup> parece ser a chave para a proposta dos três níveis: o nível formal (Pignatari não o nomeia assim explicitamente, mas sugere no texto) é o signo; o nível semântico é o sentido denotativo e o nível do receptor, o sentido conotativo.

No primeiro nível, o autor propõe que “as formas audiovisuais e suas articulações no espaço e no tempo montam a sintaxe da linguagem televisiva” (PIGNATARI, 1987, p. 14). Sendo poeta bem como tradutor das obras de McLuhan, Pignatari oferece uma poética metáfora, que traduz (melhor do que o original) a ideia “o conteúdo de um meio é sempre outro meio”.

A televisão é [...] um grande rio com grandes afluentes. Só que é um rio reversível: recebe e devolve influências. Quanto à imagem, deságuam na TV: o desenho, a pintura, a fotografia, o cinema. A palavra escrita é um rio subterrâneo, mas poderoso: a literatura está por baixo de toda narrativa, a imprensa sob todos os noticiosos e todos os documentários e reportagens. A palavra falada é um lençol d'água, está por toda parte: presenças do teatro e do rádio, que também influem nos espetáculos musicais e *humorísticos*. Mas a linguagem marcante, de base, é a do cinema: composição e montagem de imagens. A diferença está em que a TV é um cinema caudaloso e ininterrupto que, ritmado pelos comerciais, se distribui por milhões de receptores, numa linguagem que combina todas as linguagens, numa produção seriada e industrializada de informação e do entretenimento. (PIGNATARI, 1987, p. 14, grifo nosso)

É uma quarta característica: **a TV tem (ou é) uma linguagem complexa, com imagem, som e possibilidade de “zapping” e recepção ao vivo para milhões de telespectadores.** É próxima ao cinema, mas marcada por outras características, destacando-se sua vocação para o imediato com a transmissão ao vivo (FRANÇA, 2006; MACHADO, 2001). Outro diferencial, que discutiremos mais posteriormente, é o “zapping”: com o controle remoto, o receptor cria algo novo, participando ativamente.

Prosseguindo com os níveis de análise da linguagem da televisão: o segundo nível, semântico, advém do pressuposto que não há forma sem significado e vice-versa. Ele é o nível do significado imediato: “se, numa tomada em primeiro plano, vemos dedos sustentando o braço de uma *pick-up* de um toca-discos, isto significa que um disco vai ser tocado e que alguém vai ouvi-lo” (PIGNATARI, 1987, p. 14).

Já no terceiro nível, ficamos alertados que o significado não é o mesmo para todas as pessoas ou grupos humanos. Ele depende do repertório do receptor. O repertório “não varia por acaso, a olho, de pessoa para pessoa; ele depende da vivência e

---

<sup>12</sup> Para uma leitura sintética sobre a semiótica de Saussure, Migret (2010, p. 166-168).

da cultura de cada um, e a cultura depende da faixa socioeconômica em que se situa o receptor” (PIGNATARI, 1987, p. 15). Aqui, no terceiro nível, aparece a problemática da cultura atuando na produção de sentido, especialmente do humor. Adiantamos a discussão que travaremos no tópico a seguir, uma quinta característica: **os programas de TV (e seus significados), como (os de) qualquer texto, acontecem na diversidade da(s) sociedade(s)**. Sem nos delongarmos, por hora, fiquemos com o exemplo de uma novela da Rede Globo da década de 1970.

Em *Sinal de Alerta*, o personagem Rudi (Jardel Filho) vive a botar na vitrola discos de *dobrados*, não que aprecie esse gênero de música por razões estéticas, mas porque ele o excita sexualmente. Um certo telespectador pode achar graça no fato em si, pelo inesperado da coisa, ou ainda achar mais graça por lembrar-se de lances pitorescos ligados à banda de música que dava retretas no coreto de sua cidade natal, e estes dados de seu repertório contribuem para o significado que empresta à cena da novela. Já um outro telespectador não só liga essas cenas de Jardel a cenas semelhantes que viu em *A Laranja Mecânica*, de Stanley Kubrick, como ainda tem bem presente que os tais “dobrados” são os compostos pelo norte-americano de origem portuguesa, John Philip Sousa, morto em 1933 (PIGNATARI, 1987, p. 15, grifos do autor).

Tratada a linguagem televisiva, não é possível ignorar que *Tá no ar: a TV na TV* indica, no próprio nome, seu caráter metalinguístico. É a sexta e última característica a ser destacada por enquanto: **a TV fala de si mesma** (DUARTE, 2004; SERELLE, 2009). Mais que isso, ao falar da televisão na própria televisão, nossa empiria leva a recorrer às reflexões que falam de uma TV que “deixa de falar do mundo e passa a falar de si própria, criar seus próprios acontecimentos, constituir as novas celebridades” (FRANÇA, 2009, p. 48). Um simulacro (conforme Baudrillard), uma “máquina de Narciso”, uma TV autossuficiente, que não precisa falar de mais nada a não ser de si mesma (SODRÉ, 1984, 1994).

Das muitas referências nesta vertente, destacamos a distinção entre paleo e o neotevê proposta por Eco nos anos 1980. *Televisão: a transparência perdida* tornou-se referência importante dos estudos sobre o tema. Nele, Eco argumenta que a televisão antes falava do mundo, era um lugar de fala restrito a poucos; mas depois foi substituída pela televisão que fala de si mesma e de sua relação com o público. A confiabilidade da informação deixa de ser a questão central, agora o que importa é a encenação do dizer<sup>13</sup>:

---

<sup>13</sup> Retomando Eco, Missika, tratando da televisão no contexto francês, destaca que na paleo-televisão “o cenário televisivo funcionava como um espaço sagrado, protegido, distanciado, falando para um telespectador aluno”, enquanto a neo-televisão “simula a convivência democrática: compreensão e

“*não está mais em questão a verdade do enunciado*, isto é, a aderência entre o enunciado e o fato, mas a *verdade da enunciação*” (ECO, 1984, p. 188, grifos do autor).

Entretanto, seria a TV (tão) autossuficiente? Entendemos que não, que há ora um quê de “apocalíptico”, ora uma retomada da máxima do “meio como mensagem” nesta(s) visada(s). Jost, à Pignatari, crítica divisões rígidas: “será mais produtivo recuar à origem do fluxo televisivo para encontrar na nascente desse rio tranquilo que leva tudo consigo os seus múltiplos afluentes que o transformaram naquilo que ele é, aí onde o vemos correr” (JOST, 2001, p. 7 apud LOPES, 2009, p. 9). De acordo com França (2009), esquemas classificatórios oposto, por exemplo, a paleo e a neo televisão, ignoram uma série de fatores. 1) Como já visto, é inapropriada falar de *uma* televisão, mais apropriado é pensar “nas televisões”. 2) Deve-se suspeitar de um esquema que se aplique a diferentes sociedades (na Itália e no Brasil, por exemplo). 3) A televisão tem diferentes faces e estreita relação com a vida social da qual faz parte e de cuja dinâmicas participa. Sendo assim, concordamos que “acompanhar esse diálogo e perceber essa mútua incidência nos parece mais frutífero do que o caminho das classificações estanques” (FRANÇA, 2009, p. 29-30). Portanto, ainda que a neo-televisão tenham algo a dizer – especialmente levando em conta a metalinguagem que pesquisamos – vale marcar nosso distanciamento para pensar as temáticas do *Tá no Ar*, que extrapolam o universo televisivo (conforme constataremos em nossa análise).

Concordando com a força transformadora da presença midiática, preferimos imputar-lhe um papel de centralidade, e não de determinação da vida social. [...] Na nossa perspectiva, a vida social é impulsionada por um conjunto de forças (forças em permanente embate, e nem sempre em equilíbrio), que não se furtam, no entanto, ao agenciamento dos sujeitos (FRANÇA, 2009, p.48).

Se entendemos que quem agencia são os sujeitos, um lugar que nos parece interessante e frutífero nos estudos da mídia, em especial da TV, é o campo da cultura.

---

cumplicidade entre emissores e receptores constituem seus princípios de base” (FRANÇA, 2009, p. 29). Além da paleotelevisão e da neotelevisão, Missika propõe uma terceira: a pós-televisão, “um aprofundamento e acabamento do processo de identificação trazido pela neotevê” (idem). Agora, “a televisão Pigmalião transforma um telespectador comum em herói” (MISSIKA, 2006, p. 31 apud FRANÇA, 2009, p. 29). “Não existe mais diferença entre aquele que está na televisão e aquele que a assiste – salvo uma: a televisibilidade. [...] A era da pós-televisão é a era de um individualismo positivo, e a televisão é o vetor e o espaço de sua afirmação: qualquer um pode estar ali [...]. Celebra-se uma igualdade (todos podem acender à TV) – mas esta é hierarquizada pela possibilidade efetiva de ser escolhido e ganhar a sonhada visibilidade” (FRANÇA, 2009, p. 29).

## 1.2 Televisão e/na cultura: hegemonia, competência cultural e inserção social

Já não parece então absurdo defender a ideia de que a televisão, longe de ser o anexo vergonhoso da nossa cultura contemporânea, se tornou um de seus pilares. (MAIGRET, 2010, p. 217).

O conceito de cultura pode ser pensado em interface com o de comunicação, pois estão imbricados na observação dos mesmos fenômenos (como a TV). Entendemos cultura como “sistema de significações que é produzido nas práticas sociais, por meio das interações comunicativas dos indivíduos” (FRANÇA, GONÇALVES, MIRANDA, OLIVEIRA, 2014, p. 67), “contexto institucional de valores, papéis e posições [...] marcada pela intervenção viva dos sujeitos” (idem, p. 69). Esta definição é influenciada pela origem tanto dos estudos culturais ingleses quanto das mediações latino-americanos.

Os estudos culturais são um marco nas pesquisas em comunicação: “atentos a especificidades históricas e a dimensões da vida cotidiana, [...] buscam reconstituir a complexidade de fenômenos situados na intersecção de diversas dimensões da vida” (HAMBURGER, 2014, p. 296). Considerando a divisão cronológica em três fases<sup>14</sup> e levando em conta como são amplos e heterogêneos os aportes teóricos, aqui retomamos discussões da chamada fase inicial do projeto. Em suas origens britânicas, a corrente procurou compreender a cultura em sua “autonomia relativa”, ou seja, não dependente e nem sendo reflexo das relações econômicas, mas tanto influenciando quanto sofrendo consequências “das forças econômicas e políticas que competem e estão em conflito entre si na composição de uma unidade complexa que é a sociedade” (ESCOSTEGUY, 2014, p. 252). A atenção dos primeiros autores – além do universo das práticas culturais populares – era a cultura vista de forma “intrinsecamente relacionada à problemática do poder, constituindo-se como um espaço de disputas e enfrentamentos entre modos de vida diferentes” (Idem, p. 251). A referência de Gramsci foi importante para isso.

---

<sup>14</sup> Sobre a divisão em três fases dos estudos culturais, “de forma didática, é usual identificar uma primeira fase embrionária que se inicia com os textos precursores, [...] passando para a instalação do Centro de Birmingham e sua abundante produção até o final dos anos 1970/início dos 1980, numa etapa de consolidação. Uma terceira fase, de internacionalização, de meado dos anos 1980 até o final dos 1990, [é] quando se observa a criação de uma grande quantidade de periódicos, edição de livros e departamentos/cursos em universidades, momento em que passam a se institucionalizar e estar inseridos no meio acadêmico, sobretudo no mundo anglo-americano, circulando com fluência tanto no âmbito das universidades quanto no debate público. No entanto, é uma etapa também onde se acirra o questionamento em relação aos estudos culturais, pois não configuram um paradigma coeso e homogêneo, o que frequentemente é exigido por seus críticos” (ESCOSTEGUY, 2014, p. 254).

O aporte gramsciano contribui basicamente para entender a cultura, por um lado, como um campo de disputas, de conflitos e resistências e por outro, de complexas interações e empréstimos entre as culturas populares e a hegemônica. Com isso, o que se quer dizer é que não existe um confronto bipolar e rígido entre as diferentes culturas. Na prática, o que acontece é um sutil jogo de intercâmbio entre elas. (ESCOSTEGUY, 2014, p. 252)

Uma das fraquezas de certas leituras “apocalípticas” sobre a TV seria a oposição entre alta cultura – onde estariam contidas as artes – e cultura popular massiva. Os estudos culturais, desde sua fundação, se posicionaram de uma forma contrária a essas leituras<sup>15</sup>. Adota-se uma perspectiva que: 1) considerava a TV um sistema complexo de representação do mundo, e não uma janela transparente da realidade; 2) interrogava como o telespectador se posicionava com relação à representação da televisão no mundo; 3) localizava a sua análise da televisão em um contexto social e político mais amplo e, especificamente, considerando os interesses sociais e políticos atendidos pela televisão (ALLEN, 2007, p. 15). Em outras palavras, “a ênfase dos estudos culturais é no modo como os produtos culturais trazem as marcas das relações sociais, ou seja, do contexto em que se inscrevem” (FRANÇA, SIMÕES, 2017, p. 120).

Entre os vários nomes importantes dos Estudos Culturais, destacamos o de Raymond Williams. Fazendo um histórico do conceito de cultura na língua inglesa, ele alega que, além dos sentidos mais físicos da palavra (“cultura da beterraba” ou “cultura de germes”), existem três sentidos como categorias ativas de uso.

(i) O substantivo independente e abstrato que descreve um processo de desenvolvimento intelectual, espiritual e estético, a partir do século XVIII; (ii) o substantivo independente, quer que seja usado de modo geral ou específico, indicando um modo particular de vida, quer seja de um povo, de um período, um grupo ou da humanidade em geral [...]. Mas também é preciso reconhecer (iii) o substantivo independente e abstrato que descreve as obras e as práticas da atividade intelectual e, particularmente, artística (WILLIAMS, 2007, p. 121).

---

<sup>15</sup> Por isso mesmo, por se posicionarem contra leituras “apocalípticas”, Escosteguy (2014, p. 254) considera que os estudos culturais contribuem para o campo da Comunicação com “a legitimação de objetos menores, decorrência da problematização do que é culto e o que é popular” e “a ampliação da categoria texto”; além da percepção do “papel ativo da cultura na constituição dos processos sociais e sua relação com poder e hegemonia”. Outros aspectos são, além das pesquisas de recepção, a crítica a uma compreensão da comunicação como um fenômeno centrado nas tecnologias e o questionamento ao enfoque fragmentado e esquemático do processo comunicativo (emissor-mensagem/canal-receptor). França e Simões apontam também a importância do conceito ampliado de cultura, que “permite olhar para a experiência, para o cotidiano, para as práticas sociais que a engendram. Com isso, as manifestações produzidas pela indústria cultural são vistas como *bens culturais*, atravessados por relações de poder – o que evidencia a dimensão política da cultura” (FRANÇA, SIMÕES, 2017, p. 120, grifo das autoras).

Em sua obra de 1958, *Culture and society*, a apresentação do conceito de cultura acaba “culminando com a ideia de que a ‘cultura comum ordinária’ pode ser vista como um modo de vida em condições de igualdade de existência com o mundo das artes, literatura e música” (ESCOSTEGUY, 2014, p. 250). O autor argumenta que a análise cultural é a análise das condições que se expressam nas obras, das condições de prática que dão sentido, e não das obras em si, como se fossem algo isolado na cultura<sup>16</sup> (SILVA, 2015, p. 9). Por outro lado, sendo historiador na linha de Gramsci, Williams procura fugir do determinismo econômico: “a ênfase na **hegemonia** e no **hegemônico** passou a incluir os fatores culturais, além dos políticos e dos econômicos” (WILLIAMS, 2007, p. 200, grifos do autor). Sobre hegemonia, como a ideia voltará em um momento decisivo da dissertação, convém esclarecer que

o conceito vem de Lênin (relacionado à ditadura do proletariado); empregado por Gramsci, ele ganha um desenvolvimento original e vem substituir, e às vezes complementar, o conceito de dominação. Está ligado à coerção exercida por uma classe dominante sobre os grupos dominados e acrescenta a esta a ideia de direção intelectual e moral [...]. Nesse aspecto positivo de direção, o conceito orienta a análise das relações de força entre grupos, classes, nações e diz respeito, para além da esfera político-econômica, ao terreno das ideias, das crenças e representações (FRANÇA, 2014, p. 104).

Sobre a TV, Williams discutiu o “fluxo planejado” e a auto reflexividade:

Na sua perspectiva, a organização da oferta televisiva não segue uma lógica estática, ou seja, uma mera distribuição e ordenação de programas descontínuos, mas um “fluxo planejado” [...], assumindo-se o pequeno ecrã como uma ininterrupta sucessão de imagens pensada a um nível superior, o que caracteriza a radiodifusão como tecnologia e, simultaneamente, como forma cultural. A televisão deixa de valer pelos programas singulares que transmite para readquirir o seu valor através da soma de todos eles, ou seja, pelo contínuo fluxo de imagens e sons cuja lógica, na sua opinião, escapa ao telespectador. [...] Há quase meio século, Williams, que seguia um enfoque sociológico, lembrava que a TV se convertia progressivamente no tópico das respectivas mensagens, tornando-se ela própria o acontecimento. Nessa auto reflexividade promovida pelo pequeno ecrã, havia uma preocupação que se avolumaria com o passar do tempo: a de envolver o telespectador naquilo que era dado ver (LOPES, 2009, p. 11-16).

---

<sup>16</sup> Se, para alguns, “olhar para as obras de arte apartadas da vida social em geral significa levar em consideração obras – esculturas, pinturas – que sobreviveram ao longo de séculos”, Williams contra-argumenta que “o que permite a [...] sobrevivência é o que ele chama de notações, ou seja, convenções mais amplas nas quais as obras são interpretadas” (SILVA, 2015, p. 9).

Em diálogo com Williams, também interessado na cultura a partir do problema da hegemonia via Gramsci; Martín-Barbero, em *Dos meios às mediações*, a partir do próprio nome da obra, sugere um caminho epistemológico e metodológico muito diferente do “meio como mensagem”. Nessa visada, “a tecnologia não pode ser reduzida a sua materialidade, pois ela envolve linguagens, ações e dinâmicas sociais, políticas e culturais” (ROCHA, SILVEIRA, 2012, p. 3).

Propondo estudar a comunicação a partir de um “mapa noturno”, temos a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural como mediações da TV, no caso, “lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão” (MATÍN-BARBERO, 2009, p. 294). Dessa discussão, para pensar nosso problema, nos interessa mais a questão da competência cultural. Antes de tratar dela, o autor expõe o que ele considera (e nós também) uma série de mal-entendidos em torno do tema.

De um lado, os *críticos* que encaram a televisão a partir do paradigma da arte – que para eles seria a única coisa que valeria a pena chamar de cultura – e que denunciam dia após dia, com os mesmos fatigados argumentos, a *decadência cultural* que a televisão representa e acarreta intrinsecamente. Os poucos que, dentre estes, se arriscam a abandonar a denúncia e partir para a ação propõem uma *elevação* cultural da televisão que se materializa quase sempre num insuportável didatismo. De outro lado, os folclóricos, que situam a verdadeira cultura no povo, mas no povo-povo, ou seja, naquele que conserva verdade sem contaminações ou mestiçagens, quer dizer, sem história. E quanto à sua proposta cultural? Tornar televisivo o *patrimônio* de danças e canções, indumentárias e iconografias nacionais. Sobre outro eixo, aparece a oposição entre os comerciantes, defendendo à moda populista as *demandas* manifestadas pela coletividade através das pesquisas de audiência, e o setor público falando à moda paternalista em nome das verdadeiras *necessidades* culturais das pessoas (idem, p. 299, grifos do autor).

Martín-Barbero ressalta como a TV nunca seria “considerada quando se trata de discutir políticas culturais” quando tida como um assunto “apenas da comunicação” e incapaz de produzir obras-primas<sup>17</sup>; postura equivocada ao ignorar que “é a própria noção de cultura, sua significação social, o que está sendo transformado pelo que a televisão produz e em seu modo de reprodução” (idem, p. 300). A TV, ao mesmo tempo em que desativa as diferenças sociais (possibilitando integração ideológica), é possuidora de uma matriz cultural que causa asco às elites (idem, p. 299).

---

<sup>17</sup> Machado (2001) poderia responder a essa acusação da incapacidade de produzir obras-primas com os 30 programas que ele propõe como os “mais importantes da história da televisão”.

O autor olha então para a lógica do sistema produtivo e a lógica dos usos. A primeira é constituída pela competitividade industrial (grau de desenvolvimento tecnológico, capacidade de risco financeiro, grau de diversificação-especialização profissional de uma empresa), competência comunicativa (reconhecimento dos públicos, não se restringindo ao mensurável índice de audiência), os níveis e fases de decisão na produção de cada gênero (quem, em que momentos e com que critérios decide o que é produzível), as ideologias profissionais (campo de tensão entre exigências do sistema produtivo e a iniciativa e criatividade), as rotinas de produção (seriedade vista a partir dos hábitos de trabalho que ela requer) e as estratégias de comercialização (que deixa sua marca na estrutura do formato) (idem, p. 301).

A(s) lógica(s) dos usos, por sua vez, pode(m) ser entendida(s) a partir do campo da cultura, do âmbito da recepção. Questões importantes aqui seriam os espaços em que as pessoas veem televisão (privado ou público? em qual cômodo da casa?), de que forma a veem (deixam a tela ligada o dia inteiro ou só ligam para assistir jornal?), e – fundamentalmente – a qual classe pertencem (idem, p. 302-303). “Enquanto uma classe normalmente só pede informação à televisão, porque vai buscar em outra parte o entretenimento e a cultura – no esporte, no teatro, no livro e no concerto –, outras classes pedem tudo isso só à televisão” (idem, p. 303). A classe social se faz acompanhar da competência cultural, muitas vezes pela via da educação formal, mas também pela memória (narrativa, gestual, auditiva), pelo imaginário (de sujeitos sociais como o feminino ou o juvenil), pelas narrativas (histórias de vida) (idem, p. 303).

Por uma questão de afinidade (e algum modismo), “mediação”<sup>18</sup> bem como o legado dos estudos culturais foram muito utilizados no Brasil e no mundo em estudos de recepção. Essa não é a nossa proposta agora, mas passar pela cultura com essas contribuições nos faz voltar para a televisão num outro viés, mais atento ao contexto social (importante na nossa análise) e à inserção que a televisão tem nele.

---

<sup>18</sup> Não nos aprofundamos tanto no conceito de mediação: há obras posteriores de Martín-Barbero e outros estudos que, por questões de espaço e interesse, não abordamos aqui. Podemos ser questionados aqui “afinal, o que é mediação?” e não termos uma resposta pronta. Definir explicitamente o que é parece inoportuno: Martín-Barbero não o fez (ROCHA, SILVEIRA, 2012; SIGNATES, 1999), não nos atreveremos. Também temos em conta que, por esse e outros motivos, o conceito (bem como seus usos) é criticado por causar dúvidas sobre o grau de precisão teórica e de aplicabilidade empírica, por ter uma extensão excessivamente ampla e aberta, ser abrangente e abstrato (FRANÇA, SIMÕES, 2017; GUIMARÃES, LEAL, 2008; SIGNATES, 1999). Não discordamos completamente dessas críticas; porém, nos interessa o outro lado da moeda: onde se vê a fraqueza do conceito, também podemos enxergar sua potencialidade, sua abertura para vários problemas. Problemas como o do gênero, que faz a mediação entre as duas lógicas, a da produção e a dos usos: discussão que faremos mais à frente.

No texto *a TV, a janela e a rua*, França (2006, p. 20-33) destaca uma série de características do meio nesse sentido, dentre elas: 1) a centralização da produção e a lógica comercial; 2) a diversidade de públicos e as condições de recepção; 3) as funções da televisão; 4) o(s) discurso(s) da, ou melhor, na TV; 5) o entendimento da televisão como prática e experiência. Falemos brevemente de cada um deles.

Primeiramente, é preciso levar em conta o lugar institucional e as implicações políticas e econômicas deste lugar: as disputas em torno de controle e regulamentação, a configuração de monopólios e oligopólios, o caráter de mercadoria da produção televisiva, as contradições da produção. Como sabemos e discutiremos mais depois, essas características são muito marcantes no contexto brasileiro.

Um segundo aspecto é a impossibilidade de falar em homogeneização sem se cair numa simplificação: a TV fala para diferentes classes, gêneros, faixas etárias, culturas, localizações geográficas. O conceito de massa (utilizado para designar a audiência ampla e caracterizá-la como amorfa) vem sendo superado, levando em conta os estudos que mostram as formas diferenciadas de apreensão e uso dos meios. Além disso, assim como em Martín-Barbero, lembremos com França que a televisão é consumida em diferentes lugares (sejam cômodos das casas, sejam lugares públicos), individualmente ou coletivamente, ou mesmo fica ligada sem ninguém assistir.

Entres as funções polivalentes da TV, estão: informativa (tornando o mundo, ou melhor, tornando certo mundo acessível); socialização (fornecendo assuntos que alimentam as conversas cotidianas); identitária (estabelecimento de um mundo comum); suscitar conversas ou ajudar a quebrar a solidão; estímulo para o consumo; de justiça (quando propõem tribunais e “caça bandidos”); terapêuticas (TV-divã, TV-aconselhamento); psicológicas (como o voyeurismo e exibicionismo nos *reality shows*); e, em especial, de entretenimento (distrair, descansar, aliviar as tensões do trabalho).

Não é recomendável falar no discurso da televisão, pois o conceito “discurso” – numa perspectiva inspirada em Bakhtin – diz de um posicionamento social: “as relações com o outro, as estratégias, a ideologia, enfim, de um determinado grupo ou classe social” (FRANÇA, 2006, p. 27). É mais apropriado pensar nos discursos que atravessam o meio: discurso de práticas comunicativas estratégicas ou bem conformadas (discurso publicitário e jornalístico), discursos políticos (o discurso do governo, da direita), sociais (de minorias, ecologista), culturais (mineiro), religiosos. A TV é uma arena onde discursos se tencionam, embora sem condições democráticas. Nisso ela se assemelha à totalidade da sociedade onde está inserida, que também é desigual.

O quinto aspecto é a televisão podendo ser entendida como experiência cotidiana e como prática comunicativa, pois assistir TV é um hábito interno à vida social, tornando-se o meio colado ao chamado senso comum; e levando em conta o caráter de ação humana e social, é uma linguagem que se faz e refaz continuamente. “Prática comunicativa, a TV se constrói a cada dia, em interação com seu público e com a dinâmica da vida social; daí a diversidade de gêneros, temáticas e o permanente movimento de hibridação de suas formas” (FRANÇA, 2006, p. 27).

Uma assertiva de França que serve de chave para entender esta relação mídia/sociedade é que “a televisão não é um remédio para todos os males – mas nem tampouco a doença da sociedade. Ela apenas diz do seu estado de saúde” (FRANÇA, 2006, p. 37). Ousando deslocar um pouco a metáfora de sua aparente neutralidade para um olhar atento à complexidade, diríamos que 1) a TV pode atuar como indicador do estado de saúde de sociedade, bem como “remédio” e “doença”; 2) se remédios tem efeitos colaterais e doenças provocam a produção de anticorpos evitando contaminações posteriores, as implicações da TV na sociedade podem ser de natureza complexa, ambígua, até mesmo contraditória; 3) a TV nunca atua sozinha, especialmente quando atua como “remédio” ou “doença”: ela está sempre em interação com várias outras instâncias da sociedade, tem cúmplices e antagonistas, alguns poderosos, outros nem tanto; 4) por tudo isso, é de difícil avaliação “efeitos” de “doença” ou “remédio” e mais seguro para o pesquisador de comunicação se ater aos “indicadores do estado de saúde”.

Com a problematização acima, quisemos ressaltar a dimensão do poder da TV – que discutiremos mais em um momento posterior. Agora, percebendo tanto as dimensões de poder, quanto a interação com outras instâncias e as transformações (materiais e imateriais) das formas da televisão, podemos conceituar a televisão como um dispositivo.

### **1.3 Televisão como dispositivo: mídia e (trans)midiatização**

Dispositivo, tão criticado pela amplitude quanto “mediação” (e talvez ainda mais “na moda” em nosso campo), é chave para as discussões que estamos travando aqui: ele está presente na definição de televisão em Machado (2001) (introduzindo esse capítulo) e na discussão do sistema de resposta social de Braga (2006) (discussão que nos aguarda em breve). Convém, portanto, procurar definições, desde a origem do termo, que remete a Michel Foucault.

A obra de Foucault é caracterizada como uma “filosofia dos dispositivos”:  
 “a preocupação principal de Foucault é com os dispositivos de controle e com os modos pelos quais eles atuam nas relações, nos mecanismos e jogos de poder” (ALZAMORA, SILVA, 2014, p. 77). Dispositivo<sup>19</sup> é um conceito aproximável ao que entendemos hoje por “mídia”, o conjunto dos meios (embora aqui usemos o termo indiscriminadamente como sinônimo de “meio” no singular). Assim como “meio”, “mídia” também não é de fácil delimitação e pode ter vários significados<sup>20</sup>. Podemos entender “mídia” não só como “meio” no sentido de aparato técnico, mas também como relações interpessoais mediadas pelo aparato e processos de significação que atravessam a mídia. Sendo assim, “a noção de mídia não se restringe à dimensão técnica do processo comunicacional, pois leva em conta também as características semióticas, interpessoais e culturais desse processo” (ALZAMORA, SALGADO, 2014, p. 110).

O GRIS assume a compreensão de mídia como dispositivo, o que implica considerá-la para além da materialidade, compreendendo “as dimensões da comunicação como um certo arranjo espacial, uma forma de ambiência (um meio em que), e um tipo de *enquadramento* que institui um mundo próprio de discurso” (ANTUNES, VAZ, 2006, p. 46, grifo nosso). A mídia aponta sentidos, estabelece formas de interação, dispõe e ordena hierarquicamente temas, estabelece graus de relevância de diferentes assuntos, gera dimensão comunicativa das práticas sociais.

---

<sup>19</sup> Alzamora e Silva (2014) demonstram como leitores do “pai do conceito”, Deleuze e Agamben, respondem, cada qual ao seu modo, à pergunta “o que é um dispositivo?”. O primeiro diz ser “um emaranhado, um conjunto multilinear [...] composto de linhas de natureza diferente” (DELEUZE, 1996), enquanto o segundo “qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes” (AGAMBEN, 2005, p. 13), até mesmo – e especialmente – a linguagem.

<sup>20</sup> No senso comum – nos atendo ao caso brasileiro – a definição vem passando por transformações. Um indício são as mudanças do significado nos dicionários. “O verbete mídia aparece nos dicionários da língua portuguesa no país por volta dos anos 1960. O emprego da palavra no dicionário daquela época ateu-se aos denominados meios de comunicação de massa (*mass media*), restringindo-se a descrever e fazer menção ao cinema, ao rádio, à televisão, aos jornais e às revistas. Atualmente, porém, os dicionários trazem outras acepções de mídia, tais como: departamento de uma agência de publicidade e propaganda ou qualquer veículo de comunicação.” (ALZAMORA, SALGADO, 2014, p.110) No âmbito acadêmico, sequer o uso do termo “mídia” deixa de suscitar controvérsias. Em *Crítica das práticas midiáticas* (2002), encontramos tanto a posição contrária quanto a entusiasta. Ciro Marcondes argumenta em nota de rodapé ser “uma invenção grotesca”, “construção espúria” o abasileiramento de uma expressão em inglês (*mass media*) que tem origem no latim – portanto de nossa filiação linguística e não da estadunidense –, sendo a grafia correta “media” para o conjunto dos meios (como fazem os portugueses) e “medium” para um meio específico (p. 24-25). Por outro lado, Lucia Santaella apela ao “bom senso terminológico”, alegando que termos como “a media”, “as media”, “o media”, “os media” soam canhestros e hesitam quanto ao gênero feminino ou masculino da palavra (p. 44). Compartilhamos da visão da autora, acreditando que é melhor falar português com estrangeirismos do que “academiquês”.

Entendido o conceito dessa forma, é preciso reconhecer que “o interesse pela noção de dispositivo no âmbito dos estudos comunicacionais se refere à flexibilidade do conceito e às suas possibilidades de adaptação a variados objetos e propósitos” (ALZAMORA, SILVA, 2014, p. 79). Nem sempre no viés foucaltiano do controle, há uma procura de perceber o sistema de relações (BRAGA, 2011, p. 9), o que implica alguns desafios metodológicos, levando em conta que o conceito “expande mais que recorta empirias, amplia mais que especifica enfoques” (ALZAMORA, SILVA, 2014, p. 80).

De nossa parte, ainda que usemos ambos os termos, vale ressaltar que deslocar nosso olhar de “meio” para “dispositivo” torna mais confortável perceber aspectos contemporâneos da TV, como a convergência midiática, em um mundo inter e transmidiático. Sobre intermídia e transmídia, a partir de Jenkins, Alzamora e Salgado (2014, p. 111) definem intermídia como “fluxo infocomunicacional entre os meios”.

Neste sentido, a mídia é entendida como lugar de passagem e circulação de conteúdos que, em relação, ganham novas camadas de significação à medida que mais atores se conectam em rede. [...] A ideia de intermídia implica, assim, na fusão de duas ou mais mídias; na relação entre mídias e no modo como elas interagem mutuamente; bem como nas interferências e mutações de sentidos que uma mídia exerce em outras. (ALZAMORA, SALGADO, 2014, p. 111)

Transmídia, por outro lado, nos leva a compreender a mídia “em dinâmica de produção e circulação de conteúdos que se estabelecem no cruzamento e complementaridade de ambientes midiáticos” (ALZAMORA, SALGADO, 2014, p. 111). Uma diferença para a intermídia é que há deslocamento e alteração no referencial midiático: “não se trata simplesmente de adequação ou repetição de conteúdo de um meio a outro, mas de complementaridade midiática na configuração da narrativa transmídia” (idem, p. 111-112).

Notemos que, tratando a televisão como “meio”, a convergência pode ser vista conceitualmente como diferentes meios em relação intermediária, enquanto ao tratar a televisão como “dispositivo”, percebemos como distintas lógicas institucionais de diferentes mídias entram em jogo, funcionam como linhas de força, afetando-se mutuamente e configurando um novo cenário (trans)midiático.

É bom ressaltar que os dispositivos sempre constituem uma rede integrada, o que acontece há muito tempo no caso da mídia. Mesmo antes do surgimento da internet, a TV já realizava intercâmbios com a mídia impressa, o rádio, o cinema, entre

outros. Por exemplo, há muito televisão e jornalismo impresso tem uma relação simbiótica: “a TV precisa de visibilidade e usa o espaço do jornalismo impresso para obter *status* de seriedade; o jornalismo usa a popularidade da programação da televisão de forma comercial, a fim de ampliar a vendagem” (SILVA, 2015, p. 4, grifo da autora). Mas agora a integração acontece de uma forma muito específica. Mídiação nos ajuda a dar conta deste cenário: a seguir, com Braga, procuramos usar o conceito de forma menos determinista<sup>21</sup> e mais aberto ao agenciamento dos sujeitos.

Segundo Braga, mídiação ou “mídiação” refere-se tanto a processos sociais específicos em certas instâncias (política, entretenimento, aprendizagem) quanto ao nível macro, à mídiação da própria sociedade (BRAGA, 2007, p. 141). Seu foco é o segundo nível, que marca como a mídia age transformando os “processos de interação social” (o objeto de estudo do campo da Comunicação) (idem, p. 141). A mídiação está se tornando o “processo interacional de referência”, ou seja, não anulando, transformando, se tornando parâmetro para outros processos de interação e organizando a sociedade (idem, p. 142-143).

Com semelhanças à historiografia de McLuhan, Braga identifica a oralidade, a escrita e agora a mídiação como “processos interacionais de referência”, que sustentam uma série de processos sociais (no caso da escrita, por exemplo, a lógica, o Direito, a moral, a cultura) (BRAGA, 2007, p. 143-144). Estaríamos vivendo uma “evolução”, transição da escrita enquanto processo interacional de referência para uma “crescente mídiação de base tecnológica” e Braga se propõe a apontar tanto as lógicas da transição quanto lacunas que consegue identificar (idem, p. 148-167).

Entre as lógicas de transição destacadas, estão a difusão da imagem e do som, com fortes componentes eletrônicos; abreviação do tempo de circulação; construção de acervos eletrônicos (semelhante às bibliotecas para a escrita);

---

<sup>21</sup> Determinista nos parece ser a visada de Sodré (2006): o autor usa “mídiação” para remeter   construi o do que ele chama *bios* midiático. O conceito remete à filosofia grega: Aristóteles (a exemplo de Platão) distinguiu tr s gêneros de existência na Polis, sendo eles *bios theoretikos* (vida contemplativa), *bios politikos* (vida política) e o *bios apolaustikos* (vida prazerosa, vida do corpo). Sodré propõe que estaríamos diante de um quarto *bios*, de um novo âmbito existencial no cenário de tecnologia da sociabilidade, da “tecnocultura” (constituída por mercado e meios de comunica o). Ele exemplifica, argumentando que sua proposta não é meramente acadêmica, a partir de narrativas ficcionais: *O show de Truman*, filme estadunidense em que o personagem Truman vive sem saber dentro de um *reality show* que protagoniza; e *Matrix*, outra obra *hollywoodiana* em que, diferente do primeiro filme, a preocupa o é menos a prisão de um indivíduo em um espetáculo da indústria cultural e mais coletiva com a determina o do que   original e do que é simulado (SODRÉ, 2006, p. 25-27). Consideramos curioso que Sodré recorra a filmes *hollywoodianos* para exemplificar sua teoria: chama a aten o o fato desses filmes serem, em alguma medida, críticos da própria lógica que os produz, autocr ticos, assim como o *T  no Ar: a TV na TV*. De qualquer forma, *bios* midiático parece querer dizer, em outros termos, mais uma vez, que “o meio   a mensagem”. Não acreditamos nisso. Centralidade da m dia não   determina o da m dia.

aproximação de mundos diferentes (sistema de saúde, educacional, o mundo comercial, entre outros); “deslegitimação” de autoridades a partir da “familiarização”. Por outro lado, Braga se distancia das visões que consideram a mídia já como processo interacional de referência, alegando incompletude no processo e apontando lacunas, dentre elas: rearranjos de campos antes estabelecidos que causam indefinições; dificuldade de percepção de papéis sociais (com a “deslegitimação” das autoridades); e problemas de circulação e de resposta social.

Mesmo com as lacunas, se as mídias estão se tornando referências em nossas interações, é natural que dialoguem entre si e afetam umas às outras. Por isso lembramos aqui como foi recorrente o diagnóstico de que a internet iria “matar a televisão”. Pelo contrário, o que aconteceu foi uma adaptação e uma simbiose com as novas tecnologias de comunicação (BORGES, LOPES, 2015; FRANÇA, 2009; MILLER, 2009). Com a midiaticização, a TV – que atravessou a atravessa tantas lógicas institucionais<sup>22</sup> – agora é transpassada e transpassa a lógica das chamadas novas mídias.

Estamos na era de uma “TV (trans)midiaticizada”. O termo soa óbvio e redundante, mas parece adequado, levando em conta que os estudiosos da comunicação ainda encontram dificuldades para definir o que é e o que diferencia TV *On-line*, Hipertelevisão, Social TV<sup>23</sup>, entre outros conceitos relacionados aos mesmos fenômenos. O que se pode assegurar é que o *Tá no Ar* é uma produção muito marcada pela sua natureza transmídia, conforme discutiremos na descrição do objeto.

Enfim, para entender a TV, os conceitos chave de meio, cultura e dispositivo são nosso ponto de partida – em uma pesquisa sobre um programa que traz a televisão (duas vezes) no próprio nome. Passamos então para dois pontos inter-relacionados que nomeiam a dissertação e compõem o *Tá no ar*: humor e crítica.

---

<sup>22</sup> Eco (1984, p. 198-199) nos dá um inusitado exemplo de atravessamento da TV em outra instituição: o tratamento durante uma semana inteira com pílulas especiais dos cavalos reais, de tal modo que o esterco deles ficasse com uma cor telegênica na ocasião do casamento real inglês.

<sup>23</sup> TVs *on-line* seriam todas e quaisquer TVs disponíveis na Internet (KILPP, 2014); hipertelevisão, a terceira fase da TV depois da paleo e da neotelevisão, com todas as possibilidades digitais (LOPES, 2009); e Social TV, um termo “cunhado para definir a convergência entre a televisão e as mídias sociais, com ênfase na oferta de uma experiência mais personalizada para a audiência, principalmente no que diz respeito às séries de ficção e aos eventos transmitidos ao vivo” (BORGES, SIGLIANO, 2013). A Globo, emissora do *Tá no ar*, hoje é também uma TV *on-line*, que, aos poucos, foi avançando no território da internet em uma era que pode ser chamada da hipertelevisão, mas que parece explorar pouco o potencial de interação do ambiente, apenas criando e postando conteúdo, sem responder os interagentes. Portanto, nos parece que o conceito de Social TV pode ser inapropriado até mesmo para pensar produções fortemente transmidiáticas, como o *Tá no ar*.

## 2. HUMOR E CRÍTICA

Humor e crítica nem sempre andam juntos, mas estão muito próximos. Muitas vezes, procura-se causar riso pela crítica tanto quanto se criticar através do riso. Aparentemente, o humor dilui e deixa a crítica ambígua e, por isso, pode servir tanto como espada quanto como escudo (“é só uma brincadeira”) para a realização de uma crítica. Talvez por isso, humor e crítica combinados são observáveis em figuras como o bobo da corte. Ambos são tidos como comportamentos tipicamente humanos: eles são possíveis por causa da nossa habilidade racional e demonstram uma especificidade em relação a outras espécies animais. Podem ganhar forma ou se combinar em diferentes estratégias: paródia, sátira, ironia, caricatura.

O riso e a crítica são temas desafiadores e reveladores especialmente para o campo da comunicação. Antes de seguir com eles, queremos destacar e aproximar dois conceitos que nos ajudam a entender as ações de rir e de criticar. São eles os conceitos de enquadramento de sentido e o de gênero textual.

### 2.1 Enquadramento de sentido e gênero textual

#### 2.1.1 *Enquadramento: será isto brincadeira? O que está acontecendo aqui?*

Quadros de sentido são “matrizes interpretativas às quais os indivíduos recorrem cotidianamente para entender e se posicionar em diferentes situações” (FRANÇA, SILVA, VAZ, 2014, p. 83). Enquadramento, por sua vez, é a mobilização desses quadros, “processo fundamental na organização da experiência, pois permite definir e compreender o que está acontecendo (dimensão cognitiva), para orientar a ação e o tipo de participação apropriada àquela situação (dimensão prática)” (idem). Para entender melhor o conceito, recorreremos à sua origem nos escritos de Gregory Bateson.

No texto *Uma Teoria Sobre Brincadeira e Fantasia*, Bateson parte da premissa que a comunicação verbal humana opera em muitos níveis de abstração. Ele destaca 1) o denotativo, palavras representando algo, 2) o metalinguístico, em que mensagens implícitas ou explícitas têm como assunto a linguagem e 3) o metacomunicativo, cujo assunto do discurso é a relação entre os falantes (BATESON, 2002, p. 87). Para ilustrar o que está chamando “metacomunicação”, Bateson argumenta que um estágio importante na evolução humana deve ter ocorrido quando se deixou de

responder às mensagens (indícios de humor do outro) de maneira “automática” e passou-se a reconhecer um indício como um sinal, e apenas um sinal.

Procurando confirmar a hipótese por meio de observações do comportamento dos mamíferos não-humanos, Bateson observou que os macacos brincavam de brigar – um comportamento que guardava semelhanças com o combate, porém, claramente, não era um confronto real. Temos aqui uma relação “mapa-território”, muita próxima à noção de signo e significado da semiótica peirciana<sup>24</sup> conforme observável na tabela a seguir.

Nível comunicativo	Território (Significado)	Mapa (Signo)
Metalinguístico	Gato, o animal	“Gato”, a palavra
Metacomunicativo	Comportamento “combate”	Comportamento “brincadeira”

Tabela 1: Relação mapa-território da comunicação

No nível metalinguístico da comunicação humana, a palavra “gato” representa um gato, mas não é um gato, “não arranha”. No nível metacomunicativo, o comportamento brincadeira representa um combate, simula um combate, mas não é um combate. Então, para o sucesso da interação “brincadeira”, ela necessita ser entendida como um “não-combate”, ou seja, as ações dos organismos precisam trocar a mensagem “Isto é brincadeira”. “Isto é brincadeira” equivale a “estas ações nas quais estamos presentemente engajados [brincadeira] não denotam o que aquelas ações que elas representam [combate] denotariam” (BATESON, 2002, p. 87-89). A mensagem “isto é brincadeira” poderia ser, por exemplo, a intensidade de uma mordida: se for “de brincadeira”, é menos intensa do que outra mordida qualquer.

Sendo assim, temos três tipos de mensagens: a) mensagens de indício de humor, b) mensagens que simulam indícios de humor (brincadeira, ameaça, comportamento histriônico, etc), c) mensagens que permitem ao receptor diferenciar entre indícios de humor e aqueles indícios que se assemelham a eles (por exemplo, “Isto é brincadeira”) (idem, p. 101). As mensagens do terceiro tipo constituem um enquadre.

