

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS  
CENTRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

LEONARDO DE OLIVEIRA SAMPAIO

***Casseta & Planeta Urgente!:***  
**do pastiche à carnavalização da televisão**

Dissertação de Mestrado

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Suzana Kilpp

SÃO LEOPOLDO  
2006

LEONARDO DE OLIVEIRA SAMPAIO

***Casseta & Planeta Urgente!:***  
**do pastiche à carnavalização da televisão**

Dissertação de mestrado apresentada à  
Universidade do Vale do Rio dos Sinos,  
UNISINOS, como requisito para obtenção do  
título de Mestre em Ciências da Comunicação.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Suzana Kilpp

SÃO LEOPOLDO  
2006

*A minha mãe, por sempre  
acreditar em mim.*

*Se amordaçarem meus pensamentos, eu grito.*  
*Se sufocarem meu grito, eu xingo.*  
*Se algemarem minhas idéias,*  
*Eu insisto e resisto.*  
*Se retornarem o canhão,*  
*Falo de flores.*  
*Se me alvejarem com mísseis,*  
*Eu canto os amores.*  
*Se dilacerarem minha inspiração,*  
*Eu liberto minha inspiração,*  
*Eu liberto para o mundo minha emoção.*  
*Se cortarem minha cabeça, eu me calo talvez,*  
*Mas sei que deixarei algo para outros que virão!*

(Autor desconhecido)

## **AGRADECIMENTOS e DEDICATÓRIA**

A minha mãe, Dora, e meu pai, Eduardo, pelo apoio e determinação.

Aos meus avós Júlio e Dorinha.

Aos meus irmãos Eduardo e Leandro.

Aos meus tios Júlio, Lucenilde, Marenilce, Sandra e Carmem.

Aos meus primos Victor, Elaine, Samira, Gihanny, Talisson e Alisson.

Aos amigos professores da UFMA, Prof. Silvano Alves Bezerra da Silva, Esther Marques, Zefinha Bem Te Vi, Werton Araújo e Francisco Gonçalves.

Aos meus amigos desde o colegial: André Stocco, Edelson Filho, Benedito Alexande, Roberto Neves e Mauro Franco.

A minha namorada Sandra Oliveira, pelo carinho, dedicação e incentivo.

À Família Oliveira, que me acolheu no Rio Grande do Sul.

Aos demais colegas do Mestrado da Unisinos.

À professora Suzana Kilpp pela disponibilidade e pela orientação deste trabalho.

Ao professor Fernando Andacht.

Aos colegas do Colégio Marista Pio XII de Novo Hamburgo, pelo apoio.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>1. ENQUADRES E CARNAVALIZAÇÃO:</b> referências teórico-metodológicas para a análise do <i>Casseta &amp; Planeta Urgente</i> .....	14
1.1. A carnavalização bakhtiniana e o <i>C&amp;PU</i> .....	14
1.2. Os enquadres de Goffman e o <i>C&amp;PU</i> .....	18
1.2.1. Pastiche e croni-comédia como enquadres do <i>C&amp;PU</i> .....	23
1.2.1.1. O pastiche televisual .....	25
1.2.1.2. A crônica .....	29
1.2.1.3. A croni-comédia .....	31
1.2.2. Da agenda ao reagendamento do <i>C&amp;PU</i> : reenquadres .....	31
<b>2. A TELEVISÃO DA REDE GLOBO</b> .....	38
2.1. Da TV Globo à Central Globo de Produção .....	38
2.2. Os programas de humor e a linguagem de Arraes .....	41
2.3. A programação da Rede Globo .....	44
2.4. O Padrão Globo de Qualidade .....	46
2.5. O programa <i>C&amp;PU</i> na programação da Rede Globo .....	49
<b>3. O MAPA DO PASTICHE</b> .....	56
3.1. O pastiche da programação em fluxo .....	59
3.2. O pastiche de programas da emissora .....	66
3.2.1. O pastiche do acontecimento jornalístico .....	67
3.2.2. O pastiche de novelas e séries.....	72
3.2.3. O pastiche da publicidade e do <i>merchandising</i> .....	76
3.3. O pastiche de promos e vinhetas de programas de emissora .....	78
3.4. O pastiche de personas e personagens da programação da emissora .....	81
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	93

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... 97**

## LISTA DE FIGURAS

<b>FIGURA 1</b> – Fluxograma de programação da Rede Globo de Televisão .....	44
<b>FIGURA 2</b> – <i>Frames</i> de quadro do <i>C&amp;PU</i> sobre a programação em fluxo .....	63
<b>FIGURA 3</b> – <i>Frames</i> de <i>Amerréca</i> – “novela” <i>C&amp;PU</i> .....	72
<b>FIGURA 4</b> – <i>Frames</i> de <i>América</i> – novela da TV Globo .....	74

## LISTA DE TABELAS

<b>TABELA 1.</b> Estruturação dos programas <i>Casseta &amp; Planeta Urgente!</i> de 2/8/2005 a 23/8/2005 .....	59
<b>TABELA 2.</b> Comparação entre abordagem do <i>Jornal Nacional</i> e “Plantão” do <i>Casseta &amp; Planeta Urgente</i> .....	71
<b>TABELA 3.</b> Personagens e personas da Rede Globo que passam por pastiche no <i>Casseta &amp; Planeta Urgente</i> .....	82
<b>TABELA 4.</b> Pastiche de personagens e personas da Rede Globo no <i>Casseta &amp; Planeta Urgente</i> .....	84

## RESUMO

O humor do programa *Casseta & Planeta Urgente* e a televisão (em especial, a Rede Globo) são objetos deste trabalho, cujo objetivo é entender como a natureza, a estrutura e o gênero do programa, que realiza uma crônica semanal da mídia, podem revelar algo a mais sobre a TV. O trabalho analisa o programa como uma re(a)apresentação, na forma de pastiche (uma imitação), dos principais acontecimentos da agenda midiática da semana, em tom humorístico. Trata-se, assim, de um programa que, pelo recurso da metalinguagem, faz interessantes enunciações sobre a própria TV Globo. Sugerimos a utilização do conceito de carnavalização de Bakhtin para definir o programa como a Praça da Rede Globo, um território onde, segundo o autor, tudo é permitido.

**Palavras-chave:** *Casseta & Planeta Urgente*. Televisão. Pastiche. Humor. Carnavalização.

## ABSTRACT

The comedy of TV show *Casseta & Planeta Urgente* and television itself (especially Rede Globo) are subjects of this research, which aims to understand how that show's nature, structure and genre may reveal some things about TV. The program is analyzed as a re/presentation, in a pastiche (imitation) manner, of the main facts which compose the media's interest for the week, with a comical approach. It is, therefore, a TV show that makes interesting enunciations about TV Globo itself. We suggest the use of Bakhtin's notion of carnivalization to define this show as the "town square" of Rede Globo, a territory where nothing is forbidden.

**Keywords:** Pastiche. Television. Comedy. *Casseta & Planeta Urgente*. Carnivalization

## INTRODUÇÃO

A relação existente entre o humor do programa *Casseta & Planeta Urgente* e a televisão (em especial, a Rede Globo) é algo que chama nossa atenção desde os tempos da graduação em Comunicação Social na Universidade Federal do Maranhão (UFMA).

A curiosidade foi tanta que resultou no trabalho de conclusão de curso, intitulado “*Casseta & Planeta Urgente: O riso sob a lógica da croni-comédia*”, defendido naquela universidade. Naquele momento, partimos de um objetivo principal: definir qual o gênero do programa. Foi a partir daí que criamos o conceito da *croni-comédia*.

Mas o que significa este conceito? De forma bem superficial, a croni-comédia trabalha o *cronus*, ou seja, a noção da crônica, como relato de fatos do cotidiano ligados à questão da comédia, duas matérias-primas para o programa.

Nossa preocupação era definir a natureza, a composição específica do programa, classificando-o como produto de comunicação e identificando a organização que marca o programa humorístico em si.

Dois anos após concluir a pesquisa citada, partimos para um novo passo: um curso de especialização em jornalismo cultural, promovido pela UFMA, que aconteceu ao longo de oito meses. Foi uma experiência que possibilitou novas descobertas e um retorno à academia, já que as atividades profissionais paralelas em uma assessoria de imprensa não permitiam muito tempo para esse fim.

No final desse curso, por incentivo da coordenadora, Prof<sup>a</sup>. Esther Marques, fizemos a inscrição no Mestrado em Ciências da Comunicação da Unisinos, com um projeto cujo objeto continuava a ser o programa *Casseta & Planeta Urgente*. A intenção do novo trabalho, porém, era definir o que era o programa e a natureza cômica do seu discurso, tendo como base a construção do conceito de croni-comédia a partir da teatralização da vida cotidiana.

O projeto foi proposto à linha de pesquisa Mídias e Processos de Significação, pois volta-se para os dispositivos midiáticos como instâncias produtoras de sentido, mediante o funcionamento de suas estratégias de enunciação.

Sob orientação do Professor Fernando Andacht, já no mestrado, resolvemos estreitar o nosso foco, estudando a relação feita pelo programa humorístico com o jornalismo, de forma bem específica. Focalizaríamos, então, a reconstrução da imagem do presidente Lula feita pelo programa durante o ano de 2003.

Pretendíamos, assim, perceber a representação do presidente Lula, antes e depois de ser eleito. Diante das dificuldades para adquirir junto à emissora os programas de 2003 para análise, posteriormente, com novas orientações, chegamos a uma outra perspectiva: entender a trajetória do programa em reconstruir, se assim podemos dizer, o uso do telejornalismo.

Naquele momento, também deixamos de lado a questão da teatralização e partimos para uma nova linha teórica balizada nos enquadramentos de Erving Goffman. Assim passamos a observar o programa e especialmente os quadros relacionados ao jornalismo e à duplicidade existente entre o cômico e o político.

No início de 2005, sob orientação da professora Suzana Kilpp, realizamos um retorno a nossa proposta inicial, ao estudar o percurso feito pelo programa na sua gênese - desde a busca dos fatos noticiados pela televisão e a própria programação, até o uso desses fatos midiáticos em algo que, inicialmente, chamamos de um reagendamento carregado de humor.

É evidente que nem tudo na televisão pauta o programa *Casseta & Planeta Urgente*. Dentro dessa perspectiva, tratamos o programa como um pastiche da própria televisão, que parte essencialmente da croni-comédia.

Abrimos a nossa proposta definida de pesquisa buscando entender como o programa trabalha a relação de brincar com a própria programação da televisão<sup>1</sup> e os seus usos.

Etimologicamente falando, de acordo com o Dicionário Aurélio, o pastiche vem do francês e quer dizer “reprodução de um quadro”, “obra em que o autor imita o estilo de outro (na área literária)”, “ópera em que o compositor reuniu trechos de música de diferentes obras, trabalhando-as e ajustando-as a um novo esquema”, “rascunho”, “obra teatral ou peça instrumental escrita com a colaboração de diversos compositores”.

Percorrendo esse caminho, no primeiro capítulo, tratamos de trabalhar as referências teóricas e metodológicas para analisar o programa *Casseta & Planeta Urgente*. Esse trajeto aborda alguns conceitos como a carnavalização de Bakhtin, os enquadres de Goffman, e os reenquadres, a croni-comédia e o pastiche televisual. Articulações com autores como François Jost, Suzana Kilpp, Arlindo Machado e Gerard Genette serão necessárias para a compreensão dos conceitos que balizam o trabalho.

No capítulo subsequente, apresentamos a Televisão da Rede Globo, sua programação e o famoso Padrão Globo de Qualidade, chegando até nosso objeto de estudo: o programa *Casseta & Planeta Urgente*, dentro da programação global.

No terceiro capítulo, partimos para a construção do Mapa do Pastiche, observando como o pastiche acontece nos promos e vinhetas, na relação entre as personas e personagens e nos programas da emissora, no qual delimitamos o acontecimento jornalístico, as séries e novelas, a publicidade/*merchandising* e, conseqüentemente, a própria programação da Rede Globo.

---

<sup>1</sup> É importante que fique claro que quando tratamos da televisão enunciada pelos Cassetas estamos nos referindo à Rede Globo de Televisão.

# **1. ENQUADRES E CARNAVALIZAÇÃO: referências teórico-metodológicas para análise do *Casseta & Planeta Urgente!***

## **1.1. A carnavalização bakhtiniana e o *C&PU***

Pensamos trabalhar com Mikhail Bakhtin (1993) por sua definição do riso carnavalesco como o que havia de mais próprio nas manifestações da cultura popular na Idade Média e no Renascimento.

Na Europa destes períodos históricos, as festividades chegavam a durar até três meses por ano. A cultura cômica popular, bem com a arte nela inspirada (sendo a obra de Rabelais o exemplo paradigmático), encontra sua expressão no “realismo grotesco”, no qual predomina a percepção carnavalesca do mundo e o princípio do rebaixamento.

Na Idade Média, segundo o autor, os festejos do carnaval, com todos os atos e ritos cômicos que a ele se ligam, ocupavam um lugar muito importante na vida do homem. Além dos carnavais, que eram acompanhados de atos e procissões complicadas que enchiam as praças e as ruas durante dias inteiros, celebravam-se também a festa dos tolos e a festa do asno. Existia um riso pascal muito especial e livre, consagrado pela tradição.

O riso acompanhava todas as festas e cerimônias da vida cotidiana: os próprios bobos assistiam sempre às funções do cerimonial sério, parodiando seus atos com a proclamação dos nomes dos vencedores de torneios, cerimônias de entrega do direito de vassalagem, iniciação

dos novos cavaleiros etc. Ou seja, nenhuma cerimônia, nem mesmo a coroação de rainhas e reis, se realizava sem a intervenção dos elementos cômicos.

Dentro do processo da carnavalização, um dos elementos importantes é a posição da praça. A amplitude e a importância desses espaços, na Idade Média e no Renascimento, era considerável, e neles havia uma infinidade de formas e manifestações do riso que se opunham à cultura oficial, ao tom sério, religioso e feudal da época.

Dentro de sua diversidade, essas formas e manifestações – as festas carnavalescas, os ritos e cultos cômicos especiais, os bufões e tolos, gigantes, anões e monstros, palhaços de diversos estilos e categorias, a literatura paródica, vasta e multiforme – possuem, no entanto, uma unidade de estilo e constituem partes e parcelas da cultura cômica popular, principalmente da cultura carnavalesca, una e indivisível.

As múltiplas manifestações dessa cultura podem subdividir-se em três categorias: (1) as formas dos ritos e espetáculos (festejos carnavalescos, obras cômicas representadas em praças públicas); (2) obras cômicas verbais (inclusive as paródias) de diversa natureza: orais e escritas, em latim ou em língua vulgar; (3) diversas formas e gêneros do vocabulário familiar e grosseiro (insultos, juramentos).

Ainda segundo Bakhtin (1993), essas três categorias que, na sua heterogeneidade, refletem um mesmo aspecto cômico do mundo, estão estreitamente inter-relacionadas. Combinam-se de diferentes maneiras, para criar um segundo mundo e uma segunda vida, nos quais os homens se colocavam totalmente diferentes: o caráter deliberadamente não-oficial das ações e manifestações estruturava-se segundo “regras” próprias, ou “desregradas” na perspectiva da Igreja e do Estado, que, no mais do tempo, estabeleciam e controlavam o regramento social.

Por seu caráter concreto e sensível e graças a um poderoso elemento de jogo, essas manifestações culturais estavam mais relacionadas às formas artísticas e animadas por imagens, ou seja, às formas do espetáculo teatral. É verdade que as formas do espetáculo teatral na Idade Média se aproximavam na essência dos carnavais populares, dos quais constituíam, até certo ponto, uma parte. No entanto, o núcleo dessa cultura, o carnaval, não é, de maneira nenhuma, a forma puramente artística do espetáculo teatral e, de certa forma, não entra no domínio da arte. Ele se situa nas fronteiras entre a arte e a vida. Na realidade, é a própria vida apresentada com os elementos característicos da representação, pois “o carnaval

ignora toda distinção entre atores e espectadores, o palco, mesmo na sua forma embrionária. Os espectadores não assistem ao carnaval, eles o vivem, uma vez que o carnaval, pela sua própria natureza, existe para todo o povo” (BAKHTIN, 1993, p. 18).

Ao contrário da festa oficial, o carnaval era o triunfo de uma espécie de liberação temporária da verdade dominante e do regime vigente, de abolição provisória de todas as relações hierárquicas, privilégios, regras e tabus.

Ao longo de séculos de evolução, o carnaval da Idade Média foi preparado pelos ritos cômicos anteriores, de milhares de anos de idade, e originou uma linguagem própria de grande riqueza, capaz de expressar as formas e símbolos do carnaval e de transmitir a percepção carnavalesca do mundo, peculiar, porém complexa, do povo. Essa visão, oposta a toda idéia de acabamento e perfeição, a toda pretensão de imutabilidade e eternidade, necessitava manifestar-se através de formas de expressão dinâmicas e mutáveis (protéicas), flutuantes e ativas. Por isso, todas as formas e símbolos da linguagem carnavalesca estão impregnados da alternância e da renovação, da consciência da alegre relatividade das verdades e autoridades no poder.

O carnaval caracteriza-se principalmente pela lógica original das coisas “ao avesso”, “ao contrário”, das permutações constantes do alto e do baixo, da face e do traseiro, e pelas diversas formas de paródias, travestis, degradações, profanações, coroamentos e destronamentos bufões.

O carnaval nas praças públicas e a abolição provisória das diferenças e barreiras hierárquicas entre as pessoas, com a eliminação de certas regras e tabus vigentes na vida cotidiana, criavam um tipo de comunicação ao mesmo tempo ideal e real entre as pessoas, impossível de estabelecer na vida ordinária.

A máscara, outro elemento importante nesse processo, traduzia a alegria das alternâncias e das reencarnações, a alegre relatividade, a alegre negação da identidade e do sentido único, a negação da coincidência estúpida. Por isso,

a máscara é a expressão das transferências, das metamorfoses, das violações das fronteiras naturais, da ridicularização, dos apelidos, encarna o princípio de jogo da vida, está baseada numa peculiar inter-relação da realidade e da imagem, característica das formas mais antigas dos ritos e espetáculos. (BAKHTIN, 1993, p.122)

O complexo simbolismo das máscaras é inesgotável. Basta lembrar que manifestações como a paródia, a caricatura, a careta, as contorções e as “macaquices” são derivadas da máscara. É na máscara que se revela com clareza a essência profunda do grotesco.

Dentro desse contexto, a praça pública era o ponto de convergência de tudo que não era oficial; de certa forma, ela gozava de um direito de “exterritorialidade” no mundo da ordem e da ideologia oficiais; ali, o povo tinha sempre a última palavra.

As leis, proibições e restrições, que determinam o sistema e a ordem da vida comum, isto é, extra-carnavalesca, eram revogadas durante o carnaval. Por isso, esse evento marca-se por

tudo o que é determinado pela desigualdade social hierárquica e por qualquer outra espécie de desigualdade (inclusive a etária) entre os homens. [...] Os homens, separados na vida por intransponíveis barreiras hierárquicas, entram em livre contato familiar na praça pública carnavalesca. (BAKHTIN, 1993, p.123)

Bakhtin estudou os modos como esse fenômeno foi expresso em termos de uma linguagem carnavalesca, responsável pela organização daquilo que chamou de “carnavalização da literatura”: “O carnaval criou toda uma linguagem de formas concreto-sensoriais simbólicas, entre grandes e complexas ações de massas e gestos carnavalescos” (BAKHTIN, 1993, p.122).

Nessa literatura, incorporando o papel de personagem ficcional, o narrador adquire mais liberdade para transgredir a ordem institucionalizada. No entanto, não se trata apenas de intertextualidade, mas de carnavalização, segundo a teoria bakhtiniana, pois, surge “um mundo às avessas”, na tentativa de extrair as verdades dos fatos através de um jogo entre aparência e essência, verdade e impressão.

Os estudos de Bakhtin sobre a história dos gêneros demonstram a enorme influência da percepção carnavalesca do mundo na literatura através dos séculos. Ao se organizar a partir dos gêneros menores e populares, ao contrário dos gêneros clássicos, a literatura carnavalesca oferece uma visão de mundo às avessas, visão em que a linguagem e a estrutura

da obra artística exprimem uma complexidade simbólica e formal na percepção de um mundo invertido.

Dentro dos conceitos de Bakhtin, limitar-nos-emos a trabalhar a questão da carnavalização, observando a relação entre o uso de personalidades midiáticas feita pelo programa *Casseta & Planeta Urgente* – sejam atores, políticos, figuras públicas – e o papel da praça, que, dentro da nossa pesquisa, pode ser muito bem transferido para a TV. Assim, poderíamos imaginar, como estamos propondo e problematizando, que o *Casseta & Planeta Urgente* seja uma espécie de praça no interior da programação da TV Globo, um território autorizado pela emissora, num tempo definido e limitado, para que ali se carnavalizem os mundos televisivos como eles se enquadram na TV, na maioria das vezes.

Segundo Kilpp (2003), há nos Cassetas uma reiterada carnavalização – entendida aí como um ritual de inversão, nos termos de Roberto da Matta (1981) – da seriedade do Brasil-Mundo comunicado, ou mais especificamente, do Brasil-Mundo Televisivo. Assim,

isso significa dizer que tudo é relativizado, inclusive a molduração. Portanto, uma das conseqüências imediatas é a do desmanchamento dos sentidos éticos originais, uma equalização dos sentidos assimétricos originais, o evanescimento das referências primeiras. (KILPP, 2003, p.151).

Efetivamente, constatamos que o programa *C&PU* possui uma forma semântica e um estilo diferenciado, com peculiaridades que o fazem um gênero essencialmente humorístico diferente do habitual existente da televisão brasileira. De que forma se percebe essa diferenciação? Seria pelo simples fato de trabalhar o que diz ser “jornalismo de mentira, humor de verdade”. Seria por causa do reagendamento do acontecimento midiático? Ou seria ainda por instituir-se como a praça carnavalesca da Rede Globo?

## **1.2. Os enquadres de Goffman e o *C&PU***

Partimos do trabalho de Erving Goffman relativo aos processos de significação. Interessou-nos em particular sua concepção de *frames*, ou seja, a análise dos quadros simbólicos que são constituídos “pelos princípios da organização que governam os

acontecimentos” – pelo menos os sociais – e o envolvimento subjetivo dos sujeitos nos mesmos.

Goffman (citado por GASTALDO, 2004), considera a análise do *frame* essencial para entender a organização e a significação da experiência. Enquanto molduras interacionais, os *frames* podem ser informais (por exemplo, conversas espontâneas) ou institucionais (por exemplo, uma consulta médica). As interações informais são mais frouxas e as formais mais rígidas, em termos dos papéis sociais constituintes. Entretanto, não constituem uma dicotomia, mas sim um contínuo.

A noção de moldura é essencial para a construção do sentido, pois se considera: a situação, o enfoque ou a perspectiva sobre a cena e a multiplicidade de planos comunicativos concorrentes, sabendo-se que a comunicação requer estar transitando entre domínios conceituais, os quais são montados a partir dos dados do cotidiano e das determinações contextuais locais. Isso ocorre,

pois a qualquer relação humana é básica a experiência de vulnerabilidade de cada parceiro frente à sua recepção pelo outro: É fácil reconhecer que a expressão dos sentimentos de alguém quanto a outrem é vulnerável a todas as dúvidas e suspeitas e despropósitos a que estão sujeitos os acontecimentos isolados e separados. (GOFFMAN, 1974, p. 457)

Para Goffman, os *frames* têm a finalidade de apresentar aos parceiros de cada ato de comunicação um espaço adequado, um corpo de convenções existente por si mesmo, aparentemente objetivo e inelutável – na verdade, automaticamente interpretável, o que permite aos interlocutores regularem suas idas e vindas verbais.

