

HAHAHA?

A fusão entre jornalismo e humor quer conquistar a audiência, custe o que custar

Por Bruno Laforé,
José Coutinho Júnior
e Nathália Barbosa *

“Deputado, o senhor acredita no que o senhor diz?”. “Como é o Paulo Maluf por dentro?”. Essas perguntas foram feitas por um repórter jovem, vestido formalmente, usando óculos e que é conhecido por conduzir suas entrevistas de forma ousada e descontraída. Os entrevistados, muitas vezes abordados com perguntas “cretinas”, não sabem como reagir e acabam tornando a situação engraçada.

Pode parecer uma descrição para um dos atuais repórteres do programa *Custe O Que Custar*, o CQC, exibido na Rede Bandeirantes. Não é mera coincidência, pois essas perguntas foram feitas há cerca de 30 anos por Ernesto Varela, “o repórter de mentira que fazia perguntas inesperadas para personagens da história de verdade”, interpretado por Marcelo Tas, atual apresentador do CQC. Nota-se, portanto, que o uso de jornalismo com humor, é uma fórmula antiga, que deu muito certo.

Essa fusão de gêneros não é exclusiva da televisão: os veículos impressos adotaram essa linguagem há muito tempo. No Brasil, o período no qual o humor foi utilizado de forma mais expressiva na imprensa foi a Ditadura Militar.

Durante a Ditadura, a maioria da imprensa apoiava o regime ou era censurada por este. Isso deu vazão ao surgimento de diversos veículos alternativos de comunicação, nos quais era permitido sair do marasmo vivido pela imprensa tradicional e criticar o governo militar. “Já que vão mesmo chamar o jornal de pasquim, que ele então se chame *O Pasquim*”. Com essa frase, o cartunista Jaguar batizou o jornal alternativo de maior sucesso do país, que chegou a atingir a marca de 200 mil exemplares semanais na década de 70.

O reconhecimento de *O Pasquim* está ligado diretamente à fusão entre jornalismo e humor contida em suas páginas. Apresentava textos escritos de forma irônica e coloquial, muitas charges, quadrinhos e imagens que deram ao jornal um caráter crítico e ousado, que foi imitado por grande parte da imprensa alternativa da época. O próprio nome do jornal era uma brincadeira: “pasquim” significa publicação sem qualificação, jornaleco.

O sucesso de Ernesto Varela e *O Pasquim* devem ser compreendidos tanto pela linguagem e conteúdo crítico de cada um como pela conjuntura política da época, que contribuiu muito para isso. “Naquela época, havia um inimigo em comum claro: a Ditadura Militar. Além disso, essa forma de entrevista nunca tinha sido feita; por isso, o Ernesto Varela era considerado ‘subversivo’, ‘revolucionário’.”, diz o professor de vídeo-jornalismo da PUC-SP, Renato Levi. O jornalismo bem humorado caiu no gosto popular quando a política brasileira começou a dar sinais do fim da dita-



Murilo Uchôa

Integrantes do CQC

dura impostas pelos militares. No contexto da época em questão, esse jornalismo, irônico e ousado, era algo subversivo. Suas palavras correspondiam àquilo que o povo gostaria de dizer sobre – ou para – as autoridades.

Atualmente, a situação se inverteu. O CQC, por exemplo, fala aquilo que determinadas parcelas da sociedade querem ouvir. Rafael Cortez, repórter do programa, confirma isso através de sua experiência nas ruas: “Os integrantes do CQC são super conhecidos e queridos entre os universitários. Mas uma vez eu fui gravar em Heliópolis e ninguém conhecia o programa. Não há nenhum tipo de preconceito nessa fala, há uma constatação: nosso tipo de humor atinge as classes A e B”.

Em relação a essa aproximação do humorístico com a sociedade, Bruno Hoffmann, que escreve para a revista *Almanaque Brasil*, tem uma opinião crítica: “O sucesso do CQC é se parecer demais com o seu público. Eles se tornaram uma espécie de justiceiros daquele povo despolitizado, mas que adora falar mal de políticos. Dessa gente que ignorou José Sarney durante décadas, seus desmandos no Maranhão, mas que agora decidiram que ele é o grande vilão do Brasil por causa da imprensa. Os ‘CQCs’ são os super-heróis da classe média e do senso comum. Justamente porque, para essa classe média e senso comum, eles têm coragem de falar coisas verdadeiras na cara dos políticos.”