Há situações mais complexas, especialmente nas sociedades humanas, quando há ritualização da “brincadeira” e em que não está clara a distinção entre a ação denotativa e aquilo que deve ser denotado. A interação acontece a partir da premissa “Será isto brincadeira?”, por exemplo, nas Ilhas Andaman, quando:

<sup>24</sup> Para uma síntese das contribuições de Peirce para a semiótica, cf. Maigret (2010, p. 66-68).

O acordo de paz é concluído depois que a cada lado é dada a liberdade cerimonial para golpear o outro. Este exemplo [...] ilustra a natureza instável do enquadre “Isto é brincadeira” ou “Isto é ritual”. A discriminação entre mapa e território é sempre passível de se anular, e os golpes rituais usados no restabelecimento da paz podem, a qualquer momento, ser confundidos com golpes “reais” de combate. Nesses casos, a cerimônia de paz se transforma em batalha. (idem, 2002, p. 92).

Por isso mesmo, “durante uma ‘brincadeira’, deve[-se] ser frequentemente lembrado de que ‘Isto é uma brincadeira’” (idem, 2002, p. 95), ou seja, o enquadre deve ser constantemente retomado. Temos, portanto, diferentes funções do “enquadre psicológico”, nos termos dele, ou “quadro de sentido”, pensando em nosso interesse comunicacional. Dentre elas, destacamos: a) é exclusivo, ao incluir certas mensagens, outras são excluídas, b) é inclusivo, ao excluir certas mensagens outras são incluídas, c) é relacionado a um sistema de premissas (idem, p. 98-99). Desenvolveremos estas funções quando tratarmos de alguns exemplos (gênero textual, paródia, sátira).

Erving Goffman retoma Bateson e desenvolve o conceito. No livro *Os quadros da experiência social*, o sociólogo considera que o quadro de sentido (*frame*) é o que permite a “definição de situação”, ou seja, que os envolvidos na situação avaliem “corretamente o que a situação deveria ser pra eles e então agir de acordo” (GOFFMAN, 2012, p. 23). Goffman frisa que sua perspectiva é situacional, pressupõe que os indivíduos, ao se interessarem por qualquer situação social, se confrontam com a pergunta: “O que está acontecendo aqui?” (idem, p. 30).

Essa pergunta carrega uma série de questões importantes, orbitando na premissa que papéis diferenciados de sujeitos podem resultar – e frequentemente resultam – em diferentes respostas. Primeiro, porque na maioria das situações, muitas coisas diferentes estão acontecendo simultaneamente. O que está acontecendo “aqui”, na situação “atual”, é enviesado, assim como o espaço que configura o “aqui” e o tempo que delimita o “atual” é variável de um participante para outro. Em segundo lugar, “o papel de um indivíduo numa atividade pode proporcionar-lhe um juízo valorativo distinto” (idem, p. 32) – por exemplo, numa festa em que um participante recebe muita atenção e outro pouca, o mesmo motivo pode tornar a festa agradável para o primeiro e chata para o segundo. Goffman faz um amplo uso do termo enquadramento, que, para ele, significa “princípios de organização que governam os acontecimentos – pelo menos os sociais – e nosso envolvimento subjetivo neles” (idem, p. 34).

Em *Footing*, sem fazer o uso explícito do conceito, Goffman (2002) exemplifica a organização da experiência a partir da mudança de enquadramento com um exemplo. Após entrevista coletiva, o presidente Nixon estabelece um diálogo informal com uma jornalista. O presidente pergunta à repórter porque está usando calça jeans e se o marido dela aprova aquela conduta, ao final da interação sugerindo que ela volte a usar vestido. A interação só é possível por causa da saída do enquadramento 1 [entrevista] e a entrada no enquadramento 2 [conversa informal]<sup>25</sup>.

Realizada essa retomada das origens do conceito, destacamos os usos contemporâneos de “enquadre”. No artigo *Enquadramento: Diferentes operacionalizações analíticas de um conceito*, Mendonça e Simões (2012) apresentam metodologias, destacando-se três: 1) Análise da Situação Interativa, que enfoca e analisa a situação comunicativa buscando pensar a maneira como mensagens metacomunicativas participam de sua definição; 2) Análise do Conteúdo Discursivo, que adota o enquadramento explorando as molduras e as saliências produzidas por enunciados; 3) Análise de Efeito Estratégico, dedicada ao estudo de *frame effects* produzidos pela adoção estratégica de discursos. Goffman faria parte da primeira, em especial ao se interessar particularmente por “pequenas ações ordinárias que deslocam os quadros ou evidenciam sua fragilidade”: “quando disparamos a rir em uma situação formal ou começamos a brigar de fato em uma ‘brincadeira de mão’, estaríamos promovendo essas mudanças de quadro por meio de nossos próprios posicionamentos” (MENDONÇA, SIMÕES, 2012, p. 191). Assim, “o enquadre se aproxima da ideia de contexto [...] [e] quadros são vistos como as molduras que permitem identificar a situação interativa, bem como o envolvimento dos atores ali” (idem, p. 193). Embora “enquadramento” tenha origem na pesquisa de interações face a face, todas as três operacionalizações são utilizadas para análise de situações comunicativas na/pela mídia.

Adiantamos aqui um conceito metodológico, por acreditamos que o humor e a crítica, bem como as articulações de ambos (por exemplo, na ironia, sátira, paródia), podem ser entendidos como enquadramentos. Mas não é só isso: humor, crítica, ironia, sátira e paródia também podem ser entendidos como gêneros. Convém apresentar uma noção de “gênero textual” e, então, aproximar os conceitos.

---

<sup>25</sup> De nossa parte, destacamos como sem a autoridade de presidente (ressaltada na formalidade da entrevista), talvez Nixon não se fizesse obedecer quando pediu para a jornalista fazer uma pirueta, causando o riso dos jornalistas que “entraram na brincadeira” do presidente. Problematizado algo que Goffman não comenta no texto, Nixon não pediria isso para nenhum dos colegas homens da jornalista...

### 2.1.2 *Gênero textual: aproximações possíveis com enquadramento*

Com enfoque no texto, gênero é uma noção que vem de uma classificação clássica das formas poéticas (em Platão e Aristóteles). Platão dividiu os gêneros em “sério” (epopeia e tragédia) e “burlesco” (comédia e sátira) (MACHADO, 2007, p. 151). Muitos séculos depois, Bakhtin situa a noção de gênero na esfera do discurso. Nessa perspectiva, “o ouvinte, ao perceber e compreender o significado (linguístico) do discurso, imediatamente assume em relação a ele uma postura ativa de resposta” (BAKHTIN, 1992, p. 257). Por isso, o discurso precisa ser pensado no contexto enunciativo da comunicação, no âmbito da cultura, e não como unidade de estruturas linguísticas (MACHADO, 2007, P. 157). Bakhtin nomeia o fenômeno que queremos discutir de “gênero discursivo” e definiu o gênero como um padrão relativamente estável de um todo, formas típicas de dirigir-se a alguém (BAKHTIN, 1997). Os gêneros – sendo um dispositivo de organização, troca, divulgação, armazenamento, transmissão e criação de mensagens em contextos culturais específicos – não têm um “nascimento original”, tampouco uma “morte definitiva” (MACHADO, 2007, p. 159). Eles são tão antigos quanto as organizações sociais e por isso se alteram, fundem, ramificam. Por isso, é possível fazer a distinção entre gêneros discursivos primários (da conversação cotidiana) e gêneros discursivos secundários (da comunicação produzida a partir de códigos culturais elaborados, como a escrita) (idem, p. 155). Como exemplo de gêneros secundários, teríamos os romances, os jornalísticos e os ensaios filosóficos.

É preciso ficar atento: no fim das contas, o gênero é definido mais pelo objetivo do texto do que pela forma textual. Por exemplo, se eu listo em meu perfil do Facebook alguns “ingredientes” (um humorista vindo de um canal de TV por assinatura, outro humorista desperdiçado em esquetes previsíveis, a maior emissora de televisão aberta do Brasil) e o “modo de preparo” (“misture tudo”, “esquente com piadas tidas como proibidas”, “leve o programa quando estiver ‘quente’ à internet”); meu interesse como pesquisador, a rede social onde este texto for publicado, as minhas intenções para com meus interlocutores esperados indicam que, de forma alguma, este texto não é tachável facilmente de “receita”. O objetivo aqui não é instruir o preparo de algo.

Feito esse destaque, é possível, e consideramos desejável, fazer uma aproximação de gênero e enquadramento, levando em conta quatro “pontes” entre os dois conceitos. Primeiramente, podemos dizer que o gênero é metacomunicativo, formado por “meta-mensagens” (mensagens que dizem do significado da interação).

Portanto, o próprio **gênero funciona como um enquadramento de sentido**, “definindo a situação” (como, por exemplo, “isto é uma brincadeira”, no caso dos textos humorísticos). Mais do que isso, também chamamos a atenção para a preocupação que ambas as perspectivas têm com o entendimento de olhar para a comunicação como uma interação (mais do que uma simples transmissão).

Daí o segundo aspecto: **gêneros e enquadramentos são construções que se dão na relação entre recepção e produção**, não simplesmente uma pura e autoritária imposição dos produtores. Desde a origem do conceito, “Bateson e Goffman buscam superar o individualismo metodológico que coloca a construção dos *frames* sob controle de indivíduos isolados” (MENDONÇA, SIMÕES, 2012, p. 196). Da mesma forma, estamos trabalhando aqui com a ideia de gênero não criado exclusivamente durante a produção, mas na interação. Por isso, o gênero acontece *pele* texto e não *no* texto, conforme veremos em Martín-Barbero posteriormente.

Terceiro ponto: ainda que Bakhtin tenha se atentado mais à cultura, Bateson e Goffman não negligenciaram esse ponto (como nos exemplos das Ilhas Andaman e da interação entre Nixon e a jornalista), nem tão pouco os estudos contemporâneos de enquadramento. **Gêneros e enquadramentos são culturais**. Um último aspecto é que se o gênero é um dispositivo de organização e criação de mensagens, ele pode ser entendido como enquadramento na medida em que é inclusivo de certos elementos e exclusivo de outros. Em síntese, estamos dizendo que **pequenos enquadramentos ajudam a conformar o gênero**. Caso a caso, vamos observar interações vividas como enquadramentos e gêneros. Primeiro, o humor.

## 2.2 Humor

O humor guarda semelhanças do comportamento animal não-humano da “brincadeira” – podendo ser visto mesmo como uma evolução da “brincadeira” no nível da linguagem. No nosso cotidiano, humor pode definir tanto uma característica de um sujeito – “fulano é bem/mal humorado” – quanto um estado momentâneo – “hoje ciclano acordou de bom/mau humor”. “Bem humorado” remete a uma pessoa alegre, expressiva, assim como “bom humor”, a estar bem, alegre. “Mal humorado”, por sua vez, refere-se a alguém com raiva, ranzinza, resmungando, o estado de espírito do “mau humor”. A origem do termo no latim quer dizer “líquido” e remete à medicina

humoral da Grécia Antiga. Acreditava-se que quatro fluidos corporais, ou humores<sup>26</sup>, eram responsáveis por regular a saúde física e emocional humana.

Bergson (2001) apresenta três axiomas do humor tal qual estamos discutindo aqui. Dentre eles, destacamos dois. “A insensibilidade acompanha o riso”. O riso tem como maior inimigo a emoção, ao exigir certo distanciamento, portanto se dirigindo à “inteligência pura”. O outro axioma é: “o riso precisa de eco”. “Nosso riso é sempre o riso de um grupo” (BERGSON, 2001, p. 5). Daí a dificuldade de traduzir anedotas cômicas de uma língua para outra, por exemplo.

Tendo em conta os dois axiomas, partindo da premissa que o “riso deve ter um significado social” (idem, p. 6), Bergson argumenta que o humor muitas vezes “castiga os costumes” (idem, p. 13), pois expõe os vícios de tal forma que pode forçar a mudança de ação de quem é motivo do riso. Como desdobramento disso, podemos entender o cômico como promotor de um “aperfeiçoamento geral” (idem, p. 15), sem isso tornar o riso sempre justo ou bondoso, pois “intimida humilhando”. “O riso castiga certos defeitos mais ou menos como a doença castiga certos excessos, atingindo inocentes, poupando culpados, visando a um resultado geral sem poder fazer a cada caso individual o favor de examiná-lo separadamente” (idem, p. 147).

Se o riso encontra eco no grupo e se torna possível pelo compartilhamento de *quadros de sentido*, então, ele se transforma ao longo da história. Destacamos as divisões de três autores que tratam do tema, sintetizando suas principais contribuições.

<b>Tempo histórico</b>	José Rivair Macedo (2000)	Gilles Lipovetski (2005)	George Minois (2003)
<b>Antiguidade (Grécia)</b>			“Riso divino” - Positivo, mas tendo natureza próxima da morte, pede controle
<b>Idade Média</b>	Riso coletivo e ritualizado - Ausência de fronteira entre o sério e a derrisão	Grotesco e carnavalesco - Espontaneidade no meio popular	“Riso diabólico” - Condenação oficial da Igreja (“Jesus não riu”)
<b>Renascimento/ Idade Moderna</b>		Prazer subjetivo - Ironia e sarcasmo como formas de controlar o corpo	“Riso humano” - Gargalhada que jogou por terra as certezas
<b>Contemporâneo</b>	Riso individualista - Caráter hermético - Estimula condutas “não condizentes com a lógica e com o bom senso”	“Sociedade humorística” - Dualidade entre o riso e o sério se dissolveu - Imperativo social generalizado (mercadoria)	“Morte do riso?” - Há ainda o que dessacralizar? - Perda da agressividade - Riso subserviente

Tabela 2: Diferentes cronologias do riso

<sup>26</sup> Eram humores: sangue, fleuma, bílis amarela e bílis negra. Embora lembrem o funcionamento dos hormônios estudados pela medicina moderna, os quatro líquidos não foram encontrados.

Embora as perspectivas tenham diferenças (por exemplo, sobre quando as fronteiras entre o sério e o não-sério se dissolveram ou se constituíram), todas convergem para uma conclusão negativa sobre o riso hoje. Não concordamos com a visão dos autores sobre o riso contemporâneo: no melhor dos cenários, Minois (2003) se pergunta retoricamente sobre uma não observada *morte do riso* (PEREIRA, 2009). É uma visada “apocalíptica”, sem levar em conta que o riso sempre foi usado ao mesmo tempo para conservar e subverter, que ignora tanto as resistências e os embates feitos pelo humor contemporâneo, quanto que a função de estar a serviço do poder não é nenhuma novidade (GOMES, 2012). O que estamos propondo aqui, fazendo uma livre apropriação dos termos de Raymond Williams, é estudar um riso *emergente* que traz muito de um riso *residual*. Formas residuais são as obras realizadas no passado, contudo, ainda acessíveis e significativas; formas emergentes, por sua vez, obras de tipos novos variados (WILLIAMS, 2008, p. 202). Em outras palavras, percebemos novas formas que procuram fazer rir – guardando semelhanças com formas do passado.

Também esclarecemos não compartilhar de tipologias e diferenciações que argumentam como o humor se trata de “cabeça e *script*” enquanto o cômico é corporal (PIGNATARI, 1984). Tampouco confirmamos a hipótese que o humor nasceu na Inglaterra Vitoriana (ainda que o termo tenha sido cunhado lá). Vamos por outro caminho: preferimos tratar humor<sup>27</sup> como sinônimo de cômico, simplesmente como causar ou procurar causar o riso. Aqui, argumentamos que uma tipologia muito rígida não contribui para entender o fenômeno, afinal, “a primeira qualidade do humor é precisamente escapar a todas as definições e ser inapreensível, como um espírito que passa” (MINOIS, 2003, p. 79). O cômico não é possível de ser encerrado em uma definição porque é algo vivo, enquanto algo vivo é possível de se observar crescer e desabrochar (BERGSON, 2001). Sem (pré-)conceitos, percebemos “a necessidade de situar contextualmente o riso e de dissecar suas formas em suas manifestações concretas” (PEREIRA, 2009, p. 69). Na televisão, o humor pode ser um gênero.

---

<sup>27</sup> Em nossa qualificação, fomos questionados pelo professor Marcio Serelle sobre o “humor machadiano”, que até pode causar o riso, mas que não tem “fazer rir” como principal objetivo. Vale lembrar que até os gregos antigos não distinguiam, de início, a tragédia da comédia – e que a distinção foi surgindo em função de um enfoque neste ou naquele aspecto da narrativa. Da mesma forma, se é possível falar de um “humor machadiano”, é difícil tratar as obras de Machado de Assis como “humorísticas”. A forma de escrever do autor pode causar o riso ou as lágrimas, mas “humor” não é a primeira palavra que vem em mente quando pensamos em Machado de Assis. “Humor machadiano”, no sentido em que estamos trabalhando o termo “humor”, não é humor...

### 2.2.1 *Gênero televisivo: o humor televisual e sua genealogia*

Há propostas diferentes de como trabalhar com o conceito de gênero televisivo. Uma é aquela que trabalha com três grandes categorias (onde os gêneros estariam contidos e estes, por sua vez, conteriam os formatos). São elas entretenimento, informativo e educativo (SOUZA, 2004). Ficção e realidade também são categorias de referência clássica: ficção incluindo as novelas, por exemplo, e realidade os telejornais; sendo que se pode acrescentar um terceiro que é o lúdico, espaço do jogo onde a distinção ficção/realidade é suspensa ou reconfigurada, como programas de auditório, certos tipos de entrevista, *reality shows* (JOST, 2004)<sup>28</sup>. Sem desmerecer essas noções amplas, aqui nós precisamos dar conta de mais especificidades. O *Tá no Ar* é facilmente classificável como um programa onde prevalece “ficção” e “entretenimento”, mas isso não diz muito.

A partir do gênero discursivo de Bakhtin, Arlindo Machado pensa a TV com o conceito de enunciado, que dá conta de todos os eventos singulares que acontecem na televisão, desde uma vinheta a um *spot* publicitário. Cada enunciado é singular, mas “produzido dentro de uma esfera de intencionalidades, sob a égide de uma certa economia, com vistas a abarcar um certo campo de acontecimentos, atingir um certo segmento de telespectadores e assim por diante” (MACHADO, 2001, p. 70). Gênero, portanto, é um “*conceito* de televisão”, “utilização de recursos expressivos [...] não apenas nos conteúdos verbais, figurativos, narrativos e temáticos, como também no modo de manejar os elementos dos códigos televisuais” (idem). Os modos de organizar esses recursos são relativamente estáveis, reconhecíveis para produtores e espectadores, herdeiros de tradições (televisual e também da literatura, do cinema, do teatro) e ao mesmo tempo mutáveis, evoluindo em novas direções e possibilidades. Gêneros existem em grande quantidade e são heterogêneos (por isso, Arlindo Machado se limita a trabalhar analisando alguns poucos, como o videoclipe, por exemplo).

Em diálogo também com Bakhtin, bem como com pesquisas italianas, o pensamento desenvolvido por Martín-Barbero é referência consagrada na área. Não sem

---

<sup>28</sup> Próxima a essa noção, está a proposta dos gêneros meta-realidade, “tipo de realidade discursiva, veiculada pela televisão que tem como referência direta o mundo exterior e natural” (DUARTE, 2004, p. 82); supra-realidade, “tipo de realidade veiculada pela televisão que não tem compromisso direto com o mundo exterior, mas com a coerência interna ao discurso que produz” (idem, p. 83); e para-realidade, “um novo tipo de realidade veiculada pela televisão – que não tem como referência o mundo exterior, mas um mundo paralelo cujos acontecimentos são artificialmente construídos no interior do próprio meio” (idem, p. 83).

motivo: diretamente ligado à competência cultural, gênero é *uma* mediação ou, nas palavras da pesquisadora Itania Gomes (2011), a mediação central.

São suas regras que configuram basicamente os formatos, e nestes se ancora o reconhecimento cultural dos grupos. Claro que a noção de gênero que estamos trabalhando tem pouco a ver com a velha noção literária do gênero como propriedade do texto, e muito pouco também com a sua redução taxonômica, empreendida pelo estruturalismo. No sentido em que estamos trabalhando, um gênero não é algo que ocorra *no* texto, mas sim *pelo* texto, pois é menos questão de estrutura e combinatórias do que de competência [...] A consideração dos gêneros como fato puramente “literário” [...] nos têm impedido de compreender sua verdadeira função e sua pertinência metodológica: chave para análise dos textos massivos e, em especial, dos televisivos. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 303-304, grifo do autor).

O gênero é uma “estratégia de comunicabilidade” que faz a mediação *entre*<sup>29</sup> o sistema produtivo e as lógicas dos usos (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 303). Sistema produtivo e lógicas dos usos que abordamos algumas páginas atrás. Desdobrando essa concepção, entendemos gênero como “convenções pelas quais a maneira de significar dos programas é estruturada, determinando regras, modos e limites para o processo de produção” (ROCHA, 2008, p. 124). O gênero televisivo indica um objetivo, funciona como um contrato (FRANÇA, 2006) que pode entrar em vigor ou não, como uma promessa (JOST, 2004) que pode se concretizar ou não<sup>30</sup>. Cada gênero “contêm uma promessa constitutiva” compartilhada como, por exemplo, fazer rir no caso da comédia (JOST, 2004). Claro, o mesmo programa pode ter propostas diferentes: para uma melhor definição, cabe procurar aquela promessa, aquele contrato, em outras palavras, o objetivo e a subsequente estratégia que consideremos principal.

Tendo em vista esta discussão, podemos contar com a valiosa contribuição de José de Souza (2004). Ainda que o autor, em vários momentos, nos pareça ora centrado demais nas definições dos produtores, ora olhando a TV de um ponto de vista de uma supervalorização da informação (desvalorizando o entretenimento), seu trabalho tem o mérito de mapear gêneros e formatos da TV aberta brasileira. Vejamos a tabela.

<sup>29</sup> Embora Martín-Barbero use o termo “entre”, é preciso deixar claro que mediação não é intermediação (SIGNATES, 1999, p. 7), em outras palavras, “as mediações [...] não se constituem meramente enquanto pontes que conectam um determinado ponto a outro. É preciso considerar que é nas mediações que o sentido se articula, sendo elas, assim, chaves de significação que nos permitem apreender os aspectos que regulam as conexões entre os diferentes momentos do circuito” (ROCHA, SILVEIRA, 2012, p. 4, nota de rodapé). A mediação está “entre” porque atravessa as diferentes instâncias da interação.

<sup>30</sup> Embora as noções de “contrato” e “promessa” sejam diferentes e motivem debate no campo, entendemos que ambas tem em comum orbitar em torno dos termos chaves adotados aqui para tratar do gênero: objetivo e estratégia da interação.

CATEGORIA	GÊNERO
Entretenimento	Auditório – Colunismo social – Culinário – Desenho animado – Docudrama – Esportivo – Filme – <i>Game show</i> – Humorístico – Infantil – Interativo – Musical – Novela – <i>Quis show</i> – <i>Reality show</i> – Revista – Série – Série Brasileira – <i>Sitcom</i> – <i>Talk show</i> – Teledramaturgia – Variedades – <i>Western</i>
Informação	Debate – Documentário – Entrevista – Telejornal
Educação	Educativo – Instrutivo
Publicidade	Chamada – Filme comercial – Político – Sorteio – Telecompra
Outros	Especial – Eventos – Religioso

Tabela 3: Categoria e gêneros dos programas na TV aberta brasileira (SOUZA, 2004, p. 92)

Além dos 37 gêneros distribuídos pelas 5 categorias propostas, Souza também identifica 31 formatos<sup>31</sup>. Não concordamos completamente com as classificações do autor (por exemplo, entendemos que os *talk shows* e os *sitcom* são tipos de atrações humorísticas, conforme discutiremos em breve). Mas, (além de nos ajudar com um mapa que, adaptado, nos permitirá quantificar as paródias do *Tá no ar*), entendemos que o autor acerta em cheio nas distinções entre gênero e formato. Retomando nosso exemplo da “receita”: a forma, o formato é importante, mas não define o gênero textual, inclusive na TV. Um programa, inscrito em certo gênero e subgênero, pode fazer uso de diferentes formatos, conforme esquematizado a seguir.

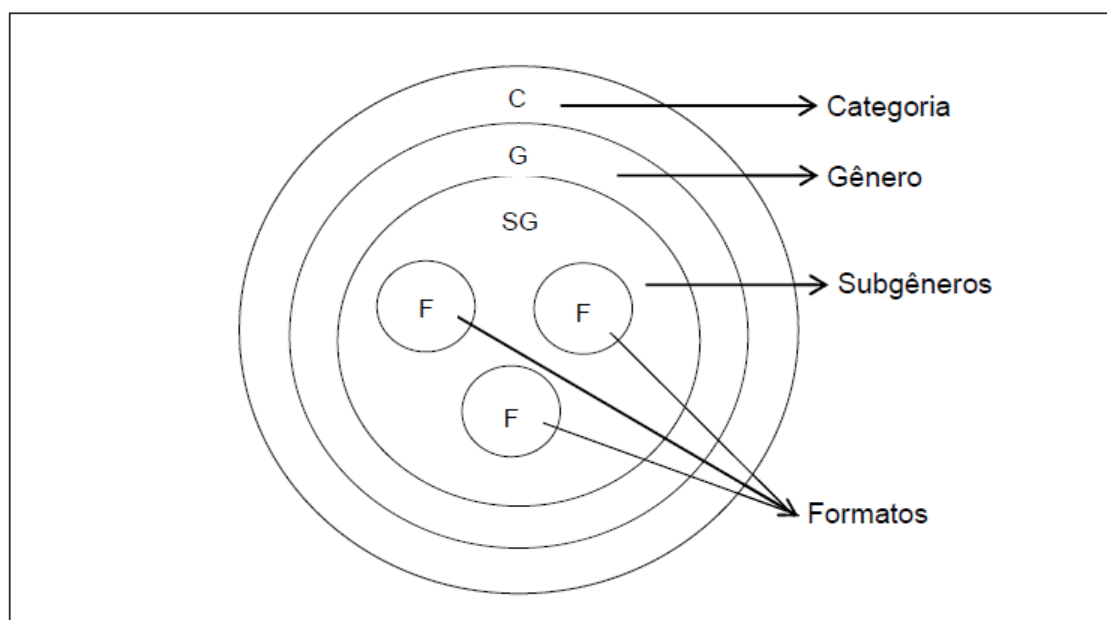


Figura 1: Esquema de identificação e classificação de categorias, gêneros, subgêneros e formatos.

Fonte: Guimarães (2016), adaptado de Souza (2004).

<sup>31</sup> São formatos da televisão, segundo Souza (2004): Ao Vivo, Auditório, Câmera Oculta (pegadinhas), Capítulo, Debate, Depoimento, Documentário, Dublado, Entrevista, Episódio, Esquete, Game Show, Instrucional, Interativo, Legendado, Mesa-Redonda, Musical, Narração em *Off*, Noticiário, Quadros, Reportagem, Revista, Seriado, *Talk Show*, Teleaula, Telejornal, Teletexto, Testemunhal, Videoclipe, Vinheta e *Voice-Over*.

Pois bem, voltando ao gênero televisivo humorístico, notemos que, em muitos aspectos, ele carrega traços da comédia teatral. A comédia teria tido origem na Grécia Antiga, nas festas realizadas em dezembro pelos camponeses em culto ao deus Dionísio (MINOIS, 2003, p. 37). Ao ir se consolidando como gênero teatral em contraponto à tragédia, alguns elementos (que encontraremos séculos depois nos similares veiculados na televisão) aparecem: as comédias podem corroborar as convenções sociais ou questioná-las; tratar da política, de obscenidades, de assuntos domésticos, de relações sentimentais; insultar os homens políticos ou os marginalizados, como os velhos (idem, p. 51). “A comédia é uma brincadeira, uma brincadeira que imita a vida” (BERGSON, 2001, p. 50), a simulação de ações denotando algo que as ações “originais” simuladas não denotam, um enquadramento.

Permitindo-nos um salto de milhares de anos, destacamos uma atualização da comédia do teatro que foi decisiva na TV brasileira: a que se deu no rádio.

Segundo Saliba (2002), Souza (2004) e Vasques (2012) [acrescentando Pignatari], o gênero humorístico televisivo veio do rádio. Os primeiros programas produzidos pelos canais abertos marcaram época e lançaram no mercado nomes de humoristas que passaram a ser nacionalmente conhecidos. Logo no período da ditadura, o humor censurado trazia mensagens codificadas que burlavam a fiscalização política e econômica da época. Era um humor que expunha as dificuldades do povo e os problemas do país de forma “engraçada”, isto é, o riso permitido trazia implícito o intuito da reflexão. Era uma *crítica consentida*. (GUIMARÃES, 2016, p. 76, grifos nossos).

O rio que é a televisão, nos termos de Pignatari (1984), tem realmente muitos afluentes e seria exaustivo retomar todas as influências recebidas no caso do humor. Em síntese, agora cabe definir o gênero televisivo humorístico como aquele cujo objetivo é causar o riso do telespectador. “Fazer rir” é tanto proposta dos produtores como algo reconhecível pelos receptores. Até a ausência do riso só é frustrante na medida em que se entende a promessa de fazer rir que o gênero propõe. “Falantes do ‘idioma’ dos gêneros, os telespectadores, como nativos de uma cultura textualizada, ‘desconhecem’ sua gramática, mas são capazes de falá-lo” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 304).

Se entender o gênero humorístico da TV como *aquela que procura fazer rir* ajuda-nos, evidente que não basta: constatar que o *Tá no Ar* procura causar o riso ainda nos deixa distantes de suas especificidades, dentre elas de *como* ele procura causar o

riso. Uma pista para continuar no rastro de nosso problema, tentando dar conta da “gramática” do gênero, é sua variedade e hibridação, tomando-as como uma possibilidade de investigação sem se deter diante do que é considerada uma dificuldade metodológica do conceito (FRANÇA, 2006, p. 31; MACHADO, 2001, p. 71).

### 2.2.2 Subgêneros humorísticos na televisão: o “Tá no ar” como humor paródico

Sem a pretensão de fazer categorias estanques e canônicas, reconhecendo que outras formas de agrupamento seriam possíveis, propomos alguns subgêneros do humor na TV brasileira, sintetizados na tabela a seguir.

Subgênero	Características (como faz rir?)
Convencional	Conta com a criação de personagens fixos e bordões, produtos herdeiros de uma tradição radiofônica. Os exemplos a seguir são de programas que começaram na rádio e migraram posteriormente para a TV: <i>Balança, mas não cai</i> (Globo); <i>A Praça da Alegria</i> (SBT) e <i>Escolinha do Professor Raimundo</i> (Globo)
Auditório	É híbrido com o programa de auditório da TV, bem como simula uma encenação no teatro, tendo diante da interpretação uma plateia que ri, interage. Exemplos: <i>Tudo pela audiência</i> (Multishow) e <i>Tomara que caia</i> (Globo)
Talk show	Dialoga com os códigos jornalísticos, em especial os de entrevista, herdeiro dos estadunidenses <i>late night talk shows</i> (programas de entretenimento, que se voltaram para o humor e para o <i>star system</i> , dedicando-se às entrevistas com celebridades). Exemplos: <i>Programa do Jô</i> (Globo), <i>Agora é Tarde</i> (Band), <i>The Noite</i> (SBT), <i>Adnight</i> (Globo), <i>Programa do Porchat</i> (Record)
Sitcom	Termo derivado do inglês, é a comédia dos costumes ou comédia da situação. Os exemplos a seguir foram sucesso de audiência e tiveram muitas temporadas. <i>Tapas &amp; Beijos</i> (Globo) e <i>A Grande Família</i> (Globo)
“Humor realidade”	Crescente desde os anos 2000, agrupa aqueles programas com o objetivo de propor o real como risível, retratando-o com espontaneidade, criando para o realpiada um tom de autenticidade. Exemplos: <i>CQC</i> (Band), <i>Hermes &amp; Renato</i> (MTV), <i>15 minutos</i> (MTV), <i>Pânico na TV</i> <sup>32</sup> (RedeTV!-Band)

<sup>32</sup> Vale aqui fazer um destaque sobre o *Pânico na TV*, objeto de pesquisa anterior do GRIS. Em *A TV em pânico: o enquadramento das celebridades pelo Pânico na TV*, Leonardo Pereira (2009) argumenta que o Pânico, “enquanto programa metatelevisivo (que tem a própria TV e sua linguagem como temática última) de humor (que parece ter como proposta para o espectador fazê-lo rir) se aproxima de outros programas anteriores” (PEREIRA, 2009, p. 54). *Ernesto Varela, o Repórter*, personagem de Marcelo Tas que estreou no fim de 1984, seria um dos antecedentes: na época, ele já abordava políticos (por exemplo, Paulo Maluf) com perguntas críticas (“Muitas pessoas dizem que o senhor é corrupto, que o senhor é ladrão. É verdade isso, deputado?”). O “jornalismo cara-de-pau” tem semelhanças com o Repórter Vesgo (Rodrigo Scarpa), repórter do *Pânico na TV* “que também faz sucesso ao abordar celebridades e anônimos em festas e eventos com perguntas politicamente incorretas (mas, quase nunca com o mesmo viés político de Varela)” (idem, p.55). No Pânico, há também uma proximidade com programas de colunismo social. “Estes últimos, cada vez mais presentes na grade televisiva brasileira, [...] se movimentam a partir da própria mídia e de seus famosos, como é o caso do *TV Fama* e do *Programa Amaury Jr.*, ambos da Rede TV!” (idem, p. 60). A diferença é o humor e mesmo a crítica, na medida em que “o programa parece apontar sua carga satírica para a mídia em sua centralidade legitimada de produção de material simbólico” (idem, p. 177). Transportando esta ideia para a questão das celebridades, outro alvo das sátiras seria “a disputa por visibilidade midiática em seu terreno mais potente: a televisão” (idem). Por isso, o programa faz diferentes enquadramentos para aspirante a celebridade, recém célebre, ex-celebridade e uma celebridade “com todo o peso que o termo pode adquirir” (idem, p. 178).

Paródico	Paródia a própria televisão e faz graça dela. <b>Exemplos:</b> <i>TV Pirata</i> (Globo); <i>Casseta &amp; Planeta, Urgente!</i> (Globo); <i>Tá no Ar: A TV na TV</i> (Globo)
----------	--

Tabela 4: Subgêneros humorísticos da televisão brasileiro<sup>33</sup>

Uma observação importante: o *stand-up comedy*, tipo de teatro humorístico tipicamente estadunidense, em que o comediante faz rir a partir de uma leitura própria que apresenta sobre questões do mundo que o cerca (sem usar personagens, figurinos, acessórios ou cenários), parece influenciar muito o humor na TV contemporaneamente, em especial no crescimento do número de *talk shows* (jogando o gênero definitivamente para o humorismo) e no surgimento do “humor realidade”. De fato, vários artistas de ambas as modalidades são também *stand-up comedys* (incluindo Marcelo Adnet, que apresentou o programa *15 minutos* na MTV).

Os programas humorísticos paródicos<sup>34</sup> são os que mais nos interessam: o *Tá no ar* está entre eles, ao fazer piadas parodiando a televisão. São outros exemplos os globais *TV Pirata* e o *Casseta & Planeta, Urgente!*. É incontornável passar ao menos por uma breve reflexão pelos dois programas que incluímos no subgênero, podendo eles indicar continuidades e rupturas do humor e servirem também como “estado da arte”, ao olharmos para estudos precursores do nosso com temática semelhante.

Sobre o *TV Pirata*, que foi ao ar ao final da década de 1980, comparações foram feitas quando o *Tá no ar* foi lançado, não só dentro da crítica jornalística, mas também no âmbito da pesquisa. Mais do que no *Tá no ar*, o humor do *TV Pirata* foi considerado “revolucionário” em relação ao que já havia sido apresentando na televisão aberta brasileira até ali.

---

<sup>33</sup> A classificação da tabela é inspirada em três fontes principais: no artigo *O astro de uma nova geração de humoristas* para o Observatório da Imprensa, em matéria de capa da revista *Rolling Stone* e na dissertação “(NÃO) É SÓ UMA PIADA: Cinismo, ironia e entretenimento nos *talk shows The Noite e Agora é Tarde*”. No O.I., Briglia (2015), reconhecendo que conceituar gênero não é tarefa fácil, apresenta os humorísticos convencionais (que chama de “tradicionais”), o *sitcom*, e os paródicos sem tratá-los como subgêneros do humor. Já a revista *Rolling Stone* de dezembro de 2008 estampa em sua capa um especial intitulado “Tá rindo do quê?”, onde se propõe a abordagem do “humor realidade” (PEREIRA, 2009, p. 57). Souza (2004) trabalha com humorístico, *sitcom* e *talk show* como três gêneros diferentes, o que não fizemos aqui. De fato, definir *talk show* como algo “dentro” do gênero humorístico foi o movimento que mais nos causou dúvida, pela forte marcação que a entrevista imprime no gênero. Porém, cada vez mais humoristas entram no ramo, fazendo vários tipos de piadas durante as atrações que levam seus nomes. O próprio Jô Soares, pai deste subgênero no Brasil, começou como comediante. Portanto, não consideramos a classificação tão problemática. A entrevista passa a ser mais um formato, não o único, e talvez nem o principal (SOUZA, 2004, p. 138). Para uma definição mais ampla de *talk show*, cf. Julia Lery Miranda (2015), Souza (2004).

<sup>34</sup> Lembramos ao leitor e à leitora que definiremos o que entendemos por “paródia” ainda neste capítulo. Por hora, fiquemos com a ideia central que destrincharemos posteriormente: “repetição com diferença”.

A *TV Pirata* sacudiu a poeira das piadas tradicionais que reinavam havia décadas e foi tachada de “elitista demais”, “carioca demais”. Mas manteve-se firme com seu humor de referências, abusando da metalinguagem, do *nonsense* e contrapondo-se a veteranos como Chico Anysio – que dizia que sua empregada não entendia o programa (BRAUNE; RIXA, 2007, p. 218).

Sem atrações voltadas para imitações ou repetições de um grande figurão, Guel Arraes trabalhou com a paródia: “a graça estava exatamente em rir das produções televisivas, seus estereótipos já consolidados, ou seja, os gêneros” (BRIGLIA, 2015). *TV Pirata* teria corrido o risco de sair do ar: “o humor proposto [...] causou o natural estranhamento que ocorre diante do novo” (idem).

O que hoje é feito pelo *Tá no Ar* já foi muito bem explorado pelo *TV Pirata*, só que em uma época diferente para a televisão. Os anos oitenta foram marcados também pela redemocratização política do país e os níveis de censura no humor foram sendo minimizados aos poucos. Além disso, toda a tecnologia e interatividade proporcionada, na contemporaneidade, pelas relações com a internet, não puderam ser exploradas pelo elenco de Guel Arraes. Se a internet, hoje, representa uma grande aliada para a aceitação do humor de Marcelo Adnet, o mesmo não aconteceu com a *TV Pirata*, que, a princípio, não foi bem aceita pelo público e pela crítica. (BRIGLIA, 2015, grifo do autor).

Entre os quadros, estavam o *Casal Telejornal* – um casal que apresentava o jornal direto da cozinha de casa, onde conciliavam as obrigações familiares e profissionais – e o *Piada em Debate* (que guarda semelhanças com o *Militante* do *Tá no ar*): uma piada era apresentada e debatida por “especialistas”, por exemplo, um sociólogo e uma feminista. Parodiou-se também *A praça é nossa* (SBT) (registre-se, o *Tá no ar* não foi o primeiro programa global a citar atrações das concorrentes).

Por sua vez, o grupo do *Casseta* (formado por Beto Silva, Hubert, Reinaldo, Hélio de la Penã, Claudio Manoel, Marcelo Madureira e Bussunda) foi criado com a fusão de duas publicações do Rio de Janeiro: a revista *Casseta Popular* e o tabloide *O Planeta Diário*, que faziam humor acerca de temas do cotidiano. Como grupo, estreiam na TV em 1990, na cobertura ao vivo do carnaval pela Rede Globo. No ano seguinte, estavam escrevendo e atuando no programa humorístico, também dirigido por Guel Arraes, *Doris para Maiores* (BRITO, 2003, p. 8). O programa *Casseta & Planeta, Urgente!* começa a ir ao ar às noites de terça-feira em 1992, como sequência do modelo de *Doris para Maiores*, apoiado no lema *Jornalismo mentira, humorismo verdade*. Como explica Duarte (2004), *Casseta e Planeta, Urgente!*, sendo um programa que faz referência a outros, colocava em cena (em forma de paródia) figuras, atores, narrativas

(novelas, minisséries) produzidas por sua própria emissora. Mas não foi só isso: a Globo se utilizou de um personagem que circulou em outros programas. Foi o caso de seu Creysson (Cláudio Manoel), que fez um showmício na Praça da República de uma candidatura fictícia e até uma entrevista no cenário do *Jornal Nacional*. As paródias acabavam tendo um caráter de autopromoção da emissora e da grade de programação.

Tanto *TV Pirata* quanto *Casseta & Planeta, Urgente!* foram considerados um marco do chamado “humor inteligente”: “críticas à política, sátiras aos programas televisivos e roteiro afiado e moderno eram marcas em comum das duas atrações” (BRIGLIA, 2015). Porém, “com o passar dos anos, a Rede Globo se distanciou desse tipo de humor, a ponto de focar apenas em séries e shows menos controversos” (idem). O que levou a emissora a optar por isso? Alguns programas (*A Família Trappo*, *A Praça da Alegria*, *A Grande Família*) são exemplos de humorísticos brasileiros que fizeram escola e influenciaram na criação de outros programas do gênero. “Para alguns profissionais da área, porém, não há como fugir dessas fórmulas” (GUIMARÃES, 2016, p. 76). Especialmente os esquetes e personagens usando bordões se consagram como paradigma do humor na TV. O diretor de humorísticos, Maurício Sherman, explica que desse modo “fica mais fácil apresentar os bons e velhos temas de piadas que o público mais gosta: sexo, o caipira na cidade grande, a escatologia, o político corrupto e as dificuldades financeiras do país” (SOUZA, 2004, p. 113).

Há também outra hipótese, que argumenta que “a falta de redatores e bons profissionais atrelados aos interesses políticos e econômicos das emissoras leva o gênero a repetições contínuas de velhas fórmulas” (idem). Como é necessário ter um elenco de humoristas conhecidos, o gênero se torna custoso e poucas emissoras podem investir, quanto mais ousar inovações. Sem nos ater à caça aos “culpados”, nos perguntando se são os produtores ou os públicos (lembrando que o gênero é construído na interação entre ambos), aparentemente as principais acusações feitas ao humor na televisão brasileira aberta são a falta de criatividade e a falta de crítica. Mesmo esquetes que ridicularizam o poder na figura do político corrupto, por exemplo, ficaram típicos demais, são “despreocupados”, “desgastados” (GUIMARÃES, 2016, p. 76). Há uma generalização da crítica, que a torna superficial, rasa<sup>35</sup>.

---

<sup>35</sup> Autores como Souza (2004) alegam que o humor na época da ditadura e da redemocratização teve seu auge, pois as “críticas consentidas” eram melhores do que o riso procurado nos anos seguintes. A alegação pode ter fundamento, mas há no mínimo alguma pitada de saudosismo e idealização do passado. “Primo rico, primo pobre”, exemplo de esquete elogiado pelo autor por uma suposta crítica à desigualdade no Brasil, nos parece muito mais uma “constatação” do que uma “emissão de juízo”.

Em outras palavras, a Globo e a TV aberta brasileira preteriram o humor mais crítico e autocrítico. A crítica, por sinal, é nosso tópico a ser discutido em seguida.

### 2.3 Crítica

Para definir crítica, podemos retomar as reflexões de Raymond Williams. No livro *Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade*<sup>36</sup>, o autor desenvolve um breve verbete. O sentido predominante do termo, remetendo à origem grega *kritikos*, se refere à descoberta de erros e à emissão de julgamento. No caso da literatura, o sentido de crítica se diferencia de apreciação, “palavra mais branda para o juízo literário” (WILLIAMS, 2007, p. 115). O significado da palavra vai evoluindo com o surgimento da crítica especializada, entrando no mesmo campo semântico que *gosto*, *cultura* e *discriminação*. Discriminação é em si mesma “uma palavra dividida, com um sentido positivo de juízo adequado ou informado, e um sentido negativo de exclusão irracional ou de tratamento injusto de algum grupo de fora” (idem).

Dois momentos distintos marcam diferentes acepções de crítica, por conta do desenvolvimento profissional no campo da cultura. No século XVII, começam a se instituir “padrões de juízo”, a partir da confiança na profissão. “A confiança era especificada de diversos modos, inicialmente de *saber* e erudição, depois como *cultivo* e *gosto*, e mais tarde como sensibilidade” (idem, p. 116, grifos do autor). No século XX, há tentativa de substituir a confiança por metodologias pretensamente objetivas.