As representações são essas múltiplas molduras em que nos encaixamos sem nos determos, a maioria das quais aprendemos pelo simples comércio com os outros membros de nosso grupo. A diferença, por conseguinte, entre o teatro anônimo cujo palco é o mundo e a sala de espetáculos é que, no primeiro, representamos sem saber, e, no segundo, não sabemos o que representamos.

Goffman tinha seu interesse de pesquisa voltado para o que chamava de “a segunda transformação”, em que o *keying*<sup>2</sup> consiste no procedimento pelo qual um agente realiza um conjunto de ações sobre as molduras. Do ponto de vista da moldura (*primary frame*), teria um significado que, entretanto, na segunda aí não se aplica. A modalidade mais comum de transposição é dada pela informação “isso é brincadeira” (“*this is play*”), nem sempre verbalmente enunciada. Recurso básico de flexibilização positiva de um *primary frame*, o jogo, contudo, preexiste à feitura humana dos *frames*. Por isso,

segue-se daí que a moldura do jogo (*the play frame*), usado, como aqui o fazemos, como princípio explicativo, implica uma combinação especial de processos primário e secundário. (GOFFMAN, 1974, p. 10)

As pistas de contextualização, como os recursos lingüísticos e paralingüísticos empregados pelos participantes ao longo do programa *C&PU*, sinalizam as pressuposições contextuais (tipo de inferência ativada pelo uso de determinadas expressões lingüísticas, sensíveis ao contexto) e operam mudanças de enquadres e alinhamentos, sendo imprescindíveis, portanto, para definir e negociar “o que está acontecendo aqui e agora”, como diz Goffman.

Em nossa pesquisa, procuramos identificar os principais enquadres e alinhamentos praticados no programa pelos humoristas em função da “posição”, “papel” ou “*status* de participação” que eles assumem diante de certa elocução, para defender seus pontos de vista em relação ao fato midiaticizado. Recorremos à teoria social de Goffman para explicar o que vem a ser enquadre, alinhamento e mudança de alinhamento, bem como as posições ou “*status* de participação” que os participantes podem assumir diante de certa elocução em uma dada situação social (animador, autor, figura e principal ou responsável) e, dessa forma, operar significativamente uma mudança dos enquadres.

O trabalho de Goffman (1974) enfatiza que a experiência social ou interação social é organizada por *frames* ou “enquadres interativos de interpretação”, definidos como sendo “princípios organizacionais e interacionais através dos quais as situações são definidas e sustentadas como experiências”. (GASTALDO, 2004, p.111)

---

<sup>2</sup> De acordo com Goffman, “*Keiying*” são chaves para entender essas molduras.

Goffman também observa que existem pistas lingüísticas que indicam mudança de alinhamento e que constituem a “base estrutural” para se analisar a fala em interação social. Tanto é que foi possível constatar, conforme observou o autor, como falantes e ouvintes têm papéis ativos no processo de interpretação e de construção dos significados na interação social. Para Goffman, dentro dessa interação, existem os quadros simbólicos, que organizam tiras do mundo cotidiano (ou de qualquer outra das realidades múltiplas). Nesse sentido, “‘a tira’ é como uma fatia ou um corte arbitrário na corrente das atividades em curso” (GOFFMAN, 1974, p. 12).

É importante destacar as contribuições do termo *frame* (em português: quadro ou moldura) originalmente proposto por Gregory Bateson no artigo “*A Theory of Play and Fantasy*”, de 1955, incluído na coletânea “*Steps to an Ecology of Mind*”, de 1972. No uso feito por Erving Goffman, o termo “enquadre” refere-se aos princípios básicos de organização social da experiência de uma situação social, que regulam definições dessas situações sociais e o envolvimento dos atores com elas. Em outros termos, as premissas que sustentam a definição social de uma atividade, tanto na própria atividade quanto no alinhamento mental dos participantes, constituem o enquadre.

O termo é necessariamente aberto a reespecificações, mas podem ser citadas como exemplos de “enquadramento” uma cerimônia de casamento, uma sessão de cinema, uma conversa casual ou uma peça de teatro. Em todos esses casos, parênteses sociais separam a atividade “dentro do quadro” da atividade “fora do quadro”, como saudações e despedidas, inícios e finais ritualizados e assim por diante. Dentro dos limites do enquadre, a interação em curso alinha e define a conduta esperada dos participantes, uma noção que pode ser aproximada da de campo finito de significação, proposta por Schutz (1962) e retomada por Berger e Luckmann (1985).

Assim, Goffman pode pensar teoricamente: “inclusive o próprio teatro, afirmando não sem certa ironia que o mundo todo é um palco – certamente o próprio teatro não o é inteiramente” (GOFFMAN, 1974, p.35).

Na introdução do livro “*Frame Analysis*”, de acordo com Gastaldo (2004), após uma série de perguntas que problematizam o que sempre pareceu evidente e dado, quando o leitor está a ponto de perder o fio da meada com a inusitada metalinguagem usada, Goffman subitamente volta à introdução. É disso que trata a “análise de *frames*”. Ou seja, Goffman

aborda exatamente o cotidiano, os rituais e as interpretações, fazendo de forma irônica o uso da metalinguagem. Por essa razão, Gastaldo (2004) registra:

Neste livro, Goffman parte para uma busca dos aspectos estruturantes e normalmente questionados da vida cotidiana. Ele inicia seu estudo buscando isolar alguns esquemas interpretativos básicos na sociedade, que ele denomina de enquadramentos primários. Esses enquadramentos permitem aos participantes de uma situação social não somente estabelecer uma definição da situação (segundo Goffman, uma definição da situação é uma resposta à pergunta “o que está acontecendo aqui?”) como também alinhar-se de acordo com o *status* de participação que for mais adequado. Goffman dá o exemplo de um jogo de golfe, que para o golfista, é definido como jogo, enquanto que, para o carregador de tacos, é um trabalho. Goffman atenta, entretanto para inúmeras possibilidades de “fabricações de enquadramentos”, como o que ele denomina “brincadeiras benignas”, em que pessoas comuns fazem as vezes de vigaristas, com intenção jocosa, e de vigarices, em que vigaristas fazem as vezes de pessoas comuns, com intenção de obter uma vantagem indevida. Em ambos os casos, há uma manipulação deliberada da definição da situação, que complexifica a noção de quadro, representada como uma composição de múltiplas camadas sobrepostas, indefinidamente, configurando, em seu somatório, uma dimensão estrutural da vida cotidiana. (GASTALDO, 2004, p. 113)

Segundo Gastaldo (2004), de fato, a linguagem acaba sendo o *locus* por excelência da negociação social dos significados e da definição das situações sociais. A pergunta que Goffman propõe, afinal de contas, é feita de palavras e respondida por elas. A fala, assim, é onde reside a interpretação dos eventos sociais, sob a forma trocável entre os participantes, sendo que, às vezes, as palavras reforçam o sentido da imagem; outras vezes, ironizam ou mesmo negam essa imagem.

Com isso, gostaríamos de, nos termos de Gastaldo, ressaltar o papel das pistas paralingüísticas (principalmente da ênfase) e das pistas lingüísticas de contextualização (mais especificamente dos marcadores e das repetições) como recursos lingüístico-discursivos na sinalização dos alinhamentos e mudanças de alinhamento verificado no comportamento verbal dos participantes, no que destaca a produção de acordos e desacordos no curso da interação.

Em relação à TV e ao *C&PU*, estaremos operando com os enquadres, *frames* ou molduras de Goffman, mas necessariamente os conceitos deverão dar conta dos elementos de

linguagem audiovisual, propriamente televisuais e televisivos. Por isso, sofrerão pequenos ajustes, como veremos no mapa do pastiche.

### ***1.2.1. Pastiche e Croni-comédia como enquadres do C&PU***

Pensar o programa como uma charge eletrônica é uma possibilidade, tendo em conta a forma de comunicação sintética, de rápida leitura, capaz de transmitir inúmeras informações e cujo entendimento está subordinado a um conjunto de contextos midiáticos, já que seu conteúdo dialoga intertextualmente com os acontecimentos midiáticos pela Rede Globo.

Um ponto interessante é que, com a percepção de que a televisão traduz os acontecimentos em espetáculo, já que eles são encenados como espetáculos para a TV, o *C&PU* propõe-se a brincar com esse espetáculo.

Arlindo Machado destaca que

um dos grandes perigos da televisão está nesse seu caráter híbrido, que favorece a (com) fusão entre informação e fabulação, ou entre registro documental e ficção, ou ainda entre o presente exercido e o simulado, abrindo brechas para se vender gato por lebre. (MACHADO, 1988, p. 82)

Eco (1984), por sua vez, lembra que, na televisão moderna, temos visto surgir programas em que documentação e ficção se misturam de modo indissolúvel, a ponto de a distinção entre notícias verdadeiras e invenções fictícias tornar-se irrelevante.

Machado (1998) trabalha uma proposta de classificação da programação da televisão inconfundível em duas modalidades. Na primeira, a que se refere aos programas de informação, a tevê fornece enunciados a respeito de eventos que ocorrem independentes dela (MACHADO, 1988, p. 12). Interpretando Machado, Kilpp diz que, em relação a eles, o público, de forma geral, esperaria que se dissesse a verdade, que se ativesse aos fatos, mesmo que todo mundo soubesse, de alguma forma, que todo fato é sempre manipulado ou interpretado na abordagem televisual (KILPP, 2003, p.100).

A segunda modalidade, segundo Machado (1998), é a que se refere aos programas de fantasia (comédia, dramas, novelas, filmes para TV), em que cada espectador aceita suspender temporariamente os seus critérios de credibilidade, e estabelece um pacto de ficção com o

espetáculo, atribuindo verossimilhança ao que reconhecidamente é pura fantasia (MACHADO, 1988, p. 12).

Dentro da perspectiva do gênero, Käte Hamburger, citada por Jost (2004), destacou, na sua teoria, que a ficção não está ligada ao tema, ao objeto da ficção, mas sim ao sujeito. Dessa forma, a partir do momento em que existe um sujeito, todo o enunciado que ele pronuncia é um enunciado de realidade. “Com isto, ela quer dizer que a realidade não pode ser julgada pela comparação do texto com a realidade, mas pelo reenvio que o enunciado faz a um sujeito real” (JOST, 2004, p. 117).

“A ficção faz como a realidade, imita a realidade. Mas, caso se saiba o que é ficção, sabe-se que essa não é realidade. E, quando não é a ficção, não é a realidade” (JOST, 2004, p. 117). Então, entre a realidade e a ficção, há, segundo a autora, o fingimento, que faz como se fosse a realidade e visa a enganar o espectador. Isso é exatamente o contrário da ficção que não visa a enganar. Esta propõe ao espectador que ele aceite um mundo totalmente inventado, ao passo que o fingimento faz como se aquele mundo apresentado fosse o mundo real ou o próprio mundo.

Já Elizabeth Duarte (2004) destaca que a ausência de limites precisos entre gêneros e subgêneros é uma das características do texto televisivo. E cita Omar Calabrese (1987) para chegar ao pastiche:

Essa recorrência a diferentes limites, gêneros e subgêneros condensa as tramas num grande pastiche, conferindo à produção televisiva um caráter de paródia vazia, sem ímpetos satíricos. Quando essa ausência de limites se traduz em excesso é desestabilizadora. (CALABRESE apud DUARTE, 2004, p. 71)

Levaremos em conta essa primeira aproximação com o pastiche televisual, e depois confrontaremos essas categorias de gênero com a nossa proposta da croni-comédia, ressaltando que a substância do programa *C&PU* é a agenda semanal dos acontecimentos na Rede Globo, que é reagendada e ressignificada na perspectiva jornalismo-humor, o que se faz pela prática das molduras e das moldurações preferenciais dos Cassetas.

Sobre o programa, nesse sentido, Kilpp diz que:

trata-se, portanto, da prática de molduras e moldurações que instituem peculiares e ambíguos panoramas televisivos, situando-se aí não apenas o humor – o chiste produzido por um deslocamento da moldura, circunstância em que a razoabilidade dos sentidos torna-se insensatez – mas também a crítica às molduras e moldurações homológicas praticadas pela TV (e pela própria TV Globo) no Brasil. (KILPP, 2003, p. 156).

### 1.2.1.1. *O pastiche televisual*

Nesta análise, serão observadas as formações televisuais, aproveitando uma categorização trabalhada pelo autor François Jost (2004), que tem como base a narratividade do também francês Gérard Genette (1991), e que propõe os seguintes conceitos.

Inicialmente, o *tempo*, que se desdobra em: (i) a *ordem*, que é dada aos acontecimentos no relato (cronológica, linear, inversa, etc.); (ii) a *duração*, que define o tempo utilizado para o relato em relação ao tempo do acontecimento (dilatação, sumário, elipse e pausa); (iii) a *frequência* com que partes do acontecimento são inseridas no relato (relato singulativo, iterativo e repetitivo).

Outro conceito proposto por Genette (1991) é o *ponto de vista* do narrador em relação ao acontecimento relatado, no sentido da quantidade/qualidade de informação que detém sobre o acontecimento (focalização zero; focalização interna; focalização externa).

Um terceiro conceito desse autor é a *narração* em relação ao momento do acontecimento (simultânea; posterior; preditiva).

Segundo Genette (1991), todos os relatos funcionam com duas temporalidades: a primeira seria o tempo da história; a segunda, o tempo do relato. “Um acontecimento pode durar 30 anos e eu posso relatá-lo em duas linhas. Isso explica a existência desses dois eixos temporais simultâneos” (JOST, 2004, p. 125).

A duração do relato em relação ao tempo do acontecimento pode ser: (i) *dilatado*, quando o tempo do relato é maior que o tempo da história; o (ii) *sumário*, quando o tempo é limitado, o contar de dez anos em dez minutos, por exemplo; (iii) *elíptico*, quando momentos da história não são contados, mas suprimidos do relato; (iv) *pausado*, contrário da elipse, em que se perde a temporalidade da história e se gasta tempo para detalhar uma parte do relato.

A *frequência* designa o número de vezes que o relato de um acontecimento é feito. Normalmente, segundo Genette (1980, p.95), existe um relato para uma história, o

*singulativo*. Entretanto, existe a possibilidade de se fazer o relato de algo que aconteceu inúmeras vezes, o relato *iterativo*, ou ainda o relato *repetitivo*, que é o relato refeito inúmeras vezes. Vale destacar que a repetição não é tão comum nos relatos de ficção; se acontece, é decorrente da mudança do ponto de vista, o que acontece de forma contrária nas mídias: quanto mais um acontecimento é importante, mais ele é repetido por essas.

Quanto ao ponto de vista, o qual Genette chama de *focalização*, pode ser:

- (i) focalização *zero*, quando o sujeito narrador tem posse e controle de qualquer um dos personagens;
- (ii) focalização *interna*, quando o narrador sabe apenas o que sabe o personagem;
- (iii) focalização *externa*, quando o narrador sabe menos que o personagem.

A narração pode ser: (i) *simultânea*, quando se relata o que está acontecendo enquanto acontece; (ii) *posterior*, mais comum, que se refere ao relato depois que o fato já aconteceu; e (iii) a narração *preditiva*, mais rara, que conta o que vai acontecer (horóscopos, por exemplo). Por essa razão,

Pode-se dizer que a narração simultânea existe no cinema, mas ela é, sem dúvida, um conotador de factualização, porque ela produz efeitos de realidade como se ela acontecesse frente aos olhos, embora o filme tenha sido montado, e já é passado, portanto não é realidade, apenas conotação de factualização. (JOST, 2004, p. 130)

Na primeira observação que fizemos, por exemplo, percebemos que os Cassetas agem em praticamente todos os elementos narrativos destacados por Genette quando imitam as narrativas homológicas da Rede Globo: modificam os tempos, as durações e a frequência dos relatos reagendados; interferem no ponto de vista e na focalização; invertem a ordem das narrações originais.

Essas categorias de Genette, apresentadas por Jost, foram, por isso, muito importantes para pensar o pastiche no *C&PU* a partir dos modos de narrar, que, segundo observamos, são uma das formas de ressignificar praticadas pelos Cassetas, produzindo outros enquadres e *frames*.

No mapa do pastiche, estaremos mostrando a aplicação que fizemos das categorias referidas na análise do pastiche do acontecimento jornalístico.

Na perspectiva de Jost, também apontamos o foco nas imagens-ícone midiáticas, a relação dos signos nos mundos fictício e lúdico e a relação com os signos do autor, na relação com o plágio, o pastiche e o fingimento.

Jost diz que as falsificações do mundo podem ser apresentadas de duas maneiras, mentira e fingimento, que precisam ser relacionadas ao que ele chama de mundo real, fictício e lúdico. Para Jost (2004, p. 138), “a imagem não mente em si mesma, por si só: aquele que relata a imagem ou o discurso da imagem diz sempre uma coisa sobre a própria imagem”.

A mentira na imagem é diferente da mentira verbal, que deixa indícios como o movimento dos olhos e a expressão facial. Na imagem não há esses vestígios, salvo quando ela mostra, por exemplo, um homem em situação evidente de mentira.

A mentira vem, portanto, do discurso que se reporta às imagens. A mentira é sempre da ordem do mundo real, porque só nesse plano do mundo a imagem pode fazer referência à verdade, à sinceridade. O problema da mentira não se aplica à ficção, pois a ficção constrói um mundo que está fora do plano da verdade e da falsidade.

As imagens da informação televisiva em geral mostram imagens do acontecimento e desempenham um papel de prova desse discurso. A imagem, assim, desempenha o papel de prova da afirmação. O peso da prova transfere-se do locutor para o plano das imagens.

No fingimento, as pessoas estão mais ou menos conscientes; nele, pode haver uma falta de sinceridade, apesar da possibilidade das pessoas não representarem papéis ou esses papéis serem internalizados por estas pessoas. O fato de “parecer” pode tornar-se facilmente um componente de realidade.

Inicialmente podemos afirmar, pelo que observamos, que o *C&PU* não mente, mas finge, e que as falsificações (reagendamentos) que pratica relacionam-se ao que Jost chama de mundo lúdico. Assim, quando o programa diz que o seu jornalismo é de mentira, isso é fingimento, que faz parte do jogo que os Cassetas jogam com a agenda midiática.

Por fim, interessa-nos destacar, na classificação de Jost, o que ele chama de pastiche, uma forma peculiar de imitação de um autor qualquer.

A gente imita o estilo, os temas. Diferentemente do plágio, que é efetivamente o roubo do texto, o pastiche tem uma finalidade lúdica. Não é para roubar o autor, mas para brincar, desempenhar com ele. O problema é que o pastiche

pode não ser reconhecido, para isso é necessário ter um conhecimento para fazer esse reconhecimento. (JOST, 2004, p.141)

É próprio do pastiche esse pré-conhecimento da produção e a definição de seu público. O pastiche, na mesma medida, pode ser também um pouco excludente, porque se dirige àqueles que o podem compreender; ele só fala às pessoas que têm os referenciais culturais específicos. Por isso, alguns pastiches da televisão são da própria televisão. É uma referência comum aos telespectadores, pois retoma a reflexividade audiovisual.

Já segundo Genette, o pastiche é uma outra forma literária que se caracteriza por desenvolver textos de acordo com o gosto e o estilo de autores pouco aceitos. É visto por Genette como imitação estilística com função crítica ou ridicularizante e possui aspecto caricatural.

Genette afirma que o pastiche é “a crítica em ação”, e que

Modifica o assunto sem modificar o estilo, e isso de duas maneiras possíveis: seja conservando o texto nobre para aplicá-lo o mais literariamente possível a um assunto vulgar (real e atual) (...) seja forjando, por meio da imitação estilística um novo texto nobre para aplicá-lo a um assunto vulgar: o ator herói-cômico é pastiche<sup>3</sup>. (GENETTE, 1991, p. 145)

Buscando tornar mais exato o emprego dos termos que designam as várias formas de hipertextualidade, Genette propõe duas classificações: uma classificação funcional e uma classificação estrutural. A primeira delas (funcional) estabelece as funções satírica (incluindo a paródia, a fantasia e a charge) e não-satírica: nesta, se situa o pastiche. A segunda (classificação estrutural) prende-se à forma de relação hipertextual. Aqui, a paródia é considerada texto que mantém com seu texto-matriz uma relação de transformação. Charge e pastiche são vistos como textos de imitação.

---

<sup>3</sup> Tradução de “*La parodie il modifie le sujet sans modifier le modèle, et ceci de deux manières possibles: l'un ou l'autre conservant le texte noble pour l'appliquer plus de literariamente possible à un sujet vulgaire (vrai et atual): (...) l'une ou l'autre pièce forgée, au moyen de l'imitation d'estilística un nouveau texte noble pour l'appliquer il un sujet vulgaire: l'acteur héros-comique est pastiche.*”

Assim, numa relação de transformação, a paródia está incluída como produção lúdica; a fantasia, como produção satírica. Na relação de imitação, o pastiche é considerado como produção lúdica.

São essas as razões pelas quais optamos por operar, entre várias alternativas examinadas, com o conceito de pastiche para explicar os enquadres do *C&PU*. Produção lúdica, de imitação e de fingimento são características fundantes das narrativas usadas pelos Cassetas em seu reagendamento da agenda midiática.

#### *1.2.1.2. A crônica*

Para compreendermos a croni-comédia, cremos ser pertinente buscar a origem da crônica, que guarda, etimologicamente, relações intrínsecas com a noção de tempo na cultura ocidental, como propõe Massaud Moisés:

Do grego *Cronikós*, relativo a tempo (chrónos) pelo latim *chronica*, o vocábulo “crônica” designava, no início da era cristã, uma lista ou relação de acontecimentos ordenados segundo a marcha do tempo, isto é, em seqüência cronológica. (MOISÉS, 1985, p. 245)

A palavra crônica está ligada, portanto, e segundo o autor, à idéia de um tempo cronologicamente determinado. Todo o esforço de enunciação de alguns fatos só terá legitimidade, nesse aspecto, se estiver ordenado sob a cronologia dos acontecimentos.

Mas a crônica, naquele primeiro momento, não teve nenhuma autonomia para provocar reflexões sobre o curso de determinados acontecimentos. Em sua origem, a crônica foi exercida apenas como um breve relato de eventos, um tipo de narrativa muito usada em diversas áreas. Já a primeira noção básica sobre o exercício do cronista está ligada diretamente às relações que as formas narrativas mantinham com o tempo, visto em etapas sucessivas de ações dos indivíduos, e, depois, caracterizado por uma enunciação de eventos presos a ciclos históricos. Apesar de ter uma extensão semântica muito limitada, a crônica atravessou a barreira dos séculos, assumindo características mistas: ora relato histórico, ora ficção literária, mas sempre com o único objetivo de representar as relações dos homens com o tempo em que vivem.

Ao assumir a condição de relato histórico com alguns matizes literários, a crônica tende a ter seu significado ampliado. Nessa concepção, a crônica não se legitima apenas através da organização cronológica dos eventos, mas também na forma de relatá-los. O indivíduo encontra, assim, uma maneira de tratar os eventos sociais que se sucedem ao seu redor, também adequando-os às normas sociais e à tradição de seu povo. Tenta, assim, traçar um perfil de seu meio, embora, para isso, muitas vezes, tenha que sair do plano exclusivamente denotativo, emprestando uma carga maior de conotação aos seus relatos.