No caso específico do *Custe o Que Custar*, produzido pela produtora *Cuatro Cabezas*, a fórmula é originária da Argentina. O formato veio

para o Brasil utilizando-se da vinheta “Seu resumo semanal de notícias”, bem aplicada ao programa argentino, mas que não corresponde ao resultado adaptado para o público brasileiro. Aqui, foram selecionados integrantes jovens, sem visibilidade na mídia até então, porém “todos com características fortes: um é mais atirado, outro é mais louco. Foi uma inovação impessoal”, como explica Rafael Cortez, atribuindo os créditos aos diretores do programa.

Rafinha Bastos, Felipe Andreoli e o próprio Cortez são os únicos jornalistas formados da equipe que trabalha frente às câmeras, mas não exercem a profissão da maneira convencional, durante a gravação dos quadros do humorístico. “No CQC, eu sou 100% um personagem, ou melhor, sou o estereótipo das minhas características reais”, afirma Cortez. Mais do que repórteres ousados, como era Ernesto Varela, os “CQCs” têm um quê de palhaços.

Afinal, o CQC é um programa jornalístico que faz uso do humor ou uma atração humorística que se baseia no jornalismo? Nesse ponto, as opiniões são controversas. O professor do Departamento de Jornalismo da PUC-SP, Silvio Mieli, é bastante crítico nesse ponto: “Eu me recuso a catalogar esses programas como jornalísticos. Os repórteres são atores, são artistas, com uma pitada jornalística, alguns com formação em jornalismo, mas eles mesmos se acham grandes atores”, diz. Bruno Hoffmann, jornalista da *Almanaque Brasil*, é menos radical e fala que o CQC “é mais humorístico que jornalístico, claro, mas uma coisa

“**O SUCESSO DO CQC É SE PARECER DEMAIS COM O SEU PÚBLICO. ELES SE TORNARAM UMA ESPÉCIE DE JUSTICEIROS DAQUELE POVO DESPOLITIZADO, MAS QUE ADORA FALAR MAL DE POLÍTICOS**”

(BRUNO HOFFMANN, JORNALISTA)

não exclui a outra. Não se pode colocar o jornalismo num nível inatingível, no qual outras formas de comunicação não podem conviver. O problema, como eu disse, é o deboche acima da informação. O CQC se propõe a fazer jornalismo com humor. Até conseguem, mas mal feito.”

Sobre o assunto, Rafael Cortez explica que “Inicialmente, a gente (CQC) ia ser mesmo ‘um resumo semanal de notícias’, mas esbarrávamos num problema: a audiência pede coisas mais acessíveis, mais populares. Aprendemos que no nosso país não dá para fazer só jornalismo político, como gostaríamos. Na verdade, temos que questionar o que nosso público quer ver noticiado: seus ídolos e um pouco sobre Brasília.”

Cortez ainda afirma que “O CQC da Argentina é, sem dúvida nenhuma, mais politizado. Ou melhor, o público argentino é mais politizado que o brasileiro”. Segundo ele, o programa de menos audiência da história do humorístico – ou jornalístico – brasileiro foi exibido durante as campanhas para as eleições presidenciais, em 2010. Nessa edição, a grande maioria das matérias que foram ao ar falava sobre a política nacional, o que parece ter desagradado ao público fiel da atração.

Custe o que custar? – É possível, com a imprensa que temos hoje, misturar humor e jornalismo de forma a tornar o conteúdo jornalístico

melhor, mais crítico, ou o jornalismo serve de base apenas para o espetáculo humorístico? Para Bruno Hoffmann, “O jornalismo menos sisudo muitas vezes é mais informativo. O humor aproxima pessoas de assuntos que, inicialmente, não a interessariam. O que não se pode partir é pro deboche barato.” Rafael Cortez concorda, ao dizer que “uma boa piada pode desarmar o entrevistado e fazer com que ele diga coisas que geralmente não diria. Foi no CQC que o Romário disse pela primeira vez que ia se aposentar e que Ciro Gomes se declarou como presidenciável; ambas as entrevistas começaram na base da piada”.

Bruno Hoffman discorda de que o CQC utilize o humor de forma competente: “O Ernesto Varela era menos consequente. Era um humor mais ingênuo e mais transgressor, já que não se tinha feito nada parecido até então. Já o CQC, não. É mais elaborado para deixar o entrevistado numa forma humilhada. O quadro ‘Proteste Já’ é uma das maiores imbecilidades da tevê. Parte de uma premissa correta – algum problema que há na cidade – para humilhar o entrevistado, com perguntas sempre acompanhadas de piadas do mais humilhante deboche. As imagens das pessoas não podem ser enxovalhadas dessa maneira. Pelo menos não em países democráticos. O que o CQC faz semanalmente é agredir a honra de um monte de gente”.