Para Williams [...] esse sentido de “crítica”, diretamente associado a um processo de recepção, acabou naturalizando processos gerais que se mascaram em respostas abstratas, desconsiderando a complexidade das situações sócio-históricas que delimitam os gostos, juízos, padrões, sensibilidades. [...] Conquanto o processo de profissionalização da atividade crítica seja parte do processo cultural, o que não se pode perder de vista é que essa profissionalização oculta as especificidades dos juízos em processos gerais. (SILVA, 2015, p. 7)

A crítica de uma obra cultural é, portanto, uma “prática definida em relações ativas e complexas com a situação e contexto totais” (WILLIAMS, 2007, p. 117). Em suma, críticas de modo geral são feitas a partir de valores, “o conjunto de princípios que guiam os julgamentos”: “o termo valor evoca, em sua origem, os sentidos de avaliação e

---

<sup>36</sup> Segundo Prysthon (2014, p. 258), *Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade* foi desenvolvido como apêndice de *Cultura e sociedade*, embora publicado quase uma década depois por Raymond Williams.

validação, por reconhecimento do vigor, mérito ou importância de um determinado objeto” (SOARES, SERELLE, 2013, p. 175).

Valores são constituídos por traços diversos, de aspectos culturais, ideológicos, institucionais, relacionados à tradição de um repertório e/ou ancorados em contextos em que determinadas performances adquirem importância aumentada [...]. Logo, não só a grade de valor é mutável, construída historicamente, como dependente do lugar de enunciação da crítica, bem como da projeção que ela faz de seu enunciatário e dos momentos em que se abre para a escuta do público, tornando-se, portanto, relacional (idem, 2013, p. 175-176).

O caráter relacional da crítica aponta para a sua dimensão comunicativa. É possível, portanto, aproximar a noção de crítica ao conceito de enquadramento. Segundo França, os quadros de sentido muitas vezes “são naturais [ou naturalizados] e invisíveis na nossa convivência cotidiana uma vez que já se encontram assentados no instituído”, mas principalmente são “recobertos não apenas de sentidos, mas de valores” (FRANÇA, 2012, p. 48). Se criticar é atribuir medidas de presença ou ausência de valor a algo, as valorações podem ser percebidas através dos enquadramentos de sentido. Assim, os enquadramentos podem ser críticos e neles podemos observar crítica.

Antes de adentrarmos na crítica da mídia e da televisão, convém registrar que, se há pouco refutávamos “a morte do riso”, também não compactuamos (completamente) com a perspectiva que alega que a crítica “faliu”, como sugere Vladimir Safatle (2008). Assim como o riso, partimos da premissa que a crítica pode ser vista em formas *emergentes* derivada de formas *residuais* (adaptando novamente os termos de Raymond Williams). Claro, se “falência” quer dizer “acomodação”, não é o *Tá no ar*, cujo objetivo principal é fazer rir, que vai desmentir a hipótese de “falência da crítica”. Debateremos com Safatle ao final da dissertação. Agora, retomemos criticamente a escola que inspira as reflexões filosóficas do autor: a Escola de Frankfurt.

### 2.3.1 *Crítica da mídia: dos “apocalípticos” de Frankfurt ao sistema de resposta social*

Algumas das teorias da comunicação tiveram a preocupação em manter um distanciamento crítico dos meios massivos, destacando-se uma escola que se intitulou “crítica”, em contraponto ao que se chamava “pesquisa administrativa” (esta era estadunidense e tinha como uma de suas fraquezas a ausência de crítica, ou seja, pouca problematização do que era pesquisado, como e porque era pesquisado).

A Escola de Frankfurt, destacando-se os nomes de Adorno e Horkheimer, é marcada pelo contexto de ascensão do nazismo e pela fuga de seus pesquisadores (majoritariamente judeus) para os Estados Unidos. Ela tem como base a chamada Teoria Crítica da Sociedade, “com forte inspiração marxista e aberta a outras correntes, entre as quais, de maneira pioneira na época, a psicanálise freudiana” (COHN, 2014, p. 147). Crítica aqui não se reduzia a assinalar falhas no mundo: “significa, escreve Horkheimer ao discutir a Teoria Crítica, considerar as falhas e insuficiências do mundo como ‘necessariamente vinculadas à estrutura inteira da construção social’” (idem, p. 152). Por isso, se faz “uma crítica imanente do modo socialmente necessário de produção de formas de razão, de percepção e de sensibilidade no capitalismo tardio e na sua forma social, que é a ‘sociedade administrada’” (idem, p. 153). Para procurar “os traços da constituição interna e do modo de funcionamento da sociedade”, “a crítica imanente da ideologia como aparência necessária revela-se imprescindível para a crítica do próprio objeto, ou seja, para expor suas tendências e seus limites intrínsecos” (idem).

Sendo assim, se cunha o termo “indústria cultural”, criticando “fenômenos de comunicação e cultura [...] [como] parte de processos mais amplos, que dizem respeito à formação da vida social no âmbito do capitalismo” (RÜDIGER, 2014, p. 158). Nem os críticos culturais são poupados, ao “cooperar com a cultura como um flagelo honrado e bem pago” (ADORNO, 2002, p. 76). As críticas são um acréscimo importante para quem estuda mídia: “sua grande contribuição está em introduzir uma reflexão sobre a ideologia no campo de pesquisa sobre os meios de comunicação [...] e em fazer o elo entre história e comunicação” (MAIGRET, 2010, p. 99). Mas a crítica foi duramente criticada ao longo dos anos.

Maigret (2010, p. 100-103) enumera algumas fragilidades de Frankfurt no geral: pressupostos muito românticos (pendulando entre um utopismo ingênuo e um existencialismo reacionário), concepção de arte elitista, rejeição de uma atenção empírica às realidades denunciadas sem dar palavra aos públicos, falta de atenção com a não completa padronização dos produtos culturais (o próprio Adorno teria reconhecido que filmes e novelas são industriais por analogia). Por apresentar estes limites, Eco (1987) chama Frankfurt de “apocalíptica” e Machado (2001) afirma que Adorno, ao olhar para a televisão, comete generalizações apressadas, comparáveis às do “integrado” McLuhan, conforme discutimos anteriormente. Hoje, o debate da crítica da mídia no meio acadêmico se encontra em outro estágio, ressaltando a importância de se fazer pesquisas metacríticas (que explicamos logo no início da dissertação).

O olhar da academia também foi para muito além de Frankfurt porque, se os estudos de recepção (por exemplo, inspirados na investigação das mediações propostas por Martín-Barbero) tinham mostrado aos pesquisadores o papel ativo dos receptores na construção de sentido, dois passos à frente foram dados: 1) abandonou-se o privilégio do pré-midiático (ou do não midiático) como possibilidade de resistência, ou seja, percebeu-se a impertinência da dicotomia mídia/sociedade, e 2) iniciou-se a observação de diversos lugares sociais de crítica da mídia, para além da crítica especializada (acadêmica e jornalística) (VAZ, 2006, p. 16).

Esses dois passos são visíveis na teoria de Braga (2006). O autor argumenta que, além de observar os polos da emissão e da recepção, podemos notar também o que ele chama de sistema de resposta social ou sistema de interações sobre a mídia. Dentro deste sistema, desenvolvem-se processos críticos. Levando em conta a importância desta teoria para o nosso trabalho, cabe aqui refletirmos mais sobre ela.

Vaz argumenta que a hipótese de um terceiro sistema, além da produção e recepção, permite compreender uma característica decisiva do contemporâneo: “por saber que é afetada pela midiatização, a sociedade se organiza para enfrentar sua mídia e sua organização afeta o conteúdo das produções midiáticas e o modo como cada indivíduo a recebe” (VAZ, 2006, p. 14). Um aspecto importante é que resposta social não significa retorno: não se trata aqui apenas de um *feedback*, como seria possível observar dentro de um esquema clássico produtor-emissão-receptor-*feedback*-produtor. Neste último exemplo, perderíamos os instrumentos para observar como as interações sobre a mídia incidem diretamente sobre a recepção (BRAGA, 2006, p. 25).

Outro aspecto interessante é que enfrentar a mídia não significa necessariamente entrar em conflito, se opondo a ela: o enfrentamento vem da problematização, do trabalho crítico (idem, p. 307) – que, é bom ressaltar, não se trata do único processo no sistema de resposta social. A sociedade enfrenta criticando a mídia, mas também pode desenvolver outras tantas formas de interagir tendo a mídia como objeto da (inter)ação. Nos próprios dispositivos críticos estudados em *A sociedade enfrenta sua mídia*, encontramos: dar retorno (*feedback*), militar, controlar, sistematizar informações, fazer circular comercialmente, educar e formar, aprender em público (desenvolvendo gosto e fruição) (idem, p. 38-39). Estas diferentes formas de interagir sobre a mídia compõem o sistema de resposta social, podendo contribuir, dificultar ou passar indiferente aos processos críticos.

Então, quais requisitos indicam uma crítica midiática? Em especial, a interação sobre a mídia é crítica se a) procura tensionar processos e produtos midiáticos, podendo gerar dinâmicas de mudança e/ou b) exerce um trabalho analítico-interpretativo, gerando esclarecimento e percepção ampliada (idem, p. 46).

Os dispositivos sociais que desenvolvem um trabalho crítico, nesse sentido amplo, parecem realizar pelo menos três processos principais: a) exercem critérios, expressos ou implícitos, segundo os quais os produtos são observados; b) analisam características e especificidades dos produtos e processos midiáticos postos em circulação; e c) lançam vetores interpretativos e/ou de ação em direção aos outros dois subsistemas (de produção e de recepção). Sobre a recepção, podem estimular as competências dos usuários para selecionar, interpretar e desenvolver sua própria competência crítica. Sobre os produtores e sistemas de produção, a incidência teria o sentido de remodelar e qualificar seus produtos e processos (idem, p.47).

Portanto, as críticas especializadas (jornalística e acadêmica) não são as únicas, sequer são “melhores”: são apenas específicas, com potencialidades e limites próprios (idem, p. 48). Tendo em conta estes pressupostos teóricos, Braga faz dez estudos de casos, apresentando empiricamente o que ele está chamando de dispositivos críticos de mídia: 1) autocríticas em jornais (colunas “Ombudsman” e “Conselho do Leitor”); os sites 2) Observatório da Imprensa e 3) *Ética na TV*; 4) cartas de leitores em jornal diário; 5) notícias sobre a mídia; 6) críticas jornalísticas de cinema e 7) de televisão; livros 8) *A arte de fazer um jornal diário* (Ricardo Noblat), 9) *O jornalismo dos anos 90* (Luís Nassif), 10) *A televisão levada a sério* (Arlindo Machado).

Chama a atenção que tantos destes dispositivos também possam ser observáveis como dentro do polo “produtor”, o que faz surgir o questionamento de porque trata-los em outra instância, a instância de sistema de resposta social. Braga argumenta que o enfoque dele é menos na estrutura, no lugar onde a resposta acontece, e mais no processo, no que está acontecendo: uma interação social sobre a mídia (BRAGA, 2006, p. 318). Essa perspectiva só é possível se abandonarmos, de uma vez por todas, a dicotomia mídia/sociedade: “percebendo-se que a sociedade midiaticizada age via mídia (e não apenas sofre a mídia), não haveria nenhuma razão para que os processos de fala e reação (interação social) sobre a mídia se acantonassem em espaços extramidiáticos” (idem, p. 40).

Como estudar um dispositivo crítico? Procurando apresentar parâmetros não estanques entre si, Braga indica a importância de analisar:

1) o ponto de vista da crítica (inscrição do autor na sociedade e no âmbito em que os produtos se fazem e circulam). “Quando se trata de um tipo ou ‘gênero’ de crítica (mais que de autorias individuais), corresponde ao lugar oferecido pelo gênero que pode ser ocupado pelos autores de críticas específicas elaboradas dentro desse gênero” (idem, p. 78-79). O ponto de vista já é um indicador *relacional* com o que se critica, constituindo contiguidades e tensionamentos.

2) os objetivos e motivações (por exemplo, educar, defender usuários, mudar produção). Podem passar por uma série de clivagens relacionadas a perspectivas políticas, sociais, culturais; o que acarreta procedimentos diferentes. Além disso, há interesses, preocupações, critérios diferenciados (valores éticos, estéticos, informacionais, qualidade do entretenimento, processo narrativo, etc).

3) a interlocução ou o destinatário (com quem fala a crítica, em qual circuito se inscreve). “Há uma previsão de coerência entre o teor da crítica e ‘para quem’ é formulada” (idem, p. 81). Costuma apresentar dois vetores de fluxo: um para a produção da mídia, outro para os usuários.

Dos dez estudos de caso, três objetos analisados por Braga criticam especificamente e unicamente a televisão, partindo de lugares diferentes, o que nos oferece um panorama interessante, mais completo. Arlindo Machado fala do âmbito acadêmico, o site *Ética na TV* se pretende da “sociedade civil” e a revista *Bravo!*, no lugar jornalístico. Vamos a eles.

### 2.3.2 *Dispositivos de crítica da televisão*

Arlindo Machado (que, como vimos, nega a linha “integrada” de McLuhan e “apocalíptica” de Adorno) tem a qualidade como a questão central de seu trabalho, mas reconhece que não é de fácil definição. Os diferentes parâmetros felizmente acontecem numa sociedade heterogênea e complexa, podendo ser combinados e não servindo de pretexto para a fuga do debate sobre produtos e processos televisuais. “A crítica, na verdade, é parte constituinte do próprio processo de fazer televisão” (MACHADO, 2001, p. 26). Questionando o termo “televisão de qualidade”, o autor enumera, a partir de Geoff Mulgan, sete acepções em circulação – importantes para se entender as possibilidades de crítica. Ou seja, nos termos que vimos há pouco, a crítica é feita a partir de diferentes enquadramentos de sentido e de diferentes valores, às vezes complementares, outras tantas contraditórios. São valores de crítica televisual:

- 1) Conceito técnico: boa fotografia, roteiro coerente, entre outros.
- 2) Capacidade de detectar as demandas da audiência ou da sociedade.
- 3) Competência inovadora, o que requer uma abordagem estética.
- 4) Aspectos pedagógicos, valores morais, modelos edificantes.
- 5) Poder geral de mobilização, participação, comoção nacional.
- 6) Valorização das diferenças, das minorias, dos excluídos.
- 7) Diversidade: abertura para amplo leque de experiências diversificadas.

Braga (2006) destaca, em Machado, a defesa da ideia que “a televisão é e será aquilo que nós fizemos dela”, e que, portanto, a ação crítica tem um papel social a cumprir. Ressalta-se também o objetivo da obra, não de “criar um gueto de qualidade no meio de um mar de mediocridade”, mas “fazer com que a ideia de qualidade possa contaminar tanto a produção como a recepção de televisão como um todo” (MACHADO, 2010, p. 13). Para isso, *A televisão levada a sério* monta um repertório das obras que considera marcos na história da TV, procurando aquelas pensadas para o meio (e não adaptadas vindas de outros lugares, como o cinema), sabendo oferecer não um cânone, e sim uma visão parcial, a partir das experiências do autor.

Para Braga, o ponto de vista da obra de Machado é acadêmico e pedagógico, além de enfatizar que “são critérios estéticos que organizam o olhar” (BRAGA, 2006, p. 205). Há “um objetivo amplo de qualificação da produção televisual, através da distinção entre produtos, para assinalar aqueles que se destacam no que se refere à qualidade” (idem, p. 206). Apesar de dirigir-se a um público “escolado e acadêmico”, observa-se no texto “clareza que viabiliza a leitura pelo não especialista” (idem, p. 207).

O site *Ética na TV*, por sua vez, fez parte da campanha *Quem financia a baixaria é contra a cidadania*, cujo objetivo era o controle: melhorar a programação televisual, conquistando a opinião pública, conversando com produtores, ranqueando exemplos de programas ruins (e se propondo, embora não concretizando, a fazer o mesmo com os bons para oferecer um parâmetro), pressionando patrocinadores a retirarem financiamentos à programação considerada antiética. A campanha foi uma iniciativa da Comissão de Direitos Humanos da Câmara Federal, “proposta pelo deputado Orlando Fantazzini (então do PT-SP), quando presidente da comissão” (idem, p. 231). Apesar da parceria com 54 entidades (entre elas, OAB, sindicatos, a Unesco, organizações estudantis), sentiu-se pouco a presença institucional delas.

O último caso é o da revista *Bravo!*, onde Braga percebe um bom exemplo de crítica televisiva pensando questões amplas, sem abrir mão da especificidade do

meio. “A revista apresenta um esquadramento sofisticado e aprofundado da televisão, ao mesmo tempo em que a coloca ao lado de literatura, teatro, artes plásticas, dança, música e cinema” (SILVA, 2015, p. 5). Ainda assim, existe uma dificuldade (não só da revista, mas da crítica de TV, em especial jornalística) da passagem da fruição à análise crítica. Passagem feita, por exemplo, pela crítica de cinema, que conformou um gênero reconhecível. Braga defende que um dos papéis da crítica midiática (não apenas da televisiva) é formar a competência comunicativa da sociedade sobre os processos da mídia de modo que cada um tenha condições de ser também um crítico, para que se “enfrente a sua mídia” e, num sistema mais amplo, as instâncias da produção implementem a performance (SILVA, 2015, p. 6). Fato é que criticar TV parece ser uma atividade ainda a ser desenvolvida e aperfeiçoada<sup>37</sup>.

Uma observação, tendo em vista nossa problemática, é que nenhum dos dispositivos é satisfatoriamente reconhecível como um processo interacional do gênero humorístico, embora possam lançar mão do humor pontualmente. E aqui não estamos falando apenas dos três dispositivos críticos da televisão, mas dos dez dispositivos críticos de mídia, todos os estudos de caso de *A sociedade enfrenta sua mídia*: nenhum deles tem como objetivo principal causar o riso. Observamos que os objetos “sérios” deram conta de validar a hipótese levantada, da existência de um sistema de resposta social. Mas a ausência do gênero humorístico gera inquietações.

Os humorísticos, ao não pretender “ser levados a sério”, deixariam de configurar um dispositivo crítico? Falando especificamente do *Tá no ar*, não estaríamos nos precipitando ao dizer que ele faz “crítica da televisão e da Globo”? Ao invés de perguntar “como”, não seria mais prudente perguntar “se” a crítica é feita?

Durante a nossa análise, esperamos que fique demonstrando porque optamos pelo caminho mais arriscado, que nos pareceu mais produtivo. Respondendo “como”, esperamos demonstrar que a crítica é feita (potencialidades críticas), ponderando sobre contribuições que a pergunta “se a crítica é feita” coloca (limites da crítica). Passemos aos diferentes enquadramentos que podem articular humor e crítica.

---

<sup>37</sup> Ora, os critérios para críticas de filmes parecem ser muito mais evidentes numa discussão de mesa de bar ou numa postagem nas redes sociais do que os critérios para a crítica de um programa de televisão. Os critérios de crítica da TV parecem se resumir a “gostei” ou “não gostei”. Vários podem ser os motivos: a televisão é diferente do cinema, a TV parece ser mais heterogênea em matéria de gêneros que o cinema, a televisão é mais recente, é tida como “não arte”, entre outros. As dificuldades de se criticar a TV tornam sintomáticos que a revista *Bravo!* tenha fechado as portas em 2013 e o criador da campanha *Quem financia a baixaria é contra a cidadania* tenha declarado que lançaria a campanha de novo, no *Ver TV*. Entrevista disponível em: < <http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/tv/materias/VER-TV/503639-UMA-DECADA-DEBATENDO-A-TELEVISAO-BRASILEIRA.html>>. Acesso: 19/01/2017.

## 2.4 Enquadres de humor e crítica: ironia, sátira, paródia e caricatura

O humor e a crítica podem se articular a partir de diferentes construções de sentido. Destacamos quatro: a ironia, a sátira, a paródia e a caricatura. Sobre ironia, sátira e paródia, dentre as definições disponíveis (BERGSON, 2001), Leonardo Pereira (fundamentado basicamente em Linda Hutcheon, 1989; 2000) deixa claro que essas “formas possíveis de humor”: 1) também podem ser chamadas de estratégias e gêneros; 2) não são necessariamente usadas para fazer rir, portanto, não “se agrupam exclusivamente nesta categoria maior que poderia ser o humor” (PEREIRA, 2009, p. 69); 3) sob a perspectiva relacional, “mais do que formas textuais prontas para serem ‘utilizadas’, ‘acontecem’ no encontro sempre social e culturalmente situado de autor-texto-leitor” (idem, p. 70); 4) são definições que têm apenas validade didático-analítica, muitas vezes imbricadas quando acontecem.

Ironia é definida como “o jogo específico que um não dito estabelece com um dito, implicando no aparecimento de uma ‘aresta afiada” (idem, p. 76). Ironia não seria exatamente igual à antífrase (dizer uma coisa e querer dizer o oposto), e sim a problematização do dito por meio do que não foi dito. Para que esta problematização aconteça, é necessária “a pressuposição de quadros comunicativos partilhados entre o ironista (proposital ou não) e aquele que lê a ironia e faz acontecer seu tom afiado” (idem). A sátira, por sua vez, “faz referência mais direta a valores sociais e morais compartilhados” (idem). Indica uma conexão entre o que é cômico e o que é sério, isto é, implica a invocação de um riso corretivo de desordens de alguém, de um grupo específico ou de uma sociedade inteira (MORA, 2003; GUIMARÃES, 2016).

Por fim, a paródia é a repetição com diferença. Ela não deveria ser confundida com intertextualidade, plágio ou pastiche. “A distinção fundamental em relação a estas outras formas de referência de um texto a outro é a diferenciação *crítica* que a paródia estabelece entre si e o texto parodiado” (PEREIRA, 2009, p.75, grifo nosso). Diferenciação crítica que não necessariamente valora o original de forma negativa, podendo até ser uma homenagem. A sátira e a paródia implicariam um distanciamento crítico e irônico, mas se diferenciam pelo fato de a sátira julgar por propósitos éticos (contra ‘falhas’ sociais e morais) e a paródia por propósitos estéticos. A velha distinção de forma e conteúdo pode nos ajudar a entender como a ironia é a base para a paródia e para a sátira, conforme procuramos sintetizar na tabela a seguir.

<b>Ironia</b>	Dito	Não dito	Critério julgado
<b>Sátira</b>	Texto satírico	Valores sociais e morais compartilhados: sujeitos, grupos e sociedade	Ético (conteúdo)
<b>Paródia</b>	Texto paródico	Texto parodiado	Estético (forma)

Tabela 5: Ironia, sátira e paródia

Acrescentamos aqui que os três gêneros também podem ser entendidos como enquadramentos de sentido, na medida em que definem a situação (o que está acontecendo aqui?) e apresentam três características: ser includentes de mensagens, excludentes de mensagens e relacionados a um sistema de premissas. Para as ironias e suas derivadas funcionarem, é preciso compartilhamento de sentidos, conhecimentos prévios (no caso da sátira, basicamente dos valores, no da paródia, do texto parodiado). Por isso mensagens são inclusivas e exclusivas: na sátira entram mensagens que ataquem o conteúdo ético, na paródia, há uma combinação tanto de mensagens que repetem esteticamente o parodiado quanto de mensagens que diferenciam um do outro.

Sobre a caricatura, consideramo-la um tipo de paródia (repetição com diferença) que é, preferencialmente, satírica. A caricatura é por definição uma representação gráfica exagerando características do caricaturado ou que apela para o grotesco – o escatológico, o baixo corporal. No sentido em que pretendemos trabalhar aqui, pode ser entendida como qualquer representação “caricatural”, incluindo também o exagero de características performáticas<sup>38</sup>. Procurando o sentido da comicidade da caricatura, Bergson a atribui à arte do caricaturista de captar um movimento de imperfeição, ainda que aparentemente imperceptível, e ampliá-lo, torná-lo visível para todos (BERGSON, 2001, p. 19). Acrescenta que, sem dúvida, é uma arte que exagera, mas percebendo caricaturas sem exagero e exageros que não se convertem em caricatura, teoriza que o exagero é um meio, não um fim. O que interessa são as contorções e essas podem ser feitas mesmo pela natureza.

Essas estratégias ajudam a compor nosso problema de pesquisa: como o humor do *Tá no Ar: a TV na TV* critica a televisão e da Globo? Com essa pergunta em mãos, partimos da premissa de que, sim, em alguma medida o *Tá no Ar* faz um humor crítico, esteticamente e eticamente falando, com diferentes alvos. Adnet, Melhem e companhia utilizam destas diversas estratégias.

<sup>38</sup> Performance é entendida aqui como representação na acepção mais teatral, ou seja, “toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência” (GOFFMAN, 2004, p. 29).

Primeiramente, tenhamos em conta que o *Tá no ar* é uma grande paródia da televisão. Em seus esquetes, lança mão da sátira de vários temas, fenômenos, grupos e/ou sujeitos – extrapolando o universo da televisão que parodia. As paródias, por sua vez, podem ser caricatas. Por exemplo, o esquete *Crentes* é uma paródia da série *Friends*, que satiriza os evangélicos caricaturando seus trejeitos, roupas, falas, práticas. Também não deixa de ser uma crítica à série parodiada *Friends*, ridicularizando a estética (diálogos, expressões faciais, claqué) a partir da imitação caricata (Anexo 3).

Claro, nosso enfoque são as críticas à Globo e à televisão. O esforço da dissertação é compreender como isso acontece e, antes de apresentarmos nossos procedimentos metodológicos e chegarmos à nossa análise, convém apresentar um personagem central na história do humor importante na leitura que realizamos sobre o *Tá no ar*: o bufão ou bobo da corte.

## **2.5 O bobo da corte: humor e crítica na representação da verdade e da oposição**

Uma figura que se destacou no sentido de fazer humor e crítica foi a do bobo ou bufão. Ele nos chama a atenção porque, de certa forma, observamos semelhanças entre a ambiguidade da crítica que o bobo da corte fazia ao rei e a que o *Tá no Ar* faz da televisão, especialmente da Globo. Começamos com a primeira observação evidente: todo bobo da corte trabalha para um senhor, para um rei. Quem é o “rei” do *Tá no ar*: a TV na TV? Do nosso ponto de vista, a televisão e a Globo. Destrinchemos alguns aspectos da analogia.

Na microssociologia francesa de Gabriel Tarde, encontramos a ideia da substituição do rei pelos jornais que cumpririam o mesmo papel: não o de dar ordens (exclusivo do rei), mas de “ter os meios de dizer” o que pessoas pensavam em diferentes lugares (as aldeias) dentro de um mesmo território (o país) (MAIGRET, 2010, p. 60). Os jornais se tornam um elemento de integração nacional, assim como, em alguns estudos brasileiros (GOMES, 2005), há indicações de como a Globo configura um importante elemento – para o bem ou para mal – da criação e valorização de certa identidade brasileira. A Globo chegou a ser chamada de *A deusa ferida*, numa pesquisa que mostrou porque a emissora perdeu audiência nos anos 1990 (BORELLI, PRIOLLI, 2000). A televisão, por sua vez, recebeu a alcunha de *O Príncipe Eletrônico*, numa referência ao Príncipe de Maquiavel (IANNI, 1999). Ela seria um poder incontrolado, “a voz de deus” e, por isso, um perigo para a democracia (POPPER, CONDRY, 1994).

Algumas considerações a respeito: perigo para a democracia, sim (a história não oficial da Globo, que discutiremos em breve, mostra isso); “deusa” (ainda que ferida) e “voz de deus” nos parece exagero. É bom insistir: a TV não costuma ordenar como o rei fazia ou “deus” faz nas histórias bíblicas, ela aparentemente joga com mais facilidade no campo dos valores que no das normas (FRANÇA, 2012, p. 46). O problema é que a força da televisão nesse jogo de “ter os meios de dizer” não pode ser subestimada: mesmo não sendo a única a falar, ela é uma das poucas que tem condições de se fazer ouvir amplamente. Não é coincidência o livro e a adaptação cinematográfica contando a história do empresário Assis Chateaubriand, do ramo midiático impresso e televisual, ganhar o nome *Chatô: o rei do Brasil*. Para alguns acadêmicos (LEAL FILHO, 2006; LIMA, 2007), a TV pode ainda mais numa sociedade como a brasileira – com televisão de grande qualidade técnica em meio a uma população com imensa desigualdade de renda e com muitos sem acesso à educação formal de qualidade. Mas não nos precipitemos sobre a descrição do objeto pesquisado, que faremos em breve.

Pois bem, se a TV e a Globo são “rainhas do Brasil”, por que o *Tá no Ar* pode ser considerado o bobo delas? As respostas ficarão para depois da nossa análise. Agora, para embasar o paralelo, interessa olharmos um pouco para a trajetória do bufão em *História do Riso e do Escárnio*: o surgimento nas festas da Grécia Antiga, a entrada nas cortes reais da Idade Média, o apogeu na Renascença, o declínio durante o Absolutismo (MINOIS, 2003).

Os bufões, tais quais os reencontramos nas cortes reais séculos depois, parecem surgir na Grécia<sup>39</sup>, nas mesmas festas dionisíacas que deram origem à comédia. Em Atenas, chegou a existir um clube deles, os Sessenta, formado por membros pertencentes à alta sociedade que se reuniam fora da cidade. Os bobos, muitas vezes numa posição social inferior à dos colegas dos Sessenta, entravam nos banquetes (tantas vezes sem serem convidados) e divertiam os demais com paródias, imitações, caretas burlescas – ganhando em troca o direito a permanecer na casa e a comer com seu público. Com o passar do tempo, vão ser cada vez mais desacreditados em contraponto ao riso mais refinado, da ironia, exaltado por filósofos como Aristóteles. Naquele

---

<sup>39</sup> “O costume [dos bobos] não era exclusivamente grego. Havia bufões entre os reis persas; as pinturas egípcias dos túmulos de Heptanomida mostram ricos personagens acompanhados de homens disformes e grotescos; entre os filisteus, no século X antes de nossa era, o rei Akish tinha vários bobos em sua corte. O tirano de Siracusa, Agatocles, não desdenhava de ser, ele próprio, o bufão, mas este, em geral, era profissional, e alguns tornaram-se famosos, como Eudikos, no século IV a.C., particularmente apreciado por suas imitações de lutadores” (MINOIS, 2003, p. 55-56).

contexto, “um refinamento crescente visa a reduzir o riso a um papel de pura distração espiritual” (MINOIS, 2003, p. 55).

Na Idade Média, em um período de contestação do riso pelo poder religioso, curiosamente acontece a festa dos bobos, tendo como principal marca a autoderrisão clerical. Na ocasião da festa dos Inocentes, em dezembro, grupos de crianças ligados às catedrais ganham maior liberdade do que o comumente exigido pela rígida hierarquia. Cônegos seculares encarregados de celebrar os ofícios da catedral (jovens de no mínimo 14 anos), crianças do coro, jovens cantores, pensionistas de escola episcopal; todos eles têm o direito de participar de um ritual burlesco no interior da catedral e de uma cavalgada (regada a vinho) pela cidade. Tudo é muito codificado: desde as paródias (a eleição do “bispo ou papa dos bobos”, as canções da missa) até mesmo o trajeto da cavalgada. Por ser um momento ambíguo, de caos sob controle, as autoridades eclesiásticas o permitem, o regulamentam e até abençoam a ocasião. Quando o ritual começa a ser perseguido, várias são as justificativas para a sua manutenção: é necessário um momento de “alívio” para em seguida se cumprir o dever. A inversão da hierarquia momentânea demonstrava a força da sociedade medieval, que podia voltar ao seu curso “natural” imediatamente após a festa<sup>40</sup>. O riso apenas ajudava a lidar com o medo (do diabo, do inferno), agregando aqueles sujeitos.

O bobo então entra nas cortes reais. A instituição “conhece, nessa época, um grande desenvolvimento, a ponto de não somente os grandes senhores, mas também as grandes municipalidades e as corporações terem feito questão de adotá-los, um pouco como mascote” (idem, p. 227). Surge a dúvida: o humor é mais livre onde há “liberdade de expressão”<sup>41</sup>, valor típica de sociedades democráticas? Ou seja, não é mais fácil ser humorista, fazer rir, nas democracias? Não necessariamente. Minois problematiza: na democracia representativa grega, por exemplo, o riso poderia ameaçar os representantes do povo, fragilizando-os diante dos representados (e recebendo como resposta a acusação – tantas vezes demagoga – de estar ridicularizando o próprio povo); “o tirano e o rei não têm necessidade de respeitabilidade: eles têm a força e a aura religiosa” (idem, p. 42).

---

<sup>40</sup> Como também acontecia no carnaval daquele tempo, estudado por Bakhtin: tudo voltava ao “normal” depois da festa. O carnaval em Bakhtin é referência para os estudos da história do riso em Minois (2003), da cultura popular em Martín-Barbero (2009) e da “falência da crítica” em Vladimir Safatle (2008).

<sup>41</sup> Fizemos a referência não em vão: vários humoristas apelam para esse valor para justificar piadas consideradas ofensivas por determinadas sujeitos ou grupos. Parece que qualquer crítica ao humorista fica passível de ser taxada de “censura”, “patrulhamento”.

Os bobos (e as bobas, que faziam rir principalmente as rainhas) muitas vezes tinham aparência física com alguma deformidade. Vestiam-se de uma casaca matizada, com bordas em pontas e losangos amarelos e verdes: o verde sendo a cor da ruína e da desonra, e o amarelo, das classes consideradas inferiores naquela sociedade (lacaiois, judeus). Em algumas ocasiões, eram generosamente recompensados pelos seus préstimos, ganhando, por exemplo, uma infinidade de sapatos. O bobo, portanto, deveria ser muito inteligente e astuto – pois seus bons serviços são valorizados (eles são comprados, emprestados, e cada transferência é bastante comentada). A questão importante deles, diferencial, não é o fazer rir, é o *como* fazer rir (questão central do nosso estudo, pensando a “função social do riso” e o subgênero paródico da TV).

O bobo do rei existe pra fazer rir. É sua função primeira. Mas não se trata, evidentemente, de um simples palhaço. Se o riso que ele provoca é importante, é porque traz consigo o que falta, em geral, nos círculos do rei: a verdade. Excluído da realidade por lisonjas, temores, mentiras, intrigas dos que o cercam, o soberano só conhece a verdade por meio de seu bobo – sobretudo a verdade penosa, aquela que fere, aquela que um homem sensato e atento à situação não ousaria revelar. É, por exemplo, o bobo de Filipe VI que é encarregado de anunciar o desastre naval de L'Écluse, em 1340. Ele o fez sob a forma de tirada: “Esses covardes ingleses! Esses poltrões!”. “Como, primo?”, inquietasse o rei. “Como?! Porque eles não tiveram a coragem de se jogar ao mar, como nossos bravos soldados franceses, que pularam a amurada, deixando os navios para o inimigo covarde, que não demonstrou nenhuma inclinação em segui-los”. (idem, p. 230-231).

Outra função da bufonaria tem a *verdade* como chave de leitura: “o bobo é também aquele que lembra ao rei – como fazia o escravo dos triunfadores romanos – que ele é apenas um mortal, partilha da condição humana, para evitar que mergulhe na embriaguez do poder solitário.” (idem, p. 231). Não sem motivo, adjetivando a diversidade de risos da Idade Média (o riso amoral das fábulas, o riso individualista da farsa, entre outros), Minois vai propor “o riso sensato do bobo da corte”. Sob o véu do humor, ele fala a(s) verdade(s) que ninguém mais pode falar sem grandes sanções. Mais do que isso: o bobo tem interesse em falá-las. A outra figura da corte real que pode lembrar ao rei sua condição, a do confessor, não pode permitir-se à mesma franqueza do bufão. O religioso está preso à aliança entre o trono e o altar, nas tramas de poder. O clérigo muitas vezes rivaliza com o bobo, que é liberado de apresentar reverência à Igreja e que se dá ao direito de não tratar com seriedade e temor as questões sagradas. Nada mais diabólico do que um bufão para aqueles que acreditavam que “Jesus nunca riu”.

Relacionado a isso, outro aspecto interessante é que “o riso do bobo tem ainda [...] outra função: ritualizar a oposição, representando-a. Verdadeiro antirrei, soberano invertido, o bobo assume simbolicamente a subversão, a revolta, a desagregação, a transgressão” (idem, p. 232). Evidente, a representação da oposição não torna necessariamente o bobo uma figura perigosa ao rei (o rei Luis XI, lembrado por matar os bufões de seu irmão, desconfiava dos bobos como de todos os outros membros da corte). O bufão continua sendo um cortesão como tantos outros, embora muitas vezes indesejável por seus companheiros no castelo, temerosos da exposição da verdade e/ou ao ridículo causado pelo riso.

Na Renascença, os bobos atingem seu ápice. “Vê-se claramente: a função do bobo evolui sensivelmente no século XVI. O bobo, sob a aparência de zombar do rei, transformou-se em seu instrumento, seu conselheiro, seu porta-voz” (idem, p. 289). Não só a corte, mas o povo inteiro passa a conviver diretamente com o riso daquela figura, que acaba por “explicar a realidade, evitando o cinismo” (idem).

Mas, enquanto no “século das luzes” todas as cortes reais europeias têm um bufão (até o papa terá um bobo), em “uma época que se diz séria, racional, cartesiana e que encerra os loucos não poderia, evidentemente, tolerar a presença desses [...] saídos de uma idade bárbara, [...] cuja lista oficial termina no século XVII, tanto na Inglaterra como na França” (idem, p. 358). No mesmo século, a festa dos bobos definitivamente some do mapa. Passa-se do momento da loucura-sensatez de Triboulet (célebre bobo mais famoso que boa parte dos ministros franceses) ao absolutismo do direito divino, que “pretende representar a autoridade de Deus sobre a terra e não poderia tolerar nenhum contrapoder” (idem, p. 359). Minois argumenta que “o monarca [Luis XIV] que pode, sem rir, comparar-se ao sol, é muito sério para ser sensato” (idem, p. 232).

No trajeto desse capítulo, vimos o conceito balizador de enquadramento e de gênero, o humor (como gênero televisivo e com seu subgênero paródico), a crítica (da mídia e da televisão), diferentes enquadramentos que podem articular humor e crítica (ironia, sátira, paródia e caricatura) e o bobo da corte. É a partir desse referencial que realizaremos, a seguir, a análise do *Tá no ar: a TV na TV*.

### 3. SINTONIZANDO O QUE ESTÁ NO AR

Chegou o momento de listar e justificar, brevemente, nossos procedimentos metodológicos. Em seguida, apresentaremos a televisão brasileira e a Rede Globo, que acreditamos estarem sendo criticadas pelo *Tá no ar: a TV na TV*. Faremos uma (também pequena) apresentação dos produtores e do programa, deixando maiores detalhes para o momento de análise. Assim, sintonizamos o referencial levantado até agora com o objeto pesquisado.

#### 3.1 Procedimentos metodológicos

O procedimento adotado até aqui foi uma revisão bibliográfica em torno dos temas “televisão”, “humor” e “crítica”, que possibilitou a construção do referencial teórico. Agora, é o momento de retomar a pergunta que orienta esta pesquisa: como o humor do *Tá no Ar: a TV na TV* critica a Globo e a TV? Para responder à pergunta, faremos dois movimentos: 1) uma breve descrição do objeto pesquisado, indo do mais amplo ao elemento menor, falando tanto de quem parece estar sendo criticado no programa (a televisão brasileira e a Globo) quanto do próprio programa e de seus produtores e 2) nossa análise, que se divide em três etapas nas quais iremos de elementos gerais do programa para o específico e depois do específico de volta ao geral. Investiremos o início deste capítulo especificamente na explicação dos procedimentos metodológicos adotados posteriormente na análise.

O primeiro passo é apresentar e justificar a escolha do nosso *corpus* de pesquisa, o que faremos no tópico a seguir. O segundo é dizer como fizemos as análises: os esquetes dos programas são tabelados, agrupados em categorias que possibilitam a geração de gráficos e que serão brevemente descritas. Depois, dois esquetes considerados principais do *Tá no ar*, o *Jardim Urgente* e o *Militante*, terão seus enquadramentos de sentido analisados. Esses dois procedimentos estão descritos no tópico “Mapeando o conteúdo e analisando o enquadramento do dispositivo crítico”. No terceiro momento analítico, inspirados em Braga (2006), olhamos para os parâmetros (ponto de vista, objetivo e interlocução) do que consideramos um dispositivo de crítica, o *Tá no Ar*, entendido como parte do sistema de resposta social.

### 3.1.1 *Corpus*

O nosso *corpus* é composto pelos nove episódios da primeira temporada do *Tá no Ar: A TV na TV*. Justificando nossa escolha, além de uma questão de ordem prática<sup>42</sup>, consideramos que aquele momento no qual o programa procurou se estabelecer foi especial, inclusive em um contexto histórico muito singular da história do país: entre os protestos de 2013 e a Copa do Mundo de 2014.

Procuraremos mapear os conteúdos de todos os esquetes da temporada e, posteriormente, analisar os enquadramentos de dois esquetes escolhidos: o problema de pesquisa permite a seleção, porque os dois dão uma contribuição decisiva para responder a nossa pergunta. Além disso, foi prudente escolher apenas duas atrações para analisar mais profundamente. É inviável analisar os quadros de sentido de todos os esquetes. Em primeiro lugar, porque a própria natureza do objeto dificulta tal procedimento: o *Tá no Ar* simula uma televisão em que o canal é constantemente mudado e, ao contrário de outros programas do gênero humor, poucas atrações se repetem ao longo da temporada. Em segundo lugar, mesmo que o formato fosse convencional, uma dissertação não teria espaço bastante para tantas análises de enquadramento, que exigem um investimento maior, conforme discutiremos a seguir.

### 3.1.2 *Mapeando o conteúdo e analisando enquadramentos do dispositivo crítico*

Inspirados na Análise de Conteúdo<sup>43</sup>, desenvolvemos uma tabela no Excel. Partimos do pressuposto que os dados obtidos aqui, antes mesmo de fazerem parte da resposta à pergunta principal de nossa pesquisa, dão uma dica importante para chegar à resposta de qual televisão (ou quais televisões) está sendo representada, parodiada, no *Tá no ar: a TV na TV*. Com as colunas a seguir, preenchidas a partir de escolhas fundamentadas em nossos conhecimentos prévios de pesquisador e telespectador, obtivemos informações importantes, tanto qualitativas como quantitativas.

Esquete	Início	Término	Duração	Paródia	CP	G/FP	EPP	Tema	CT	S?
---------	--------	---------	---------	---------	----	------	-----	------	----	----

Tabela 6 – Dados para análise de conteúdos do *Tá no Ar: a TV na TV*

<sup>42</sup> A primeira temporada foi a única disponível em DVD durante quase toda pesquisa.

<sup>43</sup> “A operação consiste em recortar o texto [...] em unidades menores, os operadores descritivos, afim de construir mapas de codificação do mesmo. Em seguida, são escolhidos os termos para cada operador. A próxima etapa é a da contagem dos termos. [...] [Então,] podemos realizar uma leitura dirigida para os elementos que são considerados relevantes para a pesquisa” (ROCHA, 2008, p. 123).

- Na coluna “Esquete”, colocamos ou um nome dado pelo programa (seja na exibição, seja no portal do G1<sup>44</sup>), ou mesmo um nome que criamos a partir do que está sugerido no conteúdo dele.

- Em “Início”, registra-se em qual minuto do episódio o esquete começa (o que facilita encontrar cada um dos esquetes a serem analisados); em “Término”, a minutagem do encerramento do esquete; e, em “Duração”, uma fórmula para calcular o tempo do esquete subtraindo a minutagem do “Início” da minutagem de “Término”.

- Em “Paródia”, observamos o que o esquete está parodiando (Horário Eleitoral Gratuito ou *Friends*, por exemplo) e em “Tema”, qual assunto é abordado. Obviamente, alguns esquetes têm temas e paródias sobrepostas, e a subjetividade do pesquisador atua aqui: procuramos algum aspecto preponderante.

Levando em conta a necessidade de agrupar os diferentes esquetes e tornar mais visível de que televisão o *Tá no Ar* está falando, decidimos classifica-los em função de dois eixos: o paródico e o temático/satírico. **As paródias são espelhos de uma TV autorreferente; os temas, janelas que podem apontar para além da TV.**

- No eixo paródico, a classificação foi feita com o objetivo de identificar quais categorias (Coluna “CP” – Categoria Parodiada) e quais gêneros/formatos (Coluna “G/FP” – Gênero/Formato Parodiado). Além da classificação “NA” (“Não se Aplica”)<sup>45</sup>, adaptando o esquema de Souza (2004)<sup>46</sup>, temos as seguintes classificações:

<sup>44</sup> Disponível em: <<http://gshow.globo.com/series/ta-no-ar-a-tv-na-tv/>>. Acesso: 21/01/2017.

<sup>45</sup> A categoria “não se aplica” foi usada especificamente para o “zapping” (que não configura uma categoria genérica) e para o esquete “Cuecão” (uma câmara de segurança flagrando o que parece ser um colega de trabalho levantado a parte de trás da cueca de outro colega até a cabeça).