No século XIX, o conceito é ampliado na busca de novas formas de expressão para obter uma unidade estética em seu exercício, avançando diante da concepção historicista e da necessidade de revelar os fatos. A partir do século XIX, a crônica abandona a fidelidade a um tempo historicamente determinado, passando a focar as relações fragmentadas do mundo moderno, cujo modo de compreensão não tem como instrumento apenas o código literário. O cronista procura entender a nova ordem de enunciação imposta pela sociedade industrializada, passando, posteriormente, a habitar os cânones da literatura, na qual a crônica é percebida como um meio-termo entre a língua escrita e uma confusa oralidade.

Assim entendida, segundo Moisés, a crônica teria sido inaugurada pelo francês Jean Louis Geoffroy, em 1800, no *Jornal des Débats*, onde periodicamente estampava *feuilletons*. Seus imitadores traduziam o termo para folhetim. Na feição moderna, via de regra publicada em jornal ou revista, a crônica concentra-se num acontecimento cotidiano que tenha chamado a atenção do escritor, e parece, à primeira vista, não apresentar caráter próprio ou limite muito preciso.

A partir daí, a crônica mantém uma relação com o espaço jornalístico. O específico da crônica neste espaço é a ampliação de seus significados, rompendo as dicotomias estéticas impostas pela linguagem literária ou pela jornalística.

Pereira (2005) destaca que existem dois pontos que são marcantes da crônica no espaço jornalístico: (i) a importância do cronista na elaboração de uma estética-lingüística com certa autonomia em relação às do jornal; e (ii) a sistematização e leitura crítica dos gêneros jornalísticos através do exercício metalingüístico, ou seja, na crônica é importante a liberdade de seu autor para que possa criar ou recriar as personagens e os fatos, de acordo com o que o momento lhe oferece.

### 1.2.1.3. *A croni-comédia*

Justificando o conceito croni-comédia<sup>4</sup>, uma primeira aproximação, já destacada, é a que parte da noção epistemológica da crônica, que prima pelo foco num acontecimento cotidiano, e que, circunstancialmente, chama a atenção do cronista. Como a crônica, a croni-comédia também escolhe um fato que seja capaz de reunir em si mesmo o disperso conteúdo humano, pois só assim ela proporcionará prazer através do riso.

Seu texto (*lato sensu*) possui características de ser leve e manter uma relação pessoal entre o autor e o leitor (*lato sensu*), remetendo a uma conversa entre amigos que se conhecem há muito tempo. Essa pessoalidade facilita não só todo o processo comunicacional e dialógico, mas também faz fluir com maior naturalidade o riso, se for esse o caso, pois não existem barreiras entre os interlocutores. Porém, é importante destacar que esse envolvimento é gradual, por reconhecimento.

Outra característica da croni-comédia é a busca pelo pitoresco no cotidiano, o que vai permitir ao cronista captar o lado engraçado dos fatos, fazendo do humor um jeito ameno de examinar as contradições da sociedade. Mas, muitas vezes, é inevitável o uso do comentário para esclarecer a opinião dos cronistas a respeito de fatos atuais ou situações de interesse humano.

A croni-comédia caracteriza-se, assim, por estabelecer-se enquanto uma crônica engraçada, uma versão dos fatos onde tudo é permitido. É temporal e imediata, por ir direto ao ponto central, sem subterfúgios ou atenuantes, e o cronista retrabalha os fatos sob a ótica cômica. Na croni-comédia nada é previsível; o fato até pode ser, mas a abordagem do cronista deve surpreender para poder provocar o riso.

Em nossa observação, constatamos que os Cassetas privilegiam essas características na agenda midiática para fazer os seus reagendamentos.

### 1.2.2. *Da agenda ao reagendamento do C&PU: reenquadres*

É inegável, hoje, a influência dos meios de comunicação no cotidiano das pessoas, visto que temos uma infinidade de informações que são disseminadas por jornais, televisão,

rádio e internet, propiciando ao público a hierarquização dos assuntos que devem ser pensados/falados. A realidade social passa a ser re(a)presentada em um cenário montado a partir dos meios de comunicação de massa.

A corrente de investigação que estuda sobre o quê e como os assuntos devem ser pensados reúne-se em torno da hipótese<sup>5</sup> do *agenda-setting*, que, dentro do contexto dos estudos sobre os efeitos dos meios de comunicação na sociedade, surgiu nos anos 70. Essa hipótese significou, à época, uma nova etapa da investigação dos efeitos da comunicação de massa, destacando o poder que o jornalismo (leia-se a mídia como um todo) exerceria sobre a opinião pública.

A hipótese do *agenda-setting*, em definição simples, trata de “um tipo de efeito social da mídia. É a hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá” (BARROS FILHO, 2003, p. 169).

Os pesquisadores Maxwell McCombs e Donald Shaw, pioneiros no desenvolvimento da hipótese do agendamento, propuseram que a mídia tem capacidade de influenciar a projeção dos acontecimentos midiáticos na opinião pública, estabelecendo um pseudo-ambiente fabricado e montado pelos meios de comunicação.

Em um estudo realizado em 1979, Shaw (citado por WOLF [2001]), relatou que, em consequência da ação dos meios de informação, o público realça ou negligencia elementos específicos dos cenários midiáticos:

As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos *mass*

---

<sup>4</sup> Conceito desenvolvido por nós no trabalho de conclusão de curso da graduação em Comunicação Social, na Universidade Federal do Maranhão (UFMA), no ano de 2001, de título “Casseta e Planeta: O Riso sob a lógica da Crôni-comédia”.

<sup>5</sup> “A teoria é um paradigma fechado, um modo 'acabado', e neste sentido infenso a complementações ou conjugações, pela qual 'traduzimos' uma determinada realidade segundo um certo 'modelo'. Uma hipótese, ao contrário, é um sistema aberto, sempre inacabado, inverso ao conceito de 'erro' característico de uma teoria. A hipótese é sempre uma experiência, um caminho a ser comprovado e que, se não 'der certo' em uma situação específica, não invalida a perspectiva teórica. Conforme Trumbo (1995), o *agenda-setting* não pode ser considerado uma teoria, pois ainda está na trajetória da investigação e de descoberta (Trumbo apud RODRIGUES, 1997, p. 2). Por este motivo, convencionou utilizar-se o termo hipótese em vez do termo teoria.” (BARROS FILHO, 2003, p. 169.)

*media* aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas. (SHAW, E. apud WOLF, 2001, p. 144)

Na perspectiva dos autores, isso se configura como um poder que os meios de comunicação exercem sobre a opinião pública, a sociedade.

Mas a essência do *agenda-setting* procura identificar se os temas que são expostos na grande mídia tornam-se importantes para o público, se são pautados nas conversas diárias, isto é, se eles são agendados no cotidiano das pessoas. Antes de McCombs e Shaw (em 1972), muitos pesquisadores já estudaram a atenção que o público dava para os temas propostos pela imprensa. Em 1922, Walter Lippmann, por exemplo, em *Public Opinion*, também citado por Barros Filho, já destacava o papel da imprensa no enquadramento das leituras de seu público na direção dos temas por ela propostos como os “de maior interesse coletivo”.

Também antecipando a idéia central da hipótese do *agenda-setting*, Robert Park (em 1925), em sua obra *The City*, destacava que os meios de comunicação definiam certa ordem de preferências temáticas. Já em 1958, em artigo escrito por Norton Long, a hipótese do agendamento temático foi claramente proferida:

o jornal é o primeiro motor da fixação da agenda territorial. Ele tem grande participação na definição do que a maioria das pessoas conversará, o que as pessoas pensarão que são os fatos e como se deve lidar com os problemas. (LONG apud BARROS FILHO, 2003, p. 175)

Dentro da perspectiva histórica de estudos pré-McCombs e Shaw sobre o *agenda-setting*, Lang e Lang (1966) também denunciavam a hierarquização temática dos meios de comunicação:

Os *mass media* centram a atenção em certas questões. Constroem imagens públicas de figuras políticas. Apresentam constantemente objetos que sugerem em que deveríamos pensar, o que deveríamos saber e o que deveríamos sentir. (LANG e LANG, 1966, in MORAGAS, 1985, pp.89-90)

Ferreira (2000, p. 13) explica que o agendamento forma-se através de dois pontos: (i) a "tematização proposta pelos *mass media*", conhecida como ordem do dia, que serão os

assuntos propostos pela mídia e que se tornarão objeto das conversas das pessoas, da agenda pública; e (ii) a hierarquização temática, que são os temas em relevo na agenda da mídia e que estarão também em relevo na agenda pública, assim como os temas sem grande relevância estabelecida pelos *mass media*, que terão a mesma correspondência junto ao público.

Outro aspecto ressaltado na pesquisa sobre o agendamento é que o efeito da agenda da mídia varia segundo a natureza do assunto, distinguindo entre questões envolventes, ou seja, nas quais as pessoas podem mobilizar a sua experiência direta, e questões não envolventes, que estão mais distantes das pessoas, de que elas não têm experiência direta. Essa classificação foi estabelecida por Zucker em um estudo de 1978 que comprovou a influência dos *media* nas questões não envolventes (ZUCKER apud TRAQUINA, 2000, pp. 34-35).

Esta formulação clássica da hipótese do *agenda-setting* não defende que os *mass media* pretendam persuadir. (...) O pressuposto fundamental do *agenda-setting* é a compreensão que as pessoas têm de que grande parte da realidade social lhes é fornecida, por empréstimo, pelos *mass media*. (SHAW, 1976, pp. 96 e 101, apud WOLF, 1984).

Sublinhando uma crescente dependência cognitiva dos *mass media*, a hipótese do *agenda-setting* se configura segundo dois níveis: (i) a “ordem do dia” dos temas, assuntos e problemas presentes na agenda dos *mass media*; (ii) a hierarquia de importância e de prioridade segundo a qual esses elementos estão dispostos na “ordem do dia”.

No conjunto das mídias, a cobertura televisiva determinaria, então, um relevo especial à agenda a partir de suas circunstâncias enunciativas, tais como a interrupção da programação normal para informar sobre acontecimentos “extraordinários”; a utilização de uma apresentação visual, eficaz e envolvente, dos acontecimentos noticiados; a cobertura ao vivo de um acontecimento. Essas características comunicativas e essas condições técnicas atribuem uma textura especial à informação televisiva, e, conseqüentemente, uma maior capacidade para obter efeitos do *agenda-setting*.

No momento em que a hipótese do *agenda-setting* se articula sobre diversos níveis do processo de aquisição de informações, os dados obtidos revelam papéis diferentes para os vários *mass media*. (BENTON – FRAZIER, 1976, p. 270, apud WOLF, 1987, p. 122).

Gostaríamos de salientar ainda que Wolf destaca as duas agendas: a dos *mass media* e a do público. A primeira é a cobertura informativa por intermédio da análise de conteúdo, durante o qual se recolhe a agenda. A segunda é a que trata da análise do conhecimento que o público possui acerca dos assuntos mais significativos. Entretanto, deixamos claro que nossa intenção na pesquisa é trabalhar com a agenda midiática, que explicaremos a seguir.

Trabalhando dentro da perspectiva sustentada pela hipótese da *agenda-setting*, gostaríamos de apresentar na nossa concepção o que vem a ser o agendamento midiático.

Trata-se, também, de um processo pelo qual a mídia realiza a seleção, a disposição e incidência das notícias. O agendamento midiático também tem como premissa fixar a agenda, ou seja, fixar o calendário dos acontecimentos. Isso significa dizer o que é importante e o que não é; é chamar a atenção sobre certo problema; é destacar um assunto, mesmo que se trate de uma piada. É fixar o que vai ser discutido, e em que termos, sob quais ênfases.

Alguns pontos são marcantes nesse processo. Dentre eles: um suposto maior interesse coletivo, certa ordem de preferências temáticas, uma função indicadora das notícias e a hierarquização temática dos meios de comunicação.

É importante que fique claro que a agenda midiática, na nossa concepção, trabalha com o elenco temático selecionado pelos próprios *media*, apesar de contar com fatores externos que às vezes a condicionam. Dessa forma, pode-se dizer que a mídia pauta os temas mais discutidos, embora na trajetória de comunicações interpessoais de cada receptor esse fato nem de longe talvez se verifique.

Esse conceito é fundamental nesta pesquisa porque o agendamento midiático da TV Globo é a matéria bruta usada pelos Cassetas na produção do programa, haja vista que é basicamente dessa agenda que deriva o reagendamento do *C&PU*, já com o viés do humor.

O acontecimento televisivo é sempre pautado pelo programa, seja ele relacionado com as notícias, seja ele relacionado ao acontecimento ficcional das novelas e séries exibidas na Rede Globo, seja ainda relacionado com os clipes e as vinhetas que na emissora gozam de um lugar privilegiado na programação.

Após um trabalho de observação, constatamos que o programa opera em seu reagendamento em duas frentes principais: o jornalismo e a teledramaturgia (tendo por

referência a chamada novela das oito). No jornalismo, o teor das “notícias” em geral vêm do *Jornal Nacional*, mas pode vir também de outros programas jornalísticos, em particular os esportivos. Já a forma *C&PU* opera sobre práticas jornalísticas diversas usadas pela emissora em diferentes programas. O “programa jornalístico” *C&PU* pode ser o “Plantão Casseta & Planeta”, “Casseta na Boca do Povo” (mais permanentes), ou ocasionalmente “CPI ao vivo e se mexendo”, ou ainda aparecer de maneira difusa em um ou outro “quadro”<sup>6</sup>. No caso do “Plantão”, há mais uma intervenção de reenquadramento, que será discutida mais adiante, uma vez que existe na programação da Globo o *Plantão*.

Isso não quer dizer que outras matrizes televisivas, outros programas e anúncios publicitários não sejam utilizados pelo programa; mas, de forma mais contundente, essas duas sólidas características da programação da emissora marcam a estrutura do programa em série. Ou seja, estas duas matrizes pautam o teor do *C&PU* regularmente, sendo que o programa exibido, em uma determinada semana, apresenta os fatos noticiados dentro do *Jornal Nacional* (e dos demais programas jornalísticos) daquela terça-feira<sup>7</sup> e da semana anterior ao programa; na semana seguinte, o mote do programa é a novela, da qual os humoristas realizam uma espécie de continuidade da trama. Essa prática é muito bem marcada com a expressão usada pelo locutor: “Dando continuidade ao capítulo da novela que acabou de acabar...”

Essas duas matrizes (de programas da emissora) são recorrentes na série de programas *C&PU*, alternadamente: uma vez o enfoque maior (maior tempo dedicado do programa, e que, além disso, é dado logo no primeiro bloco) recai sobre o jornalismo, e na outra, sobre a novela.

De resto, são recorrentes outros reagendamentos da agenda da emissora, como veremos mais adiante, no mapa do pastiche.

---

<sup>6</sup> Sempre que estivermos nos referindo a uma prática televisual imitada no *C&PU* (quadro, por exemplo), estaremos colocando a imitação entre aspas (“quadro”, por exemplo, para designar a imitação de quadro; “notícia”, para designar a imitação da notícia).

<sup>7</sup> Terça-feira é o dia da semana em que o *C&PU* vai ao ar.

No *C&PU*, para fins de seu reagendamento, será considerado o conjunto da programação da emissora, como acontecimento e tida como agendamento midiático, o que incluirá na análise toda a programação da emissora, tida como uma pauta de temas e assuntos do debate popular agendado pela emissora.

## **2. A TELEVISÃO DA REDE GLOBO**

### **2.1. Da TV Globo à Central Globo de Produção**

Com pouco mais de 50 anos no Brasil, a TV enquanto mídia revolucionou os meios de comunicação, devido a sua capacidade tecnológica de transmissão e recepção.

Mas, esse fato ocorreu principalmente pela velocidade com que sua implantação ocorreu no país, extremamente facilitada pelas políticas públicas de então, desejosas de ver no ar um Brasil moderno e *clean*, ansiosas por estimular o consumo de uma infinidade de produtos industrializados, em grande parte interessantes ao capital internacional com o qual o governo militar fazia parcerias no momento.

De acordo com Kilpp (2001), a TV no Brasil foi construída na perspectiva já de integração nacional, apesar da programação dos canais brasileiros dessa época ser basicamente um recorte da disponibilidade existente nas cidades em termos da atividade artística, como foi no Rio de Janeiro e em São Paulo.

Buscando a gênese da TV, em sua primeira fase, digamos, até então artesanal, se comparada com hoje, pontuaremos características como a “era” da TV ao vivo e de uma programação local centralizada e isolada em eixos (Rio de Janeiro e São Paulo).

Para compreendermos melhor o nosso objeto de estudo, é necessário primeiramente conhecer o contexto em que ela foi criada, ou seja, investigar parte da história da TV Globo. A emissora foi criada no ano de 1965, pelo jornalista Roberto Marinho, com a aquisição do

canal 4 do Rio de Janeiro e da antiga TV Paulista. Em 1969, o lançamento do *Jornal Nacional* propiciou a formação de uma rede de alcance nacional. A partir dos anos 70, a emissora passou a ser a de maior audiência em todo o país, através de suas retransmissoras e afiliadas.

Através de parceria com a empresa norte-americana *Time-Life*, ainda na década de 60, a TV Globo conseguiu se destacar frente às outras emissoras, ao adquirir um *know-how* com equipamentos de última geração, que, ao longo dos anos, foram sendo atualizados.

Essa parceria não foi bem vista pelo grupo Diários Associados, proprietário da Tupi, liderado por João Calmon, que começou uma campanha contra a associação, proibida na Constituição da época. Uma evidência disso é o que diz Borgerth (2003):

Na realidade, a contribuição do *Time-Life* não passou de um financiamento - sem juros e sem prazo - da escolha de equipamentos insuficientes e de um totalmente novo, bonito e inadequado projeto arquitetônico que em nada contribuiu para a TV Globo; (...) *Time-Life* não sabia nada do Brasil; (...) fracassaram em todos os lugares onde se meteram em televisão aberta. (BORGERTH, 2003, p. 30-31).

Antes disso, a partir de 59, a TV no Brasil passara por uma reconfiguração: chegavam a reprodutibilidade técnica e a edição de programas em *videotape*, bem como os sistemas de transmissão por ondas e, depois, por satélite.

Assim, quando surgiu, a TV Globo já se beneficiou também dessa reconfiguração, operada por outras emissoras. Como as demais, a TV Globo investiu numa programação matricial, que organizava e estruturava, no dia e na semana, os programas com vistas à fidelização do telespectador.

Com uma programação consistente, um modelo empresarial moderno e um sinal de boa qualidade, mais a estruturação da Rede Nacional, ao longo dos anos, a Rede Globo conquistou quase uma a uma das estações locais, chegando à hegemonia nacional que detém até hoje. É o que se comprova com:

Acho que as emissoras naufragaram porque o comando delas não era o de uma televisão empresarial. Todas as emissoras foram sempre familiares; mesmo a TV Globo pertence a uma família, a um homem. Mas, no caso da Globo, a filosofia foi sempre empresarial. (FILHO, 2003, p. 35)

Junto com a audiência conquistada, começava a chegar o prestígio e o grande elenco de artistas, advindos das TVs Tupi, Excelsior, Rio e Record. Celebidades como Regina Duarte, Francisco Cuoco, Jô Soares, entre outros, pouco a pouco, integraram-se ao *cast* da emissora.

No ano de 1969, a emissora marca pelo pioneirismo: lança, através do recém-inaugurado sistema de microondas da Embratel, o *Jornal Nacional*, telejornal apresentado por Cid Moreira e Hilton Gomes. Como a própria abertura da época dizia, o programa fazia o papel de integração, com "a notícia unindo o Brasil".

Em 1970, além da transmissão da Copa do México, em sistema de *pool* com as demais emissoras, faz sucesso a novela *Irmãos Coragem*. A partir de 1972, a Rede Globo de Televisão começa a mudar seu perfil e extingüe os programas considerados 'populares'.

Em 1973, são lançados programas que marcam época na televisão brasileira e permanecem até hoje com imenso destaque: *Globo Repórter*, *Esporte Espetacular* e *Fantástico*. Esta é a época do surgimento do Padrão Globo de Qualidade, criado por Boni, que, junto com Walter Clark, comandava a emissora.

Passa-se a investir em programas de Marília Pêra, Jô Soares (*Globo Gente e Satiricom*), Chico Anysio (*Chico City*), seriados como *A Grande Família*, musicais e também o famoso *Caso Especial*, que durou de 1971 a 1995. Assim se relata a atuação da Globo:

Nos anos 70, a Globo reinou absoluta, sem concorrentes. A Excelsior havia falido e fechado às portas em 1970. A Tupi estava em franca decadência, a Record não trazia perigo algum e a Bandeirantes buscava o segundo lugar, sem incomodar. A Globo dominava, programas atingiam audiências hoje impensáveis, perto da casa dos 70, 80 pontos. (CASTRO et al., *on-line*)

Nos anos 80, a TV Globo continuava líder, mas sem a hegemonia completa após a chegada da emissora de Sílvio Santos, que roubou um pouco da audiência do canal e consolidou o segundo lugar na audiência. Nos anos 90, a emissora inaugura a Central Globo de Produção, o Projac, em Jacarepaguá (Rio de Janeiro), considerado o maior centro de produção da televisão da América Latina.

## 2.2. Os programas de humor e a linguagem de Arraes

A TV Globo é um veículo de comunicação cujas mensagens estão sempre sugerindo um protagonismo da emissora na história da sociedade brasileira, assim como ela está sempre falando de si mesma em geral: sua programação, seus profissionais etc., o que de certa forma torna inevitável à tendência a um tipo de comicidade metalingüística. (<http://redeglobo3.globo.com/institucional/>. Acesso em: 20 jan. 2005).

Os programas de humor veiculados pela TV Globo vêm parodiando filmes estrangeiros, a sociedade em geral e os meios de comunicação (em especial, a própria televisão) ao longo de sua história.

Essa forma de imitação, que, ao invés de concordar com o modelo, acaba rompendo com ele, mesmo que quase sempre de forma sutil, tem suas origens nos filmes brasileiros de chanchada.

Para o diretor Guel Arraes,

Com essa sua natureza paródica, a chanchada tem também uma dimensão metalingüística, porque ela se comenta, ela se apresenta como filme, demonstra sua preocupação um tanto brechtiana. Acho que esses elementos da chanchada, a metalinguagem, o comentário, são uma constante no trabalho da gente. (ARRAES apud FECHINE, 2002, p. 226)

O primeiro programa de humor televisivo a trabalhar dentro dessa perspectiva na TV Globo foi o *TV0-TV1*, que inicialmente teve o nome de *Canal 0*, com apresentação de Paulo Silvino e Agildo Ribeiro. O programa, que fazia paródia de outras atrações da televisão, trazia quadros como: *Biscoiteca do Chapinha*, *Bebe Camargo Show*, além da novela *Gaita de Vison*.

Um outro programa a satirizar programas de rádio e televisão foi o *Satiricom*, em 1973. Segundo Jô Soares, que participava do programa,

o *Satiricom* era uma crítica à comunicação; brincava com as novelas, o jornalismo, o noticiário. (PROJETO MEMÓRIA DAS ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2003, p.649)

A paródia, assim como o pastiche, foi utilizada mais tarde também pelos programas *TV Pirata* (1988) e *Casseta & Planeta Urgente!* (1992), humorísticos com a proposta de satirizar a televisão brasileira. De acordo com o Dicionário da TV Globo (PROJETO MEMÓRIA DAS ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2003, p.676), o *TV Pirata*

tinha vários tipos de humor, dos esquetes mais tradicionais ao *nonsense* absoluto. Parodiava-se toda a programação da televisão: novelas, telejornais, programas de entrevistas, seriados, programas esportivos, clipes, *shows*, comerciais e mensagens de utilidade pública.