Cortez afirma que essa discussão está presente a todo o momento na produção do programa. “É difícil mesmo definir os limites entre jornalismo e humor. O humor tenta depreciar o trabalho de uma equipe de jornalismo. Às vezes, através do humor você pode perder a entrevista completamente e jogar no lixo um negócio que tinha tudo pra ser incrível para o telespectador. Mas como você é humorista, você tem que fazer piada. O CQC está dando liberdade pra gente fazer matérias que não são engraçadas ou que procuram não ter mais aquela essência cômica. O CQC tende a buscar uma seriedade quando precisa, mas em alguns casos não dá. Não vi nenhuma matéria no programa, até hoje, que se encaixe só no jornalismo ou que fique só no humor. Sempre vejo um equilíbrio de uma coisa com a outra”.

Há divergências de opiniões em relação ao que se tornou a versão brasileira do *Caiga Quien Caiga*, exibido desde 1995 pelos “hermanos”. Para Bruno Hoffmann, usar uma forma estrangeira de humor nem chega a ser uma negação do formato tipicamente brasileiro, pois, em sua opinião, “não existe sequer jornalismo com identidade brasileira, ao menos na grande imprensa. É besteira cobrar um humor com identidade brasileira. O estilo do CQC é ocidental. Não acho ‘antibrasileiro’ o estilo deles, a identidade brasileira está nos personagens abordados.” Já Silvio Mieli acredita que “esse modelo argentino é pré-fabricado e faz sucesso porque existe um rebaixamento cultural muito grande no nosso país. O CQC é um programa que não dá espaço para o improvisado, para o deboche tipicamente brasileiro. É tudo ensaiado e programado, é um tipo de humor controlado.”

Por outro lado, há a questão do humor que, no Brasil, sempre se apresentou de forma mais caricata, debochada, chegando a ser, até mesmo, pastelão. Rafael Cortez acredita que ainda há espaço para esse tipo de humor na programação da televisão brasileira, embora o público alvo dessas duas vertentes do mesmo gênero seja diferente. “As classes C e D gostam de um ‘Zorra Total’, por exemplo. É importante que ele exista.”

Outro ponto importante relacionado à repercussão do programa é que seus integrantes viraram grandes formadores de opinião na mídia. Bruno Hoffmann considera isso preocupante: “É revoltante o poder que essa gente tem sobre a cabeça do povo, são assunto de discussão em mesa de bar e no trabalho. O que dizem vira verdade absoluta. Lembra-se quando falavam ‘Li na Veja’? Então, agora isso é até piada. Mas atualmente esse papel cabe ao CQC. O programa é quase uma edição da *Veja* repaginada para a tevê. A linha editorial deles não tem nada de muito diferente da mídia mais conservadora e preconceituosa do Brasil. Só que agora faz com repórteres jovens, engraçados e descolados. O que é muito mais perigoso.”

“**O CQC DA ARGENTINA É, SEM DÚVIDA NENHUMA, MAIS POLITIZADO. OU MELHOR, O PÚBLICO ARGENTINO É MAIS POLITIZADO QUE O BRASILEIRO**”

(RAFAEL CORTEZ)

Os contratados da atração da Band aumentaram mais a influência que exercem sobre os telespectadores, pois se tornaram celebridades. Rafinha Bastos, por exemplo, recebeu destaque em três revistas somente no mês de maio e foi apontado como a pessoa mais influente do *Twitter*. Além disso, os apresentadores do programa fazem shows de *stand-up comedy*, dão palestras e participam de outros programas, como *A Liga*, também da Band. Mieli acredita que “para eles [CQCs], tudo é show: está claro para mim que os apresentadores desses programas querem aparecer, querem ganhar dinheiro paralelamente e, para isso, vale tudo.”

Em contraponto, Cortez afirma que o sucesso atrapalha durante as gravações de reportagens para o programa: “muitas pessoas interferem nas gravações e os próprios entrevistados, às vezes, falam com a gente apenas pra comentar algum episódio da edição passada. Os CQCs da Argentina, também pela cultura de não idolatrar ninguém que eles têm lá, têm mais pé no chão.”

*colaboradora: Rute Pina



Murilo Uchôa

Rafael Cortez, em entrevista, reflete sobre a mistura de jornalismo e humor