<sup>46</sup> A título de justificativa das adaptações, não temos a pretensão de estudar caso a caso dos programas parodiados pelo *Tá no ar: a TV na TV*, mas (especialmente levando em conta os fins da nossa pesquisa) achamos importante demarcar algumas diferenças em relação à Souza (2004). Primeiro, optamos por chamar “gênero/formato”, e não só “gênero”, para tornar mais confortável nossa classificação, abrindo para diferentes possibilidades. “Desenho animado”, “*Game show*”, “Infantil”, “Série brasileira”, “*Western*” foram gêneros encontrados por Souza, mas não parodiados pelo *Tá no ar*. Juntamos “Variedades” com “Auditório” porque até alguns exemplos de programas em Souza coincidem. “Série” ganhou a nacionalidade dos programas parodiados: estadunidense. “Musical” recebeu outro nome: “Videoclipe/música”, agrupando diferentes esquetes. “*Talk show*” e “*Sitcom*” são, do nosso ponto de vista, tipos de programas humorísticos, conforme já discutimos aqui. Deslocamos “Revista” da categoria “Entretenimento” para a categoria “Informação”, por levar em conta que é assim que os produtores (e possivelmente os públicos) encaram o programa *Fantástico*, referência do gênero no Brasil. “Educativo/Instrutivo” já estão juntos nas descrições de Souza. Mudamos o nome “Filme comercial”, chamando-o de “Vídeo Comercial”, apenas por considerar mais adequado. Além disso, encontramos apenas um caso de “Telecompra” e decidimos considera-lo vídeo comercial. “Evento” saiu da categoria “Outros” para a categoria “Entretenimento”, por considerarmos que esta foi a natureza das paródias do programa. “Especial” e “Teledramaturgia” nos pareceu, ironicamente, muito genérico. Acrescentamos os

CATEGORIA	GÊNERO/FORMATO
A) Entretenimento	1) Auditório/Variiedades – 2) Colunismo social – 3) Culinário – 4) Docudrama – 5) Esportivo – 6) Filme – 7) Humorístico – 8) Videoclipe/Música – 9) <i>Quis show</i> – 10) <i>Reality Show</i> – 11) Série estadunidense – 12) Novela - 13) Evento
B) Informação	14) Povo fala - 15) Debate – 16) Reportagem/Documentário – 17) Entrevista – 18) Telejornal – 19) Revista – 20) Jornal Popular – 21) Plantão de jornalismo
C) Educação	22) Educativo/Instrutivo
D) Publicidade	23) Chamada – 24) Vídeo comercial – 25) Político(Programa político/Pronunciamento) – 26) Sorteio – 27) Campanha Social
E) Outros	28) Religioso – 29) Interrupção da programação – 30) Transmissão clandestina

Tabela 7: Categoria e gêneros/formatos dos programas parodiados no *Tá no ar: a TV na TV*

Além disso, classificamos também a emissora parodiada (Coluna “EP”). As classificações foram as seguintes: Globo (G) para esquetes que fazem referência explícita a uma produção da emissora; Concorrente Aberta (CA) para paródias de programas de outras emissoras da TV aberta; TV Aberta Não Específico (ANE) para esquetes com paródias genéricas, que podem fazer referência tanto a produtos da Globo como de outras emissoras abertas; TV Paga (TP) para “repetições com diferenças” explicitamente de emissoras disponíveis por assinatura; Não Específica (NE) para produções que poderiam ser tanto da TV paga quanto da TV aberta; e Não se Aplica (NA) para comerciais e para os esquetes sem gênero/formato definido. Explicaremos com mais calma as categorias durante as análises paródicas.

- No eixo temático, quisemos perceber quais temas foram tratados, e se eles foram tratados de forma crítica, satírica. Na coluna “CT” (Categoria Temática), agrupamos alguns dos temas recorrentes, que serão apresentados na análise. Na coluna “S?” (Satírico?), respondemos sim (“s”) ou não (“n”), levando em conta o maior ou menor grau de crítica ética identificado. A subjetividade do pesquisador também atua forte aqui, mas vamos procurar justificar um e outro caso.

Há uma tabela para cada episódio (Anexo 2). Com as informações obtidas a partir da catalogação dos conteúdos, tornou-se possível quantificar o número de inserções e o tempo que teve cada esquete e cada categoria, a partir das funções CONTSE e SOMASE. Criamos novas tabelas com paródias e sátiras (Anexo 2), calculando o percentual de tempo que alguns esquetes e as categorias ocupam no total da temporada. Foi possível, assim, gerar gráficos, mostrando visualmente um “mapa”

---

gêneros/formatos: “Povo fala”, “Jornal Popular”, “Plantão de jornalismo”, “Campanha social”, “Interrupção da programação” e “Transmissão clandestina” devido às várias aparições dos mesmos, justificando uma classificação à parte e não encontrada no esquema de Souza. Durante nossa análise, retomaremos a discussão de um ou outro gênero parodiado.

dos conteúdos do programa. Em nossa análise posterior, os dados quantitativos apresentados nos gráficos se somam às breves considerações qualitativas, e assim podemos apresentar os esquetes paródicas e (às vezes) satíricas.

Passando ao procedimento posterior: nunca foi nossa pretensão dar conta do problema de pesquisa apenas com os dados levantados na tabela – entre outras coisas, porque somos conscientes dos limites do método que nos inspirou, a análise de conteúdo, para as pesquisas em comunicação. Não quisemos nos perder com o fascínio pelos instrumentos matemáticos, pela pretensão de neutralidade e pela falta de matização (MAIGRET, 2010, p. 125).

É preciso lembrar que o uso da linguagem não é despretenso. A construção do texto envolve estratégias e escolhas que dizem respeito à escritura do meio e à discursividade social. Neste sentido, a AC deve sempre exceder uma operação descritiva e se dedicar também às condições que engendram a produção de significados (ROCHA, 2008, p. 123).

Embora a contextualização anterior que fizemos dos enquadramentos humorísticos-críticos (em especial a paródia e a sátira) tenha nos ajudado a produzir os números, categorizar nos pareceu um procedimento mais descritivo do que analítico. Optamos, portanto, por também fazer uma análise de enquadramento de dois esquetes. Transcrevemos (Anexo 1) e analisamos *Jardim Urgente* e *Militante*, que foram selecionados entre outros esquetes a partir dos seguintes critérios: A) recorrência, apareceram várias vezes em mais de um episódio (sendo que o *Militante* tinha mais de uma inserção por episódio), B) tempo (o *Jardim Urgente*, como veremos, foi o esquete com maior duração na temporada, seguido pelo *Militante*) e C) apresentação no portal G1, levando em conta a natureza transmidiática da produção (durante o período de nossa pesquisa, os dois esquetes foram dois dos três destacados para o público no site).

Relembrando aqui os tipos possíveis de análises de enquadramento (Análise da Situação Interativa, Análise do Conteúdo Discursivo, Análise de Efeito Estratégico)<sup>47</sup>, acreditamos estar fazendo uma análise de “promessa” de situação interativa. Se relembrarmos os níveis de comunicação da TV (PIGNATARI, 1984), não estamos propriamente no nível conotativo, portanto não é uma análise propriamente da interação com o receptor (no máximo o que se tem é a situação interativa com o pesquisador), mas o nível (pretensamente) denotativo dá pistas, indícios dos

---

<sup>47</sup> Conforme apresentado brevemente na página 36.

significados a serem construídos na relação (com um público esperado e efetivamente conquistado, conforme veremos no tópico “Interlocução” da análise). Por isso, utilizamos a noção de “promessa”, advinda da definição do gênero televisivo. Levando em conta os desafios que isso traz, sentimos a necessidade aqui de uma pequena justificativa da escolha.

Concordamos que é preciso ter cuidado com o conceito de enquadramento, evitando ambiguidades e superposições, bem como reconhecendo que o nível denotativo do texto pode ser apreendido tanto a partir da análise de conteúdo quanto da análise do discurso (FRANÇA, SILVA, VAZ, 2014, p. 85). Constatada a insuficiência da análise de conteúdo para dar conta do nosso problema de pesquisa, resta justificar porque optar-se pela análise de enquadramento e, por exemplo, não do discurso.

Primeiramente, consideramos que o conceito de enquadramento tem uma afinidade muito grande com nossa temática, especialmente com o humor (como indicam pesquisas anteriores do GRIS<sup>48</sup>). Mas outro aspecto, mais relevante, é que a análise de enquadramento não restringe a pesquisa ao nível discursivo, dando maior liberdade para analisar (meta)mensagens sonoras, visuais, performáticas (e nisso se aproximando da análise semiótica e das análises de estilo televisivo<sup>49</sup>). É pertinente constatar isso levando em conta as (do nosso ponto de vista, injustificadas) alegações de que o conceito é restrito metodologicamente aos estudos de comunicação face a face, onde teve origem. Os usos de enquadramento têm demonstrado potencialidades para uma análise abrangente do fenômeno televisivo, que leve em conta como o meio é (parte d)a mensagem<sup>50</sup>.

---

<sup>48</sup> As pesquisas anteriores do GRIS que tratam de fenômenos humorísticos com o conceito operador de enquadramento são duas dissertações: *A TV em pânico: O enquadramento das celebridades pelo Pânico na TV* (Leonardo Pereira Gomes) e *O riso parte à porta: o humor de Porta dos Fundos e a crítica à religiosidade cristã contemporânea* (Bruno Menezes Andrade Guimarães). Há muita afinidade, seria quase um desperdício não utilizar o conceito para análises de objetos inscritos nesse universo do riso.

<sup>49</sup> Estamos conscientes que existem diferentes formas de análise do discurso, algumas mais atentas aos enquadramentos de sentido, às meta-mensagens. Mas o conceito “enquadramento” nos parece um promissor atalho. Também registramos que o nosso pequeno contato com as análises de estilo televisivo (ROCHA, 2016) foram importantes para inspirar nosso trabalho.

<sup>50</sup> Abro essa nota para uma confissão pessoal: de início, fiquei inseguro com a metodologia. Uma insegurança não por faltar domínio do conceito (esperamos estar demonstrado o contrário), mas pelo medo de me inscrever em um “modismo”, levando em conta as pesquisas anteriores realizadas no GRIS tendo como centralidade a problemática do humor e o uso de “enquadramento”. A insegurança só se dissipou com uma interessante reflexão de Eco (1984). O autor problematizava como os pesquisadores italianos, por terem aversão às modas teóricas, trocavam muito rápido de referência – o que, ironicamente, resultava no uso de conceitos de forma rasa e sem o devido aprofundamento. Ao tentarem evitar o modismo, caíam e criavam modismos. Portanto, sem medo de estar na moda, registre-se que, ao que tudo indica, “enquadramento” terá vida longa no campo da comunicação. Outro aspecto importante

Sendo assim, operacionalizando o conceito “enquadramento”, procuramos a “definição de situação”: “o que está acontecendo” nos esquetes *Jardim Urgente* e *Militante*? A partir de nossa grade analítica, perguntamos:

- 1) Quem são os parodiados?
- 2) Quais temas são satirizados?
- 3) Quais elementos (mensagens sonoras, visuais, discursivas, performáticas) nas paródias fazem reconhecer o parodiado?
- 4) Quais elementos (mensagens sonoras, visuais, discursivas, performáticas) são alterados em relação ao parodiado para fazer rir? Quais são caricaturados?
- 5) O que a paródia diz sobre o(s) parodiado(s)? Quais mensagens permitem perceber crítica estética? É uma crítica positiva ou negativa?
- 6) O que o quadro diz do tema tratado/satirizado? O que ele diz sobre o contexto social, para além da televisão? Quais mensagens permitem perceber crítica?

A partir desses dois eixos, o conteúdo e os enquadramentos, procuramos apreender os parâmetros que permitem considerar o *Tá no Ar* como um dispositivo de crítica, nos termos de Braga (2006): ponto de vista, objetivos e motivações, interlocução (conforme descrito na página 54). Durante toda nossa pesquisa, e não será diferente em nossa análise, lançamos mão de algumas críticas jornalísticas e notícias (que tivemos acesso por meios aleatórios, como indicações de amigos ou buscas simples no portal Google) sobre o programa, corroborando nossos argumentos. Mãos à obra.

### **3.2 A(s) criticada(s): a(s) rainha(s) do Brasil**

#### *3.2.1 A televisão brasileira*

Encerramos o capítulo anterior propondo uma metáfora: a televisão (em especial, a Rede Globo) está para a rainha assim como o *Tá no ar* está para o bobo da corte. Naquele momento, adiantamos um pouco das características da televisão, especialmente relacionadas ao seu poder em nosso país; mas convêm acrescentar mais algumas particularidades.

---

para a escolha remete a meu percurso como pesquisador: em meu trabalho de conclusão de curso - *Valores Cristalizados, Valores em Combate: a (des)construção da violência no The Ultimate Fighter Brasil* - fui perguntado na banca pela professora Luciana Oliveira o porquê de eu me ater às falas dos participantes do *reality show* e não ter analisado, por exemplo, a trilha sonora. Respondi que foi uma escolha metodológica por conta das falas serem (e eram mesmo) o suficiente para dar conta do meu problema. Mas fiquei marcado pela necessidade de se olhar para as várias especificidades da TV.

Nascida há quase 66 anos, “a televisão brasileira é praticamente contemporânea das emissoras norte-americanas e europeias, o que lhe deu uma liberdade criativa nada desprezível” (LEAL FILHO, 2006, p. 44). Segundo Leal Filho, diferente dos Estados Unidos e da Europa, onde as referências eram respectivamente o cinema e o teatro, a televisão no Brasil nasce como um “rádio televisionado” (idem)<sup>51</sup>. A TV no nosso país foi implantada como extensão do rádio “no conteúdo, no modelo institucional adotado e – nos casos mais emblemáticos – como apêndice de empresas jornalísticas consolidadas” (idem, p. 9).

Fundada por Assis Chateaubriand,

a primeira emissora de televisão brasileira a operar no Brasil foi a TV Tupi, de São Paulo, em setembro de 1950, controlada pelo grupo dos Diários e Emissoras Associadas que, na época, já era proprietário de jornais e revistas, além de concessionária de emissoras de rádio em vários estados. (LIMA, 2007, p. 455)

Se, como vimos no capítulo que trata da televisão, França (2006) destaca as disputas em torno de controle e regulamentação, a configuração de monopólios e oligopólios e o caráter de mercadoria da produção televisiva como próprias do meio; vale ressaltar como a origem e o desenvolvimento da TV brasileira são profundamente marcados por esses aspectos. Embora houvesse, logo no início da produção do meio, algum ideário educacional/civilizatório por parte da elite intelectual do país (FREIRE FILHO, 2004), nossa televisão “surgiu como um empreendimento comercial, balizada por interesses de empresas privadas que vislumbravam na nova tecnologia a possibilidade de uma frente de expansão dos seus negócios” (LEAL FILHO, 2006, p. 44). Há a questão legal:

No Brasil, ao contrário do que tem acontecido com outros países, a legislação sobre a radiodifusão tem sido historicamente permissiva em relação à propriedade, pelo mesmo grupo empresarial, de diferentes mídias – jornais, revistas, emissoras de rádio e de televisão – no nosso mercado. Essa propriedade cruzada provocou uma grande concentração. Apenas seis grupos – o grupo Band, a Rede Globo, a Rede Record, a RedeTV! o SBT e a CNT – por meios de seus 138 afiliados, controlavam, em 2002, 668 veículos entre jornais, emissoras de rádio e de televisão” (LIMA, 2007, p. 456)

---

<sup>51</sup> A TV brasileira ser uma “rádio com imagens” explica as características do subgênero humorístico televisual que chamamos de “tradicional”, com programas vindos diretamente da rádio. De qualquer forma, convém registrar, seguindo orientação da nossa banca de qualificação, o que tanto houve influência do cinema e do teatro na televisão do Brasil quanto a rádio também influenciou TVs europeias e estadunidense.

Por isso, há uma discussão em torno de uma nova lei de meios (como foi feito na Argentina), mas que parece estar incipiente. Segundo Leal Filho, embora a virada de século tenha representado uma mudança de postura com relação à TV, a sociedade brasileira se acostumou a ser “dócil” com o veículo. Nos anos 1950 e início dos 1960, segundo ele (com alguma dose de saudosismo), não havia do que reclamar pelo alto nível da qualidade da programação. Durante os vinte anos que duraram a ditadura militar, a censura do Estado e das emissoras limitou a crítica. “Na redemocratização, amordaçaram-se as críticas, sob o argumento da liberdade de opinião, confundida com liberdade de imprensa – que nada mais era do que a liberdade das empresas” (LEAL, FILHO, 2006, p. 10). Por isso, o descontrole não democrático.

Distribuídas ao sabor de interesses particulares, as concessões outorgadas pelo Estado em nome da sociedade tornaram-se fonte de poder econômico, político e – mais tarde – religioso, numa vertente que funde negócios, política e fé (idem, p. 9).

Além de concentrar as verbas de publicidade de TV, uma característica (também semelhante com o poder real) é a hereditariedade a partir da restrição de propriedade a alguns grupos familiares. A televisão se inscreve no contexto de uma grande mídia nacional cada vez mais concentrada, controlada por cinco famílias: Abravanel (SBT), Civita (Abril), Frias (Folha), Saad (Band) e Marinho (Globo). Nosso tópico a seguir é sobre a propriedade dos filhos de Roberto Marinho.

### 3.2.2 *A Rede Globo e a(s) sua(s) história(s)*

Em 26 de abril de 1965, (quarenta anos depois da criação do jornal O Globo e vinte e um anos depois da Rádio Globo) é inaugurada a TV Globo no Rio de Janeiro, parte do Grupo Globo, de propriedade de Roberto Marinho. A programação, “tendo a novela como carro chefe, logo se firmou e passou a ser distribuída para outros estados por meio de emissoras próprias adquiridas de outros empresários, e de emissoras afiliadas” (MEMÓRIA GLOBO, 2016).

Em 1975, a Globo exhibe grande parte de sua programação (simultaneamente) para todo o país, consolidando no Brasil o conceito de rede de televisão. Firma-se como líder de audiência “com um modelo de grade de programação horizontal e vertical, exibida de segunda a sábado, e o horário nobre preenchido por duas novelas intercaladas pelo *Jornal Nacional*, e finalizado com um programa da linha

de shows” (idem, grifo nosso). Vinte anos depois, inaugura o Projac – Central Globo de Produção –, o famoso complexo de estúdios e produção da Rede Globo (idem).

Atualmente, a Globo é a maior emissora do país e cobre 98,44% do território nacional, atingindo 99,5% da população. Com cinco emissoras próprias, de propriedade da Família Marinho, e 118 afiliadas no Brasil, pertencentes a diversos grupos empresariais, o sinal da rede chega atualmente a 5.490 municípios brasileiros (idem). Cerca de 90% da programação é produção própria: artistas, autores, jornalistas, produtores e técnicos produzem cerca de 2.500 horas anuais de novela e programas, recorde mundial de teledramaturgia, além das mais de 1.800 horas anuais de telejornalismo (GLOBO INSTITUCIONAL, 2016).

Intitulamos a história da Globo no plural pois podemos dizer que, além da oficial, há também uma história crítica, por exemplo, em produções acadêmicas. Leal Filho (2006) enumera bem (repetidas vezes) acontecimentos que causariam afastamento e desconfiança do público, incapaz de se referir à emissora brasileira com o mesmo carinho que, por exemplo, os britânicos tratam a “tia” BBC. A proximidade com os militares durante a ditadura, a cobertura das greves do ABC em São Paulo (quando teria se originado o grito “o povo não é bobo, abaixo a Rede Globo”), o caso Proconsult (que rendeu um memorável direito de resposta a Brizola), o apagamento das Diretas Já (com a apresentação de um comício como se fosse comemoração do aniversário de São Paulo), a edição distorcida do debate entre Lula e Collor em 1989.

Em 2013, as organizações Globo fizeram um editorial reconhecendo que foi um erro apoiar o golpe de 1964 (O GLOBO, 2013). Hoje, no portal Memória Globo, existe uma sessão chamada Erros (com os casos *Diretas Já* e o *Debate Collor x Lula*) e outra de nome Acusações Falsas (listados os itens *Concessões de Canais*, *Caso Time-Life*, *Proconsult*, *BNDES e Renegociação da Dívida*, *Queda do Avião da Gol*, *Caso da Bolinha de Papel*, *Direitos de transmissão da Copa do Mundo de 2002*). Nelas, há uma versão da emissora para os casos controversos citados. Claro, as versões também geram desconfiança, porque a Globo (mesmo na figura de seus funcionários e ex-funcionários) é acusada de tentar reescrever a história<sup>52</sup>. Concordamos com a preocupação expressa na denúncia, pois consideramos perigosas as negações históricas: não dá para esperar mais 50 anos para novos pedidos de perdão da emissora.

---

<sup>52</sup> Leal Filho (2006) cita os, segundo ele, problemáticos livros *Notícias do Planalto* (Mário Sérgio Conti), *Jornal Nacional: a notícia faz história* (Globo), *Roberto Marinho* (Pedro Bial) e um “mais inofensivo”, *Roberto & Lily* (Lily Marinho).

Também registramos que se soma aos casos controversos outra série de coberturas mais recentes, como o excessivo recurso ao enquadre “vandalismo” das agora chamadas “Jornadas de Junho” de 2013 (cujos gritos “a verdade é dura, a Rede Globo apoiou a ditadura” são citados no editorial “mea-culpa” citado há pouco), as coberturas apologéticas às manifestações “contra a corrupção” (contra o governo Dilma) de 2015 e 2016 e certa invisibilidade, quando não denúncia, das manifestações “pela democracia” (em favor da manutenção do governo Dilma) também em 2016. A Globo tem sido constantemente chamada de “golpista” após o impeachment da ex-presidenta. Além de toda essa controvérsia editorial, segundo Leal Filho, também seriam marcas difíceis de serem apagadas “a aposta no consumismo exacerbado, o desrespeito à infância e o ufanismo ridículo no esporte” (LEAL FILHO, 2006, p. 161).

Alguns desses elementos foram matéria-prima para o humor no *Militante*, esquete do *Tá no Ar*, o que, aparentemente, diferenciou o programa de outros da emissora que fizeram humor paródico. Passemos, então, a uma breve descrição do programa e de seus produtores, antes de chegarmos à análise.

### 3.3 A crítica: o *Tá no ar: a TV na TV*

O programa estreou em 10 de abril de 2014 e o último episódio da primeira temporada foi exibido em 5 de junho de 2014, totalizando nove episódios que tiveram por volta de 25 minutos<sup>53</sup>. A estreia em 2014 rendeu à Globo a primeira colocação na audiência com 9,6 pontos de média, segundo dados levantados pelo IBOPE na Grande São Paulo. A audiência diminuiu ao longo daquela temporada na televisão, mas foi sucesso pela internet.

O programa é de autoria dos humoristas Marcius Melhem e Marcelo Adnet. Marcelo Adnet é um humorista vindo da MTV. Foi considerado “senhor do improviso” em reportagem da revista *Rolling Stone* de 2008 pelo seu desempenho na apresentação do programa *15 minutos* (PEREIRA, 2009, p. 59). Adnet lia e-mails dos telespectadores (que pediam algum improviso ou imitação), cantava canções geralmente parodiadas e imitava celebridades (com destaque para Sílvio Santos). A estreia na Globo se deu de forma frustrante, com a série *O dentista mascarado*, tendo Leandro Hassum no elenco, mas sem sucesso de audiência ou crítica. As participações no *Fantástico* também não

---

<sup>53</sup> O *Tá no ar: a TV na TV* também teve uma segunda temporada, de fevereiro a abril de 2015, uma terceira, de janeiro a abril de 2016, e está na quarta, que estreou em 24 de janeiro deste ano.

parecem ter sido grande coisa (VILLALBA, 2013), tanto que o *Tá no ar* foi chamado de salvação do ator na emissora (CASTRO, 2014).

Melhem é presença constante na programação de humor da Rede Globo. Em 2005, foi convidado para o programa *Zorra Total*, fazendo sucesso com o personagem Pedrão, um segurança atrapalhado. Neste quadro, Marcius contracenava também ao lado de Leandro Hassum, que interpretava outro segurança de nome Jorginho. Jorginho e Pedrão ganharam um programa só deles, o especial *Os Caras de Pau*, exibido nos finais de ano entre 2006 e 2008. Também ao lado do parceiro Hassum, Melhem fez a peça teatral *Nós na Fita*, da qual é diretor e que esteve em cartaz desde 2004 (alcançando milhões de visualizações no portal *YouTube*).

O *Tá no ar* teve mais visualizações no canal G1 do que as novelas da Globo (CASTRO, 2014). Vale lembrar que as novelas são carro chefe do entretenimento e da própria emissora. A expressiva audiência “virtual” do programa tem suas razões de ser. Não só o público esperado do programa (que discutiremos na análise) interage consideravelmente na internet como também o *Tá no ar* é um produto transmidiático, talvez mais e melhor do que outros mesmo de sua própria emissora. O tamanho dos esquetes ressalta essa impressão: “são esquetes bem curtos, e, ao fundo, costurando tudo, ainda corre a brincadeira do zapeamento. É a era do picotamento, da pouca paciência, da atenção escapando” (KOGUT, 2014). A duração curta (e talvez o próprio conteúdo crítico) são recursos que potencializam o compartilhamento em redes sociais – estratégia planejada. Por fim, como de praxe em outros programas contemporâneos da Globo), há o conteúdo exclusivo da internet (não focado aqui).

Adnet e Melhem não são só roteiristas, também atuam no programa. Adnet interpreta, por exemplo, o militante. Além dos dois idealizadores, o elenco conta com vários e (diferente do *Casseta e Planeta*, *Urgente!* e mais semelhante ao *TV Pirata*) várias comediantes. Elas são Carol Portes, Georgiana Góes, Luana Martau, Renata Gaspar, Verônica Debom. Eles, Danton Mello, Márcio Vito, Maurício Rizzo, Welder Rodrigues. Destaque para o último, famoso pela atuação na companhia de comédia *Os Melhores do Mundo* (também com milhões de visualizações no *YouTube*) e pelo personagem Jajá, do antigo *Zorra Total*. No *Tá no ar*, ele interpreta Jorge Beviláqua, o protagonista do quadro *Jardim Urgente*, cujos enquadramentos analisaremos.

## 4. ANÁLISES

### 4.1 O conteúdo do *Tá no Ar: a TV na TV*

Identificamos 151 esquetes no primeiro ano de vida do *Tá no ar*, sendo que 22 deles se repetiram seja no mesmo episódio, seja ao longo da temporada. Na tabela a seguir, relacionamos o número de aparições de cada um destes 22, indo daquelas que mais apareceram até aquelas que menos apareceram, destacando-se *Militante* e *Jardim Urgente*, cujos enquadramentos analisaremos posteriormente.

Esquetes	Ep01	Ep02	Ep03	Ep04	Ep05	Ep06	Ep07	Ep08	Ep09	Total
Zapeada	10	7	9	10	11	8	6	5	8	<b>74</b>
Militante	3	2	2	3	2	2	2	2	2	<b>20</b>
Interrupção da programação	1	1	1	3	2	4	3	1	1	<b>17</b>
Abertura	1	1	1	1	1	1	1	1	1	<b>9</b>
Créditos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	<b>9</b>
Jardim Urgente	1	1	1		1	1	1		1	<b>7</b>
Pesca Fatal	5									<b>5</b>
Pesca Submarina Fatal								5		<b>5</b>
Doutor SUS	1	1	1			1				<b>4</b>
Brandon McLee	2			1					1	<b>4</b>
Polícia Brasileira		1			1	1			1	<b>4</b>
Galinha Preta Pintadinha	1			1		1				<b>3</b>
Debate eleitoral		3								<b>3</b>
Ídolos da Música			3							<b>3</b>
Balada Vip					3					<b>3</b>
Arquivo Musical						1	1		1	<b>3</b>
Papai Noel Secreto									3	<b>3</b>
Sexy Indecisa	1			1						<b>2</b>
JCM News	1							1		<b>2</b>
Tenente Pitombo Entrevista			1				1			<b>2</b>
Debate Esportivo						1		1		<b>2</b>
Qualquer Bank							2			<b>2</b>

Tabela 8: Número de aparições dos esquetes (Íntegra da tabela no Anexo 2)

Uma observação com desdobramentos posteriores: exceto pela abertura, nenhum dos outros 21 esquetes faz referência paródica explícita a um programa produzido e veiculado na Rede Globo. Convêm agora falarmos sobre alguns recursos narrativos do programa tabelados acima: a abertura, a interrupção, a zapeada e os créditos.

A abertura, parodiando a vinheta do plantão de jornalismo da Globo, começa com um locutor dando um aviso aleatório (quase sempre, metalinguístico), justificando a “interrupção da programação”. No primeiro episódio, o texto e a narração dizem o seguinte: “Interrompemos nossa programação para exibir uma cartela azul com letras brancas lidas por um locutor que não sabemos quem é”. A interrupção é seguida pelo toque (alterado) de cinco segundos, procurando causar o riso em todos os episódios<sup>54</sup>.

Também durante os episódios, acontecem “interrupções de programação”. Este recurso é usado para introduzir piadas que apelam para o nonsense e algumas vezes para o duplo sentido, mostrando situações que nunca esperaríamos ver interrompendo a programação “de verdade” (por exemplo, o texto numa fonte branca com fundo azul e o locutor avisam que “interrompemos nossa programação para mostrar um bispo comendo um cavalo”, e aparece a cena de uma jogada de xadrez). As interrupções são feitas com diferentes temáticas, algumas vezes fazendo piadas metalinguísticas (“interrompemos nossa programação para eu ir ao banheiro”, e escutamos o barulho de uma descarga).

Outro recurso, decisivo para a dinâmica do programa: durante os episódios, simula-se uma zapeada e, quando a mudança de canais finalmente para, uma faixa no canto inferior indica o nome do programa, semelhante à televisão por assinatura. A zapeada simulada, que nunca se repete, usa de cenas de esquetes que foram ao ar em episódios anteriores ou irão ao ar em episódios posteriores<sup>55</sup>. Vendo a “mudança de canal” na televisão, a partir de um (suposto) controle remoto que ele não tem acesso, o telespectador pode rememorar o que já passou ou ficar curioso sobre o que virá a seguir, sem comprometer o sentido para quem assiste a um episódio ou outro isoladamente. A zapeada é curta, dura poucos segundos, e realmente une, “costura” cada episódio (KOGUT, 2014).

---

<sup>54</sup> Os toques alterados são: 1) cinco números primos, 2) três segundos (Dom Pedro II, João Paulo II, Vasco da Gama), 3) cinco cantadas de pedreiro, 4) cinco sustos dando pinta, 5) cinco cincos (escritos de diferentes formas), 6) cinco palavras que ninguém sabe falar corretamente, 7) cinco formas de chamar o garçom (sendo “pelo amor de deus” a quinta forma), 8) cinco tipos de queijo, 9) cinco coisas que lembram natal.

<sup>55</sup> No último episódio da segunda temporada, homenageando os 50 anos da Globo, as cenas que apareceram durante o “zapping” foram cenas marcantes da história emissora, como uma participação do ator Bussunda no *Casseta e Planeta* e a cena onde Gabriela (Sônia Braga) sobe no telhado.

Beatriz Sarlo (1997) aponta como o controle remoto permitiu ao telespectador criar, no limite do que é ofertado, um texto novo, inédito. Sendo assim, as zapeadas simuladas também podem ser lidas como mais do que um simples gesto estético, pois é possível construir sentidos de sátira analisando o recurso<sup>56</sup>. Com ele, o programa parece ironizar 1) o telespectador, que não tem paciência para ficar atento a uma atração específica. Mais do que isso, parece estar no ar uma ironia com 2) certo telespectador, que (mesmo tendo, por exemplo, várias opções na TV por assinatura) só para em uma emissora quando está passando coisas como *Jardim Urgente*, preferindo gastar seu tempo com produtos “desqualificados” deste tipo. Por fim, 3) a própria televisão parece estar sendo criticada: cheia de banalidades, ela não tem uma produção capaz de “prender” o telespectador por muito tempo.

Corroborando com o efeito de *zapping*, durante alguns episódios, certos esquetes vão e voltam, como se quem tivesse o controle remoto estivesse assistindo a determinado programa, mas sem paciência para acompanhar completamente do começo ao fim, assistindo o tempo inteiro à mesma emissora. São os casos de *Pesca Fatal* e o programa com curiosidades da história de *Brandon McLee* (episódio 1), *Debate Eleitoral* (episódio 2), *Ídolos da Música* (episódio 3), *Balada Vip* (episódio 5), *Pesca Submarina Fatal* (episódio 8), *Papai Noel Secreto* (episódio 9). No episódio 7, aparecem dois comerciais diferentes do *Qualquer Bank*. Retomaremos estes esquetes.

No encerramento dos episódios, os créditos sobem numa tela com faixas de cores e um quadro lateral menor tendo um “povo fala”, interpretado pelos atores do elenco. Os créditos antecedem a última atração do episódio, quase sempre uma ou mais músicas parodiadas<sup>57</sup>. No “povo fala”, os personagens representam telespectadores caricatos, que fazem comentários sobre o programa *Tá no ar* (por exemplo, “aquele Adnet, ele era muito melhor na MTV”) e sobre a televisão em geral (“eu detesto televisão, assisto de manhã até a noite e não tem nada de bom passando”). A imitação é uma crítica, novamente, ao telespectador, principalmente do tipo “popular”.

---

<sup>56</sup> Agradeço à contribuição do professor Marcio Serelle, que na banca de qualificação provocou (para) a análise da ironia do *zapping* simulado.

<sup>57</sup> Os encerramentos são: 1) *Muito Boa Nova* (paródia de um clipe de *rap*, aparentemente do cantor Mano Brown, tendo Jesus como protagonista), 2) *Os maiores hits do cursinho* (brincando com a forma de dar aulas preparatórias), 3) *Horário eleitoral*, 4) *Bossa In Rio* (colocando letras de Bossa em ritmos de bandas de rock), 5) Horário Eleitoral de Dom Pedro II, 6) Arquivo Musical, parodiando *Conversa de Botequim* (Noel Rosa), especula como seria a letra se fosse gravada hoje, 7) *Crentes* (paródia da série *Friends*), 8) Características da Lua em Pagode (parodiando a música *Tá Vendendo Aquela Lua*), 9) Comercial de fim de ano da Globo.

Ao longo da temporada, os esquetes que aparecem em mais de um episódio (portanto, recorrentes no eixo horizontal da tabela anterior) são poucos, mas dão “uma cara”, criam uma identidade para o programa. São eles *Doutor SUS*, *Brandon McLee*, *Polícia Brasileira*, *Galinha Preta Pintadinha*, *Sexy Indecisa*, *JCM News*, *Tenente Pitombo Entrevista*, *Arquivo Musical*, *Debate Esportivo*, além daqueles que ficaram mais tempo no ar, *Militante* e *Jardim Urgente*. Também falaremos um pouco mais sobre alguns deles, mas antes, a seguir, uma tabela com o tempo ocupado pelos esquetes. Desta vez, entre os vinte mais longos, a ordem foi daquele que ocupou mais tempo até aquele que ocupou menos tempo, destacando-se novamente o *Jardim Urgente* e o *Militante*. (A tabela está disponível na íntegra, com todos esquetes, no Anexo 2)

Esquetes	Ep01	Ep02	Ep03	Ep04	Ep05	Ep06	Ep07	Ep08	Ep09	Total
Jardim Urgente	02:28	03:47	04:56		03:58	02:15	04:42		04:34	<b>26:40</b>
Militante	02:27	01:47	01:19	01:35	01:16	01:44	01:23	01:43	01:49	<b>15:03</b>
Polícia Brasileira		02:25			02:13	02:33			02:25	<b>09:36</b>
Tenente Pitombo Entrevista			04:28				03:50			<b>08:18</b>
Doutor SUS	03:03	01:17	01:00			02:39				<b>07:59</b>
Zapeada	00:41	00:38	00:59	00:56	00:47	00:49	00:40	00:37	00:53	<b>07:00</b>
Brandon McLee	02:08			01:50					02:31	<b>06:29</b>
Arquivo Musical						01:25	03:26		01:14	<b>06:05</b>
Balada Vip					05:12					<b>05:12</b>
Interrupção da programação	00:26	00:08	00:10	01:15	00:57	00:41	00:37	00:41	00:14	<b>05:09</b>
Sexy Indecisa	02:05			02:51						<b>04:56</b>
JCM News	03:05							00:40		<b>03:45</b>
Galinha Preta Pintadinha	00:54			01:22		01:15				<b>03:31</b>
Jornal WTN News				03:29						<b>03:29</b>
Hospitalar Doce Lar								03:21		<b>03:21</b>
Abertura	00:20	00:20	00:16	00:20	00:20	00:22	00:24	00:23	00:24	<b>03:09</b>
Ungidos pela Fé								03:05		<b>03:05</b>
Créditos	00:20	00:20	00:15	00:17	00:17	00:18	00:14	00:21	00:43	<b>03:05</b>
Horário Eleitoral			02:52							<b>02:52</b>
Távola Redonda						02:40				<b>02:40</b>

Tabela 9: Tempo de aparições dos esquetes mais longos na temporada (em minutos:segundos)

Tendo em vista a dificuldade de visualizar a totalidade do programa a partir dos esquetes sem agrupá-los de alguma forma, criamos as categorias paródicas e temáticas. Foi possível gerar os gráficos que acrescentam à nossa discussão a seguir.

#### 4.1.1 O espelho: paródias de emissoras, categorias e gêneros/formatos

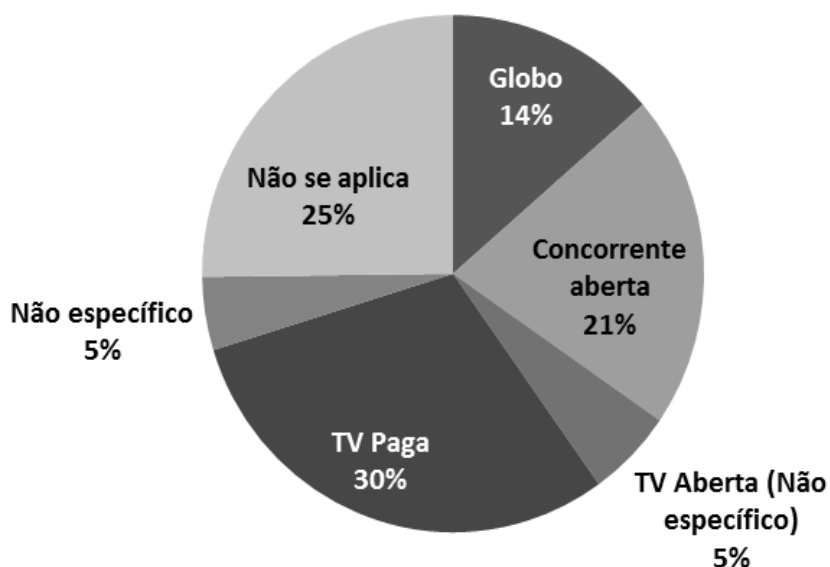


Gráfico 1: Emissoras parodiadas (percentual de tempo em relação à temporada)

Observamos que o *Tá no ar* priorizou “repetir com diferença” a estética de programas da TV paga, parodiando até mesmo as emissoras de rádio e as emissoras bloqueadas que transmitem esporte e conteúdo adulto (Anexo 3). Salta aos olhos a pouca referência direta aos produtos da própria emissora. Ao invés de parodiar episódios de novelas, como fazia, por exemplo, o *Casseta e Planeta*, parodia-se apenas a chamada *teaser*. Outro caso que merece destaque é o das participações especiais de figuras renomadas da casa. Tivemos o *Encontrão com Fátima Bernardes* (em que a apresentadora do *Encontro* cai de uma escada após esbarrar com Marcius Mellem) e a “entrevista” (uma sessão de tortura) com o ator Vladimir Brichta em *Tenente Pitombo Entrevista* (Anexo 3). O cenário desse programa acabou remetendo a um programa da TV aberta concorrente da Globo: *De Frente com Gabi*.

A principal (e mais satírica) paródia de uma produção da Globo foi uma versão da vinheta de fim de ano da emissora (Anexo 3), que encerrou a temporada e contou com vários funcionários ilustres da emissora (Regina Duarte, Mateus Solano, Xuxa Meneghel – que ainda não tinha ido para a Record –, entre outros). O nono episódio do *Tá no ar*, transmitido em pleno mês de julho, apelou bastante para o nonsense adotando a temática natalina como mote central dos esquetes: “como nosso programa não vai até o final do ano, faremos nosso especial de natal hoje”.



Gráfico 2: Categorias parodiadas (percentual de tempo em relação à temporada)

O entretenimento, carro chefe (da lucratividade) da televisão, é a categoria mais parodiada. Os programas educativos, menos presentes, se resumem basicamente ao personagem *Brandoon McLee*, que no estilo Discovery Channel, apresenta curiosidades históricas, e *Arquivo Musical*, paródia que remete à estética MTV, falando um pouco sobre supostas histórias de músicas (Anexo 3). Vamos aos gêneros e formatos do entretenimento.

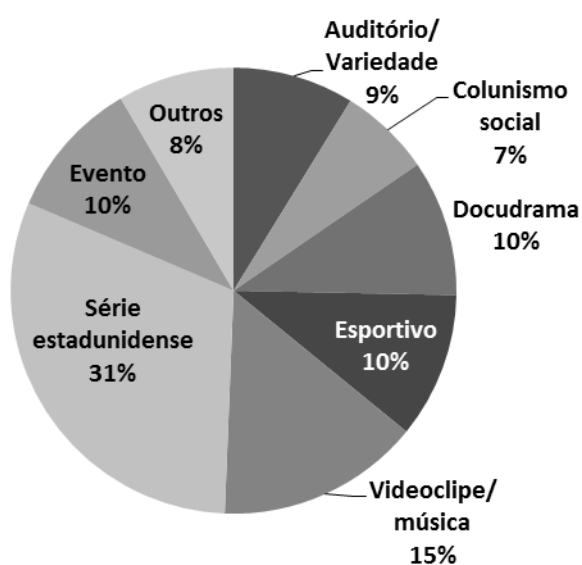


Gráfico 3: Gêneros/formatos de “Entretenimento” parodiados (percentual de tempo em relação à categoria)

As séries estadunidenses, produzidas e veiculadas na TV paga (embora várias delas sejam retransmitidas em emissoras nacionais abertas), são parodiadas em *Polícia Brasileira*, *Doutor SUS* e *Sexy Indecisa* (Anexo 3). As três parodiam, respectivamente, CSI (e outros do gênero policial investigativo), *Doctor House* e *Sex and the city*. Todas, em especial as duas primeiras, parecem jogar com o que Nelson Rodrigues chamava “complexo de vira-lata”: a inferioridade com a qual o brasileiro se coloca diante do mundo. No caso, levando em conta o país de origem das produções “originais”, a inferioridade se dá com relação aos Estados Unidos: lá a polícia trabalha eficazmente, há um médico fenomenal em fazer diagnósticos e uma mulher, apesar de alguns dilemas, decidida. Aqui, a polícia é ineficiente e corrupta, o médico não tem nem condições e nem boa vontade de atender bem e a protagonista feminina, sem o *glamour* da parodiada, hesita em tomar as decisões mais simples.

Os videoclipes são várias vezes o encerramento do episódio e tem um quê de herança dos tempos de MV do autor Marcelo Adnet. No gênero esportivo, que na maior parte dos casos não conseguimos diferenciar como sendo da TV aberta ou da TV paga, há recorrência das mesas redondas, variando as temáticas: pode ser uma *Mesa Branca Redonda* (brincando com termos e práticas das religiões afro-brasileiras), uma *Santa Ceia Redonda* (apresentada por ninguém menos que Jesus Cristo) ou uma *Távola Redonda* (com Adnet interpretando um rei Arthur cheio de trejeitos de fala do narrador Galvão Bueno, imitados, a bem da verdade, sem muita eficiência) (Anexo 3).

Os docudramas também têm uma dose de nonsense que em nada lembram o humor tradicional da Globo, como por exemplo nos esquetes *Pesca Fatal* e *Pesca Submarina Fatal* (Anexo 3). Durante os episódios em que vão ao ar (respectivamente, o primeiro e o oitavo), aguardamos por algum tempo com imagens de um pescador tranquilo, mas a vinheta nos adverte que uma tragédia está por vir. Parece que haverá uma grande reviravolta: uma tempestade, um ataque de tubarão... Nada disso: de repente, o pescador é cumprimentado por um colega e, assustado, sofre um infarto.

Por fim, destacamos como a paródia *Balada Vip* (Anexo 3), fazendo referência ao colunismo social de *Amaury Jr*, satiriza os hábitos elitistas e humilhantes dos paulistanos ricos. O esquete não ocupa muito tempo durante a primeira temporada, mas acabou se consolidando e crescendo nos anos seguintes. Olhemos agora para as paródias da categoria “Informação”.

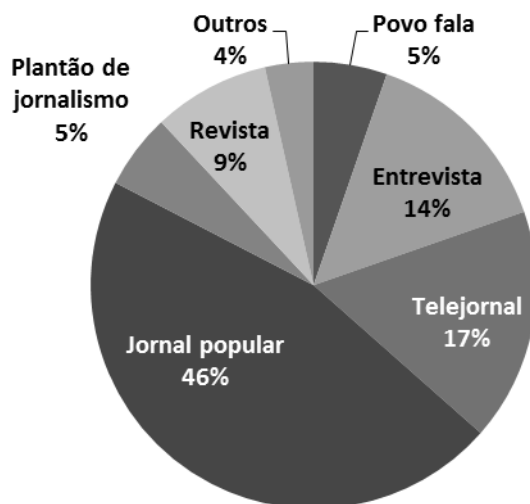


Gráfico 4: Gêneros/formatos de "Informação" parodiados (percentual de tempo em relação à categoria)

Além do jornal popular *Jardim Urgente*, que discutiremos mais a fundo daqui a pouco, chama a atenção as recorrentes paródias de telejornais (a maior parte deles com uma estética remetendo ao universo da TV paga), o esquete *Tenente Pitombo Entrevista* que citávamos há pouco e as paródias de quadros do *Fantástico*, do gênero/formato *Revista* (Anexo 3). A imitação de Tadeu Schmidt, com seus trejeitos de andar e falar, e do apresentador Sílvio Santos (um concorrente histórico da Globo, é bom frisar), falando seus bordões e tornando inútil seu disfarce como "papai Noel secreto", são alguns dos recursos de Marcelo Adnet, procurando provocar o riso. A seguir, tratamos um pouco da categoria "Publicidade".