O objetivo do *TV Pirata* era satirizar aquele universo televisual conhecido do público. O diretor Guel Arraes (2002, apud FECHINE, p.229-230) conta que o programa surgiu da encomenda de um programa de humor devido à saída de Jô Soares da TV Globo. O programa seria feito por atores, não por humoristas, e foi buscar referências no *Monty Python's Flying Circus* (programa da televisão britânica veiculado entre 1969 e 1974) e no *Saturday Night Live* (programa americano que fazia paródia da televisão). Arraes (2002, apud FECHINE) narra:

Surgiu depois o *insight* do nome *TV Pirata* porque o que a gente pretendia fazer era, antes de mais nada, um programa na Globo parodiando a própria Globo, que era a grande referência. Passamos então a assumir a metalinguagem o tempo inteiro. Fazer isso era também “quebrar” a quarta parede, um caminho no qual o teatro do *Asdrúbal* e o besteirol do *Casseta & Planeta* já vinham investindo. Os atores do *Astrúbal* falavam muito naturalmente com o público, pareciam até não estar representando; o jornal fazia paródia com o jornalismo tradicional. O *TV Pirata* juntou essas pessoas e idéias. (ARRAES apud FECHINE, 2002, p. 230).

Em 1992, o *TV Pirata* saiu do ar e, em abril do mesmo ano, estreou o *Casseta & Planeta Urgente!*, cuja equipe havia trabalhado no *TV Pirata* e no *Dóris para Maiores*. O *C&PU* surgiu após a formação do Núcleo de Produção Guel Arraes, do qual faz parte até

hoje. A partir de 1998, o humorístico passou a ser semanal com duração de 25 minutos. Foi nesse ano que os humoristas começaram a utilizar o pastiche dentro do programa.

O sucesso do programa e sua permanência no ar de forma ininterrupta ao longo de mais de 10 anos são resultado do histórico de programas de humor que a TV Globo criou ao longo de seus 40 anos, e também fruto do núcleo de produção do Guel Arraes, cuja proposta de trabalho difere dos demais núcleos da emissora.

O diretor Guel Arraes tem sua história ligada ao cinema e à televisão. Destacou-se especificamente no meio televisivo e continua a se destacar pelos trabalhos desenvolvidos dentro do gênero humorístico, principalmente por trabalhos que se diferenciam, que buscam conceitos como inovação, arte e criatividade no mundo televisual. Alguns falam até que ele traz para a TV uma linguagem pertencente mais ao cinema e à literatura, o que de fato se percebe nas produções do diretor, que teve formação técnica em cinema depois de cursar antropologia na Universidade de Paris VII, onde também cursou várias disciplinas ligadas à arte cinematográfica.

Depois de trabalhar em várias novelas, Arraes, como diretor, lançou dois importantes produtos para a televisão brasileira, *Armação Ilimitada* e *TV Pirata*, programas que instituíram na televisão “alta dose de humor e criatividade” (MACHADO, 2003, p.33).

Para Fachine (2003, p. 97), “realizadores que despontam nos anos 80 começam a usar o vídeo como meio, orientados, no entanto, por conceitos formulados mais no campo do cinema experimental que na incipiente esfera de produção da arte eletrônica no Brasil”.

Podemos destacar duas características das produções de Arraes:

- (i) apelo à paródia e ao pastiche dos produtos e processos da própria televisão;
- (ii) a preocupação em explorar a função cultural da televisão, sem perder de vista sua intertextualidade com outros meios (como o cinema, teatro, a literatura etc.).

Essa hibridização de linguagens e formatos gerou uma certa influência na televisão aberta no Brasil. Entretanto, é importante destacar que não é intuito deste trabalho vangloriar Guel Arraes ou o programa *C&PU*, considerando sua existência primordial para a TV Brasileira. Apenas se observa que o programa resgatou uma linguagem diferenciada para os programas de humor, trabalhando com a própria televisão. Trata-se de mostrar ao público como funciona a TV e como é articulada a linguagem televisiva, e, em certos momentos,

realizar uma desconstrução desse processo. Daí a nossa noção de praça, um território autorizado para tudo, dentro da rígida programação da TV Globo.

É o “se mostrar” – que foi instaurado por Arraes com o *TV Pirata*, que fala da televisão, que ri de si mesma, e que faz isso orientada por uma postura crítica em relação às suas próprias matrizes – que abriu caminho para o *C&PU*.

### 2.3. A programação da Rede Globo

	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo		
5:30	Telecursos					6:25	Globo Educação	5:20	TVE / MEC
6:15	Globo Rural - GRUR					6:45	Globo Ciência CIES	6:00	Santa Missa
6:30	Bom Dia Praça - BPRA					7:15	Globo Ecologia ECOS	7:00	Comunidade GLCO
7:15	Bom Dia Brasil - NBRA					7:40	Ação	7:30	Peq. Empresas EMPR
8:05	Mais Você - MAVO					8:00	Tv Globinho TVGL	8:00	Globo Rural GRUD
9:30	Sítio do Pica Pau Amarelo - SITI					11:30	Os Simpsons SIMP	9:00	Auto Esporte AUTO
10:00	TV Xuxa - XUXA							9:30	Esp. Espetacular ESPO
12:00	Praça TV I - PTV1							12:30	Turma do DiDi TURM
12:45	Globo Esporte - GESP							13:05	Temperatura Máxima TMAX
13:15	Jornal Hoje - JHOJ					13:45	Video Show VIDE	15:05	Domingão do Faustão Parte I DFAU
13:45	Video Show - VIDE					14:25	Caldeirão do Huck HUCK	16:00	FUTEBOL FGGE
14:35	Vale a Pena Ver de Novo - VALE					16:20	Sessão de Sábado - F16S	18:00	Domingão do Faustão Parte II DFAU
15:35	Sessão da Tarde - TARA							20:30	Fantástico FANT
17:35	Malhação - MALH							23:00	Show de Domingo SHOD
18:05	Novela I - N18H							23:40	Domingo Maior DMAI
18:55	Praça TV II - PTV2							1:30	Sessão de Gala SGAL
19:15	Novela II - N19H							3:15	Corujão COR1
20:15	Jornal Nacional - JNAC								
20:45	Novela III - N20H								
20:55									
21:45									
22:05	Tela Quente TELA	Casseta & Planeta CPLA	FUTEBOL FGGE	A Grande Família FAMI	Globo Reporter REPO	22:05	Zorra Total ZORR	20:30	Fantástico FANT
22:40		Show de Terça-feira TNOB		Linha Direta LINH	Show de Sexta SSUP	23:10	Supercine SUCI	23:00	Show de Domingo SHOD
22:50								23:40	Domingo Maior DMAI
23:05								1:30	Sessão de Gala SGAL
	Jornal da Globo - JGLO					01:05	Altas Horas ALTA		
	0 10	23 25	23 45	23 35	23 40				
	Programa do Jô - JSOA								
	0 40	23 55	0 20	0 05	0 10				
	Intercine - INCI								
	2 10	1 30	1 55	1 40	1 45				
	Corujão - COR1					3:05	Corujão COR1		
	4 05	3 20	3 45	3 30	3 35				

Figura 1 – Fluxograma da programação da Rede Globo de Televisão.

Fonte: [http://comercial.redeglobo.com.br/agenda\\_calendario\\_da\\_programacao/programacao\\_1.php](http://comercial.redeglobo.com.br/agenda_calendario_da_programacao/programacao_1.php) (acesso em: 21 nov. 2005)

Olhando o fluxograma da programação, com seus horários e dias pré-determinados, percebe-se o quanto a programação é grandemente responsável pela audiência da TV Globo.

Desde a concepção da TV Globo, seu grande diferencial sempre foi a grade de programação, que tinha e continua tendo a função de tornar o telespectador cada vez mais fiel. A TV Globo camufla a natureza comercial de seus produtos, promovendo um certo “encanto”, reafirmado através de slogans como “A gente se vê por aqui”.

Esses slogans podem ser questionados, já que os sentidos do “se vê por aqui” são repletos de ambigüidades. Até que ponto a gente se vê? Quem se vê?

Uma das curiosidades em relação à grade de programação é a própria estrutura, atrelada com a mesma rigidez aos espaços comerciais, bem definidos de acordo com os públicos, segmentados por idade, sexo e até horários específicos, como o chamado Horário Nobre.

Essa grade de programação da emissora na década de 60 já era composta por programas de entretenimento, novela e infantis, uma combinação de êxito que é usada até hoje.

Dados obtidos no *website* da Superintendência Comercial da emissora<sup>8</sup> destacam que são 113 emissoras, entre geradoras e afiliadas, possibilitando que 99,84% dos 5.043 municípios brasileiros acessem programas de TV, 24 horas por dia, sendo a maior parte da programação criada e realizada nos seus próprios estúdios, no Rio de Janeiro e em São Paulo, uma herança dos tempos da produção local no eixo. O apelo focalizado no “mundo construído” pelos costumes e cultura é marcante, como percebemos em :

A sintonia fina com os costumes e a cultura do público telespectador, somado ao respeito pelo público e extremo zelo pela qualidade de suas obras levam a TV Globo a alcançar 74% de *share* no horário nobre, 56% no matutino, 59% no vespertino e 69% de *share* de audiência no horário noturno.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> <http://redeglobo3.globo.com/institucional/>. Acesso em: 20 jan. 2005.

<sup>9</sup> Idem.

Dentro da programação, o destaque são as novelas – o principal “produto” na emissora desde a sua inauguração – que passaram a mostrar temas atuais, do cotidiano da maioria dos brasileiros.

Uma outra importante frente de trabalho da emissora é o jornalismo:

A TV Globo fica no ar 24 horas por dia. Destas, mais de três horas diárias são dedicadas ao jornalismo. São mais de 500 profissionais, no Brasil e no exterior. Os programas diários do gênero são *Globo Rural*, *Bom Dia Praça* (*Bom Dia Rio*, *Bom Dia São Paulo*, *Bom Dia Pará etc.*), *Bom Dia Brasil*, *Praça TV* (*SPTV em São Paulo* e várias afiliadas do interior do Estado; *Jornal Regional* em Campinas, Ribeirão Preto, São Carlos e Varginha; *TEM Notícias* em São José do Rio Preto, Itapetininga, Sorocaba, Bauru e Jundiaí etc.), *Globo Esporte*, *Jornal Hoje*, *Jornal Nacional* e *Jornal da Globo*. Destaque também para os semanais *Globo Repórter*, *Esporte Espetacular*, *Globo Rural de domingo* e, é claro, o *Fantástico*. (CASTRO et al., *on-line*)

O teor dos programas, no entanto, é preciso dizer, é, a cada dia mais, a própria programação da emissora e os atores e personas da Rede Globo. Isso ocorre inclusive nos programas de jornalismo, havendo, assim, muitas vezes, uma combinatória entre notícia e publicidade da emissora.

## 2.4 - O Padrão Globo de Qualidade

O chamado Padrão Globo de Qualidade foi instituído em 1973 pelo diretor de produção e programação José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni. Ele e Walter Clark comandavam a emissora, sob a confiança de Roberto Marinho.

Na origem, a Qualidade Globo significava o condicionamento de todo o material veiculado pela Rede a um padrão mínimo de qualidade técnica: enquadramentos, montagem e cortes imperceptíveis, trilhas e sons claros, um padrão similar etc. Feiúra, sujeira e má formação técnica foram logo se estendendo ao teor do material: certos ambientes, certas histórias e certas pessoas não tinham o Padrão Globo de Qualidade e não deviam aparecer na

telinha. Ao mesmo tempo, foram varridos da programação os programas populares, e a publicidade veiculada privilegiava a edição das grandes agências, que usavam equipamento melhor.

O objetivo deles era criar essa identidade audiovisual, algo novo para marcar a emissora. O Padrão foi reforçado ainda mais com a chegada do austríaco Hans Donner, um jovem artista gráfico que desenhava fontes tipográficas na Europa e que no Brasil encontrou em Boni seu aliado na busca da imagem *clean* da tv, com vinhetas que eram tão esperadas quanto os próprios programas.

Daí em diante, as mudanças foram perceptíveis inclusive na logomarca da emissora, que de estrela, passou a ser um Globo e um quadro representando a tela da TV.

Este trabalho foi tão bem aceito que a emissora até criou um núcleo específico de criação, fortalecendo a necessidade de unificar e manter uma identidade:

Atribuiu-se à Globo a criação de um diferencial *clean* nas imagens veiculadas, que acabou se tornando o padrão desejável, ainda mais após o sucesso da exportação de seus programas, especialmente as novelas. Há que se lembrar, porém, que antes disso, e depois, vários programas em diferentes canais experimentaram linguagens e formatos televisivos para o Brasil. Problematizou-se a imagem da TV dos primeiros tempos, e depois, na medida em que o espectador familiarizou-se com o veículo e o mercado lhe ofereceu mais alternativas (diferentes canais, recursos tecnológicos e programas). Tratava-se, portanto, do lado monopolista, de padronizar rapidinho uma linguagem/formato, pois entendia-se – e até hoje é um pouco assim –, que a padronização banalizadora é o que daria a desejada nacionalidade (em termos identitários) à televisão brasileira. Efetuou-se uma despolitização das imagens, uma diluição das diferenças e desigualdades num universo de imagens assépticas e folclorizadas de um Brasil (pobre, mas) moderno e unitário, todo ele belo, jovem e bronzeado em Copacabana. Esse imaginário tecnicamente forjado em estreita vinculação com o marketing, o apoio do governo e das agências de propaganda deslegitimou todas as demais linguagens/formatos de imagens televisivas. (KILPP, 2001, p. 34)

Kilpp destaca que a TV Globo é a única emissora brasileira que pensou eticamente na estética televisiva, e que engendrou um padrão e o impôs a toda programação da rede como identidade.

O padrão de qualidade técnica, e que é condição para tudo que veicula, Kilpp chama de estética *clean*, asséptica, clássica, bonita. Retrata-o desta forma:

Ela é tão forte que, na TV Globo, até o grotesco parece *clean*, e, nos últimos anos, quando tentou enveredar por outras referências estéticas, a emissora não obteve êxito. É curioso, inclusive, que os espectadores não aceitam atualmente na TV Globo as estéticas que acham normais nas demais emissoras... (KILPP, 2000, p. 8)

Dessa forma, a TV Globo age sobre a estética, a criação visual, os efeitos especiais, e, atualmente, conta com as novas tecnologias e pesquisas de uma certa inovação da imagem. Essas estão bem sintonizadas com as mentalidades brasileiras, que busca uma imagem limpa, cristalizada.

Curiosamente, essa imagem limpa e transparente da TV Globo não é reforçada e transmitida pelo *C&PU*, que não tem seu visual assinado por Hans Donner e equipe, e sim pelo artista plástico Pojucan, que, a cada início de temporada, apresenta algo inusitado e diferente da imagem “donnereana” para chamar a atenção dos telespectadores.

Isso não impede que Hans Donner e seu fluxo criativo de efeitos especiais usados na abertura de grandes produções globais não sejam usados como matéria-prima pelos humoristas. Estes fazem do *design* tridimensional de Donner algo diferente, que acaba sendo imitado, reconfigurado, parodiado, transfigurado, carregado de cores fortes e cenários que, em momento algum, lembram o Padrão Globo de Qualidade.

Os humoristas transformam o *design* de Donner em algo diferente, que, quando imitado, mais zomba do que reitera o Padrão de Qualidade...

O *C&PU*, em seu pastiche da programação televisual, mostra – e talvez os Cassetas nem tenham tanta consciência disso – que a preocupação com o refino da imagem em redes de televisão como a TV Globo chegou a tal ponto que a tecnologia utilizada na produção desses efeitos há muito pode ser considerada quase que como um personagem a mais, sobretudo em cenas dos programas de telecomunicidade.

Essa característica do *C&PU* atinge todas as estruturas matrizes do chamado Padrão Globo de Qualidade. Assim, enquanto outros programas imitam, principalmente, o telejornalismo e a teledramaturgia, o *C&PU* é bem mais gastrólata, com a sua “grande boca aberta” (BAKHTIN, 1993, pp. 243-250).

## 2.5. O programa *C&PU* na programação da Rede Globo

O programa *Casseta & Planeta Urgente*, da Rede Globo de Televisão, é exibido ao longo dos últimos treze anos às terças-feiras, sempre depois da chamada “novela das oito”.

O programa é indissociável dos humoristas que o produzem e apresentam, e por isso podemos dizer que é fruto do enlace, feito muitos anos atrás, de dois veículos impressos cariocas, o jornal *Casseta Popular* e a revista *Planeta Diário*. De um lado, os três estudantes de Engenharia da UFRJ: Roberto Adler (Beto Silva), Hélio Antonio do Couto Filho (Hélio de la Peña) e Marcelo Garmatter Barreto (Marcelo Madureira), com o jornalzinho mimeografado *A Casseta Popular*, o qual, mais tarde, passa a contar com a ajuda dos colegas Cláudio Besserman Viana (Bussunda) e Cláudio Manoel Pimentel dos Santos. Juntos, eles transformam o jornal num tablóide vendido em bares e praias cariocas, apenas com o intuito de fazer os leitores rirem. De outro lado, a *Planeta Diário*, uma revista mais estruturada e presente nas bancas de jornal, comandada por Hubert de Carvalho e Reinaldo Batista Figueiredo, que introduziu um novo conceito nas publicações de humor no Brasil, ao mostrar que não bastava apenas ser um jornal engraçado, mas também ter um bom esquema de distribuição para chegar às bancas.

Com o sucesso de vendas, o *Planeta Diário* impulsionou o crescimento também da *Casseta Popular*. O grupo fazia então seu primeiro *show* – o *Casseta in Concert: Coral Coro de Pica* – no restaurante Manga Rosa, em Botafogo, no Rio de Janeiro. Os cinco Cassetas tornaram-se colaboradores do *Planeta*, e, com a criação da editora Toviassú (que vem da expressão "todo viado é surdo"), a *Casseta Popular* também chegou às bancas, em forma de revista.

Antes de entrar para a Rede Globo, o grupo levou ao ar um primeiro programa para a televisão, na Rede Bandeirantes, chamado *Vandergleison Show*, criado e interpretado por Cláudio Paiva e os agora Cassetas: Hubert, Reinaldo Batista Figueiredo (44 anos, ex-editor do *Pasquim*) e pelo engenheiro Marcelo Garmatter Barreto, o Marcelo Madureira. Garambone (1997) diz, a respeito:

Tecnicamente mal feito, mas rico em ironia e inteligência, o programa deu um tapa bem dado no humor arcaico e preguiçoso dos programas de então. "Se tivesse sido na Globo, *Vandergleison* ia ser badalado como uma ruptura do humor televisivo nacional", intui Bussunda. (GARAMBONE, 1997,p.3)

Anos depois, então na Rede Globo, os cinco integrantes do *Casseta Popular* e os dois de *Planeta Diário* assumiram a redação do *TV Pirata*<sup>10</sup>, dirigido por Guel Arraes e Cláudio Paiva, programa do qual o *C&PU* herdou muitas idéias.

No *TV Pirata*, o projeto inicial previa um programa novo e com um conceito diferente de comicidade. A idéia da Rede Globo era fazer um programa de humor para ocupar o buraco deixado por Jô Soares com o *Viva o Gordo*, que estava indo para o SBT.

Mas, devido ao sucesso da novela *Pantanal* (na TV Manchete), o *TV Pirata* não agüentou a concorrência e saiu do ar. Os humoristas apresentaram, então, a proposta inicial de um programa próprio, chamado provisoriamente de *Sábado Urgente* – que, de tão urgente, teria de ser apresentado numa quinta-feira, dois dias antes, portanto – no qual fariam uma mistura de jornalismo com ficção.

A proposta do jornalismo de brincadeira foi ao ar pela primeira vez no programa *Dóris para Maiores*, em que o grupo exibiu o que fazia desde os tempos dos dois jornais impressos: uma grande motivação de ir contra o estabelecido. Porém, como eles não eram conhecidos, a Globo preferiu utilizar a atriz Dóris Giesse para encabeçar o programa.

Ela desistiu logo depois do primeiro ano; mas, na temporada de férias, a Globo reprisou alguns episódios e teve um número significativo de audiência, o que levou finalmente ao *C&PU*. Garambone (1997) sublinha:

Gostem ou não, *Casseta & Planeta* veio para mudar o humor na televisão brasileira. Uma tentativa anterior neste sentido havia sido feita com o extinto *TV Pirata*, redigido, inclusive, por boa parte da turma. Não deu certo. A direção da Globo julgou ser muito sofisticado. Um paradoxo para quem agora se incomoda com as situações chulas levadas ao ar por estes sete cavaleiros da baixaria. (GARAMBONE, 1997)

---

<sup>10</sup> Cada grupo escrevia uma parte, separadamente. E, naquele tempo, os humoristas começaram a se sobressair porque a maioria dos quadros que “emplacavam” (davam certo, em termos de audiência) no programa ou eram do grupo do *Planeta* ou do *Casseta*.

Escrito a catorze mãos pelo septeto de humoristas, o novo programa ganhou espaço, diferente do *TV Pirata*. Passou, ao longo dos anos, de mensal para semanal, contando com uma estrutura própria, e foi dividido em quadros temáticos diversificados, com duração média de dois minutos e meio, totalizando três blocos, com duração de trinta minutos na grade de programação, incluindo os comerciais. Em todo esse tempo no ar, o humor iconoclasta do grupo desafia a normalidade televisual e produz reenquadres dos acontecimentos agendados pela Rede Globo em forma de croni-comédia e pastiches, como veremos adiante.

Nessa apropriação “indébita e indevida”, o grupo faz uso indistinto da programação televisual da Rede Globo. Seja uma notícia divulgada no *Jornal Nacional* (passado), ou uma cena ainda inédita (futura) da novela das oito, seja de um anúncio publicitário ou de qualquer outro acontecimento da agenda, inclusive da agenda normativa e gramatical da programação da emissora. A intenção, à primeira vista, é rir da própria televisão, como já dissemos.

Como a emissora se auto apresenta em seu *website* comercial, que já citamos, a TV Globo é um veículo de comunicação cujas mensagens estão sempre sugerindo um protagonismo da emissora na história da sociedade brasileira, assim como ela está sempre falando de si mesma em geral: sua programação, seus profissionais etc., o que de certa forma torna inevitável a tendência a um tipo de comicidade metalingüística. No caso dos Cassetas, trata-se da promoção de pastiches da TV, em especial da própria Rede Globo de Televisão, que qualifica o programa como humorístico e proíbe o *C&PU* de tirar sarro de programas de outras emissoras.

A tendência não é tão atual. Desde a década de 80, programas como *TV0-TV1*, da própria TV Globo, foram exemplos desse tipo de telecomicidade; ao fazerem sátira, se utilizavam sobretudo de um formato pastichioso, em decorrência, também, vale a pena ressaltar, de um contexto político específico, sob o regime militar e a censura.

Um programa com esse cunho seria sempre uma espécie de segunda representação ou segunda referência, em que a programação diária e os respectivos mecanismos da linguagem da TV, necessariamente, teriam que aparecer como o *leitmotiv* do riso a ser provocado. Desse modo, um programa que tivesse uma proposta assim dirigir-se-ia àqueles telespectadores que assistiam regularmente à programação de TV, aos de razoável repertório, com certa memória televisual. Ou seja, aqueles que possuíssem certo repertório audiovisual é que poderiam identificar a paródia.

Integrante do Núcleo do Diretor Guel Arraes, o programa trabalha com uma proposta diferenciada de humor, não balizado em fórmulas, mas que utiliza colagens de estilos, formatos e linguagens, características inerentes ao grupo e também do núcleo do diretor na TV Globo.