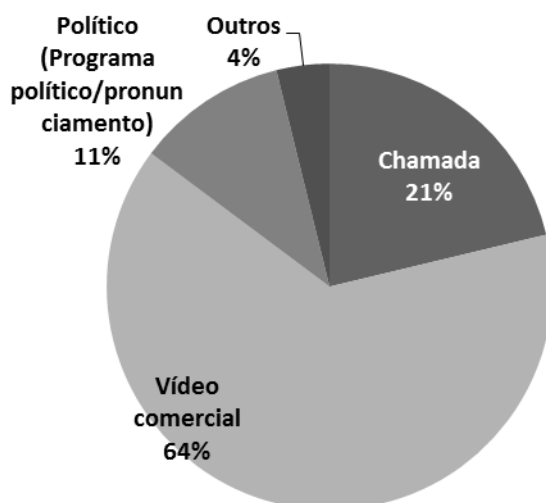


Gráfico 5: Gêneros/formatos de "Publicidade" parodiados (percentual de tempo em relação à categoria)

Os vídeos comerciais (Anexo 3) têm uma infinidade de temáticas, mas são paródias muitas vezes com forte teor satírico e combinando duas propostas diferentes para provocar o riso. Por exemplo, o início do comercial das *Marretas Porranca* sugere que se trata de uma propaganda de celular, mas o personagem interpretado por Marcius Melhem quebra o aparelho com a marreta: “porque operadora de celular é tudo igual, mas Marreta tem que ser porranca”. *Qualquer Bank*, como o nome indica, faz uma crítica genérica aos bancos, especialmente às taxas de juros e aos procedimentos de segurança sem sentido, que só protegem a empresa e não o usuário. Mas, se algum esquete merece destaque no gênero/formato, o esquete se chama *Galinha Preta Pintadinha*. Parodiando o comercial do CD de músicas infantis *Galinha Pintadinha*, termos e ritos das religiões afro-brasileiras são matéria-prima para recriar canções e lançar uma tendência que ganhará várias versões nas temporadas subsequentes (haverá uma galinha protestante “convertidinha”, outra islâmica e até uma paródia de *We are the world* com galinhas de diferentes religiões). Por fim, olhemos para “Outros”.

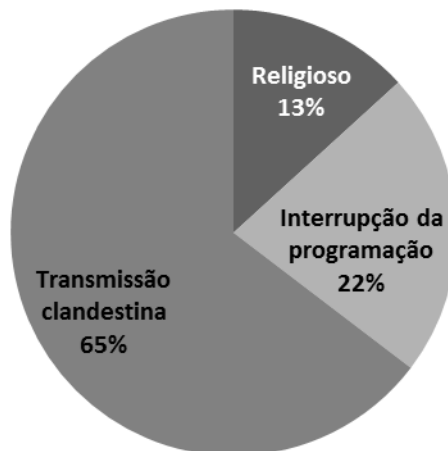


Gráfico 6: Gêneros/formatos de “Outros” parodiados (percentual de tempo em relação à categoria)

A transmissão clandestina do *Militante*, as constantes interrupções de programação e o esquete *Ungidos pela fé*, parodiando um culto evangélico, formam a categoria. Percebendo a recorrência da religião como tema, ela será nossa primeira categoria temática a ser discutida no tópico a seguir.

#### 4.1.2 A janela: os temas, satíricos ou não



Gráfico 7: Temas (percentual de tempo em relação à temporada)

1) “Religiões e hábitos culturais” agrupam basicamente piadas sobre religião. Também incluímos um breve esquete em que se realiza um teste de DNA, buscando confirmar se o pai do filho de uma jovem é o boto. Nessa categoria, estão dois comerciais de sites da internet, feitos com o recurso do trocadilho: o SinaGoogle e o Faceburca, que – pelo nome – dispensam maiores apresentações (Anexo 3). Também aparecem um plano de saúde espírita (*Unimedium*) e o desfile de moda do *Vaticano Fashion Week*. No geral, não consideramos satírico o tratamento dado às religiões: o tom não costuma ser crítico. A *Galinha Preta Pintadinha*, por exemplo, não faz mais do que usar termos de religiões afro-brasileiras e colocar no lugar das letras infantis originais, o que tem um quê de nonsense, mas não soa ofensivo<sup>58</sup>.

Porém, ainda sobre o tema da religião e a ausência de sátiras, não podemos deixar de registrar uma considerável exceção: o grupo que convencionamos chamar de evangélico, mais especificamente o dos neopentecostais. Seja em *Crentes* (comentada no tópico de enquadramentos de humor e crítica), seja em *Ungidos pela Fé*, onde Adnet imita um pastor extorquindo os fiéis da igreja contando os pecados deles, o tom é muito

<sup>58</sup> Sem elevadas pretensões científicas, registramos que uma amiga relatou como no terreiro em que frequenta se comenta jocosamente sobre a possibilidade de comprar o CD da *Galinha Preta Pintadinha*, aparentemente com bom humor e sem qualquer ressentimento com as piadas. Obviamente o exemplo não está aqui para inocentar o esquete: alguém pode ter sido ofendido.

mais ácido. O contexto é importante: talvez a concorrência com a Record e a possível migração do público para a emissora concorrente tenha motivado os produtores do *Tá no ar* a “pegar pesado”, cientes do aval da direção da Globo. Fato é que, sendo mais satírico, o quadro *Crentes* causou mais controvérsia com o público evangélico (neopentecostal)<sup>59</sup> do que as recorrentes aparições de Jesus Cristo, convenhamos, sem a mesma carga satírica. O homem que, segundo alguns teólogos, nunca riu (MINOIS, 2003), interpretado por Adnet, protagonizou um clipe paródia de rapper (muito similar ao estilo de Mano Brown); concorreu no *Dança do Messias*, paródia do *Dança dos Famosos* do *Domingão do Faustão* (que contou com a participação especial do dançarino Carlinhos de Jesus); apresentou uma mesa redonda de futebol; e pediu pizza para a última ceia, sem sucesso (Anexo 3). Entre polêmicas e risos, “Religião” ocupou pouco mais que um décimo do tempo da temporada do programa.

2) “Políticos e eleições” foram satirizados. Os políticos foram retratados como corruptos, com negócios escusos com empreiteiros. A classe não foi poupada, seja na paródia do quadro “super câmera lenta” do *Fantástico*, seja no comercial de máquinas de lavar... dinheiro. Destaque para *Fiança Esperança*, paródia do *Criança Esperança* que satiriza implacavelmente a campanha de arrecadação de fundos para tirar da prisão Delúbio Soares e José Dirceu (sem citar nomes, mas fazendo imitações e referências ao “tesoureiro e ao ministro”), e para *Freebofe*, paródia do comercial da Friboi que insinua a homossexualidade do pastor e deputado Marcos Feliciano (também, sem citar nomes, mas caprichando no penteado) (Anexo 3). Apesar dos casos de críticas mais direcionadas, que consideramos mais interessantes, confirmando certa previsibilidade dos esquetes (SOUZA, 2004), não se fugiu tanto da regra do humor dito tradicional. Político, em esquetes de humor, tem que ser ladrão.

Sendo 2014 um ano de disputa nacional e estadual, as eleições também motivaram algumas piadas. No quarto episódio (em momentos diferentes), a lei eleitoral “obriga” diversos programas a citarem nomes de possíveis candidatos à presidência (à época, candidaturas ainda não tinham sido decididas). Assim, Dorival Caymmi não pode cantar apenas “Marina, morena Marina”, mas deve cantar também “Serra, moreno Serra”; o programa de esporte não pode falar em “campos de futebol” sem citar “dilmãs de futebol”, entre outros. Tivemos duas paródias do horário eleitoral: uma satirizando os

---

<sup>59</sup> Sobre as polêmicas do humor em relação com os neopentecostais, no site *Porta dos Fundos*, cf. Guimarães (2016); no *Tá no ar: a TV na TV*, cf. Freddi Bassoli (2015).

clichês dos candidatos ao executivo, outra colocando D. Pedro I como candidato. Também houve, no segundo episódio, um debate eleitoral “nonsense” (que “ia e voltava” na simulada zapeada, dando e tomando o espaço de outros esquetes), com direito a bloco em que o mediador não tem obrigação de ser imparcial e outro onde os candidatos se enfrentam em carrinhos de bate-bate.

3) Em “História e contemporâneo”, encontramos tanto esquetes que fazem referência a figuras do passado (os antigos egípcios, gregos, cavaleiros medievais, Getúlio Vargas, entre outros) quanto ao questionamento de valores contemporâneos, bem como às novas tecnologias. Sobre personagens da história, investe-se em situações nonsenses (por exemplo, o faraó tendo seu cartão de crédito bloqueado e não podendo terminar as pirâmides) e em trocadilhos (a proteína Olimprotem, usada pelos heróis da Grécia Antiga, que contém aminoácidos e “aminotauros”). Como podemos observar, vários paralelos são feitos o presente e com esses absurdos procura-se causar o riso.

No sexto episódio, dois comerciais (Anexo 3) chamam a atenção sobre o contemporâneo: o comercial de suplementos alimentares e o da “boneca vaidosinha”, em que as crianças podem fazer até cirurgia plástica. O jingle é direto: “Boneca vaidosinha / Ela é fútil e patricinha. / Boneca vaidosinha / Um retrato das novas gerações”. Também neste episódio, no último esquete do programa, uma paródia de *Conversa de Botequim* (Noel Rosa), faz constatar mudanças tecnológicas bem como outras transformações sociais. No final, o frequentador do bar canta “E ordene ao seu Fonseca / pra olhar no *twitter* se tem blitz da lei seca”.

A categoria 4) “Produtos e serviços privados” remete a uma consciência de direito de consumidor, que parece estar sendo cobrada através das críticas às deficiências nos serviços. A categoria 5) “Polícia e serviços públicos”, por sua vez, ainda que pese a mão no estereótipo e no caricato, parece estar nos parâmetros de um discurso de cobrança de cidadania.

“Produtos e serviços privados” é uma categoria menos expressiva em relação às outras na primeira temporada, mas que vale contextualizar, por seu tom crítico. Além do *Qualquer Bank*, outros serviços criticados são os de telefonia (inclusive numa paródia escancarada de um comercial da marca Nextel) e os de cartão de crédito. “Polícia e serviços públicos” teve o dobro de tempo do que a categoria anterior, constituindo-se num dos pilões do programa. Além de *Polícia Brasileira* e *Doutor SUS*, destacados anteriormente, citamos também um “flagrante de eficiência” de um inspetor de trânsito e uma paródia do *Lar Doce Lar*, quadro do *Caldeirão do Hulk*,

em que Marcelo Adnet imita o apresentador global Luciano Hulk entregando a um prefeito (Melhem) um hospital novo cheio de irregularidades.

Em que pese a crítica generalizada aos servidores públicos, a polícia é o principal alvo. O *Tenente Pitombo* “entrevista” (tortura) Vladimir Brichta (episódio 3) e um jogador de futebol (interpretado por Marcelo Adnet) (episódio 7) para obter informações para o combate ao tráfico de drogas no meio artístico e esportivo<sup>60</sup>. Também sobre a polícia, houve os comerciais de *Pomadas Reparol* (para amenizar os danos da violência policial) e do *Playmilicia* (brinquedo lego tendo como tema as organizações criminosas paramilitares). Sendo preciso analisar as circunstâncias que se expressam nas obras, conforme Williams, vale trazer o contexto daquele momento: as manifestações das agora chamadas Jornadas de Junho tinham acontecido no ano anterior e disparado uma série de protestos pelo país, muitas vezes reprimidos com violência.

Como nas comédias gregas (MINOIS, 2003), os idosos são um tema recorrente. Ora como vítima da sociedade, ora tratada com carinho, a terceira idade é representada de forma caricata, sempre com problemas de saúde. Por mais que o programa parece se inscrever numa tendência de respeito às minorias, procurando fugir de clichês preconceituosos do humor tradicional (e, por isso, sendo elogiado pela crítica especializada), a representação dessas pessoas é a mais passível de problematização, ao não alcançar esse objetivo com tanta competência.

Em 6) “Idosos e outros estereótipos” também agrupamos a figura do caipira, da travesti e do indígena – mas esses aparecem tão pouco que consideramos precipitado taxar todas as abordagens de preconceituosas. As mulheres aparecem de forma mais caricata, em alguns momentos. Nossa impressão é que o riso pode ter “atingido inocentes” e “poupado culpados” (BERGSON, 2001). Sobre as travestis, houve mesmo a participação especial de Rogéria<sup>61</sup> na campanha da suposta associação “Mona Livre”, que defendeu a liberdade para travestis (representadas tanto na figura de Rogéria quanto de caricatas atuações do elenco masculino do programa vestido de mulher) fazerem cirurgia de mudança de sexo ou não, conforme o desejo pessoal.

7) “Redução da maioridade penal” é a categoria onde inscrevemos o *Jardim Urgente*, a ser comentado com profundidade no próximo tópico do capítulo.

---

<sup>60</sup> Ainda que simuladas e caricatas, as cenas do *Tenente Pitombo* na primeira temporada nos pareceram fortes e consideramos mais críticas do que engraçadas... O personagem vai voltar nas temporadas seguintes apresentando outros quadros, e a polícia vai continuar sendo satirizada.

<sup>61</sup> Rogéria é uma atriz transformista que voltaria nas temporadas posteriores, inclusive narrando a bíblia com gírias do universo gay.

8) “Artistas e personagens” é uma categoria que agrupa desde a imitação do apresentador Sílvio Santos até a participação especial do ator Ricardo Macchi, que aparece se comparando a grandes astros de Hollywood e dizendo que irá atrás do Oscar. De repente, percebemos que estamos vendo uma paródia dos comerciais da loja Ricardo Eletro, quando o locutor anuncia “O Ricardo enlouqueceu!”. Personagens como Jason, do filme de terror Sexta-feira 13, e paródias satíricas dos anúncios de filmes nacionais (*Quero ganhar prêmio*, “um filme cabeça que você não vai entender nada”, *Mostrando Pobreza*, “em breve, num cinema perto da classe média, para que ela possa aplaudir violência no escuro tranquilamente”, e *Tudo pela bilheteria*, “mais uma comédia que você vai esquecer assim que sair do cinema”), entram aqui (Anexo 3). Detalhe: *Tudo pela bilheteria* lembra comédias em que Marcelo Adnet realmente atuou, como *Muita Calma Nessa Hora* e *Os Penetras*.

9) “Televisão e telespectador” é a “janela espelhada”: categoria onde colocamos as paródias das telas bloqueadas bem como do jornalismo dos canais de notícia e a breve paródia do *Pânico na TV* (com a aparição de um apresentador dizendo “A audiência tá subindo? Entra mais bunda!”). Esses e outros esquetes entraram nesta categoria por se tratarem de referências temáticas à televisão. As *zapeadas*, as críticas do “povo fala” nos *créditos*, já comentadas neste capítulo, e do *Militante*, a serem analisadas no próximo tópico, também se inscrevem aqui. Ora mais satíricos (como no caso do *Pânico*), ora apenas paródicos, era de se esperar que elementos relacionados à televisão “em si mesma” ganhassem relevância. Entretanto, percebemos com todos os temas trazidos até aqui como o *Tá no ar* fala de muito mais do que da TV na TV<sup>62</sup>.

10) A categoria “Outros” também agrupa esquetes que abusam do nonsense, por exemplo, nas “Interrupções de Programação”, o que talvez seja um diferencial do *Tá no ar* (herdado do *TV Pirata*) e que rende elogios da crítica. O nonsense é capaz de nos surpreender. Vários esquetes aqui não têm um caráter marcadamente crítico, e sim mais “apreciativo”, porque tanto o exagero quanto o trocadilho parecem autossuficientes no humor. Em situações de exagero – às vezes extremo, confirmando a necessidade de um movimento sistemático (BERGSON, 2001) –, procura-se causar o riso. Sendo um programa humorístico, e esperando-se que as críticas sejam feitas para fazer rir, não havia necessidade de criticar tão acidamente.

---

<sup>62</sup> Foi justamente por isso que trouxemos as críticas de França (2009) à noção de neotevê (ECO, 1984): a mídia (no caso, o dispositivo da televisão), ainda que ocupe espaço central em nossa sociedade (BRAGA, 2007) e que utilize recursos autoconvocatórios (DUARTE, 2004), não é algo à parte dessa sociedade e nem mesmo quando está se parodiando consegue deixar de fora temas e questões que a extrapolam.

Encerramos este tópico demonstrando que a sátira prevaleceu no eixo temático, conforme constatado no gráfico a seguir. A crítica é constante e, algumas vezes, implacável. A seguir, finalmente, nos dedicamos à análise dos enquadramentos dos principais esquetes do *Tá no ar: a TV na TV*.

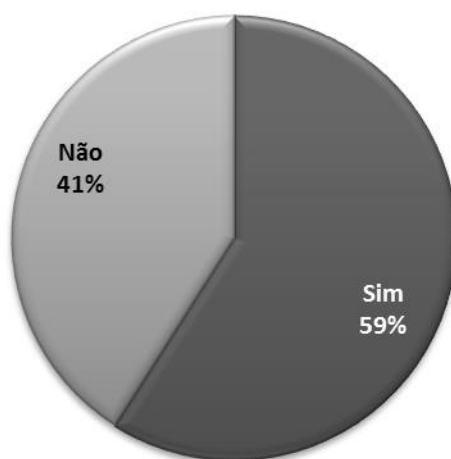


Gráfico 8: Esquetes satíricas (percentual de tempo em relação à temporada)

#### 4.2 Enquadramentos de sentido do *Jardim Urgente* e do *Militante*



Figura 2: Frames de *Jardim Urgente*<sup>63</sup> e *Militante*<sup>64</sup>

<sup>63</sup> Imagem disponível pelo link: <[http://imguol.com/c/entretenimento/2014/04/28/welder-rodriques-estrela-do-jardim-urgente-no-ta-no-ar-a-tv-na-tv-1398717963037\\_615x300.jpg](http://imguol.com/c/entretenimento/2014/04/28/welder-rodriques-estrela-do-jardim-urgente-no-ta-no-ar-a-tv-na-tv-1398717963037_615x300.jpg)> Acesso: 03/04/2016.

<sup>64</sup> Imagem disponível pelo link: <<http://s03.video.glbimg.com/x216/3318758.jpg>> Acesso: 03/04/2016.

O *Tá no ar* foi elogiado pela crítica jornalística por fugir dos clichês dos humorísticos tradicionais. Antes de falar sobre os enquadramentos do programa, vale ressaltar características nos esquetes analisados a seguir que se assemelham a programas mais antigos, como *A Praça é Nossa*. São elas a recorrência e os bordões. O *Militante* foi um esquete fixo em todos os episódios (com duas ou mais inserções por capítulo), e o *Jardim Urgente* apareceu em quase todos (com exceção do quarto e do oitavo) – portanto, não se inscreveram na tendência do programa de falta de repetição.

Ambos também utilizaram bordões. Jorge Beviláqua (Welder Rodrigues), apresentador do *Jardim Urgente*, costuma dizer: “Chocalho neles!”, “Faz buá e quer chupeta? Comigo não!” e “Foca em mim!”, este último seguido pelo arremesso no apresentador de uma foca de pelúcia, atirada pela “produção do programa”, representada na figura do personagem Batata (que apareceu rapidamente em uma ocasião). O militante, entre seus argumentos, costumava repetir ao longo de temporada “constitucionalmente estabelecido na Constituição Federal de 1988”, além de soltar periodicamente em tom irônico um “ora, Rede Globo!”.

Os bordões são apenas um dos elementos que autorizam a dizer que os esquetes eram mais ou menos repetitivos durante os episódios, tinham certa fórmula constante. Enquanto o *Jardim Urgente* se utilizava do absurdo tratando crianças “arteiras” como criminosas (variando apenas as “artes infantis”), *Militante* era uma saraivada de “críticas” aos quadros do próprio *Tá no ar* e à Rede Globo de Televisão. Variando um pouco o conteúdo, a forma era basicamente a mesma. É certo que, se estas características do programa são próximas de esquetes, por exemplo, da *Praça é Nossa*, há algo que o distancia consideravelmente: o tom crítico, no mesmo espírito da proposta geral do *Tá no ar: a TV na TV*. Para discutir a crítica, voltemos nossa atenção aos enquadramentos dados para cada uma das duas atrações do programa.

#### 4.2.1 *Jardim Urgente*

O *Jardim Urgente* (Anexo 3) é uma paródia de programas de jornalismo popular, chamados de jornais policiais ou, pejorativamente, de policiaescos. Embora o telejornalismo convencional possa utilizar (e muitas vezes utiliza) alguns dos recursos listados a seguir, podemos enumerar como características do telejornal popular: o tom muitas vezes melodramático, o personalismo do apresentador e a predominância de

histórias sobre violência ou outras em que aparentemente também pesa a (ir)responsabilidade do poder público.

Este é um (sub)gênero que cresceu consideravelmente na programação das televisões regionais no horário de almoço, mas encontra seus expoentes em dois programas de cadeia nacional no fim de tarde, respectivamente das emissoras Band e Record: *Brasil Urgente*<sup>65</sup> e *Cidade Alerta*<sup>66</sup>. O primeiro é apresentado atualmente por José Luiz Datena, o segundo, por Marcelo Rezende. Em entrevista ao portal UOL (DAMIÃO, 2014), o ator Welder Rodrigues declarou se inspirar nas duas estrelas maiores do gênero para compor o personagem. Na mesma entrevista, apresentou o esquete como “sátira a apoteose criada com assuntos corriqueiros pelos programas jornalísticos”. “O 'Jardim Urgente' é o ápice daquilo tudo, né? Viajo por todos os estados do Brasil e cada um deles tem um programa com essa pegada. É aquele tipo de programa onde o nada vira tudo”.

De certa forma, o que Welder indica é que a paródia é satírica, ou seja, que criticando a estética também se faz uma crítica ética. Mas, em nossa análise, destacamos outro elemento. O esquete paródico do mesmo gênero (jornalismo popular) no *Youtube*, feito pelo grupo de humor Barbixas, também tematiza o “nada que vira tudo”. *Jornal Investigativo*<sup>67</sup> brinca especialmente com o reiterado aviso que “estamos ao vivo”. *Jardim Urgente* é diferente porque critica a proposta de redução da maioria penal. Vamos aos enquadramentos para entender o porquê dessa leitura.

Vários elementos remetem aos parodiados: o cenário com desenhos de prédios ao fundo (semelhante à *Cidade Alerta*) e um televisor ao centro (onde aparecem os repórteres conversando com o apresentador), a trilha sonora tensa, o uso de três ou quatro câmeras, a indignação expressa pelo discurso e pela performance do apresentador. Até mesmo o habitual merchandising, bem como a (abrupta) “quebra” para a entrada dele que convencionalmente acontece nesses programas, foram imitados. Depois de uma fala mais eloquente, Jorge Beviláqua suaviza o tom de voz (às vezes

---

<sup>65</sup> “A figuração do ‘popular’ e a sua fala ao vivo – que extrapola edições perfeitas, como as do *Jornal Nacional* – impregnam as cenas de *Brasil Urgente*. A permanência do cidadão comum se expressa por meio de um jogo discursivo que, por se constituir de maneira mais ‘solta’, permite que outras vezes participam dos quadros, procurando desvelar, nessas dissonâncias, a fala e o lugar dos sujeitos ordinários” (LANA, 2006, p. 105)

<sup>66</sup> “O *Cidade Alerta* é um telejornal policial apresentado por Marcelo Rezende. Com uma narrativa predominantemente melodramática, o programa tem investido não só em longas reportagens como também na simulação de alguns casos” (SOUZA, 2014, p. 1).

<sup>67</sup> Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=1uZy-gB-84g> > Acesso: 18/01/2017.

pedindo desculpas por “ter passado do ponto”, “perder a razão”) e pergunta “vamos falar de coisa boa?” A trilha sonora fica tranquila, o apresentador se dirige para o lado do cenário a um balcão e apresenta algum produto, com um sorriso no rosto e toda a serenidade que lhe falta ao apresentar os “crimes”. Porém, basta terminar o “merchan” e voltar para as câmeras principais que Beviláqua fica de novo com feição mal-humorada.

Várias falas também são familiares, como as realizadas nas interações com a produção (ora simpáticas, ora hostis com o “produtor” Batata), com os cinegrafistas (chamados Zé Fumaça e Bate-fofo) e com os repórteres. Até as reclamações nos discursos do apresentador poderiam ser dos apresentadores Marcelo Rezende e Datena. Direitos Humanos, o humorista Didi, Criança Esperança, Fundação Xuxa Meneghel, OAB (Ordem dos Advogados do Brasil) – todos são questionados por tentarem censurar Jorge Beviláqua. O personagem usa voz e performance “frescas” para imitar as organizações que divergem dele: “não pode falar isso, não pode falar aquilo”. As penas previstas para os “crimes” também são motivo de resmungo: sempre injustas e insuficientes, “certeza da impunidade”. Não poder falar os nomes dos menores de idade também é um problema: “a lei protege o (faz gesto de entre aspas) ‘menor’”. Os “criminosos” são chamados de “bandidos”, “safados”, “vagabundos”. E um detalhe sutil, mas importante: apesar do *Tá no ar* ser exibido nas noites da Globo, o apresentador de *Jardim Urgente* deseja “boa tarde”, fazendo uma referência explícita aos parodiados.

Claro, sendo paródia a “repetição com diferença”, também são várias as peculiaridades em relação aos parodiados. O cenário tem elementos (bolas, cubos, um desenho no chão que lembra um pirulito e a própria foca arremessada contra o apresentador) e cores leves (menos carregadas do que os programas parodiados) que remetem ao universo infantil. Relacionado a isso, a principal alteração que procura causar o riso são a natureza dos “crimes” bem como dos “criminosos”, que a “equipe de jornalismo do programa cobre” (evidentemente, tudo ficcional). Os “criminosos” não são menores quaisquer, são crianças normalmente com menos de dez anos de idade. E os “crimes” não passam de travessuras infantis.

Uma breve lista dos casos: a destruição de um castelinho de areia (episódio1), a quebra de uma vidraça na escola com uma bola de futebol e a “violência contra a mulher” cometida por um neném de fraldas no berçário contra uma colega, ao puxar o cabelo dela (episódio 2), “pichações” de uma criança que rabisca a parede de casa (episódio 3), o “sequestro relâmpago” da boneca “Nanananinha” - encontrada sem

roupas na piscina da creche (episódio 5), um atropelamento de velotrol e cartas de ameaça (um desenho infantil chamando Jorge Beviláqua de bobo, “xato” e feio) que chegam à redação (episódio 6), o sequestro de um avião (de brinquedo) (episódio 7), comércio ilegal... de figurinhas da Copa (episódio 9).

Também o “merchan” é de produtos nada convencionais: Rivokids (medicamento para crianças dormirem), Desmemoril (xarope para os filhos esquecerem promessas que os pais não querem cumprir – como viagens para a Disney ou festa de 15 anos), Arde-Aid (curativo que arde, para incentivar as crianças a pararem de cair), Sandálias Educanas (“pode bater a vontade que não marca”) e Detergente Bucal Pureza nos sabores pinho, água sanitária e soda cáustica (para “limpar a boca suja” de crianças que falam palavrão na ceia de natal).

Tanta violência contra as crianças apela para o nonsense, para o absurdo. No primeiro e no último episódio da temporada analisada, uma sátira é escancarada no discurso de Jorge Beviláqua: a maioria penal deveria ser reduzida a um ano e meio (primeiro episódio) porque é um absurdo constitucional (nono episódio). Se ficarmos apenas no exemplo dos principais apresentadores parodiados, José Luiz Datena e Marcelo Rezende, ambos são a favor da redução da maioria – e “fazem campanha” da proposta em seus programas *Brasil Urgente* e *Cidade Alerta* (SOUZA, 2015; 2016). Uma proposta de redução começou a ser votada no Congresso quando a primeira temporada do programa foi ao ar, contexto que não só explica como potencializa a crítica.

Caricaturando, ou seja, exagerando ou simplesmente reproduzindo o exagero já visível nos parodiados, *Jardim Urgente* ridiculariza mais do que a performance de Datena e Rezende. Não é uma simples imitação ou uma paródia de homenagem, tampouco é um julgamento apenas estético (uma paródia) e sim ético (uma sátira). O que está sendo criticado, além do gênero televisivo, é a ideia defendida tanto nos programas quanto por parte expressiva da população brasileira: criminalizar os menores de 18 anos. Reduzir a maioria penal só vai levar ao desejo e à reivindicação de mais e mais redução: eis uma fala típica dos discursos contra a iniciativa. E parece ser esse o argumento do esquete *Jardim Urgente*<sup>68</sup>.

---

<sup>68</sup> Uma observação: a leitura do pesquisador é parcial e pode “romantizar” o esquete – levando em conta o meu posicionamento pessoal contra a redução. Porém, acredito não estar confundindo sentidos chamados denotativos e conotativos. Claro, as fronteiras nunca são muito claras, mas apostamos na ambiguidade do gênero humorístico para sustentar a proposta satírica do texto – que não sabemos sequer até que ponto foi intencional ou não por parte da produção. O *Tá no ar* tem, especialmente se comparado à média dos

Vale frisar o óbvio: públicos diferentes podem fazer leituras diferentes. Além dos sentidos conotativos da televisão (PIGNATARI, 1987), do posicionamento dos públicos observado nos Estudos Culturais, da lógica dos usos da competência cultural (MARTÍN-BARBERO, 2009), acrescentamos também que, desde a pesquisa dos “efeitos limitados” nos Estados Unidos, quando tirinhas contra o racismo foram lidas por sujeitos racistas como mensagens que corroboravam seus preconceitos (MAIGRET, 2010, p. 155), sabemos que o texto está aberto a diversas interpretações. No caso da redução da maioria penal, em que pessoas na vida real demonstram posicionamentos tão caricatos quanto os do personagem ficcional Jorge Beviláqua, é certo que alguém pode ver o esquete até mesmo como confirmação de suas convicções.

#### 4.2.2 *Militante*

Também caricato, *Militante* (Anexo 3) é um desafio para a pesquisa por ser um personagem muito particular, com vários enquadramentos sobrepostos. Podendo ser lido como uma mistura da política Heloísa Helena com o vlogueiro Pirula<sup>69</sup>, seria um personagem típico da internet se não fosse pelos ruídos na imagem e no som, com uma qualidade muito aquém dos recursos de produção de vídeos popularizados contemporaneamente. O nome “militante” não é apresentado durante o programa, e sim na internet – inclusive com um vlog próprio no site *Gshow*<sup>70</sup>. Afinal, quem é o personagem e “o que está acontecendo” no esquete protagonizado por ele?

Olhando para a (única) câmera, gesticulando bastante (especialmente apontando o dedo), usando cabelos longos e óculos (que constantemente segura com os dedos polegar e indicador, sugerindo um tique nervoso), Adnet imita um sotaque carregadamente pernambucano para dar vida ao personagem, sentado numa mesa em um cenário que simula um quarto bagunçado. O militante aparece para criticar a atração

---

humorísticos, um tom “progressista” (confesso que detesto o termo, mas não encontro outro melhor para contrapor a “conservador”) . O sabemos por outros esquetes do programa e por isso achamos possível nossa leitura de uma sátira a uma medida conservadora.

<sup>69</sup> O *insight* das semelhanças do militante com Heloísa Helena devo a meu pai, Luis Alberto Bassoli. Sobre Pirula, agradeço a referência feita pelo estudante de publicidade Guilherme Silveira.

<sup>70</sup> Em mais uma brincadeira metalinguística, ao final da segunda temporada, revelando “verdades” e tecendo elogios ao “território livre da internet”, o militante descobre que o seu blog está hospedado no “sítio” *Gshow*, “de Rede Globo”. Fica desconsolado por cair em contradição: “Aff, porra! O que é que eu vou dizer lá no Recife agora? Como é que eu vou ser recebido por Leni...” Entram os créditos. Disponível em: < <https://globoplay.globo.com/v/4115898/> > Acesso: 22/01/2017.

anterior do *Tá no ar: a TV na TV*, funcionando como uma espécie de ombudsman do humor. No quarto episódio, por exemplo, ele questiona o índio apresentando o resultado da loteria (relembrando o massacre sofrido pelos indígenas e promovido pelos europeus) e chega a utilizar seu megafone para lembrar que anorexia é uma doença, portanto não poderia ser tema da paródia de concursos de modelo, *Anorexic Top Model*.

Segundo Carvalho (2014), embora apareça para criticar, *Militante* acaba funcionando muitas vezes como uma espécie de justificativa e explicação dos quadros antecedentes. Ou seja, em tempos de vários públicos mobilizados e encontrando eco de suas falas especialmente nas redes sociais, o *Tá no ar* se previne de críticas que poderia receber, fazendo-as por si mesmo de forma caricata. Levantamos as perguntas: a iniciativa é válida, tendo em conta que tudo é piada para os humoristas? Ou não estaríamos (re)vendo, em escala micro e risível, iniciativas como da Globo Memória, que buscam deslegitimar questionamentos de sua linha editorial?

Deixemos o ponto em aberto e continuemos a olhar para o militante. O personagem critica não só os esquetes, mas o *Tá no ar* como um todo, nomeado como “engodo em forma de programa”, reclamando da falta de (bons) roteiristas... Esboça-se uma autocrítica, claro, que ao ser caricata segue desqualificada. Não bastasse isso, o personagem se posiciona diversas vezes contra a Rede Globo de Televisão. É algo que não seria essencial (apenas as críticas aos próprios esquetes do programa bastariam), mas se torna fundamental tendo em vista o objetivo de torná-lo mais cômico e marcar a identidade da atração, soando inédito nos humorísticos da emissora. No estilo “apocalíptico obcecado” (ECO, 1987), até as paredes do quarto ao fundo tem páginas contendo a logomarca distorcida da emissora e os dizeres “sorria, você está sendo manipulado”<sup>71</sup>.

Voltando aos ruídos que marcam o esquete, devemos nos perguntar por que o programa se vale desse recurso em um contexto em que vlogueiros gravam sem tantas interferências em webcams. É possível especular que há uma simulação de uma transmissão pirata invadindo a programação: como um “revelador de verdades ocultas” da emissora, procura-se causar um efeito cômico com a entrada e a saída repentina do personagem. O corte bem no meio de uma inflamada denúncia fica mais interessante com a qualidade “ruim” da imagem, sugerindo que o sinal irá cair a qualquer momento.

---

<sup>71</sup> Não é possível ler a frase, mas a imagem é mais ou menos conhecida. Não me lembro de quando foi meu primeiro contato com ela, mas lembro dela pichada nas paredes da Fafich/UFMG.

Na menor inserção dele durante a temporada (3 segundos) aparece dizendo “ainda bem que antes do intervalo eu posso dizer umas verdades...” e imediatamente termina o primeiro bloco do episódio. Tanto a qualidade distorcida da imagem quanto o teor do discurso dão a sensação que o militante está invadindo a transmissão, colocando no ar um sinal pirata. Esse recurso de “invasão” guarda semelhanças com as paródias de “interrompemos nossa transmissão”, mas *Militante* soa muito menos “oficial”<sup>72</sup>.

No âmbito político, é possível dizer genericamente que o personagem é de esquerda, seja por posicionamentos que sustentam o teor de certas críticas à Globo (acusando a emissora de “lacerdista”, “antibrizolista”, “americocentrista”, promotora de Papai Noel – “ícone do capitalismo”), seja por certa terminologia (“retrógrado”, “pseudocapitalistas”, “protoburguesas”). Ainda assim, ao considerar as sátiras feitas pelo *Tá no ar* ofensivas, o militante aparece durante a temporada ao lado de instituições (polícia, família) que costumam ser defendidas mais pelo espectro conservador do que pela esquerda. O que só reforça o caráter caricato: o importante é ficar contra a Globo, não importando o que ela faça ou diga.

Em semelhança ao *Jardim Urgente*, *Militante* é um esquete caricato no sentido bergsoniano: exagera, sim, mas o que causa o riso é a contorção. Da mesma forma que a performance de Jorge Beviláqua nem é tão exagerada se comparada aos “ataques nervosos” de Datena e Marcelo Rezende, o discurso e os trejeitos do militante soam familiar (no caso particular do pesquisador, por ter vivido no meio do movimento estudantil e conhecer “caricaturas vivas”).

Sobre esse aspecto caricatural do personagem, vale ressaltar um último ponto: ele mistura em suas críticas fatos concretos de grande relevância com fatos de menor importância e teorias da conspiração mirabolantes, inclusive de assuntos de natureza muito díspares. Por exemplo, o personagem denuncia que, com o quadro *Jardim Urgente* do primeiro episódio, a Rede Globo objetiva três coisas: o lucro, o contrabando de nióbio e a internacionalização da Amazônia. Ora, que o quadro de uma emissora privada visa ter audiência para gerar lucro é uma informação evidente. Mas o que teria de relação entre a paródia de programas policiais com o contrabando de nióbio e a internacionalização da Amazônia? Outro exemplo é o conluio da Globo com a ditadura: na fala do militante, a emissora é acusada de não cobrir o atentado do Rio Centro, mas destaque-se mais uma crítica quando se fala da promoção das

---

<sup>72</sup> Nisso também parece haver uma inspiração na vinheta de abertura do *TV Pirata*, disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=HJsZhcJHh9E>>. Acesso: 18/01/2017

pornochanchadas. Um último caso: quando critica o esquete do indígena dando os resultados da loteria, o personagem diz que não podemos admitir o sumiço de Chico Mendes – notório ativista ambiental assassinado por perseguição política – e de Carlos Alberto Riccelli – ator que interpretou o índio Aritana na telenovela *Aritana* da TV Tupi e que hoje mora e trabalha nos Estados Unidos. De novo, vale lembrar, é assim que se dá a paródia: repetição com diferença. A diferença é o exagero caricatural e a apelação nonsense; a repetição é de vários discursos críticos à Globo.

Esse é um achado interessante: boa parte das falas do personagem militante não são criação do *Tá no ar* e sim reverberações de discursos críticos que escutamos sobre a maior emissora da TV aberta brasileira. “Nem tudo é produção, Rede Globo! Há que se ter conteúdo!”, “Isso é uma tentativa de deseducar a população brasileira, criando cidadãos de segunda classe, cuja consciência foi usurpada”, “a Rede Globo, que em décadas, jamais aceitou o sotaque nordestino”, “Brasil profundo que essa asséptica emissora insiste em ignorar”. Somam-se a essas frases as denúncias de sexualização das crianças, desperdício de dinheiro, massificação da cultura. Também aparece a cobrança de um ensinamento da literatura de cordel e de transmissões do cinema novo.

Discurso “apocalíptico”, conservador, “progressista”, nacionalista, regionalista e, nos termos de Martín-Barbero (2009), “ideologicista”, artístico, elitista e folclorista: todos eles – mesmo sendo às vezes contraditórios – encontram algum espaço na fala do anti-Globo. No final das contas, as críticas aos esquetes do *Tá no ar*, ao programa como um todo, à Rede Globo; tudo isso se dilui num personagem caricato. “Isto é uma brincadeira”: o jogo de enquadramentos críticos não atinge com força a Rede Globo ou o *Tá no ar*, e sim seus críticos. Os críticos, com destaque especial para os militantes de esquerda, são os parodiados e caricaturados. Ironicamente, são eles os mais criticados.

É bom ressaltar que, mesmo “pegando leve” com a Globo, aqui, no fim das contas, temos um esquete que critica a mídia, especificamente os vlogueiros. A crítica extrapola o universo da TV, se virando contra outra mídia concorrente da TV (onde imperaria o caricato), e de certa forma apoiando a televisão.

Considerando o *Tá no ar* como um todo e as críticas específicas nos esquetes analisados, temos aqui um dispositivo social de crítica midiática, nos parâmetros de Braga. Discutiremos esses parâmetros a seguir.

### 4.3 O dispositivo social de crítica midiática

Retomando Braga (2006), consideramos que o *Tá no ar: a TV na TV* exerce critérios (estéticos e éticos), expressos ou implícitos, segundo os quais os produtos são observados; analisa características e especificidades dos produtos e processos midiáticos postos em circulação (na/da TV); e lança vetores interpretativos e/ou de ação em direção aos outros dois subsistemas (de produção e de recepção). Sobre a recepção, mesmo que procura fazer rir, ele pode estimular as competências dos usuários para selecionar, interpretar e desenvolver sua própria competência crítica. Sobre os produtores e sistemas de produção, ainda que não seja para “ser levado a sério”, a incidência pode remodelar e qualificar os produtos e processos. Por tudo isso, consideramos o programa como um dispositivo social de crítica midiática. Desenvolvamos então os três parâmetros com os quais analisar os dispositivos.

#### 4.3.1 Ponto de vista

O ponto de vista de quem faz a crítica é o de humoristas trabalhando na televisão. Se eles procuram fazer rir pela crítica (e não criticar pelo riso, ou seja, se no gênero o que predomina é o riso), isso não descaracteriza o dispositivo crítico: não é menos impactante que se critique, mesmo que seja para causar o riso. Se levarmos em consideração o conceito de paródia adotado aqui (PEREIRA, 2009, HUTCHEON, 1989, 2000), Adnet, Melhem e companhia, ao “repetirem com diferença” a televisão a partir de um distanciamento que julga por valores estéticos, já estão fazendo uma crítica. Mais do que isso, em alguns momentos eles satirizam com alguma acidez o universo da TV. Talvez por isso o humorista Welder Rodrigues tenha dito em entrevista ao portal UOL que ele é de “um humor mais ácido”: “o humor do ‘Zorra’ [onde atuou] é só como uma roupa que não me cabe” (DAMIÃO, 2014). Este é um aspecto que podemos comentar um pouco mais: vários traços do *Tá no ar* que destacamos na introdução da nossa dissertação remetem às tensões na produção entre a liberdade dos humoristas e os constrangimentos empresariais da Globo.

Em outros termos, a ousadia das “inovações” (ou nem tanto, lembrando que o *TV Pirata* já tinha feito muitas coisas parecidas) incidem sobre as ideologias empresariais *versus* profissionais na lógica de produção (MARTÍN-BARBERO, 2009). O humor na televisão, especialmente na TV aberta, sempre foi visto com muitos limites

– tanto pela forma de produção, quanto (principalmente) pelos impedimentos editoriais. Não só na descrição do gênero a partir de Souza (2004), já discutida anteriormente: na fala dos criadores do canal *Porta dos Fundos* ou em improviso protagonizado por Marcelo Adnet no canal do também humorista Marcos Castro, encontramos os comediantes problematizando essas condições de produzir para a TV em contraponto à internet. A *web* seria livre de censuras, podendo-se fazer humor crítico e, na medida do possível, polêmico; enquanto na TV não se pode falar sobre minorias, nome de marcas, palavrão, sobre política<sup>73</sup>.

A Globo, por sua vez, nos links para programas no portal G1, não colocava o *Tá no ar: a TV na TV* na sessão de “humor”, e sim na de “séries”. O horário “nada nobre” também é proposital: parece que a própria empresa produtora reconhece o caráter “de teste” do programa e que ele rende mais e melhor não sendo fixo. Assim como o *TV Pirata* correu o risco de sair do ar de uma semana para outra, *Tá no Ar* também parece nunca ter a próxima temporada garantida, por uma série de características: a estética experimental, a crítica ácida, o público (de)limitado. A paródia da vinheta de fim de ano da Globo, encerrando a primeira temporada, terminou brincando com isso: “Todo esse clipe / é para dizer / que a gente quer voltar / *Tá no ar*”.

Essas tensões e cumplicidades entre a emissora e o contratado estão bem encarnadas na trajetória de Marcelo Adnet. Vindo de uma emissora mais “jovem”, menos “séria” (a MTV), em que havia espaço para inovações estéticas e temáticas, desde a chegada na Globo, Adnet ficou sob a desconfiança de que não conseguiria trabalhar com a mesma eficiência que o consagrou. O fracasso de *O dentista mascarado* e as criticadas inserções em quadros do *Fantástico*, que abordamos anteriormente, confirmariam o “desperdício” da contratação para ambos os lados, contratante e contratado. O posterior protagonismo do *talk show Adnight* e a participação na *Escolinha do Professor Raimundo: Nova Geração* como o personagem Rolando Lero também não parecem cair bem, se comparado ao que fazia na MTV.