As produções de Arraes têm espaço garantido na grade de programação da Rede Globo por se tratarem de narrativas de humor que trazem uma linguagem visual própria e diferente da utilizada por outros programas narrativos da emissora. Essas produções, a exemplo do *C&PU*, fazem sempre uma tentativa de levar ao público o dia-a-dia, o cotidiano, o factual inserido na história ficcional.

A direção geral do programa é de José Lavigne, direção de Rogério Gomes, produção executiva de Andréa Vaz, direção de produção de Marcelo Paranhos. Segundo a própria emissora, o programa segue:

a linha do “jornalismo-mentira e humorismo-verdade”. *Casseta & Planeta Urgente!* busca, por meio de paródias ao jornalismo convencional e a outros programas televisivos, desenvolver um modo engraçado e particular de tratar os fatos da atualidade. (...) Nos primeiros anos, vários quadros se alternavam de programa para programa – apenas um, que entrava em duas edições, estava presente em todos os programas, o “Planeta em Casseta”, satirizando os assuntos de maior destaque na mídia na semana da exibição. (PROJETO MEMÓRIA DAS ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2003, p. 686-687).

Mudanças no visual, na ancoragem feminina e nas vinhetas foram necessárias ao longo dos anos do programa, que também ganhou novos e inéditos quadros – alguns fixos –, e uma abertura e trilha original, que são remodeladas de tempos em tempos.

Um outro ponto marcante e balizado também na estrutura do programa é o destaque dado à fictícia empresa Organizações Tabajara, fabricante dos produtos e serviços, sempre curiosos, inventados pela turma do *C&PU*.

O programa tem feito, assim, um humor que promove colagens e hibridizações de formatos e estratégias discursivas. No entanto, deixamos bem claro que o uso de paródias e pastiche nos programas de televisão já era um recurso utilizado anteriormente em programas como *TV0- TV1* (1967), *Satiricom* (1973), *Planeta do Homens* (1976) e *TV Pirata* (1988).

Diante do que foi dito, então, privilegiamos como nosso objeto nesta pesquisa a TV do *Casseta & Planeta Urgente*, ou seja, essa enunciação da própria televisão que é feita pelo *C&PU*, e que tem como pano de fundo um referencial midiático e o seu pastiche.

Ao longo desses anos, o programa imitou o telejornalismo, a ficção e até mesmo os comerciais, na proposta de promover o que os próprios humoristas definem como “jornalismo mentira, humorismo verdade”. Poderíamos, portanto, destacar que a estrutura do programa é de um pastiche da própria estrutura da televisão, em que o referencial maior é a programação da Rede Globo.

É como se a programação de TV, com todos os *breaks* comerciais, suas telenovelas, seus programas de auditório, telejornais, e demais programas de telecomunicidade, além de filmes enlatados norte-americanos, pudesse caber dentro de um único formato. Teríamos, assim, uma unidade ou um programa ou um formato que sintetiza toda a programação da TV, como se os elementos constituintes da programação televisual da emissora fossem as notícias e a própria informação a ser veiculada.

É importante que se diga que o pastiche do *C&PU* vai muito além das imitações dos personagens, das telenovelas, dos telejornais, dos programas de auditório, dos comerciais... Ele atinge todas as estruturas matrizes do chamado “Padrão Globo de Qualidade”. Como já dissemos, sua “grande boca aberta” (BAKHTIN, 1993, p.243-250) devora a totalidade da programação, do telejornalismo à publicidade, desde que possuam características apropriadas para materializar seu humor escrachado.

É interessante repetir que muito da forma atual exibida na TV é fruto da experiência de seus redatores-atores nos veículos *Planeta Diário* e *Casseta Popular*. A comicidade que apresentavam nos dois tablóides citados (e, posteriormente, na revista *Casseta & Planeta*) era sobretudo centralizada em fotos, desenhos e ilustrações divulgadas na mídia. Atualmente, em seu formato televisual, o *C&PU* constrói sua comicidade sobre as mais diversas e diferentes imagens do vídeo, um trabalho de *ready-mades* da telecomunicidade. O pastiche, que já era feito sobre imagens gráficas de mídia impressa, na época dos tablóides, ajudou na construção da atual forma feita sobre as imagens em movimento da TV. Não é por acaso, portanto, que muitas vezes há uma forte presença da linguagem gráfica no programa televisivo, seja na forma das “vinhetas” apresentadas ou na dos “quadros”.

Outra característica do *C&PU* é o fato de que um número significativo das imagens que aparecem não é dos tipos representados pelos Cassetas, mas resultado de colagens de materiais gráficos e audiovisuais de diversas mídias e gêneros.

No geral, o programa funciona como uma espécie de revista eletrônica em que muitas páginas são dedicadas a outras personas midiáticas, de outras mídias, mas tornadas suas e televisivas pelas colagens e reenquadramentos que os Cassetas operam sobre aquelas, à sua própria imagem e semelhança. Os Cassetas são mais do que redatores e atores: são realizadores audiovisuais de televisão.

Sendo esta, portanto, a sua natureza, o pastiche do *C&PU* promove enfaticamente a edição e os efeitos especiais. Daí admitirmos que, dos programas que foram exibidos no período que estamos focalizando, evidenciou-se mais diretamente o uso da linguagem típica do meio TV.

Em sua proposta de jornalismo-mentira, humor-verdade, as imagens podem sofrer as transformações mais estapafúrdias. Uma palavra ou grupo de palavras pode ser interpretado como índice de uma imagem, ao invés de ser lido como uma frase; ou uma imagem qualquer pode assumir outras formas bastante inusitadas. E, assim, é comum anularem-se as fronteiras que existem entre os gêneros. Esse pastiche acrescenta algo a mais àquela outra prática parodística que, acima de tudo, centraliza as imagens humanas no vídeo, recaindo sobre os trajés, trejeitos, palavras e gestos de pessoas que aparecem na programação da TV.

A partir do momento em que enunciam que seu jornalismo é de mentira, mas seu humor é verdadeiro, os *Cassetas*

trazem à tona uma filosofia tupiniquim, nos termos como foi pensada por Roberto Gomes (1986), cuja prática, se levada a efeito, levaria mais a sério o humor, a música e os artistas brasileiros do que a seriedade de paletó e gravata da classe política e intelectual dos sentidos éticos brasileira. (KILPP, 2003, p. 153).

De outro lado, numa esfera mais sociológica, os humoristas colocam na prática o que Roberto Gomes (1994), em seu livro *Critica da Razão Tupiniquim*, destaca como a capacidade de ver o lado avesso das coisas, das palavras raras, citações latinas e frases na ordem inversa etc.

Creio que a existência de uma piada tipicamente brasileira deveria ser objeto de estudo mais profundo. Possuirá características específicas? Que atitudes básicas revela? Uma saudável maneira de suportar um existir humilhado? (GOMES, 1984, p.10)

Por tudo isso, é possível dizer que, além das relações tensas que sempre existem, na TV, entre qualquer programa e a programação de uma emissora (conforme demonstrado por KILPP, 2003), em *C&PU* há um tensionamento a mais, que é o fato da programação da emissora estar “dentro” do programa. Isso tensiona as práticas homológicas tanto de programa, quanto da programação na televisão feita pela Rede Globo (bem como a das outras emissoras).

### 3. O MAPA DO PASTICHE

Para a construção do mapa do pastiche que é feito pelo *C&PU*, faremos várias análises descritivas de alguns tempos de TV que são parte de nosso *corpus*. Por isso, inicialmente, precisamos esclarecer como estaremos entendendo os principais termos usados na análise.

A **programação** de uma emissora de TV pode ser percebida de dois modos, complementares, mas não idênticos: a grade (como a que aparece publicada nos jornais e *websites*) e o fluxo (a que assistimos na TV).

Os **programas** são construções televisivas acabadas - ainda que sejam interceptados talvez aos pedaços pelo espectador que zapeia<sup>11</sup> – que incluem, na programação em fluxo, outras unidades autônomas, como os clipes, promos, vinhetas e comerciais, justapostos em um determinado tempo de TV.

Programas e programação mantêm entre si relações tensas, e competem pela atenção do espectador.

**Quadro** é uma espécie de subunidade autônoma no interior de um programa qualquer, ou seja, um tempo específico de TV, dentro do programa. Conseqüentemente poderíamos dizer que são os diversos quadros que formam os blocos e, subseqüentemente, um programa, e que a macromontagem de diversos quadros e blocos de programas e comerciais – além de outras unidades televisuais – formam a programação, dentro do fluxo que vai ao ar.

---

<sup>11</sup> Mudança de canal. Prática muito comum entre os telespectadores quando dentro do fluxo são veiculados os intervalos comerciais.

O *C&PU* também é dividido em partes que são tratadas audiovisualmente como se fossem “quadros”, e que são presumidamente, como veremos a seguir, um pastiche dos quadros de programa de TV.

Os **promos** veiculados durante a programação, especialmente na abertura e no fechamento de um programa, são também elementos de importante conceituação. Tratam-se de *frames* montados no fluxo televisivo, em seqüências geralmente pouco longas e que têm duração determinada e autonomia. Os promos são, portanto, uma moldura mais geral e um território para a enunciação dos sentidos identitários do programa, inclusive os do gênero de programa, segundo Kilpp (2003).

Além de abertura e fechamento de programas, os promos também funcionam para chamar outros programas, chamar a emissora, chamar a publicidade etc.

Em alguns casos, parecem-se mais com os *trailers*, os clipes, e têm mais autonomia. São as vinhetas. Às vezes, se parecem mais com uma logomarca, como as que ficam nos cantos da telinha (logo de emissora, de programa, de anunciante, de “ao vivo”, de “*close caption*” etc.). Muitos promos são combinações de vinhetas e logomarcas.

No conjunto, os promos são elementos de ligação entre as partes montadas no fluxo, remissão a certos momentos da programação e identificadores daquilo a que assistimos.

Chamaremos de **persona** àquele ser televisivo dito documental, factual, ou seja, o personagem televisivo de si mesmo, como os apresentadores e âncoras de programas. Já o termo **personagem**, usaremos para designar o ser ficcional, ou seja, o personagem televisivo de um outro, interpretado pelos atores em novelas, por exemplo.

**Molduras** passam, agora, a ser espaços que instauram, no interior de suas bordas, territórios de significação. Será usado conforme Kilpp (2003), adequando o conceito de Goffman ao audiovisual de TV. Molduras e **enquadres** serão usados com o mesmo sentido. E **moldurações** ou **enquadramentos** serão as montagens feitas no interior de uma moldura, como a montagem dos elementos de uma cena, ou o enquadramento da câmera, ou a edição de uma imagem na ilha.

Com esse pequeno ajuste, dentro da construção do nosso mapa, *frame* deixa de ser moldura e passa a designar não mais o enquadre de Goffman, mas uma imagem qualquer do fluxo (que, ao se retirar uma seqüência do fluxo, é produzida por PAUSE). Em conformidade,

chamaremos de **seqüência** a um tempo qualquer de TV, uma seqüência de imagens em movimento do fluxo (que podem ou não constituir de forma acabada um quadro, comercial, promo etc.)

Depois dessa explicação sucinta, cremos ser pertinente fazer uma ressalva a respeito do **corpus**. Inicialmente, no nosso projeto de qualificação tínhamos a intenção de trabalhar com um recorte de quadros de programas exibidos em 2004, escolhidos previamente por gênero. Seriam quatro “quadros” recorrentes (os reagendamentos da novela, do jornalismo, da publicidade e de uma série); uma amostra de tempos do programa em que fossem enunciados os temas recorrentes (política e comportamento); e o conjunto da estrutura do programa relacionado à programação em fluxo da Rede Globo de Televisão.

Esses recortes foram pensados a partir de observações muito preliminares. Em decorrência de novas observações, mais metódicas, o material mostrou-se insuficiente e produzido (as gravações) de maneira inadequada para a análise que agora está em pauta, e decidimos redefinir o *corpus* e gravar mais programas, de 2005 também.

Seguimos trabalhando com “quadros” do programa – a novela, o telejornal, o anúncio comercial e a série (exibidos no mês de agosto de 2005). Entretanto, não nos fixamos às questões temáticas, mas sim à sua estruturação no interior dos “quadros”, e ao que de fato os humoristas querem dizer da televisão, da programação e do seu próprio programa, através do pastiche, observando a relação entre os enquadres dos “quadros”, das “personas” e “personagens” no *C&PU* e os mesmos na programação da TV imitada pelos Cassetas.

Dentre esses, as escolhas recaíram sobre aqueles que nos pareceram ter maior participação e regularidade na “programação” do *C&PU*, já que havíamos percebido que até o fluxo da programação da própria TV Globo é utilizado nos pastiches feitos pelos humoristas, questionando-nos com que freqüência e de que forma isso acontece.

### 3.1. O pastiche da programação em fluxo

Apresentamos, no quadro a seguir, a estruturação do programa em “quadros”, a partir da observação de quatro episódios, em quatro semanas subseqüentes de agosto de 2005. As aspas sempre indicam nele o pastiche.

**Tabela 1. Estruturação dos programas Cassetta & Planeta Urgente! de 2/8/2005 a 23/8/2005**

	<b>DIA 2/8/2005</b>	<b>DIA 9/8/2005</b>	<b>DIA 16/8/2005</b>	<b>DIA 23/08/2005</b>
1º bloco (12 minutos)	- Promo de abertura do programa <i>C&amp;PU</i> - “Promo de abertura de Amerreca” - “Amerreca” - “Promo de passagem de quadro” - “Promo de abertura de Encarapirou e outras toras” - “Encarapirou e outras toras” - “Promo de fechamento de Encarapirou e	-Promo de abertura do programa <i>C&amp;PU</i> - “Promo de abertura do Brasil Total” - “Brasil Total” - “Promo de passagem de quadro” - “Comercial Tabajara” - “Promo de abertura do Plantão” - “Plantão” - “Promo de abertura do Brasil Sub total”	-Promo de abertura do programa <i>C&amp;PU</i> - “Promo de abertura de Amerreca” - “Amerreca” - “Promo de passagem de quadro” - “Promo de abertura do Plantão” - “Plantão” - “Promo de abertura do comercial” - “Comercial Tabajara”	Promo de abertura do programa <i>C&amp;PU</i> - “Promo de abertura de Titio quer passar o rodo” - “Titio quer passar o rodo” - “Promo de abertura do Plantão” - “Plantão” - “Promo de abertura de Na Balada com Ballada” - “Na Balada com Ballada”

	<p>outras toras”</p> <p>-“Promo de abertura de CPI ao Vivo e se mexendo”</p> <p>-“Promo de Passagem de quadro”</p> <p>- “Promo de abertura de Masturboys”</p> <p>- “Masturboys”</p> <p>- “Promo de fechamento de Masturboys”</p> <p>- “Promo de abertura do Domingão do Mensalão”</p> <p>- “Domingão do Mensalão”</p> <p>- “Promo de fechamento de Domingão do Robertão”</p> <p>- “Vinheta - Sambabaca”</p> <p>- Promo de intervalo do</p>	<p>Brasil Sub total”</p> <p>- “Brasil Sub Total”</p> <p>-“Promo de abertura da CPI ao vivo e se mexendo”</p> <p>- “CPI ao vivo e se mexendo”</p> <p>-“Promo de abertura de Casseta na Boca do Povo”</p> <p>-“Casseta na Boca do Povo”</p> <p>- Promo de intervalo do programa <i>C&amp;PU</i></p>	<p>Tabajara”</p> <p>“Promo de abertura do Plantão”</p> <p>- “Plantão”</p> <p>- “Promo de abertura de CPI ao vivo e se mexendo”</p> <p>- “CPI ao vivo e se mexendo”</p> <p>- Promo de intervalo do programa <i>C&amp;PU</i></p>	<p>- “Promo de abertura do Plantão”</p> <p>- “Plantão”</p> <p>- “Promo de abertura de As Encalhadas”</p> <p>- “As Encalhadas”</p> <p>- “Promo de abertura de Titio quer passar o rodo”</p> <p>- “Titio quer passar o rodo - vinheta”</p> <p>- Promo de intervalo do programa <i>C&amp;PU</i></p>
--	--	---	--	--

	programa <i>C&amp;PU</i>			
INTERVALO COMERCIAL - 5 minutos				
2º BLOCO (5 minutos)	- Promo de retorno do intervalo do programa <i>C&amp;PU</i>  - “Promo do comercial Tabajara”  - “Comercial Tabajara”  - “Promo de fechamento do comercial”  - “Promo de abertura de Musiquinha Neles Brasil”  - “vinheta Musiquinha Neles Brasil”  - Promo de intervalo do programa <i>C&amp;PU</i>	-Promo de retorno do intervalo do programa <i>C&amp;PU</i>  -“Promo de abertura do Brasil Sub Total”  - “Brasil Sub Total – Vinheta”  -“Promo de abertura de Casseta na Boca do Povo”  - “Casseta na boca do Povo”  Promo de intervalo do programa <i>C&amp;PU</i>	- Promo de retorno do intervalo do programa <i>C&amp;PU</i>  - “Promo de abertura do Plantão”  - “Plantão”  - “Promo de passagem de quadro”  - “Comercial Capivara”  - “Promo de fechamento do comercial Capivara”  - “Promo de abertura de Musiquinha Neles”  “Musiquinha Neles – vinheta”  - Promo de intervalo do programa <i>C&amp;PU</i>	- Promo de retorno do intervalo do programa <i>C&amp;PU</i>  -“Promo de abertura de Micos do Presidente”  - “Micos do Presidente”  - “Promo de abertura de Na Balada com Ballada”  -“ Na Balada com Ballada”  - Promo de intervalo do programa <i>C&amp;PU</i>

INTERVALO COMERCIAL - 5 minutos				
3° BLOCO (5 minutos)	- Promo de retorno do intervalo do programa <i>C&amp;PU</i>	- Promo de retorno do intervalo do programa <i>C&amp;PU</i>	- Promo de retorno do intervalo do programa <i>C&amp;PU</i>	- Promo de retorno do intervalo do programa <i>C&amp;PU</i>
	- “Promo de abertura de Novas anedotas de mensalão”	- “Promo de abertura do Hospital Geral”	- “Promo de abertura do Casseta Rural”	- “Promo de abertura do Plantão”
	“Novas anedotas de mensalão”	- “Hospital Geral”	“Casseta Rural”	- “Plantão”
	- “Promo de abertura de Casseta na Boca do Povo”	- “Promo de abertura do Plantão”	- Promo de fechamento do programa	- “Promo de abertura do comercial Tabajara”
	- “Casseta na Boca do Povo”	- “Plantão”		- “Comercial Tabajara”
	-Promo de fechamento do programa	- “Promo de abertura Anedotas de Mensalão”		- “Promo de abertura de Na Balada com Ballada”
		- “Anedotas de Mensalão”		- “Na Balada com Ballada - vinheta”
		-Promo de fechamento do programa		- Promo de fechamento do programa

Pela Tabela 1, percebe-se que a estrutura do programa parece ter as mesmas diversidades e recorrências da programação matricial da emissora, muito mais que as de um programa de TV.

A estrutura do programa na série trabalha com horário determinado de 30 minutos, incluindo os comerciais, divididos em três blocos, sendo o primeiro bloco maior, e os outros dois com duração menor.

No *C&PU*, o fluxo é corrompido no sentido dos tempos de TV destinados às partes: enquanto um comercial, por exemplo, tem 30 segundos, no *C&PU* ele ganha 1 minuto; às vezes, a mais que o jornalismo, no caso do *Plantão*, que é acionado na emissora como algo extraordinário e bem rápido, “ele”, no *C&PU*, ganha uma forma e uma duração onde o que menos importa é essa duração ou o extraordinário do acontecimento.

Para fins de análise mais detalhada, selecionamos alguns tempos de TV do *C&PU* que fazem croni-comédia da programação da TV Globo e reagendamentos: promos e vinhetas; personas e personagens, programas e programação em fluxo.



Figura 2 – Frames de quadro do *C&PU* sobre a programação em fluxo  
 Fonte: Programa *C&PU* exibido em 22 de junho de 2004

Iniciamos fazendo uma descrição do último quadro, de apenas 1'24" de duração, do programa do dia 22 de junho de 2004, que demonstra o que os Cassetas fazem com a programação de TV.

O quadro mostra a chegada da atriz Luana Piovanni ao programa *C&PU*, que, naquele momento, substitui a Casseta Maria Paula durante sua licença-maternidade. A seqüência é iniciada com a chegada de Luana aos estúdios, que, pela bagunça do cenário, leva à noção de que se trata do estúdio de gravação dos Cassetas.

Quem recebe a atriz é Marinete, personagem principal do programa *A Diarista*<sup>12</sup>, mas que, naquele momento, atua como se fosse a diarista dos Cassetas, a diarista “diarista”<sup>13</sup>, já que na cena ela arruma o estúdio.

A seqüência inicia com a atriz Luana perguntando à diarista: “Você trabalha aqui?”. A diarista responde que não, reforçando que trabalha no programa que vem depois, mas que veio “dar uma força para Dona Maria Paula, que teve que sair porque a filha dela nasceu. Olha aqui que linda!”

Luana olha uma foto e elogia a filha da Casseta, mas, com uma expressão preocupada, pergunta à diarista sobre umas dicas que a Maria Paula devia ter repassado a ela sobre o *C&PU*; afinal, segundo a atriz, “não é fácil aturar um monte de homem feio! Ninguém segura!”.

Na continuidade da cena, a diarista apresenta a lista com as dicas deixadas pela “dona” Maria Paula, além de ração para humoristas e um pernil cenográfico para o Bussunda, que segundo a diarista, “é um reforço para crescer um pouquinho mais para o lado”.

Luana agradece e a diarista se despede enfatizando que deve ir, porque o “seu programa” vai começar agora e que precisa “pegar no serviço aqui do lado”, remetendo à localização do estúdio de gravação de *A Diarista*, ao lado do dos Cassetas, imitando o que a programação em fluxo sugere: a contigüidade existencial dos programas no tempo-espaço.

Depois do agradecimento, Luana se dirige ao público, dizendo que adorou participar do programa e espera que o público também. No momento em que a atriz fala com o público,

---

<sup>12</sup> Programa a ser exibido depois do programa *C&PU*, dentro do fluxo da programação da emissora nas terças-feiras.

<sup>13</sup> A Diarista Marinete, personagem do programa *A Diarista*, assume um papel duplo, promovendo-se uma certa confusão de personagens.

a diarista sai de cena discretamente, agachada, literalmente correndo em decorrência da entrada no ar de “seu programa”.

Ao final da veiculação dos créditos do programa *C&PU*, Luana pergunta à diarista, que volta ao estúdio, se depois que ela (Luana) se despedir não teria que colocar a “cobrinha verde”, promo do *C&PU*.

A diarista, então, diz que “botar a cobrinha não é com eles não. É com a TV Globo”. Nesse momento, há um intervalo de 3 segundos para a veiculação do logo do *C&PU* e da TV Globo, e a confirmação da diarista, que diz “olha lá, entrou!”. Essa posição da logomarca legitima que ali é um território produzido e exclusivo da emissora, além, evidentemente, de reforçar questões da própria noção do fluxo da programação, destacando que “aqui terminou o *C&PU*”, mesmo que o programa tenha recebido a atriz Cláudia Rodrigues, de *A Diarista*, como convidada.