Além dos paralelos com o *TV Pirata*, *Tá no ar: a TV na TV* é muitas vezes comparado ao *Comédia MTV*, programa em que Marcelo Adnet atuou e produziu antes de chegar à Globo. Não tanto pelas marcas do texto (nonsense, trocadilhos, imitações, paródias musicais), e sim mais pela liberdade que os produtores alegam ter. Esse foi o

---

<sup>73</sup> Sobre a fala dos produtores do *Porta dos Fundos* (GUIMARÃES, 2016, p. 79). A entrevista de Adnet está disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=GGhmvY8rTFM>>. Acesso: 15/04/2016.

terreno fértil para uma crítica – em especial, à televisão – que já era tema do “astro de uma nova geração de humoristas”, usando os termos de Briglia (2015). Numa de suas últimas produções na emissora anterior, *Indiretas Já*, Adnet parodiou *Roda Viva*, de Chico Buarque, em um quadro que criticava a televisão de forma ácida. Para degustação, parte da letra: “Pastor só sai de madrugada / Rebanho não pode enxergar / Dizem-me que quem não paga/ Mais cedo ou mais tarde cai cai/ ET massageou minhas costas / Desculpe errei de TV / Está a maior zorra na praça/ Só para agradar a classe C”<sup>74</sup>. Em comparação ao que é feito no *Tá no ar*, a crítica foi muito mais afiada.

Se Marcelo Adnet (e Marcius Melhem) têm realmente a liberdade “total” que alegam ter para trabalhar, não está em questão. O que podemos dizer é que há marcas do *Tá no ar* que se diferenciam muito do humor produzido na Globo, mesmo naqueles que contaram com participações anteriores e posteriores do ex-comediante da MTV. Talvez por isso a crítica especializada faça tantas comparações com *TV Pirata* e *Comédia MTV*.

#### 4.3.2 *Objetivo e motivações*

O objetivo da(s) crítica(s), como já exaustivamente falado, é causar o riso – o que, sem dúvida, causa ambiguidades. Fazer rir criticando é um desafio e tanto, ainda mais se consideradas as tensões levantadas no tópico anterior. Parece que um dos objetivos secundários das críticas é fazer o programa sobreviver (ironicamente, manter o *Tá no ar* no ar). Um objetivo com contradições: por um lado, uma crítica muito suave pode desagradar o público, sepultando a atração; por outro, com os limites impostos pela Globo e pela TV (especialmente desde o paradigmático caso da demissão de Rafinha Bastos ao não pedir desculpas por uma piada com a esposa e o filho em gestação de um patrocinador do *CQC*<sup>75</sup>), os humoristas sabem que correm o risco de desagradar interesses que colocariam suas cabeças a prêmio.

Mas o riso oferece algumas válvulas de escape. Por exemplo, o *Tá no ar* parodia menos numericamente (e satiricamente) a Globo do que seus concorrentes diretos (TV aberta) e indiretos (TV paga), o que pode ser lido a partir de duas chaves

<sup>74</sup> O blog *Não Salvo* disponibiliza o vídeo com a música e a explicação das “indiretas”. Disponível em: <<http://www.naosalvo.com.br/entenda-a-letra-de-indiretas-ja-do-comedia-mtv/>> Acesso: 15/04/2016.

<sup>75</sup> Relembre com a notícia “Piada sem graça afasta Rafinha Bastos do ‘CQC’”, disponível em <<http://veja.abril.com.br/entretenimento/piada-sem-graca-afasta-rafinha-bastos-do-cqc/>> Acesso: 18/01/2017

possíveis. Por um lado, a emissora que não costuma sequer citar os outros canais nem mesmo para fazer rir (fez isso de forma paródica poucas vezes no *TV Pirata*), está reconhecendo (concedendo à palavra ao seu bobo da corte) que não reina soberana, que existe vida na televisão para além dela. Curiosamente, tendo em conta o peso da Rede Globo, os concorrentes podem se sentir prestigiados de estar no maior reino, digo, na maior emissora do país<sup>76</sup>. Por outro lado, o programa evita constrangimentos de seus produtores com os colegas, e pode ser criticado por ousar menos com um e mais com outros. Maurício Stycer (2016) escreveu em artigo na Folha de São Paulo: “os concorrentes reclamam que, ao zombar da televisão, Melhem, Adnet e Farias poupam a própria Globo. Não acho que seja verdade, mas a ênfase na própria emissora, de fato, é menor”.

Por tudo isso, em alguns momentos, se comparadas as piadas com a emissora do programa às piadas com as concorrentes, fica parecendo que o objetivo do *Tá no ar* é fazer uma crítica positiva da Globo, uma “paródia homenagem”. O humorístico curiosamente pode acabar soando como uma exaltação do “padrão Globo de qualidade”. E tem funcionado: a emissora não castra, a audiência aumenta. Aparentemente, o programa tem mantido o equilíbrio das linhas de força do dispositivo: o bobo da corte encontrou seu espaço. Antes de destrinchar a metáfora, falemos um pouco mais sobre a importante questão da interlocução.

#### 4.3.3 *Interlocução*

O *Tá no ar* tem um público mais ou menos bem definido. Trecho de coluna da Folha de São Paulo, da jornalista Luciana Coelho, explica:

Em entrevista recente à rádio Jovem Pan, o veterano diretor da Globo José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, ou Boni, disse que as piadas de Adnet são incompreensíveis para 90% das pessoas. A declaração repercutiu, entre aplausos e críticas.

Antes de achar que Boni está certo ou errado, é preciso entender qual o público do "Tá no Ar". Pela composição do programa, um misto de esquetes sobre TV, política e comportamento cujo estofo principal é o

---

<sup>76</sup> Na terceira temporada do programa, houve uma participação do humorista Carlos Alberto da *Praça é Nossa* (SBT), em tom de paródia de homenagem. Mas até uma imitação de João Kléber (RedeTV!), com um teor satírico e caricato, acabou sendo elogiada pelo parodiado. O elogio está disponível em <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2016/01/joao-kleber-aprova-parodia-de-marcelo-adnet-maravilhoso.html>>. Acesso: 30/04/2016.

noticiário e a cultura pop, seria o jovem ou adulto (18 a 45), escolarizado, em sintonia com o que acontece dia a dia no mundo.

É um público muito similar ao do "Daily Show", nos EUA, consagrado por Jon Stewart, que fez sucesso em um canal relativamente pequeno graças à amplificação possibilitada pela internet. É gente que aprendeu a apreciar o humor de séries e talk shows americanos porque referências ousadas faltavam aqui. (COELHO, 2016)

Boni parece ter repetido a mesma provocação (citada há alguns capítulos) que Chico Anísio fez há vários anos ao hoje considerado “revolucionário” programa de humor do fim dos anos 1980, *TV Pirata*. Sem cair numa retórica “populista” como parece ser a do diretor, também não compactuamos com uma visão que separa o “humor inteligente” de outras formas de humor (considerando que essa visão é elitista, que definir os limites é tão inócuo quanto ainda hoje insistir em separar “alta e baixa cultura”). Fazendo referência à letra de *Indiretas Já*, a classe C rir do *Zorra* ou da *Praça é Nossa* não é, necessariamente, motivo de ridicularização. Por que dizemos isso? Porque consideramos que o problema de quem se acha inteligente é, em contraponto, achar que os outros são burros. Existe, por exemplo, “humor preconceituoso” e “humor não preconceituoso”, mas não “humor inteligente” e, por consequência, “humor burro”. A *Praça é Nossa* tem quadros tão ofensivos quanto piadas de Danilo Gentili, mas o segundo, com um tom mais crítico e ácido, tem mais espaço para reivindicar um “humor inteligente” apenas por causa de sua linguagem e interlocução. Linguagem e interlocução não justificam o rótulo “inteligente”. Nem mesmo haver crítica nos parece um bom parâmetro.

O *Tá no ar*, em alguns momentos, parece estar convencido de que realmente “elevou o QI do humor”, conforme título da coluna de Luciana Coelho (2016). Indício disso é como o telespectador “comum” é feito de ridículo (indiretamente) na zapeada, ao assistir *Jardim Urgente* e (descaradamente) na paródia do “povo fala”. Não censuramos essas críticas (tantas vezes engraçadas porque certas), apenas ficamos nos perguntando se elas bastam, se também não valeria a pena atacar aqueles que se consideram melhores por entender e rir de uma piada tida como mais refinada. Ora, se o didatismo e a previsibilidade de um humor “convencional” (que Adnet e Melhem não deixam de repetir em alguns momentos) não deveria ser regra, tampouco a (pretensiosa) jovialidade e erudição tornam o humor necessariamente melhor.

Para fugir da dicotomia, é prudente lembrar em Bersgon (2001) como grupos diferentes tendem a rir por motivos diferentes. Luciana Coelho (2016) nos ajuda com a imagem de um cardápio não típico: propomos que é de se esperar que um cardápio assim fique restrito a um determinado grupo que o prefere. Há exemplos de escolhas que foram feitas pelo *Tá no ar*, para além do tom crítico, que restringem seu público. Ao se parodiar a TV por assinatura, por exemplo, atinge-se mais quem tem acesso cotidiano a esse recurso (segundo dados do IBGE, por volta de um terço dos brasileiros<sup>77</sup>).

Sob o ponto de vista de um dispositivo crítico de resposta social, levando em conta como Braga (2006) ressalta a importância de municiar a sociedade para enfrentar sua mídia, *Tá no ar* deve encontrar seus limites naqueles – majoritariamente jovens e/ou escolarizados (por exemplo, o pesquisador e mesmo os jornalistas que fazem a crítica especializada da televisão) – que compartilham seus quadros de sentido e aceitam os enquadramentos. Ou seja, usando uma terminologia religiosa, “prega para convertidos”. Nem por isso é demeritório, pois, como lembra Braga, certas críticas precisam se desenvolver em um círculo de interlocução, e circuitos de crítica (no conjunto e a longo prazo) não são estanques (BRAGA, 2006, p. 81). Ora, um programa transmidiático da TV aberta, na maior emissora do Brasil, pode transformar o “no conjunto” em “no país” e tornar o “a longo prazo” em “agora”. Levemos em conta a subida dos índices de audiência na TV, sinalizando que novos “convertidos” podem ter aparecido: o Ibope indicou uma subida de 35% da primeira temporada até a terceira (COELHO, 2016).

Como lembra Machado (2001), programas de qualidade na televisão nem sempre são reconhecidos pelo grande público, mas ainda assim tem muito mais visibilidade do que textos em outros meios de comunicação. Por tudo que tem sido dito pela crítica especializada e pelo que foi abordado até aqui, afirmamos que o *Tá no ar* tem um humor de satisfatória qualidade<sup>78</sup>, entre outros motivos, por causa da(s) crítica(s) que realiza.

---

<sup>77</sup> Dados do acesso à TV por assinatura disponíveis em: <<http://www.valor.com.br/brasil/4027358/ibge-tv-por-assinatura-chega-quase-um-terco-dos-domicilios-no-pais>> Acesso: 15/04/2016.

<sup>78</sup> A professora Gabriela Borges, da UFJF, se embrenhou no (espinhoso) terreno de avaliação da qualidade do humor audiovisual. Os resultados estão para serem revistos e divulgados: aparentemente, o *Tá no ar* estará bem ranqueado. Disponível em: <<http://observatoriodoaudiovisual.com.br/humor-e-qualidade/>>. Acesso: 18/01/2017.

## BOBO DA GLOBO, BUFÃO DA TELEVISÃO

Como o humor do *Tá no ar: a TV na TV* critica a televisão e a Globo? Como um bobo da corte. A metáfora que nomeia essa dissertação e capítulo nos ocorreu enquanto fazíamos a leitura de *História do Riso e do Escárnio*. As reflexões que trouxemos sobre o bobo da corte em Minois (2003) apontaram duas questões centrais: a representação da verdade e da oposição. O *Tá no ar: a TV na TV* faz ambas as representações em sua relação com a televisão (brasileira) e com a Rede Globo.

Começando da televisão, o bufão ridiculariza-a contando a verdade. E a verdade sobre a televisão é que em alguns de seus programas “o nada vira tudo”, sua programação tem absurdos (STYCER, 2014), (talvez por isso) seu telespectador tem a atenção dispersa e se sente impelido a mudar de canal o tempo todo (KOGUT, 2014), seus anúncios promovem produtos e serviços sem qualidade (“desmascarados” nas paródias satíricas do *Tá no ar*), seu reinado midiático agora divide espaço com a internet (conforme demonstram o vlog militante, o *Faceburka* e o *Sinagoogle*). A oposição é encarnada tanto nessas representações da internet, como, no caso dos canais abertos, nas paródias da TV por assinatura. Destacamos que a televisão brasileira é o principal alvo porque, mesmo nas paródias de produções estrangeiras, alguns elementos “nossos” – como a dublagem – são representados como risíveis.

O diferencial do *Tá no ar*, porém, dentro do subgênero humorístico paródico que propusemos, é ser o bobo da Rede Globo. Se o bobo lembra ao rei que ele é apenas um mortal, partilhando da condição humana; foi o *Tá no Ar* que transgrediu a (alegada) norma de não citar o nome de outras emissoras abertas, lembrando a Globo que ela – apesar de protagonista – é só mais uma entre suas “coirmãs”. Se o bobo da corte é o antirrei, soberano invertido, quando o site Loja Globo promove o *Tá no Ar* como “o mais politicamente incorreto”, “anárquico”<sup>79</sup>, está justamente contrapondo ao conhecido “padrão Globo de qualidade”, à seriedade e ao controle que marcam a identidade da organização. Evidentemente, a representação da oposição não torna necessariamente o bobo uma figura perigosa ao rei pela subversão, ele continua sendo um membro da corte; assim como o *Tá no Ar* é mais um dos programas que compõem a grade de programação da Globo e da televisão. Aliás, é um que bobo prefere não falar tanto do castelo do qual faz parte (Globo), fala mais da corte dos reinos vizinhos (concorrentes).

---

<sup>79</sup> Disponível em: <<http://www.loja.globo/cds-dvds/dvds/humor/dvd-ta-no-ar-2-discos.html>> Acesso: 30/04/2016.

Talvez por isso ganhe a simpatia de outros cortesãos (figuras do calibre de Fátima Bernardes e Mateus Solano, que fizeram participações especiais).

O *Militante* é o esquete que melhor representa a oposição ambígua. Simula (aliás, no portal Gshow realmente é) um vlog, o que indica que a televisão está “acabando”. Acabando como único meio de form(ul)as e audiência, pois, em tempos de midiaticização, a TV é mais do que nunca um dispositivo transmidiático (e quem melhor que o sucesso do *Tá no ar* na internet para demonstrá-lo?). O militante também é um crítico cheio de “verdades” – embora é certo que essas verdades se perdem no meio de inúmeras mentiras que objetivem torná-lo caricato e engraçado. Mas o artista não é, por vocação, aquele quem mente para dizer a verdade? Não é irônico assistir algumas verdades não ditas na emissora que diz defender a verdade (um conceito que ela chama de “filosoficamente frágil” no manual de redação), mas custa a reconhecer suas verdades inconvenientes?

Fica a pergunta: a era “absolutista” da Globo acabou? Ou, pelo contrário, sua maturidade como “tirana” a deixou confiante para “liberar” um pouco mais seus bobos? O ator Welder Rodrigues, o Jorge Beviláqua de *Jardim Urgente*, revela:

“Quando lia o roteiro às vezes pensava que não iam deixar passar a piada. Dizia: 'Vão cortar isso'. Acho que a Globo está sendo audaciosa, inteligente e corajosa de permitir isso. Poder fazer piada e não ter filtro é muito legal. Piadas são piadas e ponto” (DAMIÃO, 2014).

“Piadas são piadas”, claro, mas uma piada nunca é só uma piada (MIRANDA, 2015)<sup>80</sup>. Se estivermos (com motivos de sobra) dispostos a taxar algumas piadas de “preconceituosas”, “racistas”, “machistas”, “homofóbicas”, “transfóbicas”, e todo um jargão “politicamente correto”, por que negar a existência e as potencialidades de piadas críticas? “Toda brincadeira tem um fundo de verdade”, diz o dito popular. No caso do bobo e do *Tá no ar*, a brincadeira é uma forma de dizer a verdade. A piada pode atacar (com alguma ousadia, dependendo do nível de consentimento de quem “apanha”) os mais fortes ou pode “bater” (covardemente) nos mais enfraquecidos. E aí não somos tão diferentes dos sujeitos das Ilhas Andaman, onde os rituais de paz que simulavam socos podiam causar conflitos (BATESON, 2002): o riso pode e causa controvérsias e por isso surpreende quando “permitido” onde parecia silenciado.

---

<sup>80</sup> Devo a inspiração da frase ao nome da dissertação (*NÃO É SÓ UMA PIADA: Cinismo, ironia e entretenimento nos talk shows The noite e Agora é Tarde*, de Julia Lery Miranda (2015).

É bem verdade que uma propriedade do humor é ter como maior inimigo a emoção, ao exigir certo distanciamento (BERGSON, 2001), aliás, como o comediante Diderot parece confirmar quando sugere que os melhores humoristas não são os que se deixam levar pela emoção (DIDEROT, 2006). Estamos habituados a pensar na emoção da solidariedade, da compaixão, da empatia. Mas esse campo semântico talvez se aplique melhor a quando deixamos de rir dos nossos semelhantes ou daqueles mais socialmente vulneráveis do que nós, destacadamente aqueles que chamamos de minorias ou grupos minorizados. Os poderosos parecem não limitar o riso pela solidariedade inspirada, pelo contrário, deixa-se de rir por medo. Do outro lado, quem tem as benesses do poder, quando não permite o riso, também pode estar demonstrando medo de perder seu(s) privilégio(s).

A Rede Globo talvez não tenha mais medo, ou, talvez, mesmo com medo, esteja permitindo que riam dela e permitindo-se rir de si mesma. O que isso significa? Que em meio a uma crise econômica interna e nacional, “morre de rir”, “ri para não chorar”? Que por isso abriu uma frente para conquistar públicos distanciados criticamente de suas formas e conteúdos convencionais, chamando-os de volta à TV? Ou que, se consolidando no seu cinquentenário e se adaptando (melhor que as outras) aos tempos da internet, (finalmente) não tem por que temer o riso? Que o excessivo zelo pela imagem institucional não tem mais razão de ser, agora que a emissora reconhece erros do passado? O humor é uma forma de lidar com as ambiguidades e contrariedades humanas. A Rede Globo não é apenas uma “vênus platinada” como nos alerta o *Militante*, ela é uma instituição formada por sujeitos. Talvez os sujeitos da Globo estejam vivendo contraditoriamente tudo o que as nossas perguntas sugerem.

O tempo (e a ação dos sujeitos) dirá se o bobo permanece na corte, a(s) rainha(s) no trono e como será o reino daqui para frente. Antes de nos despedirmos, convêm lembrar que essa pesquisa se pretende crítica e até mesmo metacrítica. Não seríamos capazes, sozinhos, de apontar para um horizonte social mais amplo. Aliás, falando em nossos termos o que a professora Vera França costuma dizer, quem fala da sociedade são os sociólogos e os filósofos. Os comunicólogos podem e devem se apoiar neles, tanto como apoiá-los e questioná-los a partir dos olhares para as interações.

Eis que surge então o fantasma de Adorno para nos assombrar, encarnado em Vladimir Safatle (2008) com a “falência da crítica”. Adorno ganha o reforço da referência de Lyotard no capítulo *Sobre um riso que não reconcilia*, que, um tanto a contragosto, se tornou inevitável citarmos aqui.

A força do capitalismo viria do fato de ele não se levar mais a sério, já que minaria a todo momento o valor da lei que ele próprio enuncia. O capitalismo não exigiria mais espécie alguma de crença cega nos conteúdos normativos que ele próprio apresenta. Crença que deveria ser compreendida como defesa de um princípio seguro de indexação entre critérios de validade de aspirações universalizantes e situações da dimensão prática. Ou seja, poderíamos todos tomar distância dos conteúdos normativos do universo ideológico capitalista porque o próprio discurso do poder já ri de si mesmo. No entanto, e este ponto é o mais importante, essa aparente ausência de legitimidade seria o verdadeiro núcleo de sua força. Isso a ponto de podermos dizer que sua crise de legitimidade seria seu núcleo motor. (SAFATLE, 2008, p. 92).

Lyotard foi quem fez o seguinte diagnóstico:

Ao mesmo tempo em que o Kapital mantém, na vida e na arte, a lei do valor como separação, poupança, corte, seleção, proteção, privatização, ele mina, simultaneamente e por todos os lados, o valor da lei, obriga-nos a vê-la como arbitrária, impede-nos de crer nela. Ele é bufão [...]. A crítica não pode ir além dessa bufonaria. (LYOTARD, 1994, p. 130 apud SAFATLE, 2008, p. 92).

Se o termo “bufão” garantiu uma vaga dessa citação em nosso texto, pela desconcertante aproximação com a metáfora que nomeia nosso trabalho, (metáfora que propusemos antes de sequer saber da existência da tese de uma “falência da crítica”), o que dizer de “uma estranha ironia que sustentaria a efetividade ao zombar daqueles que procuram zombá-la” (SAFATLE, 2008, p. 96)? Não é uma perfeita descrição do *Militante*, que zomba dos críticos do “politicamente incorreto” e da rainha, a Globo? Mas não para por aqui. Adorno abre um caminho percorrido por Safatle no qual precisamos trilhar: o da autoironia da indústria cultural.

Podemos ver no diagnóstico dessa autoironia da indústria cultural um caminho frutífero aberto por Adorno na análise das formações contemporâneas da ideologia. De fato, uma análise empírica dos produtos recentes da indústria cultural mostra a prevalência desse esquema. Personagens de contos de fadas que não mais se reconhecem e criticam seus próprios papéis, propagandas que zombam da linguagem publicitária, celebridades e representantes políticos que se autoironizam em programas televisivos: todos esses fatos são apenas figuras de um processo geral de ironização das formas de vida que nos coloca diante daquilo que Peter Sloterdijk chamou um dia de *ideologia reflexiva*, posição ideológica que porta em si mesma a negação dos conteúdos que apresenta. Maneira astuta de perpetuá-los mesmo em situações históricas nas quais eles não podem mais esperar enraizamento substancial algum (SAFATLE, 2008, p. 101, grifo do autor).

A *TV na TV*, rindo de si mesma, não é uma forma de se perpetuar – mesmo em um cenário adverso de seu poder e legitimidade? Sim, é. Não parece querer atrair um público que inclusive pode estar se desligando da TV? Parece. Safatle é muito preciso neste diagnóstico e o problema não é o que ele vê, e sim o que ele não consegue ou não quer enxergar. Não se pode resumir a cultura à sua dimensão mercantil, “mantenedora do sistema”, porque ela não é (só) isso. Aliás, especificamente sobre os dispositivos críticos de mídia, Braga adverte: não faz sentido reduzir, talvez nem sequer subordinar, todas as demais lógicas interacionais à lógica comercial. Sendo assim, dispositivos crítico-interpretativos desenvolvidos pelo sistema de produção nem por isso deixam de ser críticos (BRAGA, 2006, p. 323).

Voltando à Safatle, o filósofo brasileiro questiona Bakhtin, problematizando a oposição ao ordenamento jurídico na paródia burlesca das classes populares no carnaval da Idade Média. “Se a relação fosse realmente de oposição, seria difícil explicar como o ordenamento jurídico é capaz de reconfigurar-se imediatamente após o período de anomia” (SAFATLE, 2008, 103). Em outros termos, Bakhtin (e mais propriamente seus seguidores) seria(m) populista(s), por isso é (são) “pilar de sustentação para *cultural studies* de inspiração pós-moderna” (idem, p. 102).

Sentimos um dedo inquisidor apontado para nós, nos acusando de “pós-modernos”. Seria fácil replicar chamando o descendente intelectual de Adorno de “apocalíptico”, mas não vamos transformar nossa conclusão em uma briga infantil. “Pós-moderno” é uma carapuça que não nos serve<sup>81</sup> e, sem fugir de parâmetros críticos (o que poderia nos converter em “integrados”), façamos uma discussão em três pontos.

1º) É estranho falar em “falência” da crítica se o pressuposto parece ser que a crítica, tal qual idealizada aqui, nunca existiu. Afinal, quando tivemos crítica e porque considerar que ela “faliu” agora, se desde os carnavais na Idade Média opera um mecanismo que Safatle considera “cínico”?

2º) Não seria arriscado estabelecer uma relação causa-consequência entre o que está se chamando de “ideologia reflexiva” (que seria a causa) e a perpetuação do conteúdo apresentado pela ideologia (consequência)? Considerar que a autoironia da indústria cultural mantêm a indústria cultural não é superestimar essa autoironia? Aliás, se há anos discutimos calorosamente o quanto pode, o que têm feito e como tem feito a

---

<sup>81</sup> Vale registrar aqui que, no campo político-epistemológico, “pós-moderno” está ganhando ares de um rótulo vazio, convenientemente usado contra críticos que não se enquadram em modelos marxistas mais ou menos ortodoxos. É irônico ver críticos do monopólio dos meios de produção parecendo pretender monopolizar meios de crítica.

indústria cultural, percebendo que ela não joga sozinha na vida social (e tencionando o conceito), não estamos dando um passo para trás com esse tipo de reflexão?

3º) Safatle parece ignorar o conceito de hegemonia, que pode nos socorrer aqui. Segundo Martín-Barbero (2009), o conceito atua

possibilitando pensar o processo de dominação social já não como imposição a partir de um *exterior* e sem *sujeitos*, mas como o processo no qual uma classe hegemônica, na medida em que representa interesses que também reconhecem de alguma maneira como seus as classes subalternas. E “na medida” significa que não *há* hegemonia, mas sim que ela se faz e desfaz, se refaz permanentemente num “processo vivido”, feito não só de força, mas também de sentido, de apropriação do sentido pelo poder, de sedução e de cumplicidade (p. 112, grifos do autor).

A hegemonia explica porque o carnaval popular da Idade Média não era uma “pura” relação de oposição: Safatle tem razão em constatar como a ordem era (e ainda é hoje) reestabelecida imediatamente após a festa. Por isso, ela acabava mesmo servindo como “alívio temporário” e, de certa forma, contribuía para a manutenção daquela sociedade. Mas a hegemonia explica também um aspecto negligenciado pelo filósofo: por que o carnaval incomodava tanto parte significativa das autoridades (especialmente na figura da Igreja)? Por que foi duramente perseguido em certos períodos (MINOIS, 2003)? Não seria por que sua reivindicação de fundo e suas formas eram demandas populares? Se a anomia não fosse (em alguma medida considerável) oposição ao ordenamento jurídico, ela não se tornaria irrepreensível para os poderosos e insuportável para os subalternos? Os esses últimos aceitavam apenas passivamente/cinicamente o jogo?

O carnaval medieval, segundo Bakhtin, a televisão, segundo Martín-Barbero, e, muito menos pretensiosamente, o *Tá no ar: a TV na TV* segundo o nosso olhar: a ideia de hegemonia explica como distanciamentos críticos podem fazer parte e até mesmo constituir “positivamente” o que eles criticam. A diferença do nosso objeto para os dois anteriores é que não estamos tratando de “cultura popular” no sentido mais consagrado, levando em conta como o *Tá no ar* é “intelectualizado” e não se cansa de fazer piada com o que convenciamos chamar de “popular”. Mas até nisso ele também é bobo da corte: o mesmo que faz piadas das desgraças do povo zomba “livremente” do poder real. Outras comparações seriam o próprio carnaval e (agradecendo à professora Simone Rocha pela imagem) o famoso espaço em que se autoriza pichações. Crítica consentida, claro, mas não deixa de ser crítica.

Sendo assim, constatamos que o nosso tópico é a acomodação hegemônica da crítica e de seus criticados. Assim como o bobo da corte era uma concessão do rei, Adnet e sua trupe fazem o humor “que querem” porque a Globo deixa, óbvio. Mas quanto tempo levou pra deixar, porque foi deixar agora, porque os críticos ousaram rir da “rainha” no atual contexto e “como” isso tudo acontece (conforme procuramos responder na nossa pesquisa), são questões não (só) de cinismo. Não optamos pelo caminho de quem se convenceu que “a crítica não é injusta quando destrói – esta seria ainda sua melhor qualidade – mas quando, ao desobedecer, obedece” (ADORNO, 2004, p. 80). Além dos limites, é possível enxergar potencialidades. E quem melhor para torná-las visíveis do que os humoristas, estes que reivindicam (até além da conta, às vezes) a liberdade de falar o que querem, como querer, sobre quem querem falar?

Braga é muito feliz quando, ao identificar um sistema de interação social sobre a mídia, alegar que isso de forma alguma “corresponde a uma visão ingênua de que a sociedade estaria sabendo enfrentar o que produz midiaticamente e sua disseminação” (BRAGA, 2006, p. 42). Por isso não é contraditório constatar como o *Tá no ar: a TV na TV* se inscreve aqui de forma ambivalente. É o cinismo de uma TV que ri de si mesma, ao mesmo tempo um dispositivo crítico que assimilou uma série (grande e contraditória) de discursos – muitos sendo críticos – sobre a televisão. Portanto é parte de um sistema de resposta social.

Outra contribuição de Braga (2006) é nos advertir que nem todo objeto estudado funciona plenamente como dispositivo crítico e que os dispositivos críticos não podem operar sozinhos, precisam interagir uns com os outros para fortalecer o sistema de resposta social. Sobre *Militante*, a partir daí, chegamos a duas conclusões: 1) não é ruim que a Globo faça uma autocrítica em forma de humor caricato, que acaba se voltando contra seus críticos; ruim é que ela custe a desenvolver outras formas, “sérias”, de autocrítica; 2) é péssimo que nós, críticos da Globo, possamos ser em tantas ocasiões tão caricatos e desqualificados quanto o militante<sup>82</sup>, por exemplo, ao gritar “abaixo a Rede Globo” quando era nossa obrigação derrubar as condições que permitem o monopólio dela (financiamento estatal, aparente dívida de impostos, entre outros).

---

<sup>82</sup> A imagem do personagem “militante” ilustrou uma matéria do portal humorístico *Sensacionalista*, ironizando coluna do jornalista Paulo Henrique Amorim. “Paulo Henrique Amorim culpa Globo pelo Holocausto, pelo 11 de setembro e pela tomada de três pinos”. A matéria satiriza uma coluna sobre a chacina do assassino de Campinas, que matou a ex-mulher, o filho, e a família deles: “A Globo e a Lava Jato mataram em Campinas”. Disponíveis em: <<http://www.sensacionalista.com.br/2017/01/03/paulo-henrique-amorim-culpa-globo-pelo-holocausto-pelo-11-de-setembro-e-pela-tomada-de-tres-pinos/>>; <<https://www.conversaafiada.com.br/tv-afiada/a-globo-e-a-lava-jato-mataram-em-campinas>>. Acesso: 19/01/2017.

Sobre o *Tá no ar*, ele não se difere dos humorísticos peruanos que faziam aparecer o povo e rir de classes mais abastardas (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 319-320), embora, convenhamos, ele parece criticar a todos (conforme manda a “ideologia do humorista”). Por exemplo, *Balada Vip* ironiza a elite paulistana enquanto *Tretas do Coração* faz piada do “dialeto” da periferia da grande São Paulo (embora o segundo exemplo seja seguido por uma aparição do militante, que funciona, no caso, como uma espécie de justificativa, quase um “pedidos de desculpas”).

Briglia (2015) afirma que “o deboche trazido pelo programa não parece querer transformar o mundo ou mesmo a TV”. Curiosamente, logo em seguida, ele (felizmente) se contradiz, ao falar da “ousadia” “em trazer para a cena um humor nada parecido com o *Zorra Total* e seus tipos repetitivos e ofensivos” – o que por si só pode ser uma pequena mudança diante do mundo, mas considerável em relação à TV. Aliás, o *Zorra Total* não existe mais tal qual nos acostumamos a criticar: agora chama-se *Zorra* e (embora continue não causando o riso do pesquisador) tomou um posicionamento político que nos parece muito mais interessante. Um dos protagonistas da mudança é ninguém mais, ninguém menos, que Marcius Melhem<sup>83</sup>.

No fim das contas, se “o meio é (parte d)a mensagem”, podemos inclusive afirmar que fugir do padrão de humor convencional é uma crítica à Globo mordaz do *Tá no ar*, muito mais que as falas “acertadas” do personagem militante, perdidas em meio a delírios quixotescos. A mudança (gradual) do tipo de comédia feita pela emissora nos parece causa e também consequência do surgimento de um programa como este. É evidente que ainda se pode ousar muito mais para uma crítica mais afiada, ainda que dentro do enquadramento ambíguo humorístico. Porém, cobrar uma “revolução” do bobo talvez seja pedir demais de alguém que não se propõe a oferecer nada além de risos. Risos, muitas vezes, críticos.

Se as nossas últimas palavras aqui podem ser militantes sem serem caricatas, lembremos que a TV é o que fazemos dela (MACHADO, 2001) e será o que fizermos dela. O mundo também.

---

<sup>83</sup> O *Zorra Total* sofreu uma reformulação em 2014 e passou a se chamar apenas *Zorra*. Marcius Melhem ajudou a coordenar as mudanças, roteirizando, enquanto Mauricio Farias assumiu a direção. (VÍRGULA UOL, 2014).

## REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- AGAMBEN, G. **O que é um dispositivo?** Outra travessia, Revista de literatura, UFSC, Florianópolis, n.5, segundo semestre de 2005. p. 9-16
- ALBUQUERQUE, A. **Estudos de mídia**. In: CITTELI, A.; BERGER, C.; BACCEGA, M.; LOPES, M.; FRANÇA, V. Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014. p. 260-266
- ALLEN, R. **Reflexões sobre estudos de televisão do meu lugar de observação**. In: Cadernos de Televisão. Rio de Janeiro: Instituto de Estudos de Televisão, maio 2007. p. 8-22.
- ALZAMORA, G.; SALGADO, T. **Conceitos de referência: Mídia**. In: FRANÇA, V.; MARTINS, B.; MENDES, A. (orgs.). Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS): Trajetória, conceitos e pesquisa em comunicação. Belo Horizonte: Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas – PPGCom – UFMG, 2014. p. 110-113
- \_\_\_\_\_; SILVA, T. **Conceitos de referência: Dispositivo**. In: FRANÇA, V.; MARTINS, B.; MENDES, A. (orgs.). Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS): Trajetória, conceitos e pesquisa em comunicação. Belo Horizonte: Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas – PPGCom – UFMG, 2014. p. 77-81
- ANTUNES, E.; VAZ, P. **Mídia: um aro, um halo e um elo**. In: GUIMARÃES, C.; FRANÇA, V. (orgs.). Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 43-30
- BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- \_\_\_\_\_. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1992.
- BATESON, G. **Uma teoria sobre brincadeira e fantasia**. In: RIBEIRO, B., GARCEZ, P. (org.). Sociolinguística internacional. São Paulo: Loyola, 2002. p. 85-105
- BERGSON, Henri. **O Riso. Ensaio sobre a significação da comicidade**. São Paulo: Martins Fontes: 2004.

BORELLI, S.; PRIOLLI, G. **A deusa ferida. Porque a Rede Globo não é mais campeã absoluta de audiência.** São Paulo: Summus Editorial, 2000.

BORGES, G.; LOPES, V. **Social TV e telenovela: Análise da repercussão de Geração Brasil e Império nas redes sociais.** In: XXIV Encontro da Compós, Brasília, 2015.

BRAGA, J. **A prática da pesquisa em comunicação - abordagem metodológica como tomada de decisões.** E-Compós (Brasília), v. 14, 2011. p. 01-33

\_\_\_\_\_. **A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática.** São Paulo: Paulus, 2006.

\_\_\_\_\_. **Mediatização como processo interacional de referência.** In: MEDA, A.; COOREA, D.; BRUNO, F. (orgs.) Imagem, visibilidade e cultura midiática. Porto Alegre: Sulina, 2007. p. 141-167

BRAUNE, B.; RIXA. **Almanaque da TV: histórias e curiosidades desta máquina de fazer doido.** Rio de Janeiro: Ediouro, 2007.

BRIGLIA, T. **O astro de uma nova geração de humoristas.** Acesso: 03/07/2015. Disponível em: <<http://observatorio.daimprensa.com.br/tv-em-questao/o-astro-de-uma-nova-geracao-de-humoristas/>> Publicado em: 06/04/2015.

BRITO, Y. **Televisão e experimentalismo: o Núcleo Guel Arraes como paradigma.** In: XXVI Congresso da INTERCOM, 2003, Belo Horizonte (MG).

COELHO, L. **Com 'Tá no Ar', Adnet e Melhem levantam QI do humor brasileiro.** Acesso: 30/04/2016. Disponível em Folha (exclusivo para assinantes): <<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/lucianacoelho/2016/03/1754267-com-ta-no-ar-adnet-e-melhem-levantam-qi-do-humor-brasileiro.shtml>> Publicado em: 26/03/2016.

COHN, G. **Escola de Frankfurt.** In: CITTELI, A.; BERGER, C.; BACCEGA, M.; LOPES, M.; FRANÇA, V. Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014. p. 147-158

\_\_\_\_\_. **O meio é a mensagem: análise de McLuhan.** In: COHN, G. (org.). Comunicação e indústria cultural. São Paulo: Nacional, 1978.

CASTRO, D. **Humorístico Tá no Ar tem mais audiência na web do que novela.** Acesso: 28/08/2014. Disponível em UOL - Notícias da TV: <<http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/humoristico-ta-no-ar-tem-mais-audiencia-na-web-do-que-novela-3089>>. Publicado em: 18/04/2014.

DAMIÃO, R. **Humorista diz que pensa em Datena e Rezende ao gravar "Jardim Urgente"**. Acesso: 30/04/2016. Disponível em UOL – TV e famosos: <<http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2014/04/29/humorista-diz-que-pensa-em-datena-e-rezende-ao-gravar-jardim-urgente.htm>> Publicado em: 29/04/2014.

DELEUZE, G. **O que é um dispositivo?** In: DELEUZE, G. O mistério de Ariana. Lisboa: Ed. Veja; Passagens, 1996. p. 83-96

DIDEROT, D. **Paradoxo Sobre o Comediante.** São Paulo : Editora Escala, 2006..

DUARTE, E. **Televisão: ensaios metodológicos.** Porto Alegre: Sulina, 2004.

ECO, U. **Apocalípticos e integrados.** São Paulo: Perspectiva, 1987.

\_\_\_\_\_. **Crônicas da aldeia global.** In: Viagem na irrealidade cotidiana. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984. p. 163-239

ESCOSTEGUY, A. **Estudos culturais ingleses.** In: CITTELI, A.; BERGER, C.; BACCEGA, M.; LOPES, M.; FRANÇA, V. Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014. p. 248-256

FONSECA JÚNIOR, W. C. **Análise de conteúdo.** In: DUARTE, J., BARROS, A. (org). Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2005. p. 280-304

FRANÇA, V. **A televisão porosa – traços e tendências.** In: FREIRE FILHO, J. (org). A TV em transição: Tendências de programação no Brasil e no mundo. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 27-52

\_\_\_\_\_. **A TV, a janela e a rua.** In FRANÇA, V. (org). Narrativas televisivas: programas populares na TV. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 13-45

\_\_\_\_\_. **A TV e a dança dos valores: roteiro analítico para tratar da relação entre televisão e sociedade.** In FRANÇA, V., CORRÊA, L. (org). Mídia, instituições e valores. Belo Horizonte: Autêntica, 2012. p. 37-51

\_\_\_\_\_. **Crítica e metacrítica: contribuição e responsabilidade das teorias da comunicação.** Matrizes. V.8 - Nº1 jan./jun. 2014 São Paulo - Brasil. p. 101-116

\_\_\_\_\_; GONÇALVES, M.; MIRANDA, F; OLIVEIRA, L. **Conceitos de referência: Cultura.** In: FRANÇA, V.; MARTINS, B.; MENDES, A. (orgs.). Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS): Trajetória, conceitos e pesquisa em comunicação. Belo Horizonte: Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas – PPGCom – UFMG, 2014. p. 65-70

\_\_\_\_\_; SILVA, T.; VAZ, F. **Conceitos de referência: Enquadramento.** In: FRANÇA, V.; MARTINS, B.; MENDES, A. (orgs.). Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS): Trajetória, conceitos e pesquisa em comunicação. Belo Horizonte: Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas – PPGCom – UFMG, 2014. p. 82-85

\_\_\_\_\_; SIMÕES, P. **Curso básico de teorias da comunicação.** Belo Horizonte: Autêntica, 2017.

FREIRE FILHO, J. (org). **A TV em transição: Tendências de programação no Brasil e no mundo.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

\_\_\_\_\_. **Notas históricas sobre o conceito de qualidade na crítica televisual brasileira.** Galáxia, n. 7, abril 2004. p. 85-110

GLOBO INSTITUCIONAL. **TV Globo e você.** Disponível em: <[http://redeglobo.globo.com/Portal/institucional/folder eletronicog\\_tv\\_globo.html](http://redeglobo.globo.com/Portal/institucional/folder eletronicog_tv_globo.html)> Acesso: 07/04/2016.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana.** Petrópolis: Vozes, 2004.

\_\_\_\_\_. **Footing.** In: RIBEIRO, B., GARCEZ, P. (org.). Sociolinguística internacional. São Paulo: Loyola, 2002.

\_\_\_\_\_. **Os quadros da experiência social.** Petrópolis: Vozes, 2012.

GOMES, I. **Gênero televisivo como categoria cultural: um lugar no centro do mapa das mediações de Jesús Martín-Barbero**. Porto Alegre: Revista Famecos, v. 18, n. 1, jan./abr. 2011. p. 111-130

\_\_\_\_\_. **Modo de Endereçamento no Telejornalismo do Horário Nobre Brasileiro: o Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão**. NP 07 – Comunicação Audiovisual, 28º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Rio de Janeiro, 2005.

GOMES, M. A **“sociedade humorística”**: a resignificação do riso na contemporaneidade. 5º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação – UFF | UFRJ | UERJ | PUC-RIO Universidade Federal Fluminense, Niterói. 24 a 26 de outubro de 2012.

GUIMARÃES, B. **O riso bate à porta: o humor de Porta dos Fundos e a crítica à religiosidade cristã contemporânea**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, UFMG, Belo Horizonte. 2016.

GUIMARÃES, C.; LEAL, B. **Experiência mediada e experiência estética**. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 19, julho/dezembro 2008. p. 1-14

HAMBURGUER, E. **Estudos de mídia: Televisão**. In: CITTELI, A.; BERGER, C.; BACCEGA, M.; LOPES, M.; FRANÇA, V. Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014. p. 294-299

HUTCHEON, L. **Uma teoria da paródia. Ensino das formas de arte do século XX**. Lisboa: Ed. 70, 1989.

\_\_\_\_\_. **Teoria e política da irônia**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2000.

IANNI, O. **O príncipe eletrônico**. Perspectivas, São Paulo, 22, 199. p. 11-29

JOST, F. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

KOGUT, P. **Muito humor em esquetes cada vez mais curtos, uma tendência**.

Acesso: 30/04/2016. Disponível em O Globo: <<http://kogut.oglobo.globo.com/noticias-da-tv/critica/noticia/2014/05/muito-humor-em-esquetes-cada-vez-mais-curtos-uma-tendencia.html>> Publicado em: 30/05/2014.

LANA, L. **Denúncia e dramatização do cotidiano no Brasil Urgente**. In FRANÇA, V. (org). Narrativas televisivas: programas populares na TV. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 87-106

LEAL FILHO, L. **A TV sob controle: a resposta da sociedade ao poder da televisão**. São Paulo: Summus, 2006.

LIMA, V. **Televisão**. In: WILLIAMS, R. Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade. São Paulo: Boitempo Editorial, 2007. p. 454-457

LIPOVETSKY, G. **A sociedade humorística**. In: A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Barueri: Manole, 2005.

LOPES, F. **Estudos televisivos: perspectivas diacrônicas**. In: Comunicação e Sociedade, vol. 15, 2009. p. 7-27

MACEDO, José Rivair. **Riso, Cultura e Sociedade na Idade Média**. São Paulo: Ed. da Unesp; Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2000.

MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2001.

MACHADO, I. **Gêneros discursivos**. In: BRAITH, B. (Org.). Bakhtin: conceitos-chave. São Paulo: Contexto, 2005. p. 151-166

MAIGRET, E. **Sociologia da Comunicação e das Mídias**. São Paulo: Ed. SENAC, 2010.

MARCONDES FILHO, C. **Mediacriticism ou o dilema do espetáculo de massas**. In: PRADO, J. L. A. (org.). Crítica das práticas midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas. São Paulo: Hackers Editores, 2002. p. 14-26

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

MEMÓRIA GLOBO. **História Grupo Globo**. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/historia-grupo-globo/historia-grupo-globo.htm>>

Acesso: 30/04/2016

MENDONÇA, R.; SIMÕES, P. G. **Enquadramento: diferentes operacionalizações analíticas de um conceito.** Revista Brasileira de Ciências Sociais, v. 27, 2012. p. 187-201

MILLER, T. **A televisão acabou, a televisão virou coisa do passado, a televisão já era.** In: FREIRE FILHO, J. (org). A TV em transição: Tendências de programação no Brasil e no mundo. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 27-52

MINOIS, Georges. **História do riso e do escárnio.** São Paulo: Editora Unesp, 2003.