Nessa pequena descrição, percebemos que os Cassetas utilizam diferentes recursos para demarcar o fluxo da programação, como, por exemplo, a presença de personagem de outro programa para antecipar o fluxo da programação, assim também acontece com as “novelas” no *C&PU*, que recebem uma suposta continuidade também dentro do fluxo. Esses recursos, de forma geral, são resultados da herança do núcleo de Guel Arraes, promotor fiel de uma linguagem televisual refletida, onde o mais importante é apresentar a TV e seu funcionamento para o telespectador.

Dentro dessa perspectiva, o *CP&U* articula nesse tempo de TV uma hibridização de dois programas que estão no fluxo da programação no ar: o *CP&U* e *A Diarista*, promovendo assim, uma pré-passage ou uma passagem falsa da programação.

### **3.2. O pastiche de programas da emissora**

Como vimos na Tabela 1, nas quatro semanas observadas de programa, a estrutura básica, em termos de “gênero de programas”, foi a seguinte:

**1º Bloco**

- Promo de abertura do programa *C&PU*
- “Novela” ou “Programa jornalístico”
- “Programa jornalístico”, “Anúncio” ou “Série”
- “Programa jornalístico”
- “Desenho animado”, “Programa jornalístico” ou “Anúncio”
- “Programa jornalístico” ou “*Reality show*”
- “Vinheta” ou “Programa jornalístico”
- Promo de intervalo do programa *C&PU*

**2º Bloco**

- Promo de retorno do intervalo do programa *C&PU*
- “Anúncio” ou “Programa jornalístico”
- “Programa jornalístico”, “Anúncio” ou “Série”
- “Programa jornalístico” ou “Anúncio”
- Promo de intervalo do programa *C&PU*

**3º Bloco**

- Promo de retorno do intervalo do programa *C&PU*
- “Série” ou “Programa jornalístico”
- “Programa jornalístico” ou “Série”
- “Programa jornalístico” ou “Vinheta”
- “Série”
- Promo de fechamento do programa *C&PU*

As reiteradas vezes em que os gêneros apareceram nos levaram a recortar, para fins de análise, os pastiches relativos a programas jornalísticos, a ficção de novelas e séries e a publicidade. Selecionamos três tempos de TV no *C&PU* nos quais é marcante esse processo: um tempo de TV com ênfase no jornalismo, outro com destaque para a novela e séries, e um último para marcar a publicidade.

### 3.2.1. *O pastiche do acontecimento jornalístico*

O teor “jornalístico” atravessa o programa em vários “quadros”. No *C&PU*, as notícias mais destacadas do dia e da semana, com vistas à croni-comédia, aparecem espalhadas na “programação” e se apresentam na forma de “entrevistas”, “comentários” e modos de narrar num estilo que evidencia marcas próprias do pastiche *C&PU*. Nas “notícias” do *C&PU*, é recorrente a presença de sujeitos que provêm de fora da TV (políticos, desportistas, artistas...) e, nesses casos, o pastiche é feito sobre as práticas jornalísticas da emissora, às vezes ressaltando um jornalista (Galvão Bueno, por exemplo) ou programa (*Esporte Espetacular*, por exemplo). A “atualidade informativa” emerge como um conteúdo chave e os humoristas adotam um perfil notoriamente de imitação, transformando-se em jornalistas comediantes, personagens das personas e de si mesmos, fazendo, em geral, caricatura de personagens e de personas televisivos.

Estruturalmente as matérias adotam a organização seqüencial própria dos noticiários, recorrem a uma apresentação seguida de seções e notas variadas, classificadas e hierarquizadas por um “título da sessão” e pelo nome do “repórter” que as realiza. Os códigos empregados para comunicar se estabelecem a partir de guias da cumplicidade cultural, que interpelam, majoritariamente, um público informado, midiaticado e com um olhar mais amplo da realidade.

Apresentando tempos de TV em que a matéria-prima é a notícia divulgada no *Jornal Nacional*, na grande maioria das vezes, o programa *C&PU* utiliza-se, porém, da estrutura do jornalismo feito no *Plantão*, misturando os dois formatos. Em geral, o acontecimento é trabalhado no “Plantão Casseta & Planeta”.

Uma primeira questão importante de se destacar é que o “Plantão” é totalmente diferente do apresentado pela TV. No *C&PU*, o “Plantão” apresenta tempos de TV com a estrutura do jornalismo e com notícias diversas; na maioria dos casos, juntam-se três fatos importantes relatados pelo próprio jornalismo da TV Globo ao longo da semana, o que no *Plantão*, dentro do fluxo da TV Globo, não acontece. O *Plantão* dentro da programação só é acionado em casos de fatos extraordinários, fora do comum. Uma primeira análise demonstra que o programa *C&PU* trabalha dessa forma para chamar a atenção do telespectador que, diante da programação da TV Globo, é importante marcar que, ali, o jornalismo é evidenciado e pode ser visto com outros olhos.

É pertinente também destacar que mesmo no “jornalismo” humorístico do *C&PU* existe uma certa seriedade nas “notícias divulgadas”, ou seja, é um humor que produz novas informações jornalísticas sobre as matérias reagendadas, e sobre o agendamento da TV Globo. Mas como se trata de uma imitação, nem mesmo os apresentadores e repórteres do *Jornal Nacional* escapam. Figurinos, características peculiares do jeito de falar, gesticular e da postura de cada um dos jornalistas da emissora, que, da mesma forma como os atores, ganham novos nomes dentro do programa *C&PU*. Os “Plantões”, na maioria das vezes, são apresentados nos dois primeiros blocos.

Para chegarmos ao pastiche do *C&PU* será necessária uma descrição do tempo de TV do *Jornal Nacional*, do dia 16 de agosto de 2005. A seqüência é iniciada no terceiro bloco do jornal pelo âncora William Bonner, destacando que uma força-tarefa foi criada para investigar o roubo de 156 milhões de reais na sede do Banco Central de Fortaleza, já tendo sido identificado que a quadrilha não é do Nordeste.

A seqüência mostra imagens de carros da Polícia Federal e uma sonora do repórter destacando que a Polícia Federal fez o retrato falado de três dos assaltantes do Banco Central no Ceará, mas que os rostos não foram anunciados. A seqüência é finalizada com a imagem da fachada do prédio do banco assaltado.

A reportagem do *Jornal Nacional* apresenta, nas imagens, um pó branco espalhado pela quadrilha na casa, para cobrir as evidências, o que não impossibilitou à polícia encontrar impressões digitais. A matéria utiliza recursos gráficos para demonstrar, na parte superior da tela, o montante do valor do dinheiro roubado e, na parte inferior, o tamanho de 80 metros do túnel, que percorria a casa ao banco.

Na seqüência, o repórter César Menezes entrevista o presidente do Conselho Regional de Engenharia e Arquitetura do Ceará, que destaca que o túnel foi construído por pessoas especializadas, que retiraram 30 toneladas de areia, o que, segundo o presidente do CREA, daria para encher seis caminhões.

De dentro do túnel, o repórter mostra que, naquele espaço, quase não cabe uma pessoa e ainda destaca que seria muito difícil passar por ali com mais de 3 milhões de notas de 50 reais.

No entanto, o repórter enfatiza que a quadrilha teve tempo para isso: “O Banco Central fechou na sexta-feira às 6 da tarde e só reabriu na segunda-feira às 8 da manhã. Os assaltantes tiveram 62 horas para transportar 156 milhões de reais aqui por este túnel”.

Um novo infográfico é usado na matéria para representar as milhares de notas de 50 reais empilhadas em quatro blocos, que chegavam a pesar 3,5 toneladas se colocadas em 4 caixas de 1 m de altura, por 1 de comprimento e 5 de largura.

A matéria jornalística encerra com a imagem de William Bonner, que informa que o Banco Central também abriu sindicância para investigar o roubo.

No *C&PU*, a “cena jornalística” inicia já com a imitação na localização da matéria do *Jornal Nacional* dentro do fluxo – exatamente no terceiro bloco do programa do dia 23 de agosto de 2005. Fato que marca a localização do *Jornal Nacional* no fluxo, porém com o atraso de uma semana depois da veiculação da notícia – com o promo do “Plantão” do *C&PU* e a voz do locutor anunciando a “matéria”.

A seqüência de imagens mostra um “repórter” com uma imagem ao fundo e um “promo” do “Plantão” na parte superior esquerda da tela. Logo em seguida, aparece o prédio do Banco Central e a legenda com o nome Alexandre Gracinha (“Alexandre Garcia”).

À medida que o “promo” aparece, a animação da mascote revela na parte inferior da tela e questiona, com seus movimentos, quem são os “personas” apresentados. Parece que a mascote *C&PU* diz ao telespectador que os “personagens/personas” ali apresentados não são quem parecem ser, nem mesmo no pastiche, pois revela isso com um riso cínico e gestos de negação para com o telespectador, depois de olhar para quem está identificando.

O “repórter” fala da repercussão do assalto realizado no BC de Fortaleza, dizendo que “o caso chamou a atenção de diversas personalidades do mundo político-criminal, que também revelaram seus comentários sobre o assunto.”

“Personas” como Marcos Mensalério (“Marcos Valério”), “publicitário de alta periculosidade” dão “entrevista” dizendo que não tem “inveja desse pessoal que roubou o BC não” e que “tem espaço para todo mundo roubar os cofres públicos, mesmo porque o governo tem dado o maior apoio”.

Uma outra “persona” a fazer comentários é Luis Inácio Lula da Silva (“Luis Inácio Lula da Silva”), “presidente em falta de exercício”, que destaca em sua “entrevista”: “o brasileiro tinha que tirar o traseiro da cadeira, correr atrás, suar a camisa, abrir um túnel e conseguir dinheiro do Banco Central sem juros nenhum”.

Logo depois das entrevistas, o “repórter” do *C&PU* aparece dentro de um “túnel” – como aconteceu com o repórter no *Jornal Nacional*. Entretanto, no *C&PU*, o “repórter” anda com facilidade no “túnel”, o que não acontecera com o repórter do *JN*; também destaca que o Programa *C&PU* “não é garota de programa de Brasília, mas também dá os seus furos”.

Já caminhando no “túnel” em pé, “o repórter” diz ter localizado o bandido Tatução, chefe da quadrilha, que roubou os 156 milhões de reais do Banco Central. O “repórter” então se abaixa e começa a entrevista com um tatu que aparece com um saco branco de dinheiro sob as patas dianteiras.

A primeira pergunta ao tatu, feita pelo “repórter”, é se ele não estava arrependido de ter roubado dinheiro público. O tatu, então, responde (voz *off* de um Casseta) dizendo que dinheiro público nenhum foi roubado! “Nós trabalhamos duro, não somos iguais a esses caras da CPI não” – aparece legenda com o nome Tatução (personagem criado pelos Cassetas) – assaltante e ex-funcionário do Metrô – “nós roubamos honestamente”. A seqüência acaba com a imagem da entrevista e um olhar surpreso do “repórter”.

Com essa descrição, destacamos que apenas através do humor e do pastiche é possível que o programa *C&PU* realize essas construções, satirizando e levando ao ridículo personas midiáticas como o Presidente da República, Luis Inácio e o publicitário Marcos Valério, ou simplesmente arranjando um culpado inusitado (um tatu) para o maior roubo de banco do país, por exemplo.

Percebe-se que, quase sempre, o “Plantão” do *C&PU* é agendado pelo *Jornal Nacional* e pelos jornais esportivos, como o *Esporte Espetacular*, raramente de outros lugares. De acordo com a Tabela 1, observamos que os formatos do tempo jornalístico dentro do *C&PU* mais evidenciados são: (i) o “Plantão” (CPI ao vivo e se mexendo), no qual os Cassetas mudam o caráter e invertem o formato, apesar de utilizarem características do telejornal, como já marcamos anteriormente; e (ii) o “Casseta na boca do povo”, uma espécie de enquete de rua, muito usada nos programas esportivos da emissora; consiste em uma técnica de reportagem desse programa jornalístico que vai até as ruas ouvir a opinião dos telespectadores sobre o futebol dos grandes times e, principalmente, sobre a Seleção Brasileira.

Fica marcante também, com essa descrição, que o acontecimento jornalístico veiculado pela emissora vai ser reagendado no *C&PU*, desde que tenha características da croni-comédia e permitam aos Cassetas recortes como o descrito, no qual é feita uma “análise” dos acontecimentos da crise política em Brasília.

**Tabela 2. Comparação entre abordagem do *Jornal Nacional* e “Plantão” do *Casseta & Planeta Urgente***

	<b>Ordem</b>	<b>Duração</b>	<b>Freqüência</b>	<b>Ponto de Vista</b>	<b>Narração</b>
<i>Jornal Nacional</i>	Linear	Sumário	Singulativo	Focalização zero	Posterior
<i>C&amp;PU</i> - “Plantão”	Linear	Pausado	Iterativo	Focalização externa	Posterior

### 3.2.2. O Pastiche de novelas e séries

As novelas (das oito) e as séries da TV Globo sempre são matéria-prima para a ação dos Cassetas. Recorrendo mais uma vez à Tabela 1, observamos que o pastiche de novelas e séries, no período analisado, recaiu sobre os seguintes programas, ou sobre quadros desses programas: *América* e *Carandiru e Outras Estórias*.

No caso da **novela** das oito, no *C&PU* sempre são destinados ao seu pastiche os tempos de TV que marcam o início do programa, com um fato curioso: determina-se uma suposta continuação do capítulo da novela que acabou de ir ao ar antes da exibição do programa, na programação em fluxo, características semelhantes ao que relatamos anteriormente sobre o pastiche da programação.

Esta atenção à novela que é dada na “novela” é marcada ainda mais pelo “locutor”, que sempre destaca: “no capítulo da novela que acabou de acabar!”. Esses tempos de TV da “novela” têm, em média, 6 minutos de duração e são exibidos no primeiro bloco do programa, apresentando versões engraçadas de diversos personagens, do enredo e até mesmo dos próprios atores da novela, as personas televisivas. É dada uma continuidade ao programa anterior, na maioria das vezes com novas interpretações que fogem da matriz da própria telenovela, abordando assuntos como a política, o sexo e outros.



Figura 3 – Frames de *Amerréca* – “novela” *C&PU*  
 Fonte: Programa *C&PU* exibido em 2 de agosto de 2005

O promo da novela com detalhes da logomarca, como fonte, desenho, disposições na tela e cores também são marcantes na apropriação feita pelo programa *C&PU*, que também faz algumas críticas à produção da novela das 8, que mistura locações e coloca no ar cenas de Miami (EUA) e do Brasil como se fossem lugares próximos um do outro.

O próprio nome utilizado no pastiche da novela, *Amerréca* (“*América*”), deixa em aberto uma suposta qualificação da novela por parte dos humoristas.

Discutiremos a seguir um tempo de TV com duração de 6’26”, que abre o primeiro bloco do programa *Casseta & Planeta Urgente* levado ao ar pela TV Globo em 2 de agosto de 2005, no horário normal e nobre do programa.

A seqüência inicia com o “promo de abertura da novela das 8” dentro do programa *C&PU*, que utiliza a mesma tipologia da letra, cores e trilha sonora do promo da novela. O pastiche do promo da novela *América* é evidenciado no trocadilho do nome, na ênfase dada ao nariz no fundo das letras de *Amerréca* e nas imagens de fundo do “promo da novela”, que mostram o casal protagonista aos beijos e a voz do “locutor” fazendo o anúncio do “programa”: *Amerréca* (“*América*”).

Com um tempo de duração de 1’57”, o *frame* que marca o início de nossa descrição mostra Batty Faria (“Betty Faria”) aguardando, com certa ansiedade, um táxi na frente de um prédio que se supõe ser um *shopping* de Miami, haja vista que possui anúncios na porta em espanhol e inglês (*tacos* prontos e *eat smart*).

Creemos que essa relação com os nomes em cartazes foi feita pelos humoristas devido ao fato de que, nesse mesmo capítulo da novela *América*, apareceu uma seqüência de imagens na qual uma personagem surge no deserto do México, mais precisamente numa feira, onde anúncios na frente de algumas bancas estão escritos em português.

O “locutor” então enfatiza que o “programa continua o capítulo da novela que acabou de sair do ar e anuncia que o acidente foi mais explosivo do que depoimento de esposa na CPI”. Na seqüência, aparece um cara de toquinha ridícula (Ramiro) chegando num táxi (uma caminhonete Brasília amarela) e mantendo um diálogo com Batty Faria (“Betty Faria”). Esta, diz sentir-se humilhada, por ser “uma atriz de alto escalão e ter que se submeter a entrar numa Brasília”. Questiona por que não a buscaram numa limusine?

Ramiro revela que o orçamento da “novela” está apertado e que não dá para explodir uma limusine (o que de fato aconteceu na cena da novela, mas com um veículo modelo Ômega, que não deixa de ser uma espécie de limusine, se comparada à Brasília).

A seqüência encerra com Batty Faria (“Betty Faria”) entrando no carro e dizendo: “Toca pro barranco. Todo mundo quer mesmo que Brasília se exploda!“, fazendo referência às últimas crises que abalaram a política brasileira, que tem a capital federal como cenário.

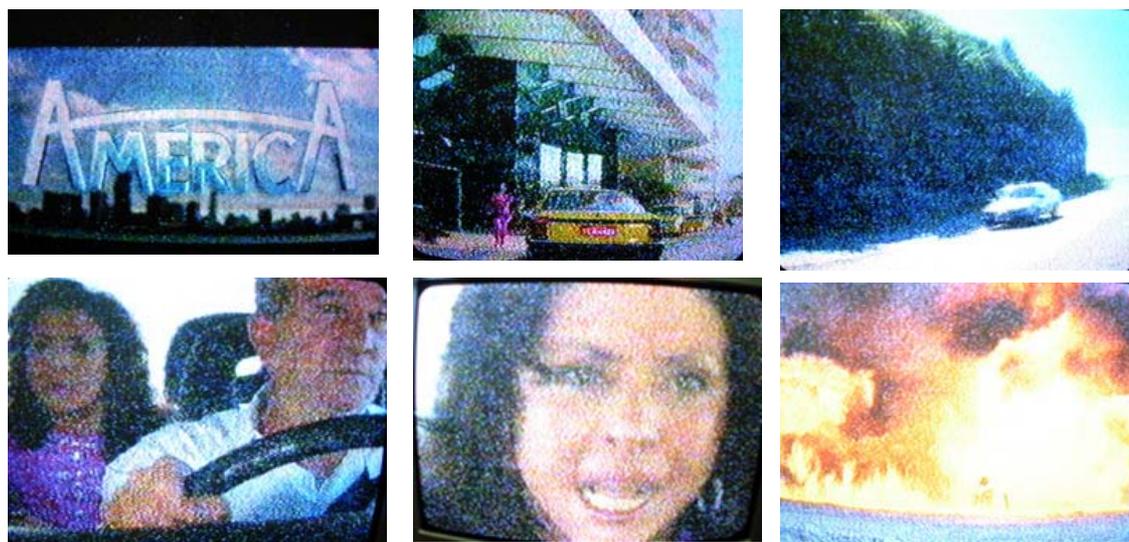


Figura 4 – *Frames de América*– novela da TV Globo  
 Fonte: Capítulo exibido pela TV Globo em 2 de agosto de 2005

Na novela das 8, a cena tem um final diferente do que propõe o programa *C&PU*. A diferença começa pelo cenário. Enquanto que o *C&PU* remete a uma espécie de “shopping mexicano”, com cartazes nos vidros, na novela, a seqüência acontece num luxuoso hotel, com um *hall* de entrada todo em vidro. Uma outra diferença em relação à cena da novela é a presença do personagem Ramiro, que, na novela, não participava dessa cena. Um outro detalhe curioso é a figuração de dois policiais que enfatizam os tipos *C&PU* de policiais norte-americanos (*Focker & Socker*), assim como a narração do locutor e a inserção dos créditos do programa, que não acontecem na novela. E, para encerrar as diferenças constatadas, o fim da seqüência do programa *C&PU* não registra a explosão que aconteceu na novela.

As **séries**, assim como outros gêneros de TV, também são abordadas no programa. Na maioria das vezes elas têm seus títulos mudados, produzindo neologismos, apesar do uso de promos com aspectos gráficos semelhantes e que remetem à programação.

Os pastiches de séries têm tempos variados, porém demarcados entre 90 segundos e dois minutos. Utilizam do jornalismo a estrutura de reportagem e, no caso dos programas de auditório, se apropriam também dos trejeitos dos apresentadores, cenários etc.

O “programa” entra na “programação” *C&PU* de forma quase que imediata, com um promo da vinheta de abertura do programa *C&PU*, imitando a montagem no fluxo da emissora. O “locutor” anuncia que “vem aí!” mais uma atração da TV dos Cassetas. Nesse momento, no programa analisado, aparece em cena a imagem de um homem dentro de um “presídio”, o Dr. Dráuzio Careca (“Dr. Dráuzio Varella”), e o promo de *Encarapirou e outras toras* (“*Carandiru e outras estórias*”).

Logo depois, o “doutor” entra no consultório e se apresenta dizendo que trabalha no *Fantástico*, porém destaca que gosta mais de trabalhar na minissérie, pois trabalha nas sextas e não nos domingos e ainda tem uma bela cabeleira (no tempo em que se passa a série, Varella era mais jovem e menos careca). Lembramos que, na série, Varella é um personagem, interpretado pelo ator Luiz Carlos Vasconcelos.

Nessa hora, já há uma fila de “presidiários” para que ele atenda. O primeiro da fila diz que o reconhece e que o doutor é o motivo dele estar preso, pois não agüentava mais as piadas sobre seu peso feitas pela vizinhança (em decorrência do doutor falar sobre os gordos no *Fantástico*); parte para cima do “doutor” com uma faca. Acuado e com a faca no pescoço, o “doutor” diz que é inocente, até que o “presidiário” diz que todos ali são inocentes, menos um, o deputado Rouboucio Estelionáterio (personagem criado pelos Cassetas). Diante da surpresa do “doutor” com a presença de um deputado na cadeia, o “preso” “esclarece” que série não é documentário e sim ficção, “tudo ali é mentira”, diz.

O quadro é encerrado com o mesmo promo que o abriu. Como em exemplos anteriores, nele são usados a mesma grafia e *lay-out* do promo da série da TV, e a voz *off* do “locutor”, todos esses elementos atravessados pela estética *C&PU*.

Destacamos que o pastiche nas novelas e séries acontece principalmente nos nomes e características físicas das personas e dos personagens, nos títulos dos programas, nas situações ficcionais relacionáveis a matérias jornalísticas agendadas pela emissora, na relação

entre personas e personagens com a programação, e nas práticas mais gerais da emissora na montagem de imagens no fluxo.

### 3.2.3. *O pastiche da publicidade e do merchandising*

Os Cassetas utilizam a publicidade especialmente na divulgação dos “criativos e surpreendentes produtos” das empresas Tabajara e também da recente concorrente Capivara, do empresário Senhor Clayson.

O mote “seus problemas acabaram”, usado nos “comerciais” pelos humoristas, é marcante, e questiona a forma utilizada pela publicidade e pelo *marketing* na TV. Além disso, a publicidade, que sustenta a programação da TV, em rápidas inserções de 30 segundos, ganha no programa *C&PU* – em seu pastiche - um tempo de duração bem maior, destacando seu importante papel dentro da estrutura televisiva.

Mas como se não bastasse, os Cassetas lançam mão até do *merchandising*, uma estratégia de *marketing* recente na TV, que, de acordo com o *website* da Superintendência Comercial da TV Globo, implica a:

Inserção de produtos, marcas, promoções, serviços ou conceitos, da forma mais natural possível, dentro dos programas da Rede Globo, aproveitando a empatia entre personagens /apresentadores e o telespectador. Quanto mais a ação do *merchandising* se adequar à trama e aos personagens, maior será a sua eficácia. Por essas características, o *merchandising* confere autenticidade às cenas, o que possibilita mudanças no comportamento do público consumidor, por meio de reversão de atitudes e hábitos de consumo.<sup>14</sup>

Para fazer uso do *merchandising*, os Cassetas criaram um “quadro” no qual “personas” utilizam essa técnica mercadológica em uma “esquina”, na maioria das vezes para lançamento de produtos audiovisuais, como filmes, por exemplo.

Cartazes de filmes nacionais estão estampados no muro desta “esquina”, onde as personas, em cantos ou falas, apresentam os lançamentos, até aparecer a figura de um

---

<sup>14</sup> Em [http://comercial.redeglobo.com.br/informacoes\\_comerciais\\_manual\\_de\\_formatos\\_comerciais/formatos\\_comerciais\\_merchandising.php](http://comercial.redeglobo.com.br/informacoes_comerciais_manual_de_formatos_comerciais/formatos_comerciais_merchandising.php). Acesso em: 20 jan. 2006.

“policial militar” com um cassetete na mão e um “poste com uma placa de advertência”, dizendo que é proibido fazer *merchandising*.

No caso do quadro observado, a persona é Zezé de Camargo, cantor sertanejo, que canta uma versão de um de seus sucessos, destacando na letra da canção-vinheta, o lançamento do filme que conta a sua história de vida, *Dois Filhos de Francisco*.

O quadro inicia com a persona cantando um *jingle* sobre o filme *Dois Filhos de Francisco*. No momento do refrão da canção, a persona é interpelada pelo “policial militar”, interpretado por Bussunda, que diz que esquina não é lugar de *merchandising*.

A persona destaca que é um homem do interior e que nem sabe o que significa *merchandising*. Os dois, então, falam do filme, dizendo que a história emociona todo mundo.

O “policial” pergunta: se são dois filhos, onde está o outro? A persona responde dizendo que essa é a vantagem da dupla: “um se encontra no *C&PU* e outro no programa *Zorra Total*.”

No caso do pastiche da **publicidade**, o “anúncio” analisado inicia logo no início do segundo bloco de um dos programas. Entra um “deputado” cercado de “repórteres” e a voz do “locutor” destaca que o “deputado” não agüenta mais falar de mensalão. E ele, o “deputado”, confirma.

O “locutor” diz que tem a solução. Apresenta, no formato de comercial, o pacote de “Férias Corruptur, da Tabajara Turismo Turísticos”. O “locutor” apresenta os novos roteiros, “onde nem a Polícia Federal poderá encontrar o deputado, como: Lamaçal Matogrossense!”. Aparecem imagens de floresta e logo depois o “deputado” mergulhado na lama.

O “locutor” então diz ao “deputado” que, nesse lugar, encontrará criaturas que têm muito a ver com ele, como o “mico ladrão dourado”, o “jacaré do papo furado” e o “publicitário da cabeça pelada”. Esses três exemplos aparecem na cena à medida que seus nomes são anunciados.

O “publicitário” abre as asas e diz :“eu quero o meu!”

Um outro roteiro oferecido é “Porto de Ladrão de Galinhas”. A cena se passa na praia, onde o “deputado”, de posse de um *laptop*, faz suas transações, quando tem a carteira roubada por um ladrão que utiliza um anzol, método antigo de roubo, segundo o locutor.

Um outro roteiro apresenta as “Cascatas do Iguaçu”, onde o “deputado” de nome Iguaçu aparece contando suas “cascatas”. O “comercial” apresenta três fotos dos destinos e na tela, toda a molduração do pacote de “Férias Corruptur”, voltando para as imagens do pacote.

De repente, a tela fica cinza, a câmera fica numa posição que parece estar escondida e um “deputado” fala que, se é pra escolher pacote, vai escolher o de dinheiro, só com nota de 100, que nem cabe no bolso.

O tempo do “anúncio” é de 2’40”, muito maior que o dado ao “Plantão” ou outros “quadros” do programa, diferente do que acontece no fluxo televisivo, onde os comerciais têm em média, 30 segundos. Isso quer demonstrar que o programa *C&PU* sabe do poder dos anúncios publicitários e do *merchandising* dentro da estrutura da TV, apesar da futilidade dos produtos que a cada dia são mais divulgados dentro e fora dos programas.

Além disso, como nas “novelas” e “séries”, o pastiche relaciona a ficção com matérias jornalísticas agendadas pela emissora.

### **3.3. O pastiche de promos e vinhetas de programas de emissora**

Voltando mais uma vez à Tabela 1, recorreremos aos tempos das vinhetas com pastiche para tornar mais evidente que em grande parte o pastiche do *C&PU* é sobre a programação, observando-se que, dos 30 minutos de duração do *C&PU* no fluxo de programação da emissora, em média 5 minutos são dedicados semanalmente ao pastiche de promos e vinhetas; ou seja, o tempo de um segundo ou terceiro bloco inteiro do programa.

Isso indica que os Cassetas percebem a força e a estrutura rígida da programação da TV, que tem toda uma lógica comercial muito presente e necessária para mantê-la, dentro e fora dos próprios programas.

É nos promos e nas vinhetas que os humoristas marcam de forma mais evidente e perceptível o pastiche da TV: eles são fontes inesgotáveis para os “quadros” do programa.

As vinhetas da TV Globo freqüentemente são montadas a partir de charges e outras peças criativas, assinadas por artistas conhecidos, e contribuem para conferir ambigüidade às vinhetas e à emissora assim enunciada, o que não acontece no pastiche feito pelo *C&PU*. Sempre alicerçados na croni-comédia, os “promos de programas” com pastiche, além de imitarem criticamente o *design* de Hans Donner, destacam um aspecto crítico risível, ou do “programa”, ou do “promo”, ou do “apresentador”, ou de um acontecimento da agenda recente, identificado já no título do “programa”.

Por exemplo, a novela *América*, ganha no *C&PU* o nome de *Amerréca*, e o programa *Domingão do Faustão* se transforma em *Domingão do Mensalão*

O lado *clean* da TV é tensionado ao promover esse duplo sentido nos “quadros dos programas”, reforçado por uma grande superposição de molduras e formatos, numa verdadeira colcha de retalhos, na qual o telespectador assiste a “tudo”, ou é levado ao pastiche do “tudo a ver” (um dos *slogans* da emissora).

As “vinhetas” do programa *C&PU* são feitas seguindo os padrões Globo de estética, compondo o pastiche as próprias vinhetas dos programas da TV. No *C&PU*, se diferenciam para realçar a identidade do “programa”, que sempre revela algo mais sobre o programa da emissora, foco do pastiche.

As “vinhetas” já foram bastante tratadas até aqui; por isso, decidimos analisar uma das vinhetas da TV Globo que chamaram o programa, com duração de apenas 21”, que foi exibida no dia 2 de agosto de 2005. Percebemos como o programa, na esteira das práticas da emissora, apresenta suas atrações, exibindo pequenos quadros do que será exibido minutos depois. Entretanto, ainda assim, percebemos também os atravessamentos dos Cassetas na estética da Globo, naquilo que lhe é tão caro.

A vinheta do programa inicia com o logo do *C&PU*. A primeira cena mostra, centralizado, na tela de fundo branco, um globo azul, e, dentro dele, uma cobra verde de olhos abertos pretos, com um grande sorriso estampado na boca aberta. Da boca, em movimentos de *fade in* e *fade out*, pisca na tela uma placa de trânsito de “proibido estacionar”. Logo em seguida, entra a voz do locutor dizendo a palavra “hoje”. Nesse momento, já aparece uma nova imagem, de uma “mulher” Casseta (uma forte marca dos Cassetas é o pastiche de mulheres em geral) de roupa preta, *jeans*, cabelos negros e compridos, centralizada na tela, que, neste caso, remete ao pastiche que está no ar, da novela *América*, do qual a pequena

seqüência é uma citação. O cenário aparentemente é do interior de uma boate. Na mão, a “mulher” segura uma bandeja. Nesse exato momento, entra na parte inferior da tela, em letras na cor verde e totalmente desalinhadas, a palavra “hoje”, e em ambos os lados da palavra aparecem os rostos dos humoristas em tamanhos diferentes e diversas feições que ficam indo e vindo na tela.

A câmera acompanha a movimentação de uma “garçonete” dentro da “boate”, enquanto, no lado esquerdo inferior da tela, aparecem os rostos dos humoristas Hélio de La Peña, Bussunda, Reinaldo e Hubert; do lado direito, aparecem Cláudio Manoel, Beto Silva e Maria Paula. (O rosto do humorista Madureira não aparece nessa vinheta.)

À medida que o locutor termina de falar a palavra “hoje”, uma nova imagem surge, e ele anuncia: “tem as emoções da novela mais sensível da televisão”, que já é uma crítica dos Cassetas a uma falta de sensibilidade técnica na montagem daquela que vem sendo considerada uma das piores produções da Rede Globo em termos de verossimilhança.

Assim que o locutor faz o anúncio, surge no centro da tela a imagem de um velho careca, de óculos, segurando um pacote de pipoca na mão direita. A câmera abre e, além do velho, mostra um menino, de jaqueta *jeans* e camiseta verde. O velho, então, coloca a mão nas costas do menino. Tem-se a noção de que ambos estão na porta de um *shopping*, pois, atrás deles, em segundo plano, existem diversos anúncios assemelhados.

A moldura dos rostos dos humoristas e a palavra “hoje” continuam na tela. Aparece uma nova imagem, de uma “mulher” bem vestida, de *blazer* cor bege entrando num carro amarelo, que parece ser um táxi, sendo conduzida por um homem de cavanhaque vestido todo de preto com uma touca na cabeça. Ao fundo dessa cena, aparece a imagem de um “policial” de uniforme preto olhando para outro lado e um anúncio na parede escrito “taco pronto”. À medida que o homem de preto abre a porta do carro para a mulher elegante entrar, aparece a imagem de um segundo “policial”. Nesse momento, as molduras, contendo os rostos dos humoristas e a palavra “hoje”, saem de cena.

O locutor dá seqüência anunciando a “novela mais sensível da televisão” e aparece, em 5 segundos, a imagem pastiche de dois casais do núcleo rural da novela conversando: na primeira cena, a “mulher”, vestindo uma blusa branca e uma jaqueta vermelha, aparece segurando uma mala nas mãos, enquanto o homem usa um chapéu de *cowboy* e tem as mãos à cintura.

À medida que o locutor termina de anunciar a frase, surge a voz em *off* de um dos Cassetas anunciando a “novela” *Amerréca* (“*América*”). Nesse momento, entra o “promo da novela”, centralizado na tela, possuindo um fundo nas cores azul e branco, lembrando o céu e a mesma tipologia da letra do promo da novela das oito; também a disposição gráfica e a sonoplastia remetem à novela *América*.

Logo em seguida, surge novamente a “mulher” da cena anterior, em diálogo com outro personagem, mais jovem, de *jeans* e camiseta azul e vermelha.

A “mulher” diz: “A vaga de macho lá em casa é toda sua!”. A imagem fecha no “homem” (nesse caso, o Casseta reforça uma certa dubiedade quanto à masculinidade do personagem na novela), que diz: “Eu não quero essa vaga, não. Eu tô cansado de ser o Júnior, eu preferiria muito mais ser a Sandy!”

O pastiche nessa cena se dá em dois níveis. No primeiro refere-se ao fato de que o Júnior da novela foi reportado a uma persona de outro programa, já extinto, comandado pelas personas cantores Sandy e Júnior. Esta é também uma característica do *C&PU*: a revitalização da própria TV, resgatando programas já extintos, via citação e trocadilhos, o que foi feito também com o programa *Brasil Total*, de Regina Casé, ao longo das semanas analisadas. No segundo nível, o pastiche destaca o drama do personagem Júnior em assumir, na novela, a sua opção sexual.

Nesse momento, a imagem volta para o rosto da “mulher”, que faz uma expressão de tristeza. Volta então a voz *off* do locutor, dizendo: “hoje tem Casseta e Planeta Urgente!” e roda a trilha musical do programa.

Logo depois da fala da “mulher”, volta a moldura com a palavra “hoje”, da mesma forma que apareceu anteriormente e nas mesmas proporções. Entra novamente o promo do programa *Casseta & Planeta Urgente* e acaba a vinheta.

Geralmente os promos de chamada do programa *C&PU* têm duração de 5 segundos e referem-se aos quadros com pastiche que vão ao ar naquela semana. Praticamente trabalham com a logomarca, fazendo uma espécie de demonstração ao espectador de que se trata de um programa de humor, de um tipo de humor operado por algum chiste, algum deslocamento de sentido, algum tipo de reenquadre da agenda midiática da emissora.

A maioria dos tempos de TV apresentados no programa como quadros (são praticamente anti-quadros) possuem “promos de abertura”. Seja uma “série”, um “telejornal” ou outro “programa”, eles ganham no *C&PU* um “promo” que demarca uma produção específica nessa grande colcha de retalhos.

Os promos de abertura, assim como os de fechamento, seriam exatamente esses demarcadores dentro do fluxo. A média de tempo desses promos, na emissora, é de 5 segundos. No *C&PU*, podem assumir outros formatos e durações. Analisando a Tabela 1, concluímos que o programa *CP&U* apresenta, dentro de sua própria estrutura, um pastiche inclusive do promo da emissora, que, no caso, remete ao promo do programa, entre os quadros, reforçando, assim como na TV, que ali se trata do *C&PU*. Essa prática é marcada também com os “promos de passagem” entre os “quadros”.

### 3.4. O pastiche de personas e personagens da programação da emissora

Um tipo de pastiche muito praticado pelos Cassetas relaciona-se aos personagens e às personas da emissora. Para entender suas características, extraímos de diversos tempos de TV do programa três personagens/personas que foram recorrentes no *C&PU* no período analisado. Nos dois quadros a seguir, buscamos mostrar a situação reagendada pelos Cassetas e assim indicar sobre quais características se deram os pastiches.

**Tabela 3: Personagens e personas da Rede Globo que passam por pastiche no *Casseta & Planeta Urgente***

<b>PROGRAMA DE TV</b>	ESPORTE (gênero)
<b>NOME DO PERSONAGEM/PERSONA</b>	Galvão Bueno (PERSONA)
<b>NOME DO ATOR</b>	Galvão Bueno
<b>PERFIL DO</b>	Homem de faixa etária de 50 anos, locutor, torcedor,

<b>PERSONAGEM/PERSONA</b>	animado, empolgado. Um desportista apaixonado pelos esportes, que às vezes, fala demais durante as transmissões.
<b>PERFIL DO ATOR</b>	Locutor esportivo principal da TV Globo, especializado em futebol e Fórmula 1. Considerado ícone da locução esportiva brasileira, embora também seja alvo de críticas por espectadores e colegas. Possui relações de amizade com nomes do esporte como: Ayrton Senna, Romário, Ronaldinho e Pelé. Transmite com emoção exagerada e voz vibrante.
<b>SITUAÇÃO AGENDADA</b>	1. Anúncio nos telejornais e da imprensa em geral da ida do jogador de futebol do Santos Futebol Clube, Robinho, para o Real Madrid, da Espanha.  2. Saída do Piloto da F1, Rubinho, da Ferrari, para a BRA.

<b>PROGRAMA DE TV</b>	Novela.
<b>NOME DO PERSONAGEM/PERSONA</b>	Sol (PERSONAGEM)
<b>NOME DO ATOR</b>	Deborah Secco
<b>PERFIL DO PERSONAGEM/PERSONA</b>	Mulher, 25 anos, classe baixa, filha de pai desconhecido e mãe desempregada, que desde criança sonhava em morar nos EUA e ser rica. É bailarina nos EUA e manicure no RJ, apaixonada por um vaqueiro do Brasil, sensual, grávida de um americano, mãe solteira, determinada.
<b>PERFIL DO ATOR</b>	Namoradeira, atriz patricinha, distraída, abusa da sensualidade, moleca, vaidosa, 26 anos, carioca.

	Mudança de visual - de garotinha magrela à mulher fatal, hoje discreta. Namora o cantor Falcão, com quem deseja constituir família.
<b>SITUAÇÃO AGENDADA</b>	Ed quase se declara a Sol na boate, sendo interrompido por May.

<b>PROGRAMA DE TV</b>	Série + <i>Fantástico</i>
<b>NOME DO PERSONAGEM/PERSONA</b>	Dr. Dráuzio Varella (PERSONA) Dr. Dráuzio Varella (PERSONAGEM)
<b>NOME DO ATOR</b>	Dr. Dráuzio Varella ( <i>Fantástico</i> ) Luiz Carlos Vasconcelos (série)
<b>PERFIL DO PERSONAGEM/PERSONA REAGENDADO</b>	Jovem médico que trabalha no presídio Carandiru. Dinâmico, amigo dos presos, compreensivo, íntegro, caráter inabalável.
<b>PERFIL DO ATOR AGENDADO</b>	Médico, já de certa idade, escritor, magro, careca, que apresenta série sobre emagrecimento no <i>Fantástico</i> e que, como personagem, fez parte da minissérie <i>Carandiru</i> .
<b>SITUAÇÃO AGENDADA</b>	Ambiente carcerário da minissérie <i>Carandiru e outras estórias</i> , veiculada nas sextas-feiras.

**Tabela 4: Pastiche de personagens e personas da Rede Globo no *Casseta & Planeta Urgente***

<b>QUADRO NO C&amp;PU</b>	<i>“PLANTÃO CASSETA &amp; PLANETA”</i>
<b>NOME DO PERSONAGEM/PERSONA</b>	Gavião Bueno (“Galvão Bueno”)
<b>NOME DO ATOR</b>	Hubert
<b>PERFIL DO PERSONAGEM/PERSONA</b>	Sempre grita muito, descontrolado, adora falar palavras que tenham a letra r, sempre dando ênfase ainda maior. Possui nariz enorme, meio caído, lembrando de fato um gavião. Possui fones sempre no ouvido e um microfone que cobre toda a cabeça. Aparência mais nova do que o próprio locutor. Sempre bem vestido, com um terno que possui logo do <i>C&amp;PU</i> . Na maioria das vezes, deixa que o “Gavião torcedor” transpasse o lugar do “locutor esportivo”.
<b>PERFIL DO ATOR</b>	Mais jovem que o Galvão persona, mais magro, usa óculos assim como o Galvão, tem a cor semelhante, é mais alto que o Galvão persona, transmite um ar de pessoa culta e politizada.
<b>SITUAÇÃO REAGENDADA</b>	A divulgação do novo contratado do Real Madrid: “Rubinho”. O anúncio é feito pelo “locutor”, que entrevista o “piloto” enquanto o “empresário” fica se perguntando sobre o “Robinho”, “jogador de futebol” que havia sido contratado.

<b>QUADRO NO C&amp;PU</b>	<i>AMERRÉCA (“AMÉRICA”)</i>
<b>NOME DO PERSONAGEM/PERSONA</b>	Solfredora (“Sol”)
<b>NOME DO ATOR</b>	Maria Paula
<b>PERFIL DO PERSONAGEM/PERSONA</b>	Mais alta, mais forte, no lugar da imagem da menina aparece uma mulher enorme de muito mais massa

<b>PERSONAGEM/PERSONA</b>	muscular do que a personagem “Sol” e que a própria atriz. Estrábica em excesso, dançarina de boate, inocente ao extremo, nada sensual, vive no mundo da lua, desligada. Possui seios avantajados.
<b>PERFIL DO ATOR</b>	Mais alta, forte, possui seios maiores, apesar da persona Deborrah ter feito implante de silicone, cabelos curtos, mãe, única mulher do grupo, é bastante descolada e tranqüila.
<b>SITUAÇÃO REAGENDADA</b>	Encontro entre Nerdy (“Ed”) e Solfredora (“Sol”) na “boate” onde a pauta é o interesse do americano em comer carne de sol, sendo mais uma vez interrompido pela Maygera (“May”). Aspectos físicos da Deboráh Secco. Imperialismo americano em evidência.

<b>QUADRO NO C&amp;PU</b>	“ENCARAPIROU E OUTRAS TORAS”
<b>NOME DO PERSONAGEM/PERSONA</b>	Dr. Dráuzio Careca (“Dr.Dráuzio Varella”)
<b>NOME DO ATOR</b>	Reinaldo
<b>PERFIL DO PERSONAGEM/PERSONA</b>	Magro, possui uma cabeleira grande, não tão em evidência enquanto o ator na minissérie que era jovem.
<b>PERFIL DO ATOR</b>	Tão magro e velho, quanto o Dr. Dráuzio persona, altura semelhante, mais cabeludo que o doutor persona. Usa óculos; o doutor persona não.
<b>SITUAÇÃO REAGENDADA</b>	Entrando no “consultório de <i>Carandiru</i> ”, sofre ameaças de um “preso” gordo, por falar sobre peso no <i>Fantástico</i> .

Diante desses três personagens, queremos realizar uma análise mais detalhada e verificar como se dá o pastiche na relação com o *personagem* e a *persona*. Lembramos que a

**personagem** é o ser ficcional, ser televisivo dito ficcional. Já a **persona** é o ser televisivo dito documental (factual), ou seja, personagem televisivo de si mesmo. Kilpp diz que:

Quando colocamos sobre a grade e o fluxo também a moldura Gênero, parece que compreendemos ainda um pouco mais a lógica que organiza as personas, pois algumas passam a ser mesmo reais (os âncoras de programas, por exemplo, ou as personalidades que têm existência real fora da TV e que atuam em comerciais), enquanto outras evidenciam-se como ficcionais (as personagens de novelas, por exemplo, ou de comerciais). (KILPP, 2005, p.74-75)

Kilpp destaca que todas as **personas** televisivas, independente de gênero, seriam **personagens**, algumas interpretando a si mesmas (os âncoras e apresentadores de programas, por exemplo), outras interpretando expressamente outras pessoas (os verdadeiros personagens ficcionais).

Para a escolha desses personagens, foram apontados alguns critérios ao longo das observações, tais como: referencialidade do **personagem** dentro do fluxo da programação, da televisão e do programa, além da frequência deles dentro do programa, e os seus discursos, enquanto elementos constituintes da própria televisão e, conseqüentemente, do programa.

A referencialidade na nossa perspectiva faz-se necessária para que se tenha noção de quem fala, quem é o **personagem** abordado e evidenciado pela televisão e pelo programa *C&PU*. Com isso, queremos destacar que não abordamos qualquer **personagem** dentro da televisão e do programa, mas aqueles que de fato possuam uma referência<sup>15</sup> significativa, por exemplo, um ator principal de novela, um âncora...

Assim como a referencialidade, a frequência é outro balizador dentro dessa escolha que fizemos. Se o personagem ou a persona são referenciais dentro da programação e da própria TV, sua aparição é freqüente dentro da programação, o que reforça, ainda mais, o reagendamento por parte do programa *C&PU*.

Para finalizar os critérios de escolha dos personagens, um outro item apontado é a questão do próprio discurso do personagem, ou seja, a natureza de sua fala e do que fala.

---

<sup>15</sup> Não queremos, assim, demarcar o termo referência no sentido mais comum (*expert*), mas sim como um personagem marcante dentro do fluxo da programação e da própria TV, enquanto persona que também tem uma vida pública agendada pela mídia.

Feita essa pequena justificativa de nossas escolhas, que não foram aleatórias, acreditamos que as três amostras tipificam qualitativamente a *práxis* do programa, quanto ao pastiche de personas e de personagens.