MIRANDA, J. (NÃO) É SÓ UMA PIADA: **Cinismo, ironia e entretenimento nos talk shows The noite e Agora é Tarde.** Dissertação (Mestrado em Comunicação Social: Interações Midiáticas) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. 2015.

MORA, C. (org.). **Sátira, paródia e caricatura: da antiguidade aos nossos dias.** Aveiro: Universidade do Aveiro, 2003.

NASSAR, P. **Marshall McLuhan.** In: CITTELI, A.; BERGER, C.; BACCEGA, M.; LOPES, M.; FRANÇA, V. Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014. p. 186-191

O GLOBO. **Apoio editorial ao golpe de 64 foi um erro.** Acesso: 30/04/2016.

Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/brasil/apoio-editorial-ao-golpe-de-64-foi-um-erro-9771604>> Publicado em: 31/08/2013.

PEREIRA, L. **A TV em pânico: o enquadramento das celebridades pelo Pânico na TV.** Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, UFMG, Belo Horizonte. 2009.

PIGNATARI, D. **Signagem na televisão.** São Paulo: Editora Brasiliense, 1984.

POPPER, K.; CONDRY, J. **Televisão: Um Perigo para a Democracia.** Lisboa: Gradiva, 1994.

PRYSTHON, A. **Raymond Williams.** In: CITTELI, A.; BERGER, C.; BACCEGA, M.; LOPES, M.; FRANÇA, V. Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014. p. 256-260

ROCHA, S. **Análise de conteúdo articulada à análise de gênero televisivo: proposta metodológica para interpretação das representações nas narrativas midiáticas.** Revista Fronteira (UNISINOS), 2008. p. 121-134

\_\_\_\_\_ (coord.). **Estilo televisivo e sua pertinência para a TV como prática cultural.** Florianópolis: Insular, 2016.

\_\_\_\_\_; SILVEIRA, L. **Gênero televisivo como mediação: possibilidades metodológicas para análise cultural da televisão.** E-compós, Brasília, v.15, n.1, jan./abr. 2012.

RÜDIGER, F. **Theodor Adorno.** In: CITTELI, A.; BERGER, C.; BACCEGA, M.; LOPES, M.; FRANÇA, V. **Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores.** São Paulo: Contexto, 2014. p. 147-158

SAFATLE, V. **Cinismo e falência da crítica.** São Paulo: Boitempo, 2008.

SALIBA, E. **Raízes do riso. A representação humorística na história brasileira: da Belle Époque aos primeiros tempos do rádio.** São Paulo: Cia das Letras, 2002.

SANTAELLA, L. **A crítica das mídias na entrada do século XXI.** In: PRADO, J. L. A. (org.). **Crítica das práticas midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas.** São Paulo: Hackers Editores, 2002. p. 44-56

SARLO, B. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

SERELLE, M. **Metatevê: a mediação como realidade apreensível.** Matrizes (USP), v. 2, p. 167-179, 2009.

SIGNATES, L. **Estudo sobre o conceito de mediação.** In: VIII Compós, 1999, Belo Horizonte - MG, 1999.

SILVA, F. **Quando a crítica encontra a TV: uma abordagem cultural para a análise da crítica televisiva.** In: 24º Encontro Nacional da Compós, Brasília, v. 1, 2015. p. 1-16

SOARES, R.; SERELLE, M. **A crítica de TV no Brasil: valores e repertórios.** In: Texto (UFRGS. Online), v. 28, 2013. p. 171-189

SODRÉ, M. **A máquina de Narciso: televisão, indivíduo e poder no Brasil**. Rio de Janeiro: Achiamé, 1984.

\_\_\_\_\_. **O ethos midiaticizado**. In: Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 11-72

\_\_\_\_\_. **O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1984.

SOUZA, F. **As representações do menor infrator no telejornal Brasil Urgente**. In: XXXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 2015, Rio de Janeiro. Anais do XXXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. São Paulo: Intercom, 2015. v. 1. p. 01-15.

\_\_\_\_\_. **Cidade Alerta: os recursos estilísticos na dramatização da notícia**. In: XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2014, Foz do Iguaçu. Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2014.

\_\_\_\_\_. **REDUÇÃO JÁ! Posicionamento e performance dos apresentadores de telejornais policiais em relação à redução da maioria penal**. In: JURNO, A; CALDEIRA, B; MENEZES, B; ANDRADE, L. (Org.). Disputas e alteridades: diálogos possíveis na mídia contemporânea. 1ed. Belo Horizonte: FAFICH, 2016, v. 1, p. 225-240

SOUZA, J. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

STYCER, M. **Humor tem lado**. Acesso: 30/04/2016. Disponível em Folha (exclusivo para assinantes): <<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/mauriciostycer/2016/03/1754324-humor-tem-lado.shtml>> Publicado em: 27/03/2016.

\_\_\_\_\_. **“Tá no Ar” faz crítica rápida, mas certa dos absurdos da TV**. Acesso: 30/04/2016. Disponível em UOL: <<http://mauriciostycer.blogosfera.uol.com.br/2014/04/11/ta-no-ar-faz-critica-rapida-mas-certeira-dos-absurdos-da-tv/>> Publicado em: 11/04/2014.

VASQUES, R. **Ligue o rádio: garantia de boas gargalhadas!**. In: ROSSETTI, R.; SANTOS, R. Humor e riso na cultura midiática: variações e permanências. São Paulo: Paulinas, 2012.

VAZ, P. **Prefácio**. In: BRAGA, J. A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

VILLALBA, P. **Globo tenta resgatar “o velho” Adnet**. Acesso: 30/04/2016. Disponível em *Quanto Drama* – Veja: <<http://veja.abril.com.br/blog/quanto-drama/eu-faco-drama/globo-tenta-resgatar-o-velho-adnet/>> Publicado em: 10/06/2013.

VÍRGULA UOL. Acesso: 24/01/2017 Disponível em: <<http://homolog.virgula.uol.com.br/tvecinema/zorra-total-sera-reformulado-por-autor-de-ta-no-ar/>> Publicado em: 2014.

WIKIPÉDIA. **Tá no Ar: a TV na TV**. Acesso em: 28 de agosto de 2014, disponível em *Wikipédia*: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/T%C3%A1\\_no\\_Ar:\\_A\\_TV\\_na\\_TV#cite\\_note-4](http://pt.wikipedia.org/wiki/T%C3%A1_no_Ar:_A_TV_na_TV#cite_note-4)>

WILLIAMS, R. **Base e superestrutura na teoria da cultura marxista**. In: WILLIAMS, R. *Cultura e Materialismo*. São Paulo: Editora Unesp, 2011, p. 43-67

\_\_\_\_\_. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2008.

\_\_\_\_\_. **Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2007.

## ANEXOS

### Anexo 1 – Transcrições

#### Episódio 1

**Militante: 03:42** – Após “Ricardo Enlouqueceu”

É inadmissível que uma emissora do porte da Rede Globo de Televisão faça uma piada tão cretina em sua programação. Ora, Rede Globo, nós não aguentamos mais esses trocadilhos batidos, antigos, retrógrados e canalhas que tentas impurrar guela a baixo do povo brasileiro.

Onde estão os roteiristas dessa emissora? Onde estão as mentes pensantes? Nem tudo é produção, Rede Globo. Há que se ter conteúdo. A Rede Globo que tudo proíbe. Não se pode falar o nome das co-irmãs, como SBT, RedeTV!, Band...

**Militante: 8:11** – Após “Galinha Preta Pintadinha”

Esta cena que acabamos de assistir é um verdadeiro absurdo. É mais um capítulo do desrespeito da Rede Globo com as religiões africanistas, constitucionalmente estabelecidas em um país laico, um país sincrético e Rede Globo, como sempre, em seu movimento retrógrado às tendências mundiais, acaba por marginalizar essa religião absolutamente brasileira. E mais: não satisfeita, a senhora Rede Globo, em vez de promover a cultura de cordel, Ariano Suassuna; a Rede Globo maltrata as galinhas brasileiras que sofrem condições desumas nos frigoríficos desse país, condições que são corroboradas por empresas...

#### **Jardim Urgente 14:31**

Jorge Beviláqua (J): Boa tarde. Está no ar mais um programa: Jardim Urgente! A gente começa com um caso que chocou o litoral paulista. Bate fofo, foca lá!

Vanessa (V): Aqui em Caraguatatuba não se fala em outra coisa. Um ato de vandalismo chocou a cidade nesta manhã. O menor, João Pedro, de seis anos, estava com a sua família na praia quando construiu um castelinho de areia na beira do mar, a vítima se afastou em direção aos seus pais pra mostrar o seu feito, quando voltou ao castelinho só encontrou escombros e destruição.

J: Vanessa, fala pra mim o nome desse elemento que destruiu o castelinho do João Pedro.

Vanessa (V): O também menor Lucas Oliveira Santos, de 5 anos, o Luquinha.

J: Foca em mim! (Arremesso da foca) Queria saber quem inventou essa palhaçada dessa foca. Cabou, cabou. A família brasileira não pode mais ir pra praia em paz. Esses baderneiros, esses arruaceiros, esses vândalos, começam assim, quebrando, destruindo castelinho de areia. Daqui a pouco, tá destruindo agência bancária! Por isso que eu sou a favor da maioria penal de um ano e meio, de um ano e meio. Já tem muleque barbarizando na maternidade! Aí vem direitos humanos: “ah num pode falar isso, num pode falar aqui, num pode bater, num pode botar de castigo”. Palhaçada! Palhaçada! Quero vê quando derrubar o castelinho de areia do filho deles! Aí eu quero vê! Vamo lá, pra Caraguatatuba. Vanessa qual é a pena pra esse tipo de delito?

V: A pena pra esse tipo de vandalismo varia de quatro a oito meses de reclusão no quarto sem videogame, Jorge.

J: Molezinha, sopinha no mel, sopinha no mel. Na minha época, vagabundo desse ficava de joelho no milho um ano, sem chorar! No próximo bloco, debate jardim urgente, eu e uma bancada de especialistas vamos debater o seguinte tema: roubar o brigadeiro antes do parabéns, crime ou vício. Foca em mim.

**Militante 16:59** – Após “Jardim Urgente”

É absolutamente hediondo que a Rede Globo de Televisão trate o universo da criança com tamanho descompromisso. Isto é uma tentativa de deseducar a população brasileira, criando cidadãos de segunda classe, cuja consciência foi usurpada. Isto é parte de um plano absolutamente Iluminati que visa apenas três coisas: o lucro, o contrabando de nióbio e a internacionalização da Amazônia. Ora, Rede Globo! “Para entender o erê, tem que tá muleque”, como diria Cidade Negra. Aliás, negra era a criança retratada nessa cena como uma criança baderneira, numa tentativa dessa emissora de corroborar estereótipos incompatíveis...

## **Episódio 2**

**Militante 04:50** – Após “Polícia Brasileira”

É inadmissível que uma emissora do porte da TV Globo de televisão achincalhe de forma irresponsável e leviana uma instituição secular como a polícia, uma instituição constitucionalmente estabelecida pela Constituição Federal de 1988 por nosso

parlamentares eleitos pelo povo! É inadmissível, Rede Globo! A quem interessa jogar a instituição policial contra o povo brasileiro? É por isso que a Rede Globo escreve mais um capítulo da sua história retrógrada. O que deveria ser cortado nessa cena não é o dedo da vítima e sim esta cena inteira, escrita a quatro mãos por irresponsáveis como...

### **Jardim Urgente 12:17**

Jorge Beviláqua (J): Boa tarde. Começa agora mais um programa Jardim Urgente. E hoje vamos falar sobre a onda de vandalismo que assola o país. Vamos ver o que esses baderneiros estão aprontando. Foca lá.

Mariana (M): Tudo corria bem nessa escola na zona oeste do Rio de Janeiro, todos lanchavam em paz quando de repente um estrondo assustou todos que estavam por aqui. Imediatamente começou um corre, corre, gente sendo pisoteada, grito, choros, um verdadeiro pandemônio. Onde antes reinava paz agora reina o medo.

J: Mariana, a gente já sabe quem é o responsável por isso?

M: O responsável foi o delinquente que aparece nessa foto mascarado. As autoridades ainda estão tentando identificá-lo. Mas por causa da máscara estão tendo dificuldade.

J: Foca em mim! Piada, é piada. Como é que chamam? Como é que chamam lá nas redes sociais? Black bloc, black bloc. Black bloc é o cassete! O nome disso é vandalismo! Vandalismo! Arruaceiro, vândalo, cantinho do pensamento pra ele! Cantinho do pensamento só pra começar, só pra começar! Tinha que pegar esse vidro que ele quebrou, fazer cerol e passa o cerol nessa bandidagem. Desculpa, eu... As vezes eu passo um pouco. Batata, que que a gente tem aí? Foca lá!

Anderson Cunha: Olha Jorge, a situação de violência contra a mulher aqui em São José dos Campos. Tá todo mundo revoltado. Esse cidadão parece ter agredido uma amiga com um puxão de cabelo. O nome dele é Carlos Eduardo de Souza, o Duda. Duda é verdade que você agrediu sua colega de turma? (Duda, no berçário, apenas olha o repórter). Ele se recusa a falar com a imprensa, parece está orientado por seus advogados. É um situação tensa e vamos ficar por aqui tentando ouvir mais alguém sobre esse crime hediondo. É com você Jorge. Anderson Cunha para o Jardim Urgente.

J: Perplexo, perplexo, fico perplexo com esses marginais, na hora de puxar o cabelo da amiguinha, valentão, valentão. Na hora de falar com a gente, bebê chorão. Chucalho

nele! Chucalho nele! Faz bua e quer chupeta? Comigo não! Comigo não! Zé fumaça, falar de coisa séria. (Mudança para o merchandising). Minha senhora, seu filho tem dificuldade pra dormir? Seu filho fala com a senhora aos berros? Fica o dia inteiro correndo dentro de casa, pra lá, pra cá? Minha senhora, chegou a solução! RivoKids! Noventa gotinhas na boquinha dele, dois minutos e ele vai ficar tranquilo, tranquilo, tranquilo. Rivokids, seu filho apaga, mas quem dorme é você. Vem, zé fumaça. (Volta a apresentar o programa) Próximo bloco: polícia e ladrão entre colegas no condomínio acaba em confusão. Foca em mim!

**Militante 15:54** – Após “Jardim Urgente”

É absolutamente hediondo que a Rede Globo de Televisão trate a educação infantil dessa forma leviana e irresponsável! Não à toa a única escola presente em sua programação se chama Malhação, minha gente, para confundir a adolescência brasileira que não sabe mais diferenciar o que é uma academia de uma escola! Seus astros adolescentes, que já confessaram não leram um livro sequer (referência à Caio Castro), conquistam o Brasil com seus abdômes, com suas peles e seus, seus procedimentos dermatológicos no HD. Seus astros que vão viajar pelo nordeste e cobram dezenas de milhares de reais para dançar com uma debutante. É isso, Rede Globo? É essa a lição? É esse o legado que queres deixar? Bons os tempos de Paulo Freire...

### **Episódio 3**

**Militante 8:19** – Após “Tenente Pitombo Entrevista”

É inadmissível suportar uma cena como essa, que me causa total ojeriza! A Rede Globo de Televisão quer pintar a polícia brasileira logo no cinquentenário da ditadura militar como uma instituição que pratica tortura! Ora bolas, onde estava a equipe do Fantástico no atentado Rio Centro? Onde, Rede Globo? Eu proponho que esta emissora que nos tortura, manipulando os resultados do carnaval, do campeonato brasileiro e da copa do mundo desde 98, quando impediu o Ronaldo de entrar em campo...

**Jardim Urgente 9:59**

Jorge Beviláqua (J): Bem-vindos a mais um Jardim Urgente. Reparou que hoje eu não comecei com boa tarde? Eu comecei com bem vindos? (Grita:) Porque é impossível ter

uma boa tarde com a imagem de vandalismo que vamos ver agora! Quem ta lá é Mariana Figueiredo. Bate fofo, meu amor, foca lá!

Mariana (M): Pois é, Jorge, não há mais limite para esses pichadores que agora estão agindo dentro das próprias residências. A vítima dessa vez foi a dona Dalva do Santos, mãe do menor João Vitor do Santos, que como vocês podem ver rabiscou toda a parede da sala com giz de cera.

J: Foca em mim! (Arremesso da foca) To te sacando. Que absurdo, dentro da própria casa, a senhora e o senhor no conforto do seu lar, o perigo morando embaixo do mesmo teto. **(Grita:) Bandido! Safado! Vândalo!** Mariana, e o interrogatório do meliante já ocorreu? Fala pra mim.

M: Não, Jorge, o menor está neste momento na creche, por isso ainda não prestou depoimento. Mas os vestígios são bem claros, não há dúvida sobre autoria do crime. O criminoso deixou impressão digital e uma mensagem direta para dona Dalva, numa clara intenção de desafiar a autoridade materna.

J: Que absurdo! Foca em mim! (Arremesso da foca) To contando, Batata, segunda, segunda de hoje. Mais uma e eu vou pegar essa foca e enfiar você sabe aonde. Veja a audácia. Quer dizer que crime agora é obra de arte e assinado? Deixou impressão digital, sabe qual é o nome disso? Provocação, certeza da impunidade. Começa assim, desenhando em parede, depois que tiver mais velho, vinte anos tá lá pichando a estátua do Drummond, ta lá fazendo bigodinho no Cristo redentor. Não. Vamo aprender com os exemplos que vem lá de fora: Líbano. Picha lá no Líbano: mão cortada na hora. Cê já viu Mesquita pichada? Nunca vi, eu nunca vi mesquita pichada, porque lá tem exemplo. Mariana, e o que a mãe do militante fala a respeito?

M: Olha a mãe do criminoso diz que o lápis sai facilmente com água, o que configura um atenuante. Sua intenção é deixar o menor em liberdade.

J: Para! Para! Chega! Chega! Chega de encobrir essa molecada. Proponho aqui uma campanha: tirara a guarda da mãe que encobrir safadeza de moleque. “Ah, meu filho é artista, ele se expressa através das artes, ele adora tinta”. Adora tinta? Pinta ele inteiro de tinta guache rosa e manda lá pro play! Quero vê passa a tarde toda lá sofrendo bullying e chegar à noite e fala: “mãe, num gosto de tinta”. Faz buá e quer chupeta? Comigo não, comigo não! Chucalho nele! Zé fumaça, fala de coisa boa. (Muda para o

merchandising). Minha senhora, meu senhor, esse produto é revolucionário. A senhora é o tipo de mãe que promete aquela festa legal para sua filha de quinze anos? O senhor é o tipo de pai que promete aquela viagem caríssima pra Disney? E depois fica o moleque: “cadê minha viagem pra Disney? Cadê minha festa de quinze anos? Eu quero ir pra Disney, papai.” Antes existiam duas soluções: meter o cacete ou aceitar a chantagem do infeliz. Mas agora, chegou Desmemoril. Uma colherzinha por dia e seu filho vai esquecer de tudo. Desmemoril. A fórmula foi aprovada pelo governo? Não. Tem risco do seu filho perder neurônio? Tem. Mas o que é que tem seu filho perder um ou dois neurônios, se o senhor não perde a paciência. Desmemoril: tomou, a promessa acabou. Zé fumaça. (Volta a apresentar). No próximo bloco, teste ao vivo: criança que brinca com fogo faz xixi na cama? Acende a fogueira que isso vai ser muito legal. Foca em mim! (Arremesso da foca) Que que eu falei, Batata? Prepara, pega o azeite, pega, vem aqui, Batata, Batata...

**Militante 19:05** – Após “Tretas do coração”

É absolutamente vergonhoso como a Rede Globo de Televisão trata o sotaque da periferia paulistana. A Rede Globo, que em décadas jamais acertou o sotaque nordestino, porque seus atores ilhados naquela Miami de plástico que é a Barra da Tijuca, querem apenas seguir um plano de esterilizar os regionalismos brasileiros. Querem que o Brasil se transforme em um enorme e estéril Leblon. É isso, Rede Globo? É isso que tu queres fazer? Porque eu sei muito bem, Rede Globo, que tu nunca conseguirás calar a minha voz, porque eu vou...

#### **Episódio 4**

**Militante 05:12** – Após “Índio apresentando loteria!”

Basta! Não podemos admitir esse achincalhe! Agora, vocês cômicos vendidos da Rede Globo de Televisão, estão fazendo troça de nossos povos indígenas constitucionalmente estabelecidos na constituição federal de 1988? O que a Rede Globo quer na verdade é encobrir que o nióbio de Roraima é clandestinamente exportados para as Guianas via Terra Indígenas Raposa do Sol. O que a Rede Globo procura é calar as memórias dos irmãos Vilas Boas, que devem estar se revirando em seus jazigos com tamanho desrespeito aos índios, que sofreram um verdadeiro genocídio por parte dos europeus

hoje apoiados por essa emissora. Não podemos admitir, Rede Globo, que nos conformemos com o sumiço de Chico Mendes, Carlos Alberto Riccelli...

**Militante 15:05**

Ainda bem que antes do intervalo comercial eu posso dizer...

**Militante 17:22** – Após “Anorexic Top Model”

(Com o megafone:) Doença, TV Globo! Doença! (Sem o megafone:) A anorexia é uma doença, é um distúrbio que é promovido, entre outros atores, pela Rede Globo de Televisão. Rede Globo, o que você promove é um bulimia cultural, onde toda a cultura consumida é regurgitada imediatamente porque tudo é descartável em seu mundo. Numa hora dessas onde está Marcelo Atala? Deve estar em uma churrascaria enchendo de...

**Episódio 05**

**Militante 01:59** – Após “Getúlio Vargas” administrando estacionamento irregular no Catete

É um descabro que a Rede Globo de Televisão faça chacota com a imagem e o legado de Getúlio Dorneles Vargas! Um dos presidentes de maior relevância constitucionalmente estabelecido na história desse país. Talvez porque Getúlio tenha peitado a toda poderosa e feito seu discurso em São Januário! Tal chacota com o pai dos pobres só prova que ainda existe nessa emissora um lacerdismo incrustado, assim como um veemente anti-brizolismo...

**Jardim Urgente 14:07**

Jorge Beviláqua (J): Boa tarde, começa agora mais um Jardim Urgente! E hoje começamos com imagens chocantes. Meu senhor, minha senhora, peço de antemão desculpas porque as imagens são fortes. Imagens fortes, mas temos que mostrar (Imagem de uma boneca sem roupas boiando numa piscina). Barbaridade” Essa cena chocante aconteceu na escola Jardim Pinto Serelepe, em São José dos Viais. Quem ta lá com a gente é Mariana Figueiredo. Bate fofo, foca lá!

Mariana (M): Jorge, um crime que chocou a todos aqui na escola Pinto Serelepe. Informações preliminares dão conta que a boneca “nanananinha” teria sofrido um

sequestro relâmpago e retirado a força da mochila de Juliana Santoro, conhecida como Juju. Horas depois, a boneca nua e sem nenhum acessório foi encontrada boiando na piscina da creche. O principal suspeito chama-se Luiz Felipe Gomes, o Filipinho, com quem Juju se desentendeu ontem. Filipinho teria pego o biscoito de Juju na mesa do lanche na hora do recreio. É com você, Jorge.

J: Tá difícil, tá difícil. Foca em mim! (Arremesso da foca) Que engraçado, Batata! Que gênio, falo foca, taca a foca, gênio. “Hashtag humorista”. Onde o mundo vai parar? Roubo, seguido de sequestro e afogamento. E tem mais, se mexer aí, o troço vai feder! Tem crime sexual, a boneca foi encontrada pelada, nua, mostra a imagem pra mim (Imagem da boneca sem roupas boiando na piscina). E tem mais: violaram a cena do crime. Mostra pra mim aí, Mariana.

M: É isso mesmo, Jorge. Hoje de manhã já tinha aula de natação normalmente.

J: Absurdo. Alô perícia, cadê a fita amarela? Cadê a cena do crime cercada? Será que eu, Jorge Beviláqua, tenho que ir lá fazer o trabalho da polícia? E esse suspeito, esse tal de Filipinho? Suspeito pra polícia, pra mim é réu e condenado. Isso aí é papai, mamãe, é chocolatezinho, é videogame. É, num tem pulso, num tem pulso, se eu falo aqui o que esse moleque merece vem Didi: “num pode fazer isso”, vem Unicef: “num pode fazer aquilo”, vem Fundação Xuxa Meneguel, “num pode fazer aquilo”. Senta lá, Cláudia! Castigo nele! Cara na parede, chocalho nele! Fala de coisa boa, Zé Fumaça, vem comigo. (Muda para o merchandising). Minha senhora, a senhora se preocupa com o seu filho? Fica preocupada quando ele sai de bicicleta e fala: “cuidado”. Fica preocupada quando ele sai de skate e fala: “cuidado”. E, mesmo assim, ele vai lá, cai e se rala todo. Nós temos a solução! O que arde, cura! Ardeid, o único curativo que arde, arde demais da conta. Ardeid contém na sua fórmula álcool, éter, iodo, pimenta e sal. Ardeid: dói mais que a mordida do capeta. (Vira-se para uma garota propaganda que segura o produto:) Hoje tem lá, num tem? (Volta a apresentar:) Segue aí, bate fofo. Próximo bloco, debate com nossos especialistas. Neném de fralda em casa: conforto ou sem vergonhice? Foca em mim! (Arremesso da foca). Parabéns, engraçado, engraçado...

**Militante 20:18** - Após “Grandes momentos da história” atrapalhados pelos black blocs.

É absolutamente inadmissível que a Rede Globo de Televisão tente calar um movimento legítimo e tente impedir o povo brasileiro de seu direito constitucionalmente estabelecido na constituição federal de 1988 , da livre expressão! Ora, Rede Globo! Tentas calar o movimento que critica a senhora, venûs platinada! Um movimento que tenta romper os laços da senhora Rede Globo com instituições pseudo-capitalistas e protoburguesas que sanguessugam...

### Episódio 6

**Militante 06:19** – Após “Quero Ganhar Prêmio” (paródia de chamada para filmes “cabeça”)

Porque agora é bonito atacar o cinema nacional, não é, TV Globo? Principalmente o cinema nacional constitucionalmente estabelecido e que põe o dedo na ferida e expõe as mazelas de um Brasil profundo, que esta asséptica emissora insiste em ignorar. O curioso, dona Rede Globo, é que a senhora, em conluio com a Ditadura Militar, impôs as ponochanchadas ao cinema nacional, tentando assim deletar a sétima arte do panorama cultural brasileiro. Pois um povo sem cultura é um povo que consoma as suas *hollywoodianas* Sessões da Tarde e por isso é que o nosso país engatinha em *Hollywood* sendo humilhado nos Oscar e em suas transmissões américo-centristas. O que a Rede Globo quer é encobrir a internacionalização da Amaz ...

### Jardim Urgente 16:23

Jorge Beviláqua (J): Boa tarde, no ar mais um Jardim Urgente! E a gente começa com a história que aconteceu na escola Coelho Feliz, em Brasília. Direto lá, Mariana Figueiredo. Bate fofo, foca lá!

Mariana (M): Tragédia na hora do recreio. Duas meninas estavam brincando quando foram atropeladas por Michael de Souza Soares, que pilotava o velotrol em alta velocidade. Aas meninas Raquel e Paulinha tiveram ferimentos leves, mas estão tendo acompanhamento psicológico por causa do trauma. Michael, chorando muito, disse que foi sem querer.

J: Foca em mim. (Arremesso da foca) Palhaçada Batata, palhaçada. Sujeito passa a tarde tomando todyinho, todyinho, todyinho. Maluco pega o velotrol e atropela duas coleguinhas. Chucalho nele! Faz buá e quer chupeta? Comigo não! “Foi sem querer, foi

sem querer”. Sem querer? Bota ele na gangorra lá em cima, deixa lá em cima a tarde inteira, chega no final da tarde: “desculpa, foi sem querer”. Palhaçada! Mudando de assunto. Denúncia! Pessoal, foco aqui, estão chegando na redação carta anônimas de ameaça, ameaça! Traz aí, Batata. Valeu, brigado Batata. Batata é o terror da glória! Chega lá, como que Batata chego, ele paga dobrado é o mara... Aqui ó (mostra um desenho infantil escrito “cato, bobo feio”), olha o que eu to falando, ameaça, ame... Não vão me calar! Não vão me calar! Ô seu analfabeto, cê num sabe: chato é com C, H. Num tem nem o maternal completo e quer me ameaçar. Zé fumaça, comigo. Vo dizer pra você quem é que é bobo, chato e feio, seu cabeça de mamão! Depois dos comerciais, foca em mim! (Arremesso da foca). Pô, brincadeira infantil, Batata! Coisa da foca...

**Militante 19:42** – Após “SinaGoogle”

Os judeus, TV Globo, já são suficientemente perseguidos para se tornarem vítima de mais um piada infame dentro de um Estado laico constitucionalmente estabelecido, um Estado sincrético, onde as religiões convivem harmonicamente! O que essa emissora pretende é incendiar uma rivalidade sociopolítica religiosa que estava adormecida, jogando assim o bairro de Indianópolis contra o resto desse país. Onde estão os judeus dessa emissora? Onde esta numa hora, dessa, Luciano Huck...

**Episódio 7**

**Militante 15:12** – Após “Playmilícia”

Classifico como hedionda e intolerável a tentativa da Rede Globo de Televisão de transformar a milícia, uma organização criminosa, formada por ex-agentes da lei, em uma lúdica brincadeira infantil. Em vez de ensinar as nossas crianças o cinema novo e a literatura de cordel, esta nefasta emissora, em uma atitude revoltante, tenta sexualizar e implementar a malícia em nossos adolescentes, fazendo deles um fácil alvo para que se empurre goela abaixo apresentadores infantis de perna de fora, como por exemplo...

**Jardim Urgente 17:26**

Jorge Beviláqua (J): Boa tarde, está no ar mais um Jardim Urgente. E hoje o programa começa quente. Um grande sequestro abalou uma escola na grande São Paulo. Quem ta lá com a gente é Vanessa Delfino. Bate fofo, hoje é a jato, foca lá!

Vanessa (V): É isso mesmo, Jorge. O caso é de sequestro de avião. Nós estamos aqui na escola onde aconteceu esse crime que chocou a capital. Tudo começou quando o pequeno Hélio, de apenas seis anos de idade, trouxe para a escola o seu aviãozinho de brinquedo. Foi então que o outro menor, aqui identificado apenas como R, pediu o aviãozinho emprestado e nunca mais voltou. Nós tentamos contato com a família do menor R, mas eles alegam que ele não retornou a escola porque está com catapora.

J: E já existem pistas da onde o sequestrador escondeu o avião?

V: Desconfia-se que o avião esteja em alguma das gavetas do quarto do suspeito.

J: Vanessa, quero saber se esse vagabundo tem antecedentes, qual é o histórico dele?

V: Olha, Jorge, o pequeno Hélio tem uma longa ficha. No ano passado ele foi considerado um dos suspeitos pelo sumiço de uma borracha com cheirinho de morango da pequena Júlia, de apenas cinco anos. Ele também responde pelo desaparecimento de dois livros de colorir da biblioteca. Nós também descobrimos que ele é um aluno péssimo em português, embora tenha boas notas em ciências.

J: Obrigado, Vanessa. Foca em mim! (Arremesso da foca). Batata, se você tacar essa foca mais uma vez, vou contar a história do carnaval em Palmas, tu lembra? Tu lembra? Barbaridade. Sujeito tem boas notas em ciência e já tá sequestrando avião. Sabe qual o nome disso? Sabe que que ele vai virar? Terrorista! Terrorista! Alô minha polícia federal, alô Interpol, fica de olho, fica de olho. Agora ce vê, tem que chamar de “R”, a lei protege o (faz gesto de aspas) “menor”, não pode falar o nome do (faz gesto de aspas) “vagabundo”. Sabe o que acontece? Eu falo: bandido! Safado! Pilantra! Aí vem, eu falo isso, falo alto, aí vem Didi “num pode falar isso”, aí vem Unicef, “num pode falar aquilo”, vem Criança Esperança, “num pode”... Vem cacete fala no meu ouvido. Osama Bin Laden! Vai virar Osama Bin Laden! Sabe que tinha que fazer? Pega o pequeno Osaminha lá, lá na maternidade e sacudisse ele, sacudisse, num ia ter isso não, num ia ter carro bomba, num ia ter torre gêmeas. Já sabe o que é isso: papai, mamãe, chocolate na cama, videogame de quatro mil reais, TV de led no quarto. No meu tempo, num era assim não. No meu tempo era reguada na mão, joelho no milho, cantinho do pensamento. Vagabundo agora faz o que quer. Falar de coisa boa? Vem comigo, Zé Fumaça. (Mudança para o merchandising). O recado de hoje é pra você papai, pra você mamãe, que tem aquele filho um pouquinho serelepe e perde suas sandálias todo o

tempo. A sandália arrebenta, a sandália some, mas agora chegou a solução! Sandálias Educanas! Além de lindas, as Sandálias Educanas são flexíveis, resistentes e feitas com borracha fortificada. Sandálias Educanas não soltam as tiras e o melhor: pode bater a vontade que não marca, quer vê? (começa a bater no balcão:) “Olha aqui, já falei / pra você / não jogar bola / dentro de casa / quebrou a minha TV/ moleque safado!” “Engole o choro!” Sandálias Educanas, eu uso e recomendo. Zé fumaça, vem comigo. (Volta à apresentação). Zé, manera no chero, tá, tá forte hoje, hoje tá forte. Próximo bloco: debate com meus especialistas, criança que se joga no chão do shopping, merece dormir lá? Foca em mim! (Arremesso da foca) Desafiou! Carnaval de Palmas, 2006, Batata, Lodão, três traveco e um porco...

**Militante 23:03** – Após “Interrupção da programação” para mostrar cena típica de velório

Como se não bastasse a Rede Globo de Televisão desrespeitar o momento sagrado em que nos despedimos dos nossos entes queridos, essa emissora perdulária, através de suas produções megalomânicas rasga dinheiro na cara da população faminta desse país, com o dinheiro investido nesta cena, nesta cena ignóbil, Rede Globo de Televisão poderia ter construído vinte e sete creches, dezoito hospitais, trezentos e vinte e dois centros culturais...

### **Episódio 8**

**Militante 10:11** – Após “Cambista Tião” vendendo ingresso para a Copa do Mundo

É inaceitável, inadmissível, intolerável e incabível que tal emissora promova de forma gratuita a comercialização de tickets para eventos esportivos, o famoso cambismo. Ao piscar em sua tela, em letras garrafais, o telefone de tal cambista, essa emissora dá um claro recado para o povo brasileiro: que pague os olhos da cara para assistir tal evento ou que ature em suas casa sua tendenciosa transmissão de tal evento internacionalmente futebolístico esportivo. O que fica claro é que Rede Globo, em conluio ilegal com seu Josef Blatter, distribui ingressos e *tickets* a revelia para seus cupinchas e para a prosti...

**Militante 17:58**

É repugnante, ignóbil e absurdo que a dona Rede Globo de Televisão ponha no ar uma cena que desqualifica o teatro alternativo brasileiro. Este movimento legítimo da cultura

brasileira que vai contra essa onda de superficialidade que assola a nação. Uma nação artisticamente cega, não consegue enxergar para além dos rótulos dos produtos que a senhora emissora vende. Esse processo de *stand-upzação* da comédia brasileira e dos teatros nacionais acabou por sufocar o teatro alternativo. Onde estão os desincroquetes? Sumiram, em meio a essa saífe utilização do teatro...

### **Episódio 9**

**Militante 04:51** – Após “Arquivo Musical” com “Papai Noel Rosa”

É imperdoável que esse engodo em forma de programa desrespeite a memória de Noel Rosa e toda Vila Isabel. Por conta de um trocadilho batido e previsível, a Rede Globo de Televisão associa a memória dessa grande sambista a um ícone do capitalismo mundial: Papai Noel. Papai Noel que vem dos países escandinavos para disseminar o consumismo e a desigualdade social. Ora, Santa claus, porque vens até aqui cuspir nos pobres para presentear os ricos? Santa claus que nunca frequentou Vila Isabel: prefere os Leblons da vida. O que Rede Globo de Televisão pretende com esta cena vender o líquido negro...

### **Jardim Urgente 11:43**

Jorge Beviláqua (J): Boa tarde. Está no ar mais um Jardim Urgente! Pais de alunos de uma escola carioca enfrentam um drama. Quem tá lá é Anderson Cunha. Bate fofo, foca lá.

Anderson (A): Olha Jorge, estamos aqui nessa escola da zona norte do Rio de Janeiro onde um drama assola os pais dos alunos. Há denúncias de que estudantes dessa escola, todos menores de idade, estão envolvidos no comércio ilegal de figurinhas da copa.

J: Anderson explica pra mim como funciona esse comércio ilegal.

A: Olha, Jorge, o comércio funciona em plena luz do dia no pátio dessa escola e na frente dos inspetores. Nós tentamos falar com os alunos, nessas imagens vocês vão ver como o comércio funciona (entram imagens das câmeras de segurança mostrando troca de figurinhas), nós tentamos nos aproximar deles para falar mas, quando chegamos perto, todos se dispersaram, saíram correndo para as salas de aula.

J: Foca em mim! (Arremesso da foca) Que chatice, Batata! Tá ganhando dinheiro vendendo isso? Ta vendendo foca? Coisa chata, cara. Tráfico! Tráfico! Venda e compra ilegal de figurinhas no pátio da escola na frente dos inspetores. E num é escondido não, num é no banheiro não, num é atrás da escola não, é no pátio, pra todo mundo vê! Sentiu? Bate Fofa, sentiu o cheirinho? Num é o Zé fumaça não, ó, ó, sabe o que é isso? (Grita:) Impunidade! Cheiro de impunidade! Esses vândalos fazem isso porque sabem que são inimputáveis. Queria vê esses vagabundos vendendo figurinha no pátio da escola se não existisse essa, esse absurdo constitucional chamado maioria penal. Desculpa que eu perco a razão, Anderson ta aí?

A: Pode falar Jorge.

J: Fala mais sobre detalhes da venda de figurinhas da copa.

A: Olha, Jorge, o pai de um aluno com quem eu conversei mais cedo e que não quis se identificar, me disse que as crianças chegam a ficar sem comer para usar o dinheiro da merenda na compra de figurinhas. “Uma figurinha dessa aqui”, me disse o pai do aluno, “chega a ser trocada por dois sacos de jujuba e um todyinho”.

J: Começa assim, trocando a merenda da escola por figurinha de craque, logo depois, (Grita:) cracolândia! Inevitável, cracolândia. Que mundo é esse? Que mundo é esse que um pai, que uma mãe não pode mandar seu filho em paz pra escola. Tem que pega esse vagabundo e da sova nele no meio do pátio pra ele aprender. Eu falo isso, OAB: “ai Jorge, ta falando muito bravo, num tem que ser assim, tem que tomar cuidado”. Cuidado coisa nenhuma! OAB pra quem não tem ABC não, comigo não. Vai trocar figurinha na cadeia, na cadeia, vai chega lá: bafo, mas num é o bafo não, é o bafo aqui, na nuca. Anderson muito obrigada.

A: Ok, até logo Jorge.

J: Zé fumaça, vamo fala de coisa boa, vem comigo. Natal tá aí. Fala de Natal, Batata anima, “ah eu faço rabanada, ah eu faço bacalhau”, faz nada. Ceia, família reunida, comunhão, vem seu moleque e solta aquele palavrão. Que que a senhora faz? Detergente Bucal Pureza. Além de prevenir contra cáries, tártaros e mau hálito, o detergente bucal pureza limpa boca suja desse moleque sem educação desbocado. Detergente Bucal Pureza nos sabores: água sanitária, detergente de pinho e soda cáustica com limão, pra aquele palavrãozinho mais pesado. Detergente Bucal Pureza. É

mais fácil seu filho decorar a bíblia inteira do que falar outro palavrão. Próximo bloco, nossos especialistas em natureza e meio ambiente debatem: vara de marmelo ou vara de goiabeira, qual a melhor para bater no seu filho? Foca em mim! (Arremesso da foca)

**Militante 18:13** – Após “Comercial Vasectomia”, que ironiza famílias grandes

É um descalabro a Rede Globo de Televisão desrespeitar de forma descarada uma instituição sagrada e constitucionalmente estabelecida que é a família. Nesta cena absolutamente vil, a vênus platinada prova que tudo que pretende é ir até o epidídimo de nossas almas para castrar nossas identidades forma essa coisa de, de, de, este país absolutamente massificado, com esse flamenguismo exacerbado. Sim, Rede Globo. O que você quer com esta cena é promover simplesmente a queda da família e jorrar sob o núcleo familiar a dúvida e a discórdia. Muito me admira que isso parta de uma emissora fundada por uma fa...

## Anexo 2 – Tabelas com os conteúdos dos episódios

### Episódio 1

Esquete	Início	Término	Duração	Paródia	CP	G/FP	EPP	Tema	CT	S?
Abertura	00:00	00:20	00:20	Plantão de jornalismo	B	21	G	Cinco números primos	9	n
Cozinha Mágica de Marlon	00:20	00:33	00:13	Programa Culinário	A	3	ANE	Mágica	10	n
Freebofe	00:33	01:04	00:31	Propaganda Friboi	D	24	NA	Políticos	2	s
Zapeada	01:04	01:10	00:06		NA	NA	NA		9	s
Super Câmera Lenta	01:10	02:54	01:44	Fantástico	B	19	G	Políticos	2	s
Zapeada	02:54	02:59	00:05		NA	NA	NA		9	s
Margens do Ipiranga	02:59	03:21	00:22	Comercial Posto Ipiranga	D	24	NA	Independência do Brasil	3	n
Ricardo Enlouqueceu	03:21	03:42	00:21	Comercial da Ricardo Eletro	D	24	NA	Ator Ricardo	8	s
Militante	03:42	04:22	00:40		E	30	NA		9	s
Pesca Fatal	04:22	04:41	00:19	Programa Suspense	A	4	TP		10	n
Zapeada	04:41	04:43	00:02		NA	NA	NA		9	s
Sexy Indecisa	04:43	06:48	02:05	Sex and The City	A	11	TP	Trocadilho	6	n
Zapeada	06:48	06:52	00:04		NA	NA	NA		9	s
Banco de Sêmen	06:52	07:17	00:25	Comercial de Banco	D	24	NA		4	n
Galinha Preta Pintadinha	07:17	08:11	00:54	Galinha Pintadinha	D	24	NA	Religiões Afro-brasileiras	1	n
Militante	08:11	09:04	00:53		E	30	NA		9	s
Pesca Fatal	09:04	09:24	00:20	Programa Suspense	A	4	TP	Nonsense	10	n
Zapeada	09:24	09:26	00:02		NA	NA	NA		9	s
Sílvio Santos	09:26	09:33	00:07	Sílvio Santos	A	1	CA	Sílvio Santos	9	n
Zapeada	09:33	09:35	00:02		NA	NA	NA		9	s
Doutor SUS	09:35	12:38	03:03	Doctor House	A	11	TP	SUS	5	s
Novas medidas da presidente	12:38	13:00	00:22	Pronunciamento da presidenta	D	25	NA	Trocadilho	2	n
Zapeada	13:00	13:05	00:05		NA	NA	NA		9	s
Telecellu	13:05	13:29	00:24	Comercial Nextel	D	24	NA	Empresas de telefonia	4	s
Pesca Fatal	13:29	13:44	00:15	Programa Suspense	A	4	TP	Nonsense	10	n
Fiança Esperança	13:44	14:31	00:47	Criança Esperança	D	27	G	Políticos	2	s
Jardim Urgente	14:31	16:59	02:28	Jornalismo popular	B	20	CA	Redução da maioria penal	7	s
Militante	16:59	17:53	00:54		E	30	NA		9	s
Interrupção da programação	17:53	18:19	00:26	Interrupção da programação	E	29	ANE	Corrida de Cavalos na Bósnia	9	n
Zapeada	18:19	18:24	00:05		NA	NA	NA		9	s
Pesca Fatal	18:24	18:41	00:17	Programa Suspense	A	4	TP	Nonsense	10	n
Brandon McLee	18:41	19:29	00:48	Programa Discovery	C	22	TP	Serviço de Cartão de Crédito	4	s
"Entra mais bunda"	19:29	19:37	00:08	Pânico na TV	A	7	CA	Bundas na televisão	9	s
Zapeada	19:37	19:43	00:06		NA	NA	NA		9	s
Brandon McLee	19:43	21:03	01:20	Programa Discovery	C	22	TP	Serviço de Cartão de Crédito	4	s
Zapeada	21:03	21:07	00:04		NA	NA	NA		9	s
Pesca Fatal	21:07	21:33	00:26	Programa Suspense	A	4	TP	Nonsense	10	n
JCM News	21:33	24:38	03:05	Jornal	B	18	TP	Opinião dos jornalistas	9	n
Créditos	24:38	24:58	00:20	Povo fala	B	14	ANE	Telespectador	9	s
Muito Boa Nova	24:58	26:45	01:47	Clípe Racionais MCs	A	8	TP	Jesus Cristo	1	n
		<b>TOTAL</b>	<b>26:45</b>							

## Episódio 2

Esquete	Ínicio	Término	Duração	Paródia	CP	G/FP	EPP	Tema	CT	S?
Abertura	00:00	00:20	00:20	Plantão de jornalismo	B	21	G	Vasco da Gama	10	s
Môr & Séquiço	00:20	01:09	00:49	Amor e Sexo	A	1	G	Caipiras	6	n
Zapeada	01:09	01:19	00:10		NA	NA	NA		9	s
Olimprotem	01:19	02:05	00:46	Comerciais	D	24	NA	Grécia Antiga	3	n
Zapeada	02:05	02:08	00:03		NA	NA	NA		9	s
Pais Ausentes	02:08	02:20	00:12	Casos de família (?)	A	1	CA	Pais Ausentes	10	n
Chamada campeonato acriano	02:20	02:25	00:05	Tela Pey Per View	A	5	TP	Campeonato Acriano	9	n
Polícia Brasileira	02:25	04:50	02:25	CSI	A	11	TP	Polícia Brasileira	5	s
Militante	04:50	05:39	00:49		E	30	NA		9	s
Timeass	05:39	06:03	00:24	Comercial relógio	D	24	NA	"Já vem com bunda"	9	n
Cabonetwork	06:03	06:23	00:20	Comercial TC a cabo	D	24	NA	Técnicos de instalação	4	s
Olho da cara	06:23	07:11	00:48	Comercial Ricardo Eletro	D	24	NA	Consumo de itens caros	4	n
Debate eleitoral	07:11	07:59	00:48	Debate eleitoral	B	15	ANE	Debate eleitoral	1	n
Yanomoney	07:59	08:43	00:44	Comercial cartão	D	24	NA	Cartões "programa de índi	4	n
Zapeada	08:43	08:53	00:10		NA	NA	NA		9	s
Mesa Branca Redonda	08:53	09:46	00:53	Mesa redonda de Futebol	A	5	NE	Religiões Afro-brasileiras	1	n
Zapeada	09:46	09:48	00:02		NA	NA	NA		9	s
Debate eleitoral	09:48	10:33	00:45	Debate eleitoral	B	15	ANE	Debate eleitoral	1	n
Cirque di sóvelho	10:33	10:53	00:20	Cirque du soleil	D	24	NA	Idosos	6	n
Programas culinário	10:53	11:05	00:12	Programa culinário	A	3	ANE	Programa culinário	10	n
Interrupção da programação	11:05	11:13	00:08	Interrupção da programação	E	29	ANE	Locutores	9	n
Zapeada	11:13	11:16	00:03		NA	NA	NA		9	s
Papo chato	11:16	12:07	00:51	Programa do Jô	A	7	G	Bibliotecários	6	n
Jardim Urgente	12:07	15:54	03:47		B	20	CA		7	s
Militante	15:54	16:52	00:58		E	30	NA		9	s
Zapeada	16:52	16:58	00:06		NA	NA	NA		9	s
Pomadas Reparol	16:58	17:26	00:28	Comercial de pomada	D	24	NA	Violência policial	5	s
Comercial Condomínio	17:26	17:56	00:30	Comercial de carros	D	24	NA	Comerciais	4	n
Zapeada	17:56	18:00	00:04		NA	NA	NA		9	s
Debate eleitoral	18:00	18:19	00:19	Debate eleitoral	B	15	ANE	Debate eleitoral	1	n
Cine notícia	18:19	18:38	00:19	Comercial de trailer	D	24	NA	Programa de cinema	10	n
Doutor SUS	18:38	19:55	01:17	Doctor House	A	11	TP	SUS	5	s
Créditos	19:55	20:15	00:20	Povo fala	B	14	ANE	Telespectador	9	s
Os maiores hits de cursinho	20:15	22:06	01:51	Comercial de cursinho	D	24	NA	Métodos do Cursinho	4	n

## Episódio 3

Esquete	Início	Término	Duração	Paródia	CP	G/FP	EPP	Tema	CT	S?
Abertura	00:00	00:16	00:16	Plantão de jornalismo	B	21	G	Cantadas de pedreiro	10	n
Doutor SUS	00:16	01:16	01:00	Doctor House	A	11	TP	SUS	5	s
Faceburca	01:16	02:01	00:45	Comercial Facebook	D	24	NA	Burca	1	n
Interrupção da programação	02:01	02:11	00:10	Interrupção da programação	E	29	ANE	Travesti defendendo penalti	6	n
Zapeada	02:11	02:16	00:05		NA	NA	NA		9	s
Encontrão	02:16	02:32	00:16	Chamada Encontro	D	23	G	Fátima Bernardes	8	n
Zapeada	02:32	02:36	00:04		NA	NA	NA		9	s
Vozes Shouders	02:36	02:49	00:13	Comercial Shampoo	D	24	NA	Dublagem	9	s
Zapeada	02:49	02:57	00:08		NA	NA	NA		9	s
Ídolos da Música	02:57	03:42	00:45	Biografia Mozart	C	22	TP	Relação fã-idolo	8	s
Zapeada	03:42	03:51	00:09		NA	NA	NA		9	s
Tenente Pitombo Entrevista	03:51	08:19	04:28	Programas de entrevista	B	17	CA	Tortura policial	5	s
Militante	08:19	08:58	00:39		E	30	NA		9	s
Zapeada	08:58	09:07	00:09		NA	NA	NA		9	s
Ídolos da Música	09:07	09:18	00:11	Biografia Mozart	C	22	TP	Relação fã-idolo	8	s
Zapeada	09:18	09:23	00:05		NA	NA	NA		9	s
Fribode	09:23	09:59	00:36	Comercial Friboi	D	24	NA	Nordestinos	6	n
Jardim Urgente	09:59	14:55	04:56		B	20	CA		7	s
Jornal Câmera de Segurança	14:55	16:12	01:17	Jornal	B	18	TP	Jornal com câmeras de segurança	9	n
Zapeada	16:12	16:22	00:10		NA	NA	NA		9	s
Sandálias Praiana	16:22	16:50	00:28	Comercial Havaianas	D	24	NA	Comercial Havaianas	9	n
Tretas do Coração	16:50	19:05	02:15	Chamada de novela	D	23	G	Periferia Paulistana	6	n
Militante	19:05	19:45	00:40		E	30	NA		9	s
Zapeada	19:45	19:48	00:03		NA	NA	NA		9	s
Ídolos da Música	19:48	20:22	00:34	Biografia Mozart	C	22	TP	Relação fã-idolo	8	s
Santa Ceia Redonda	20:22	22:38	02:16	Mesa Redonda de Futebol	A	5	NE	Santa Ceia	1	n
Zapeada	22:38	22:44	00:06		NA	NA	NA		9	s
Redutor de Pênis	22:44	22:48	00:04	Comercial	D	24	NA	Negros	6	n
Dona Eulália Saiu	22:48	23:10	00:22	Chamada de Programa	D	23	NE	Recado da doméstica	10	n
Créditos	23:10	23:25	00:15	Povo fala	B	14	ANE		9	s
Horário Eleitoral	23:25	26:17	02:52	Horário Eleitoral	D	25	NA	Políticos	2	s
		<b>TOTAL</b>	<b>26:17</b>							

## Episódio 4

Esquete	Início	Término	Duração	Paródia	CP	G/FP	EPP	Tema	CT	S?
Abertura	00:00	00:20	00:20	Plantão de jornalismo	B	21	G	Sustos dando pinta	6	n
Brandon McLee	00:20	02:10	01:50	Programa Discovery	C	22	TP	Jesus no "Dança do Messias"	1	n
Zapeada	02:10	02:17	00:07		NA	NA	NA		9	s
Sessão Parlamentar da Tarde	02:17	02:41	00:24	Chamada Sessão da Tarde	D	23	G	Políticos	2	s
Miele Gold	02:41	03:10	00:29	Comercial Shampoo	D	24	NA	Nome de bebidas	4	n
Cleptocard	03:10	03:30	00:20	Comercial cartão de crédito	D	24	NA	Claptomaniacos	10	n
Zapeada	03:30	03:36	00:06		NA	NA	NA		9	s
Bola na Rede	03:36	04:12	00:36	Programa Futebol	A	5	NE	Lei eleitoral	2	s
Zapeada	04:12	04:16	00:04		NA	NA	NA		9	s
Carteiros da Caatinga	04:16	05:03	00:47	Programa sobre profissões	A	4	TP	Nonsense do carteiro da caatinga	10	n
Índio apresentando Loteria	05:03	05:12	00:09	Comercial Tele-Sena	D	26	CA	Fala indigena do português	6	n
Militante	05:12	06:10	00:58		E	30	NA		9	s
Interrupção da programação	06:10	07:11	01:01	Interrupção da programação	E	29	ANE	Stand-up Comedy/ Sócrates	3	n
Zapeada	07:11	07:23	00:12		NA	NA	NA		9	s
Casa Funerária Odor da Partida	07:23	07:59	00:36	Comercial Produtos de Limpeza	D	24	NA	Perfumes para "presuntos"	4	n
Subindo na vida	07:59	08:32	00:33	Super Cine	A	6	G	Lei eleitoral	2	s
Zapeada	08:32	08:35	00:03		NA	NA	NA		9	s
Poderoso Jebão	08:35	08:37	00:02	Tela bloqueada de canal pornô	A	6	TP		9	n
Zapeada	08:37	08:39	00:02		NA	NA	NA		9	s
Sexy Indecisa	08:39	11:30	02:51	Sex and The City	A	11	TP	Trocadilho	6	n
Zapeada	11:30	11:36	00:06		NA	NA	NA		9	s
Jornal WTN News	11:36	15:05	03:29	Jornal	B	18	TP	Divisão de telas jornal	9	n
Militante	15:05	15:09	00:04		E	30	NA		9	s
Galinha Preta Pintadinha	15:09	16:31	01:22	Galinha Pintadinha	D	24	NA	Religiões Afro-brasileiras	1	n
Zapeada	16:31	16:40	00:09		NA	NA	NA		9	s
Anorexic Top Model	16:40	17:22	00:42	Reality de Modelos	A	10	TP	Anorexia	10	s
Militante	17:22	17:55	00:33		E	30	NA		9	s
Vaticano Fashion Week	17:55	20:18	02:23	Fashion Week	A	13	TP	Igreja Católica	1	n
Casos do Lar	20:18	20:29	00:11	Casos de Família	A	1	CA	Lenda do boto	1	n
Interrupção da programação	20:29	20:34	00:05	Interrupção da programação	E	29	ANE	"Porque achamos conveniente"	9	n
Nova loira do Tchan é homem	20:34	20:47	00:13	Nova loira do Tchan	A	8	CA	Travestis?	6	n
Dorival Caymmi	20:47	21:54	01:07	Programa musical	A	8	TP	Lei eleitoral	2	s
Zapeada	21:54	21:58	00:04		NA	NA	NA		9	s
Interrupção da programação	21:58	22:07	00:09	Interrupção da programação	E	29	ANE	Bispo comendo cavalo... no xadrez	10	n
Mulheres histéricas	22:07	22:18	00:11	Mulheres ricas	A	10	CA	Mulheres ricas	6	s
Tele Tchuco	22:18	23:22	01:04	Tele Curso	C	22	G	Fala de namorados	10	s
Zapeada	23:22	23:25	00:03		NA	NA	NA		9	s
Aniversário de Jason	23:25	24:00	00:35	Sexta-feira 13	A	6	TP	Filmes de Terror	8	n
Créditos	24:00	24:17	00:17	Povo fala	B	14	ANE	Telespectador	9	s
Bossa In Rio	24:17	26:11	01:54	Rock In Rio	A	13	G	Bossa Nova	10	n
		<b>TOTAL</b>	<b>26:11</b>							

## Episódio 5

Esquete	Ínicio	Término	Duração	Paródia	CP	G/FP	EPP	Tema	CT	S?
Abertura	00:00	00:20	00:20	Plantão de jornalismo	B	21	G	Cinco ciscos	9	n
Jornal em 30 segundos	00:20	00:56	00:36	Jornal	B	18	NE	Jornais	9	n
Zapeada	00:56	01:07	00:11		NA	NA	NA		9	s
Fraldas vovex	01:07	01:29	00:22	Comercial de fraldas	D	24	NA	Idosos	6	n
Zapeada	01:29	01:31	00:02		NA	NA	NA		9	s
Getúlio Vargas	01:31	01:59	00:28	Programas históricos	C	22	TP	Getúlio Vargas	3	n
Militante	01:59	02:34	00:35		E	30	NA		9	s
Culinária Canibal	02:34	02:53	00:19	Programas de culinária	A	3	ANE	Canibalismo com "dois dedinhos"	10	n
"Cuecão"	02:53	02:59	00:06	Câmeras de segurança	NA	NA	NA	"Cuecão"	10	n
Balada Vip	02:59	05:45	02:46	Amaury Júnior	A	2	CA	Elite paulistana	6	s
Interrupção da programação	05:45	05:58	00:13	Interrupção da programação	E	29	ANE	Slides da férias do tio Julinho	10	n
Inseminação de vacas	05:58	06:03	00:05	Globo rural	B	18	G	Caipiras	6	n
Zapeada	06:03	06:05	00:02		NA	NA	NA		9	s
Polícia Brasileira	06:05	08:18	02:13	CSI	A	11	TP	Polícia brasileira	5	s
Zapeada	08:18	08:20	00:02		NA	NA	NA		9	s
Mal Estar	08:20	09:08	00:48	Bem Estar	A	1	G	Médicos	5	s
Zapeada	09:08	09:13	00:05		NA	NA	NA		9	s
Piadas de Fortaleza	09:13	09:25	00:12	Quadro de piadas	A	1	CA	Nordestinos	6	n
Manicures vendadas	09:25	09:33	00:08	Reality Show	A	10	TP	Manicures	10	n
Zapeada	09:33	09:38	00:05		NA	NA	NA		9	s
Música dos anos 80	09:38	09:46	00:08	Tela de rádio da TV a cabo	A	8	TP	Música dos anos 80	10	n
Denúncia	09:46	11:29	01:43	Fantástico	B	19	G	Atendimento de serviço de trânsito	5	s
Interrupção da programação	11:29	12:13	00:44	Interrupção da programação	E	29	ANE	Pronunciamento 1º ministro jamaicano	6	n
Zapeada	12:13	12:17	00:04		NA	NA	NA		9	s
Fast Express	12:17	12:41	00:24	Comercial Entrega	D	24	NA	Serviço de gogoboy	10	n
Balada Vip	12:41	14:07	01:26	Amaury Júnior	A	2	CA	Elite paulistana	6	s
Jardim Urgente	14:07	18:05	03:58		B	20	CA		7	s
Zapeada	18:05	18:08	00:03		NA	NA	NA		9	s
Golpe novo na praça	18:08	18:14	00:06	Jornal	B	18	NE	Trocadilho: golpe de karatê	10	n
Zapeada	18:14	18:17	00:03		NA	NA	NA		9	s
Pobreshop	18:17	18:35	00:18	Comercial Polishop	D	24	CA	Polishop	4	n
Os desastrosos também amam	18:35	19:41	01:06	Trailer Comédia Romântica	D	23	NE	Comédia romântica	8	s
Zapeada	19:41	19:46	00:05		NA	NA	NA		9	n
Grandes momentos da história	19:46	20:18	00:32	Chegada do homem à lua	C	22	TP	Black Blocs	10	s
Militante	20:18	20:59	00:41		E	30	NA		9	s
Sacos de lixo azulão	20:59	21:22	00:23	Comercial Sabão em pó	D	24	NA	Jogar roupa do filho suja no lixo	10	s
Zapeada	21:22	21:27	00:05		NA	NA	NA		9	s
Balada Vip	21:27	22:27	01:00	Amaury Júnior	A	2	CA	Elite paulistana	6	s
Créditos	22:27	22:44	00:17	Povo fala	B	14	ANE	Telespectador	9	s
Horário Eleitoral Dom Pedro II	22:44	24:20	01:36	Horário eleitoral	D	25	NA	Dom Pedro II	3	n
			<b>TOTAL</b>	<b>24:20</b>						

## Episódio 6

Esquete	Início	Término	Duração	Paródia	CP	G/FP	EPP	Tema	CT	S?
Abertura	00:00	00:22	00:22	Plantão de jornalismo	B	21	G	Palavras que ninguém sabe falar	10	n
Galinha Preta Pintadinha	00:22	01:37	01:15	Galinha Pintadinha	D	24	NA	Religiões Afro-brasileiras	1	n
Zapeada	01:37	01:48	00:11		NA	NA	NA		9	s
Doutor SUS	01:48	04:27	02:39	Doctor House	A	11	TP	SUS	5	s
Zapeada	04:27	04:38	00:11		NA	NA	NA		9	s
Fechandonegocio.com	04:38	05:18	00:40	Comercial bomnegocio.com	D	24	NA	Pré-sal	5	s
Quero Ganhar Prêmio	05:18	06:19	01:01	Filme cabeça brasileiro	D	23	NA	Cinema nacional	8	s
Militante	06:19	07:23	01:04		E	30	NA		9	s
Cigarro Invisível	07:23	07:49	00:26	Propaganda cigarro	D	24	NA	Cigarro	10	n
Polícia Brasileira	07:49	10:22	02:33	CSI	A	11	TP	Polícia brasileira	5	s
Interrupção da programação	10:22	10:29	00:07	Interrupção da programação	E	29	ANE	Mineiro revoltado	6	n
Debate Esportivo	10:29	11:40	01:11	Programa Esportivo	A	5	NE	Músicas dos jogadores	10	n
Zapeada	11:40	11:45	00:05		NA	NA	NA		9	s
Animoanabolprotein	11:45	11:58	00:13	Comercial Suplemento	D	24	NA	Suplementos Alimentares	3	s
Mostrando pobreza	11:58	13:01	01:03	Filme "favela" brasileiro	D	23	G	Cinema nacional	8	s
Boneca Vaidosinha	13:01	13:56	00:55	Comercial de bonecas	D	24	NA	Busca de beleza padrão	3	s
Zero ou milhão	13:56	14:16	00:20	Show do milhão	A	9	CA	Vida pessoal do apresentador	10	n
Interrupção da programação	14:16	14:21	00:05	Interrupção da programação	E	29	ANE	Locutor indo ao banheiro	10	n
Avós do Brasil	14:21	14:42	00:21	A voz do Brasil	A	8	TP	Idosos	6	n
Zapeada	14:42	14:46	00:04		NA	NA	NA		9	s
Jorrada nas estrelas	14:46	14:48	00:02	Tela bloqueada de canal pornô	A	6	TP	Tela bloqueada de canal pornô	9	n
Zapeada	14:48	14:52	00:04		NA	NA	NA		9	s
Patola Show	14:52	16:05	01:13	Programa do Gugu	A	1	CA	Programa com dupla sertaneja	8	n
Baile de carnaval	16:05	16:23	00:18	Baile de carnaval	A	13	NE	Baile de carnaval	10	n
Jardim Urgente	16:23	18:38	02:15		B	20	CA		7	s
Interrupção da programação	18:38	18:53	00:15	Interrupção da programação	E	29	ANE	Lhama em cenário de karaokê	10	n
Zapeada	18:53	18:56	00:03		NA	NA	NA		9	s
Tudo pela bilheteria	18:56	19:25	00:29	Filme comédia brasileiro	D	23	G	Cinema nacional	8	s
SinaGoogle	19:25	19:42	00:17	Comercial da Google	D	24	NA	Judeus	1	n
Militante	19:42	20:22	00:40		E	30	NA		9	s
Zapeada	20:22	20:26	00:04		NA	NA	NA		9	s
Interrupção da programação	20:26	20:40	00:14	Interrupção da programação	E	29	ANE	Cachorro que não obedece	10	n
Zapeada	20:40	20:47	00:07		NA	NA	NA		9	s
Baladas Latinas	20:47	21:00	00:13	Tela de rádio da TV a cabo	A	8	TP	Homossexualidade na Venezuela	10	s
Távola Redonda	21:00	23:40	02:40	Mesa Redonda de Futebol	A	5	G	Idade Média	3	n
Créditos	23:40	23:58	00:18	Povo fala	B	14	ANE	Telespectador	9	s
Arquivo Musical	23:58	25:23	01:25	Programa MTV	A	8	TP	Contemporâneo e tecnologia	3	n
			<b>25:23</b>	<b>TOTAL</b>						

## Episódio 7

Esquete	Início	Término	Duração	Paródia	CP	G/FP	EPP	Tema	CT	S?
Abertura	00:00	00:24	00:24	Plantão de jornalismo	B	21	G	Formas de chamar o garçom	10	n
Arquivo Musical	00:24	03:50	03:26	Programa da MTV	A	8	TP	Músicas atuais "feitas na ditadura"	3	n
Zapeada	03:50	03:56	00:06		NA	NA	NA		9	s
Unimedium	03:56	04:35	00:39	Comercial Plano de Saúde	D	24	NA	Espiritismo	1	n
Semprevolt	04:35	05:11	00:36	Comercial Absorvente	D	24	NA	Aparelho de choque	10	n
Zapeada	05:11	05:20	00:09		NA	NA	NA		9	s
Tenente Pitombo Entrevista	05:20	09:10	03:50	Programas de Entrevista	B	17	CA	Polícia Brasileira	5	s
Interrupção da programação	09:10	09:21	00:11	Interrupção da programação	E	29	ANE	Imagens de um cinegrafista amador	10	n
Zapeada	09:21	09:27	00:06		NA	NA	NA		9	s
Qualquer Bank	09:27	10:15	00:48	Comercial de banco	D	24	NA	Juros de geração em geração	4	s
Zapeada	10:15	10:20	00:05		NA	NA	NA		9	s
Papo Propina	10:20	11:26	01:06	Comercial de Serviço de Chat	D	24	NA	Políticos	2	s
Zapeada	11:26	11:34	00:08		NA	NA	NA		9	s
Estatísticas da Paixão	11:34	13:46	02:12	Chamada Novela das 7	D	23	G	Matemáticos	10	n
On air	13:46	14:01	00:15	Tela de rádio da TV a cabo	A	8	TP	Música discoteca	10	n
Qualquer Bank	14:01	14:32	00:31	Comercial de banco	D	24	NA	Procedimentos de segurança de banco	4	s
Playmilicia	14:32	15:12	00:40	Comercial de Lego	D	24	NA	Milícia	5	s
Militante	15:12	15:58	00:46		E	30	NA		9	s
Hospital Padrão Fifa	15:58	17:26	01:28	Inauguração de hospital	A	13	NE	Saúde pública	5	s
Jardim Urgente	17:26	22:08	04:42		B	20	CA		7	s
The Making War	22:08	22:19	00:11	Comercial Maquiagem	D	24	NA	Guerra	10	n
Marretas Porrancia	22:19	22:40	00:21	Comercial Celular	D	24	NA	Serviço de telefonia	4	s
Killer	22:40	22:53	00:13	Comercial Inseticida	D	24	NA	Inseticida que mata tudo	4	n
Interrupção da programação	22:53	23:03	00:10	Interrupção da programação	E	29	ANE	Cena clássica de velório	10	n
Militante	23:03	23:40	00:37		E	30	NA		9	s
Zapeada	23:40	23:46	00:06		NA	NA	NA		9	s
Interrupção da programação	23:46	24:02	00:16	Interrupção da programação	E	29	ANE	Piada em russo	10	n
Premonição Repórter	24:02	24:12	00:10	Profissão Repórter	B	16	G	Trocadilho	10	n
Créditos	24:12	24:26	00:14	Povo fala	B	14	ANE	Telespectador	9	s
Crentes	24:26	26:00	01:34	Friends	A	7	TP	Crentes	1	s
			<b>26:00</b>	<b>TOTAL</b>						

## Episódio 8

esquete	Ínicio	Término	Duração	Paródia	CP	G/FP	EPP	Tema	CT	S?
Abertura	00:00	00:23	00:23	Plantão de jornalismo	B	21	G	Tipos de Queijo	10	n
Hospitalar Doce Lar	00:23	03:44	03:21	Lar Doce Lar	A	1	G	Saúde Pública	5	s
Zapeada	03:44	03:55	00:11		NA	NA	NA		9	s
Canal Futuro	03:55	04:10	00:15	Canal Futura	D	23	G	Trocadilho	10	n
Pesca Submarina Fatal	04:10	04:35	00:25	Programa de suspense	A	4	TP		10	n
Clínica Proctologista	04:35	04:47	00:12	Comercial de Clínicas	D	24	NA	Proctologista com beijo	10	n
Interrupção da programação	04:47	05:28	00:41	Interrupção da programação	E	29	ANE	Políticos	2	s
Eu gosto é de mulher!	05:28	05:31	00:03	Novela	A	12	ANE	Filho de casal gay	10	n
Pesca Submarina Fatal	05:31	05:51	00:20	Programa de suspense	A	4	TP		10	n
Ungidos pela Fé	05:51	08:56	03:05	Programa Evangélico	E	28	CA	Protestantes	1	s
Globo Plural	08:56	09:23	00:27	Globo Rural	B	18	G	Trocadilho	10	n
Músicas	09:23	09:42	00:19	Tela de rádio da TV a cabo	A	8	TP	Vários gêneros musicais	10	s
Zapeada	09:42	09:47	00:05		NA	NA	NA		9	s
Cambista Tião	09:47	10:11	00:24	Comercial Ingressos da Copa	D	24	NA	Cambistas	10	s
Militante	10:11	11:07	00:56		E	30	NA		9	s
Pesca Submarina Fatal	11:07	11:25	00:18	Programa de suspense	A	4	TP		10	n
Conhecimento de Guerra	11:25	11:54	00:29	Programa History Chanel	C	22	TP		3	n
Zapeada	11:54	12:00	00:06		NA	NA	NA		9	s
Grandes clássicos do cinema feito só por mulheres	12:00	12:53	00:53	Star Wars	A	6	TP	Mulheres	6	s
Atividades Extremamente Perigosas	12:53	15:31	02:38	Docudrama	A	4	TP	Idosos	6	s
Debate Esportivo	15:31	16:02	00:31	Programa Esportivo	A	5	NE	Perguntas do internauta	9	s
Mudança de Sexo Faz Quem Quer	16:02	16:48	00:46	Campanha Social	D	27	NE	Transexuais	6	n
Pesca Submarina Fatal	16:48	17:03	00:15	Programa de suspense	A	4	TP		10	n
Zapeada	17:03	17:12	00:09		NA	NA	NA		9	s
Teatro Alternativo: Denuncie	17:12	17:58	00:46	Programa sobre a ditadura	C	22	TP	Teatro Alternativo	3	s
Militante	17:58	18:45	00:47		E	30	NA		9	s
Cozinha Maravilhosa dos Milionários	18:45	19:52	01:07	Programa culinário	A	3	ANE	Milionários	6	n
Babalorixá	19:52	20:23	00:31	Comercial de chá	D	24	NA	Religiões Afro-brasileiras	1	n
Pesca Submarina Fatal	20:23	20:46	00:23	Programa de suspense	A	4	TP		10	n
Zapeada	20:46	20:52	00:06		NA	NA	NA		9	s
JCM News	20:52	21:32	00:40	Jornal	B	18	TP	Encerramento de jornal	9	n
Créditos	21:32	21:53	00:21	Povo fala	B	14	ANE	Telespectador	9	s
Características da Lua em Pagode	21:53	22:38	00:45	Tá vendo aquela lua	A	8	TP	Lua	10	n
			<b>TOTAL</b>						<b>22:38</b>	

## Episódio 9

Esquete	Ínicio	Término	Duração	Paródia	CP	G/FP	EPP	Tema	CT	S?
Abertura	00:00	00:24	00:24	Plantão de jornalismo	B	21	G	Natal	10	s
Polícia Brasileira	00:24	02:49	02:25	Séries Policiais	A	11	TP	Polícia brasileira	5	s
Zapeada	02:49	02:58	00:09		NA	NA	NA		9	s
Lentorama	02:58	03:37	00:39	Comercial de Autoroma	D	24	NA	Idosos	6	n
Arquivo Musical	03:37	04:51	01:14	Programa da MTV	A	8	TP	Trocadilho: Papai Noel Rosa	3	n
Militante	04:51	05:45	00:54		E	30	NA		9	s
Magazine Abrão	05:45	06:22	00:37	Campanha de trânsito	D	27	NA	Propaganda de lojas do Varejo	9	n
Zapeada	06:22	06:36	00:14		NA	NA	NA		9	s
Papai Noel Secreto	06:36	07:16	00:40	Fantástico	B	19	G	Papai Noel Secreto	9	n
Axé Lounge, Pop Rock	07:16	07:36	00:20	Tela de rádio da TV a cabo	A	8	TP	Axé Lounge, Pop Rock	9	n
Brandon Mclée	07:36	10:07	02:31	Programa Discovery	C	22	TP	Jesus pedindo pizza	1	n
Zapeada	10:07	10:15	00:08		NA	NA	NA		9	s
Rubro Negro Série B	10:15	10:19	00:04	Tela Pay Per View	A	5	TP	Flamengo	10	s
Guefilit Fish	10:19	10:37	00:18	Programa Culinário	A	3	ANE	Trocadilho "cortar o peru": circuncisão	1	n
Propino Lux	10:37	11:35	00:58	Comercial Máquina de Lavar	D	24	NA	Políticos	2	s
Zapeada	11:35	11:43	00:08		NA	NA	NA		9	s
Jardim Urgente	11:43	16:17	04:34		B	20	CA		7	s
Interrupção da programação	16:17	16:31	00:14	Interrupção da programação	E	29	ANE	Pessoa desenrolando pisca-pisca	10	n
Zapeada	16:31	16:35	00:04		NA	NA	NA		9	s
Papai Noel Secreto	16:35	17:01	00:26	Fantástico	B	19	G	Papai Noel Secreto	9	n
Papai Noel Secreto	17:01	17:22	00:21	Fantástico	B	19	G	Papai Noel Secreto	9	n
Zapeada	17:22	17:25	00:03		NA	NA	NA		9	s
Empalhadores de Parentes	17:25	17:38	00:13	Programa de costura	A	4	TP	Nonsense	10	n
Tati O pedreiro Cross Dresser	17:38	17:54	00:16	Programa sobre profissões	A	4	TP	Pedreiro Cross Dresser	10	n
Zapeada	17:54	17:58	00:04		NA	NA	NA		9	s
Comercial Vasectomia	17:58	18:13	00:15	Reunião de Família no Natal	D	24	NA	Família Grande	10	s
Militante	18:13	19:08	00:55		E	30	NA		9	s
Zapeada	19:08	19:11	00:03		NA	NA	NA		9	s
Sapateadoras Serial Killers	19:11	19:43	00:32	Apresentação de Sapateado	A	4	TP	Nonsense	10	n
Créditos	19:43	20:26	00:43	Povo fala	B	14	ANE	Telespectador	9	s
Comercial fim de ano Globo	20:26	22:19	01:53	Comercial fim de ano Globo	A	13	G	Comercial fim de ano Globo	9	s
			<b>TOTAL</b>						<b>22:19</b>	

## Número de aparições e tempo ocupado por paródias e temas

Categoria	Ep01	Ep02	Ep03	Ep04	Ep05	Ep06	Ep07	Ep08	Ep09	Total			Categorias	Ep01	Ep02	Ep03	Ep04	Ep05	Ep06	Ep07	Ep08	Ep09	Total	%			
A Entretenimento	11	8	2	13	9	11	4	13	9	80	A		Entretenimento	09:00	06:44	03:16	12:05	09:00	12:55	06:43	11:18	07:15	01:18:16	35,3%			
B Informação	5	6	5	3	7	3	5	4	6	44	B		Informação	07:57	06:19	11:12	04:06	07:05	02:55	09:20	01:51	07:08	07:53	26,1%			
C Educação	2	3	2	2					2	1	C		Educação	02:08		01:30	02:54	01:00				01:15	02:31	11:18	5,1%		
D Publicidade	8	10	9	6	6	9	10	5	4	67	D		Publicidade	04:06	06:30	07:51	03:20	04:09	06:19	07:17	02:08	02:29	44:09	19,9%			
E Outros	4	3	3	6	4	6	5	4	3	38	E		Outros	02:53	01:55	01:29	02:50	02:13	02:25	02:00	05:29	02:03	23:17	10,5%			
NA Não se aplica	10	7	9	10	12	8	6	5	8	75	NA		Não se aplica	00:41	00:38	00:59	00:56	00:53	00:49	00:40	00:37	00:53	07:06	3,2%			
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>34</b>	<b>31</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>37</b>	<b>30</b>	<b>33</b>	<b>31</b>	<b>316</b>			<b>Total</b>	<b>26:45</b>	<b>22:06</b>	<b>26:17</b>	<b>26:11</b>	<b>24:20</b>	<b>25:23</b>	<b>26:00</b>	<b>22:38</b>	<b>22:19</b>	<b>03:41:59</b>	100,00%			
										315																	
<b>Gênero/Formato parodiado</b>	<b>Ep01</b>	<b>Ep02</b>	<b>Ep03</b>	<b>Ep04</b>	<b>Ep05</b>	<b>Ep06</b>	<b>Ep07</b>	<b>Ep08</b>	<b>Ep09</b>	<b>Total</b>			<b>Gênero/Formato parodiado</b>	<b>Ep01</b>	<b>Ep02</b>	<b>Ep03</b>	<b>Ep04</b>	<b>Ep05</b>	<b>Ep06</b>	<b>Ep07</b>	<b>Ep08</b>	<b>Ep09</b>	<b>Total</b>	<b>% CP</b>			
1 Auditório/Variedade	1	2			1	2	1			8			1 Auditório/Variedade	00:07	01:01			00:11	01:00	01:13		03:21		06:53	8,8%		
2 Colunismo social					3					3			2 Colunismo social					05:12							05:12	6,6%	
3 Culnário	1	1							1	1			3 Culnário	00:13	00:12				00:19			01:07	00:18		02:09	2,7%	
4 Docudrama	5			1						6	3		4 Docudrama	01:37			00:47					04:19	01:01		07:44	9,9%	
5 Esportivo		2	1	1		2				1	1		5 Esportivo		00:58	02:16			03:51			00:31	00:04		08:16	10,6%	
6 Filme				3		1				1			6 Filme				01:10		00:02				00:53		02:05	2,7%	
7 Humorístico	1	1					1			1			7 Humorístico	00:08	00:51						01:34				02:33	3,3%	
8 Videoclipe/música	1			2	1	3	2	2	2	13			8 Videoclipe/música	01:47			01:20	00:08	01:59	03:41	01:04	01:34		11:33	14,8%		
9 Quis show							1			1			9 Quis show						00:20						00:20	0,4%	
10 Reality show				2	1					3			10 Reality show				00:53	00:08							01:01	1,3%	
11 Série estadunidense	2	2	1	1	1	2				1	10		11 Série estadunidense	05:08	03:42	01:00	02:51	02:13	05:12			02:25		22:31	28,8%		
12 Novela									1	1			12 Novela									00:03			00:03	0,1%	Total
13 Evento				2	1	1	1	1	1	5			13 Evento				04:17		00:18	01:28		01:53		07:56	10,1%	100,0%	
14 Povo fala	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9			14 Povo fala	00:20	00:20	00:15	00:17	00:17	00:18	00:14	00:21	00:43		03:05	5,4%	100,0%	
15 Debate			3							3			15 Debate			01:52									01:52	3,2%	
16 Reportagem/Documentário							1			1			16 Reportagem/Documentário								00:10				00:10	0,3%	
17 Entrevista			1				1			2			17 Entrevista			04:28					03:50				08:18	14,3%	
18 Telejornal	1		1	1	3			2		8			18 Telejornal	03:05		01:17	03:29	00:47				01:07		09:45	16,8%		
19 Revista	1				1				3	5			19 Revista	01:44				01:43					01:27		04:54	8,5%	
20 Jornal Popular	1	1	1		1	1	1	1	1	7			20 Jornal Popular	02:28	03:47	04:56		03:58	02:15	04:42		04:34		26:40	46,1%	Total	
21 Plantão de jornalismo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9			21 Plantão de jornalismo	00:20	00:20	00:16	00:20	00:20	00:22	00:24	00:23	00:24		03:09	5,4%	100,0%	
22 Educativo/Instrutivo	2	3	2	2					2	12			22 Educativo/Instrutivo	02:08		01:30	02:54	01:00				01:15	02:31	11:18	100,0%		
23 Chamada			3	1	1	3	1	1		10			23 Chamada			02:53	00:24	01:06	02:33	02:12	00:15			09:23	21,3%		
24 Vídeo comercial	6	10	5	4	4	6	9	3	3	50			24 Vídeo comercial	02:57	06:30	02:06	02:47	01:27	03:46	05:05	01:07	01:52		27:37	62,6%		
25 Político (Programa político/pro	1	1	1	1						3			25 Político (Programa político/pro	00:22		02:52		01:36							04:50	10,9%	
26 Sorteio				1						1			26 Sorteio				00:09								00:09	0,3%	Total
27 Campanha social	1							1	1	3			27 Campanha social	00:47								00:46	00:37	02:10	4,9%	100,0%	
28 Religioso									1	1			28 Religioso									03:05		03:05	13,2%		
29 Interrupção da programação	1	1	1	3	2	4	3	1	1	17			29 Interrupção da programação	00:26	00:08	00:10	01:15	00:57	00:41	00:37	00:41	00:14	05:05	22,1%	Total		
30 Transmissão clandestina	3	2	2	3	2	2	2	2	2	20			30 Transmissão clandestina	02:27	01:47	01:19	01:35	01:16	01:44	01:23	01:43	01:49		15:03	64,6%	100,0%	
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>27</b>	<b>22</b>	<b>30</b>	<b>28</b>	<b>29</b>	<b>24</b>	<b>28</b>	<b>23</b>	<b>241</b>			<b>Total</b>	<b>26:04</b>	<b>21:28</b>	<b>25:18</b>	<b>25:15</b>	<b>23:27</b>	<b>24:34</b>	<b>25:20</b>	<b>22:01</b>	<b>21:26</b>	<b>03:34:53</b>				
<b>Emissora produtora</b>	<b>Ep01</b>	<b>Ep02</b>	<b>Ep03</b>	<b>Ep04</b>	<b>Ep05</b>	<b>Ep06</b>	<b>Ep07</b>	<b>Ep08</b>	<b>Ep09</b>	<b>Total</b>			<b>Emissora produtora</b>	<b>Ep01</b>	<b>Ep02</b>	<b>Ep03</b>	<b>Ep04</b>	<b>Ep05</b>	<b>Ep06</b>	<b>Ep07</b>	<b>Ep08</b>	<b>Ep09</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>			
G Globo	3	3	3	5	4	4	3	4	5	34			G Globo	02:51	02:00	02:47	04:15	02:56	04:34	02:46	04:26	03:44		30:19	13,7%		
CA Concorrente aberta	3	2	2	4	6	3	2	1	1	24			CA Concorrente aberta	02:43	03:59	09:24	00:44	09:40	03:48	08:32	03:05	04:34		46:29	20,9%		
ANE TV Aberta (Não específico)	3	6	2	4	4	5	4	4	3	35			ANE TV Aberta (Não específico)	00:59	02:32	00:25	01:32	01:33	00:59	00:51	02:12	01:15			12:18	5,5%	
TP TV Paga	11	3	5	9	5	6	3	12	8	62			TP TV Paga	13:45	03:47	03:47	13:46	03:29	07:13	05:15	08:11	07:35			06:48	30,1%	
NE Não específico		1	2	1	3	2	1	2		12			NE Não específico		00:53	02:38	00:36	01:48	01:29	01:28	01:17				10:09	4,0%	
NA Não se aplica	20	19	17	17	18	17	17	10	14	149			NA Não se aplica	06:27	08:55	07:16	05:18	04:54	07:20	07:08	03:27	05:11		55:56	25,2%		
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>34</b>	<b>31</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>37</b>	<b>30</b>	<b>33</b>	<b>31</b>	<b>316</b>			<b>Total</b>	<b>26:45</b>	<b>22:06</b>	<b>26:17</b>	<b>26:11</b>	<b>24:20</b>	<b>25:23</b>	<b>26:00</b>	<b>22:38</b>	<b>22:19</b>	<b>03:41:59</b>	100,00%			
<b>Categoria temática</b>	<b>Ep01</b>	<b>Ep02</b>	<b>Ep03</b>	<b>Ep04</b>	<b>Ep05</b>	<b>Ep06</b>	<b>Ep07</b>	<b>Ep08</b>	<b>Ep09</b>	<b>Total</b>			<b>Categoria temática</b>	<b>Ep01</b>	<b>Ep02</b>	<b>Ep03</b>	<b>Ep04</b>	<b>Ep05</b>	<b>Ep06</b>	<b>Ep07</b>	<b>Ep08</b>	<b>Ep09</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>			
1 Religões e hábitos culturais	2	4	2	4		2	2	2	2	20			1 Religões e hábitos culturais	02:41	02:45	03:01	05:46		01:32	02:13	03:36	02:49	24:23	11,0%			
2 Políticos e eleições	4		1	4				1	1	1	12		2 Políticos e eleições	03:24		02:52	02:40				01:06	00:41	00:58	11:41	5,3%		
3 História e contemporâneo	1	1		1	2	4	1	2	1	13			3 História e contemporâneo	00:22	00:46		01:01	02:04	05:13	03:26	01:15	01:14		15:21	6,9%		
4 Produtos e serviços privados	4	5		2	1					16			4 Produtos e serviços privados	02:57	04:13		01:05	00:18			01:53				10:26	4,7%	
5 Polícia e serviços públicos	1	3	2		3	3	3	1	1	17			5 Polícia e serviços públicos	03:03	04:10	05:28		04:44	05:52	05:58	03:21	02:25	35:01	15,8%			
6 Idosos e outros estereótipos	1	3	4	5	7	2		4	1	27			6 Idosos e outros estereótipos	02:05	02:00	03:05	03:44	06:35	00:28		05:24	00:39	24:00	10,8%			
7 Redução da maioria penal	1	1	1		1	1	1	1	1	7			7 Redução da maioria penal	02:28	03:47	04:56		03:58	02:15	04:42				04:34	26,40	12,0%	
8 Artistas e personagens	1		4	1	1	4				11			8 Artistas e personagens	00:21		01:46	00:35	01:06	03:46						07:34	3,4%	
9 Televisão e telespectadores	19	13	15	17	16	12	9	10	17	128			9 Televisão e telespectadores	07:34	03:22	04:31	06:24	03:16	02:53	02:17	03:52	07:42	41:51	18,9%			
10 Outros	6	4	2	6	9	9	9	13	7	65			10 Outros	01:50	01:03	00:38	04:56	02:19	03:24	04:25	04:29	01:58		25:02	11,3%		
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>34</b>	<b>31</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>37</b>	<b>30</b>	<b>33</b>	<b>31</b>	<b>316</b>			<b>Total</b>	<b>26:45</b>	<b>22:06</b>	<b>26:17</b>	<b>26:11</b>										





### Anexo 3 – Frames capturados

(Vários dos esquetes cujo *frames* capturamos estão disponíveis livremente no site Globo Play).

#### Jardim Urgente



#### Militante



#### Crentes



Emissoras de rádio e as emissoras bloqueadas que transmitem esporte e conteúdo adulto



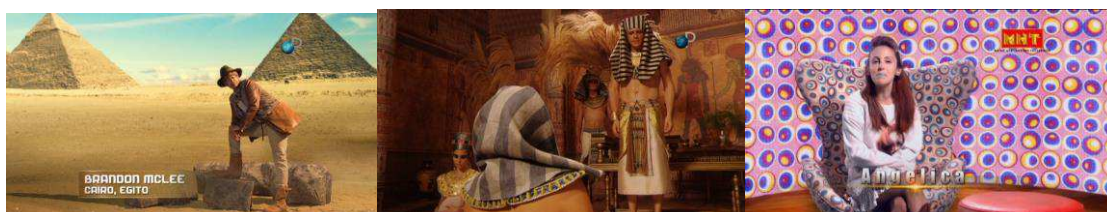
*Encontrão com Fátima Bernardes e Tenente Pitombo Entrevista*



Vinheta de fim de ano



Brandon McLee e Arquivo Musical



Polícia Brasileira, Doutor SUS e Sexy Indecisa



### Mesa Branca Redonda, Santa Ceia Redonda e Távola Redonda



### Pesca Fatal e Pesca Submarina Fatal



### Balada Vip



### Paródias do Fantástico



### Galinha Preta Pintadinha, Qualquer Bank e Porranca



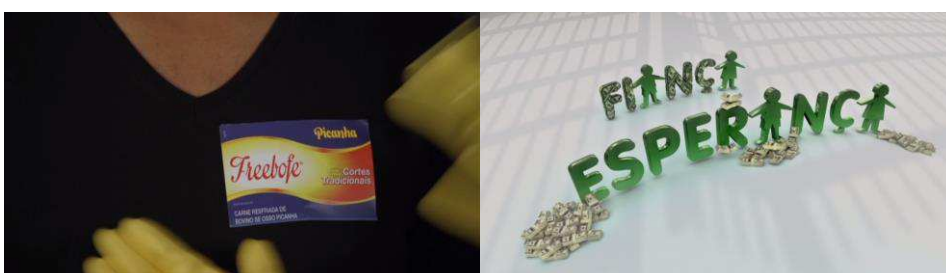
## SinaGoogle e Faceburca



## Muito Boa Nova, Dança do Messias e Jesus pedindo pizza



## Freebofe e Fiança Esperança



## Suplementos e Boneca Vaidosinha



## Paródias de propagandas de filmes