As três personas/personagens escolhidas para análise são: a personagem Sol, da novela *América*, interpretada pela atriz Deborah Secco; o locutor esportivo Galvão Bueno, âncora responsável pela transmissão da Fórmula 1 e pelos jogos da Seleção Brasileira de Futebol; e o médico e escritor Dráuzio Varella, que apresenta diversas séries sobre saúde no *Fantástico* aos domingos e é escritor do livro *Estação Carandiru*, que deu origem ao filme *Carandiru* e, posteriormente, ao seriado da TV Globo, *Carandiru e outras estórias*, que foi transmitido nas sextas-feiras, depois do *Globo Repórter*, ao longo de dois meses.

Para iniciar a análise dos personas/personagens, partimos da novela, sendo o nosso foco a atuação da personagem **Sol**, interpretada pela atriz Deborah Secco, protagonista da novela *América*, em que atua como par romântico de Murilo Benício.

Apenas para contextualizar os leitores, a personagem Sol na novela é uma mulher de aparentemente 25 anos que tem o sonho, desde criança, de ganhar a vida nos Estados Unidos, mesmo que seja como uma imigrante ilegal. Abandonada pelo pai quando criança, filha de mãe solteira, carrega consigo o trauma de ver a sua casa sendo destruída, e o sonho de morar nos EUA, originado justamente pela visita de sua madrinha que tinha ido morar na América, de onde trouxera para ela uma miniatura da Estátua da Liberdade como *souvenir*.

A cena que analisamos no *C&PU* apresenta Solfredora (“Sol”), já nos Estados Unidos, concretizando o sonho de ir aos Estados Unidos, ainda que para tornar-se garçonete e dançarina numa boate em Miami.

Realizava então uma nova tentativa de romance com um pesquisador americano, Nerdy (“Ed”), com quem casou para evitar a deportação e adquirir o *green card* (cartão de liberação de permanência nos EUA). O cenário no *C&PU* é a boate, onde Solfredora (“Sol”), interpretada pela Casseta Maria Paula, aparece entre mesas com uma bandeja na mão, usando uma blusa com decote que destaca bem os seios e vestindo uma bermuda *jeans*.

Dançando num clima de muita animação, Solfredora (“Sol”) vai ao encontro do americano Nerdy (“Ed”), enquanto o “locutor” diz que o americano não perde a chance de colocar as “mãos nas nossas riquezas naturais”.

Nesse momento, Nerdi (Ed”) apalpa os seios da Solfredora (“Sol”), que interpela o “locutor”, e diz de forma ofegante: “Nossa é o cassete! Essas riquezas naturais são minhas!”

A câmera fecha no rosto de Solfredora (“Sol”), e, imediatamente, se percebe o estrabismo exagerado, que não é só da personagem Solfredora, mas sim uma característica física da atriz e persona Deborah Secco.

A cena no *C&PU* continua com o americano Nerdi (“Ed”) sentado à beira do palco, onde diversas dançarinas se apresentam, pedindo desculpas à Solfredora (“Sol”) com um convite para jantar.

Ela, Solfredora (“Sol”), pergunta a Nerdi (“Ed”) o que ele deseja comer, ao que ele responde dizendo que está louco para comer as coisas exóticas do Brasil. E fala: “Advinha! Queria comer carne de sol”. Nesse ponto, Nerdi (“Ed”) que não tem nada de bobo, faz referência ao nome da personagem Sol da novela, e não mais à sua parceira de cena, Solfredora.

A imagem no *C&PU* abre e aparece a personagem de Maygera (“May”), a americana até então noiva de Nerdi (“Ed”), pronunciando em inglês (“*Que shit!, Oh Fuck!*”) e dizendo em português que era só ela dar as costas para que o Nerdi (“Ed”) quisesse traçar a brasileira.

Maygera (“May”) continua dizendo que Nerdi (“Ed”) não pode comer essas comidas exóticas, que fazem mal e são muito gordurosas. Nesse momento, Solfredora (“Sol”) já não está mais em cena. A discussão continua com Nerdi (“Ed”) argumentando que “não existe gordura nenhuma, que a Débora é Seco, é sequinha”. A cena acaba com Maygera (“May”) batendo em Nerdi (“Ed”) com sua bolsa.

Partindo para a esfera de análise em relação à personagem Solfredora, percebemos que os humoristas abordam, primeiramente, os aspectos físicos da persona, a atriz Débora Secco, como, por exemplo, a questão dos seios siliconados, que a atriz colocou recentemente, e o estrabismo, características evidenciadas de forma até exagerada ao longo do tempo de TV do programa. Fazem uma alusão às “riquezas naturais”, os seios da personagem, que, na verdade, não são naturais e sim de silicone.

Uma outra característica física apontada pelo fragmento de apenas um minuto de duração é observada quando o personagem Nerdi (“Ed”) realiza uma hibridização, um jogo de palavras, destacando com o nome da persona uma característica física dela: “A Deborah é Seco!”.

Um outro ponto evidenciado perpassa a questão da personagem, mas destaca a perspectiva imperialista dos americanos de intervirem em outros países, e a própria lembrança das riquezas naturais brasileiras e da imagem que o americano tem do Brasil. Abordando, ao mesmo tempo, a questão da sensualidade da mulher brasileira.

Mais um detalhe que chama a atenção, diferentemente da novela, é o local dos encontros de Nerdi e Solfredora, que sempre aconteciam numa mesa central da boate, de onde se observavam as dançarinas de corpo inteiro. No tempo de TV do *C&PU*, isso não acontece. Os “personagens” conversam literalmente aos pés e pernas das bailarinas, que são focalizadas apenas da cintura para baixo, deixando transparecer que, na verdade, a novela reforça uma noção americanizada da mulher brasileira.

Sendo assim, concluímos que Solfredora é pastiche tanto da personagem Sol da novela, quanto da persona Déborah Secco, já que levanta todo o seu perfil, incluindo as características físicas como o estrabismo e os seios siliconados, além de um estilo moleque, sensual e namorador da persona. Solfredora imita aos extremos a persona, mas não descarta traços do perfil da personagem Sol.

Seguindo, discutiremos um pouco, da série, a “personagem” do **Dr. Dráuzio Varella** para analisar o pastiche dos Cassetas. Como já dissemos, o Dr. Dráuzio Varella é um médico cancerologista que apresenta quadros da área da saúde no programa *Fantástico*; é muito conhecido por ter escrito o best-seller *Estação Carandiru*, que inspirou o filme *Carandiru* e a série de TV, *Carandiru e outras estórias*.

No *C&PU*, o doutor ganha a definição de Dr. Dráuzio Careca (“Dr. Dráuzio Varella”), e é o personagem central da “minissérie” *Encarapirou e outras toras* (“*Carandiru e outras estórias*”). Apesar de possuir uma vasta cabeleira, o “doutor”, interpretado pelo Casseta Reinaldo, se apresenta como o Dr. Dráuzio Careca, do *Fantástico*, mas sempre diz que ele prefere trabalhar na “minissérie”.

Logo depois dessa apresentação, realizada na “enfermaria do presídio”, o Dr. Careca recebe a visita de alguns “pacientes presos”, dentre os quais um que o reconhece e pergunta se ele não é o Dr. Dráuzio Careca, do *Fantástico*.

O “doutor”, então, diz que “é um prazer” e pergunta ao “preso” se ele quer um autógrafo. Nesse momento, o preso diz que não quer autógrafo nenhum e que foi preso devido ao médico, que, depois de começar a falar mal dos gordos na televisão, fez com que o pessoal da rua dele começasse a chamá-lo de rolha de poço, de jóquei de elefante. Com raiva, o “preso” acabara matando todo mundo.

O “doutor” então pergunta sobre a sua pena. O “preso” responde que não tem pena de ninguém e que ele mata mesmo, tirando uma faca da cintura e colocando diretamente no pescoço do “doutor”, que reluta dizendo ao “preso” que não é para ele perder a cabeça, que é inocente. Etc. Já descrevemos antes a cena e passamos por isso às conclusões.

Um dos pontos interessantes desse tempo de TV é a ênfase dada à persona Dr. Dráuzio, que, apesar de se encontrar na minissérie, apresenta-se como sendo do *Fantástico*, e diz gostar de seu novo visual na minissérie, visual do ator, na verdade, que possui uma bela cabeleira.

Outro ponto que chama a atenção é o debate sobre a possibilidade de um deputado ser preso, um reagendamento da CPI e da corrupção que foi pautada pela mídia naquele momento.

Por último, há o reagendamento da classificação de programas como ficcionais e uma breve discussão sobre a mentira: ficção (série) ou realidade (jornalismo)? É um dos momentos, no conjunto de tempos de TV analisados, em que mais claramente aparece uma enunciação dos Cassetas sobre o “jornalismo mentira, humor verdade”.

Ou seja, a todo o momento, nesse quadro, o “doutor” remete à TV e à programação da emissora.

Do gênero programa esportivo, escolhemos analisar o pastiche do locutor **Galvão Bueno**, que no *C&PU* é conhecido como Gavião Bueno e é interpretado pelo Casseta Hubert. Bueno ganha um enorme nariz, que faz referência ao título de Gavião, e também à companhia de Paulo Falcão.

Galvão Bueno é considerado um ícone da locução esportiva brasileira, embora também seja alvo de críticas por espectadores e colegas. Além de desportista, o locutor possui relações de amizade com nomes do esporte como Romário, Ronaldinho, Pelé e outros famosos.

No programa C&PU, o “locutor esportivo” aparece sempre de paletó com a logo do C&PU bordado do lado esquerdo, como os próprios profissionais da TV Globo utilizam nas transmissões (um paletó com o logotipo da Globo bordado). O tempo de TV que analisamos, de 1’, aparece no início de um “Plantão C&P”.

Na abertura, depois do “promo do Plantão”, a imagem apresenta o Gavião (“Galvão”) com fones de ouvido e microfone enormes, anunciando, numa espécie de entrevista coletiva, junto ao “empresário Gil de Ferrani”, a chegada de um novo contratado para a temporada de 2006 da Fórmula 1.

Nesse momento, Gavião (“Galvão”) faz o anúncio do contratado, Rubinho (“Rubinho Barrichello”), que entra em cena já com roupa de “piloto”. Rubinho (“Rubinho Barrichello”), interpretado pelo Casseta Reinaldo, é interpelado pelo “empresário Gil”, que grita: “Peraí, eu mandei contratar o Robinho (“Robinho”). E você não é ele!”.

Então Rubinho (“Rubinho Barrichello”) diz: “Eu sou o Rubinho pé de chinelo; o Robinho foi contratado pelo Real Madrid!”.

O “empresário” questiona se ele, Rubinho (“Rubinho Barrichello”), pelo menos sabe dar pedalada. O “piloto” então diz que pedalar ele sabe, o que ele não sabe é dirigir.

Gavião (“Galvão”), mais uma vez, entra em cena gritando e vibrando: “Pedala, Rubinho!”, dando mais ênfase ao nome de Rubinho por possuir R. O “piloto” usa um carro de brinquedo, sendo alvo de fotos da “imprensa”.

Os sentidos, nesse fragmento, perpassam o trocadilho do nome do locutor e também dos traços físicos, pois o Gavião (“Galvão”), além dos aparelhos enormes usados, possui um nariz bizarro que remete ao bico de um pássaro.

Outro ponto importante de destaque é a questão da própria postura do “locutor”, que não esconde o seu lado de torcedor. O reagendamento marca, na verdade, a contratação de dois brasileiros de renome para outras equipes, o Robinho e o Rubinho, e uma inversão de

campos por parte dos humoristas, além de chamar a atenção para as características físicas do locutor e do piloto de Fórmula 1.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante das análises que fizemos, podemos concluir que o pastiche dos Cassetas se desenrola num cenário construído pelos humoristas, que provavelmente leva em consideração os seguintes pontos importantes: (i) a grande audiência do programa a ser imitado (por exemplo, a novela); (ii) o assunto a ser pautado (principalmente do jornalismo); (iii) o tipo de público a que se dirige, em tese, o programa imitado; (iv) os interesses da TV Globo.

Como pudemos observar, o programa *C&PU* opera com as mais diversas matrizes da televisão, mas é inegável que o telejornalismo e a novela são os programas mais imitados. Há, assim, de saída, já, uma forte enunciação do *C&PU* a respeito da programação da emissora, que concentra, nos dois gêneros de programa, os maiores investimentos, financeiros e simbólicos.

O reagendamento dos Cassetas recorta e volta a pautar o que parecem ser acontecimentos na programação que está no ar, com vistas à croni-comédia. Ao mesmo tempo, no *C&PU*, entretanto, o acontecimento, desde o ponto de vista “jornalístico”, nem sempre é atual: é comum, por exemplo, aparecer no “Plantão” *C&PU*, um fato antigo, narrado em longos tempos, diferentemente do *Plantão* da emissora. O que é reforçado pelos Cassetas é a aparência que o “acontecimento” tem de ser inesperado e descartável.

A estética visual do programa, observando especialmente os “promos” e as “vinhetas” no interior da “programação”, remete a um programa com características do *Fantástico*, uma revista eletrônica, portanto, com tempos e teores assimétricos. Como tal, o formato se presta

ao mesmo tempo, tanto para as críticas ao *Fantástico* quanto para os comentários sobre a colcha de retalhos desiguais que é, no fundo, a programação em fluxo da emissora.

Quanto às personas e aos personagens, nos três casos analisados, percebemos que os humoristas variam o foco do pastiche, trabalhando, ora com o nome das personas e dos personagens, ora com o nome dos atores, realizando trocadilhos em todos os casos. Entendido o nome como aquilo que nos apresenta, que nos identifica como tais, percebe-se uma forte atuação dos Cassetas em relação às identidades das personas veiculadas pela emissora.

Essa construção acontece em todas as edições do programa, o tempo todo. A variabilidade de sentidos, ou seja, a polissemia e mesmo a ambigüidade nesse processo também é grande, chegando, certas vezes, a denegrir a imagem das personas imitadas. A imitação perpassa características físicas e psicológicas, chegando aos gestos e aos chavões utilizados comumente tanto por personas quanto por personagens. É perceptível aqui que o humor *C&PU* é caricatural, reforçando, em seu pastiche, os limites estreitos de alguns (profissionais, estéticos, éticos, pessoais), e os erros cometidos pelos sujeitos. Há uma tendência, portanto, de imitação, a reforçar o lado grotesco das identidades televisivas, ao contrário do que o Padrão Globo de Qualidade quase sempre veicula.

Mas, como vimos, agindo (reagendando) sobre nomes e características pessoais de personas, personagens e atores, e agindo (reagendando) também sobre os enquadres em que as cenas em pastiche se inspiraram (mudando ambientes, lugares, elementos cênicos e modos de narrar), o pastiche recai em última análise sobre o todo televisivo. Assim, eles (com) fundem programas, gêneros, protagonismos, tempos e lugares.

A grande marca do pastiche do *C&PU*, como vimos, é o que denominamos aqui de reagendamento da agenda midiática, levando em consideração características da croni-comédia. Assim, o programa é a crônica semanal da tevê (leia-se TV Globo) na forma de croni-comédia. Percebe-se, portanto, que nem tudo que é midiaticizado pela emissora passa para a agenda do programa, até também porque que este possui uma duração relativamente curta. Mas, antes de tudo, seria fora de sua proposta algo que não coubesse na croni-comédia do tipo “jornalismo mentira, humor verdade”. Isso difere radicalmente do que acontece em outros programas de humor atuais, nos quais a crônica e o reagendamento não estão presentes. No *C&PU* o *cronus* é parte fundamental de sua matriz.

O tom jocoso das expressões fortes e a personalidade no tratamento com o telespectador, no *C&PU*, reforçam a prática às vezes até abusiva de trocadilhos. A sempre ânsia de colocar os tipos midiáticos em posição ridícula, que são frutos herdados da comédia, é onipresente.

O atual midiático é, então, reconstruído, reeditado, rerepresentado, usando as veias cômicas e o texto acessível e direto, a fim de atingir a todos (leia-se todos os espectadores familiarizados com a programação da Rede Globo). Isso talvez seja o que faz com que o programa tenha audiência para manter-se no ar ao longo de tantos anos. Trabalha com situações da agenda midiática como se elas fossem brincadeiras, levando-as às vezes ao ridículo. Essa re(a)apresentação não se realiza sem o recurso da verossimilhança, mas mergulha no exagero exacerbado e no absurdo, para engrenar ainda mais a cena no humor.

Na maioria das vezes, utiliza o narrador repórter para registrar os fatos redesenhados, sendo assim construído o narrador como o próprio comediante-cronista. A suposta ficção está muito mais para uma fricção dos personagens reais, para que eles se desnudem. Ou seja, o personagem (ou a persona) é levado ao ridículo, expondo-se exatamente o que pretende esconder ou ocultar na cotidianidade televisiva.

Outra característica do *C&PU* é raramente aprofundar os “temas” de que trata. Ou seja, a lógica argumentativa é pobre, e chega a ser até banal. Entretanto, essa banalidade é superada naquilo que no mais das vezes talvez não se perceba no programa, que é o modo como ele interage com as coisas da programação da emissora, e que talvez devesse ser pensado como o verdadeiro tema dos Cassetas, de seu jornalismo e de seu humor: a programação da tevê na praça. Portanto, a crítica carnavalesca pode estar num lugar inacessível a uma boa parte dos telespectadores do programa e, assim, ele chamaria a atenção mais pelos estereótipos que produz do que pelas críticas que faz.

Também é marcante no *C&PU* o uso de promos e vinhetas, o que de certa forma evidencia a nossa perspectiva do programa fazer uma imitação da TV Globo, inclusive do seu fluxo de programação, o que inclui as vinhetas e promos; demarcadores dessa complexa estrutura.

Em grande parte as críticas são possíveis (e autorizadas pela emissora) justamente por isso, talvez. Mas elas são possíveis também por causa do grande acesso que o *C&PU* tem à produção e ao elenco global, desde o jornalismo até as telenovelas. Esse trânsito íntimo pelos

bastidores permite imitar, brincar e até ridicularizar as personas. Possivelmente as reações seriam outras se se tratassem de personas de outra emissora...

Ficamos, então, depois de tudo que analisamos, ainda com algumas indagações, que não alteram substantivamente as conclusões a que chegamos. Por exemplo: qual é o interesse da Rede Globo em manter durante tanto tempo o *C&PU* no ar? Será só uma questão de audiência<sup>16</sup> ou de inovação da linguagem televisiva? Ou seria também uma válvula de escape, onde tudo que está fora do Padrão Globo de Qualidade pode ser exalado? Afinal, a TV Globo tem já uma longa história de programas que cumpriram, em outros momentos, a mesma função...

Ironicamente, o diferencial do *Casseta & Planeta Urgente!* (e de seus antecessores) pode acabar funcionando a favor de todos os elementos criticados pelo programa, reforçando as éticas e as estéticas da Rede Globo. De um lado porque a existência do programa na grade reforça a aparente postura democrática da emissora. De outro lado, porque a programação da emissora e seus agendamentos são repassados semanalmente. Ainda que da forma dos Cassetas, na forma de cassetadas.

---

<sup>16</sup> Dos humorísticos veiculados pela Rede Globo num período de 40 anos, depois de *Os Trapalhões*, que permaneceu no ar durante quase dezoito anos, o *Casseta & Planeta, Urgente!* é o mais bem sucedido, financeiramente. No ar desde 1992, registra, atualmente, audiência nacional de 38 pontos, o que equivale no horário a 60% dos domicílios brasileiros.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAKHTIN, Mikhail Mikhailovitch. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais**. São Paulo: Hucitec, 1993.

BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na comunicação: da informação ao receptor**. São Paulo: Moderna, 2001.

BATESON, Gregory. A Theory of Play and Fantasy. *In: \_\_\_\_\_*. **Steps to an ecology of mind**. New York: Ballantine Books, 1972. p.124-125.

BERGER, P & LUCHMANN, Th. **A construção social da realidade**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.

BERGSON, Henri. **O riso: ensaio sobre a significação do cômico**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.

BORGERTH, Luiz Eduardo. **Quem e como fizemos a TV Globo**. São Paulo: A Girafa, 2003.

CANEVACCI, Massimo. **Antropologia da comunicação visual**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

CASTRO, Thell de et al. “Emissoras – TV Globo”. *Tele História*, Ribeirão Preto, s/d. Disponível em: <<http://www.telehistoria.com.br/canais/emissoras/globo.htm>>. Acesso em: 07 jan. 2006.

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

ECO, Umberto. **Viagem na Irrealidade Cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

ECO, Umberto. **Superinterpretando textos**. In *Interpretação e superinterpretação*. São Paulo: Martins Fontes, 1993, p. 53-77.

FERREIRA, Giovandro Marcus. Os Meios de Comunicação pelo viés do Paradigma da Sociedade de Massa. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXIII, 2000, Manaus. *Anais...* Manaus: Universidade do Amazonas, 2000 [em mídia digital].

FECHINE, Yvana; FIGUEIRÔA, Alexandre. Subvertendo as fórmulas, reinventando os formatos: entrevista com Guel Arraes. *Galáxia - Revista Transdisciplinar de Comunicação, Semiótica e Cultura*, São Paulo, n. 4.

FECHINE, Yvana. Televisão e Experimentalismo: o Núcleo Guel Arraes como paradigma. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXVI, 2003, Belo Horizonte. *Anais...* Belo Horizonte: Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, 2003.

FILHO, Daniel. **O circo eletrônico: fazendo TV no Brasil**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

GARAMBONE, Sidney. Rapazes Alegres. *Istoé*, São Paulo, n. 1794, p. 48-51, 21 mai. 1997.

GASTALDO, Édison. Erving Goffman, Antropólogo da Comunicação. In:                     . **Erving Goffman: desbravador do cotidiano**. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2004. p. 111-146.

GENETTE, Gerard. **Fiction et diction**. Paris: Seuil, 1991.

GENETTE, Gerard. **Discurso da narrativa**. Lisboa: Vega, 1980.

GOFFMAN, Erving. **Frame Analysis: an essay on the organization of experience**. New York: Harper & Row, 1974.

GOFFMAN, Erving. Footing. In:                     . **Forms of Talk**. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1981. p. 124-159.

GOMES, Roberto. **Crítica da Razão Tupiniquim**. São Paulo: Cortez, 1980.

GONÇALO JÚNIOR. **País da TV: a história da televisão brasileira**. São Paulo: Conrad, 2001.

GUERREIRO, Paulo de Assis. **Satiroparódia. Uma reflexão sobre alguns programas de telecivicidade da Rede Globo**. 1997. Dissertação (Mestrado em

Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1997.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens: o jogo como elemento da cultura**. São Paulo: Perspectiva, 1996.

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

KILPP, Suzana. **Ethicidades televisivas**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003.

KILPP, Suzana. **Mundos televisivos**. Porto Alegre: Armazém Digital, 2005.

KILPP, Suzana. **Apontamentos para uma história da televisão no Rio Grande do Sul**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2000.

LANG, K.; LANG, G. Los mass media y las elecciones, 1966. *In*: MORAGAS, M. de (ed). **Sociología de la Comunicación de Masas: propaganda política y opinión pública (v. 3)**. Barcelona: Gustavo Gilli, 1985.

MACHADO, Arlindo. **A arte do vídeo**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

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

McCOMBS, Maxwell e.; SHAW, Donald L. A função do agendamento dos media. *In*: TRAQUINA, Nelson. **O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.

MOISÉS, Massaud. **A criação literária – prosa**. São Paulo: Cultrix, 1985.

MORAGAS, M. de (ed). **Sociología de la Comunicación de Masas: propaganda política y opinión pública (v. 3)**. Barcelona: Gustavo Gilli, 1985.

PROPP, Vladimir. **Comicidade e riso**. São Paulo: Ática, 1992.

PERREIRA, Wellington. **Crônica: a arte do útil e do fútil**. Salvador: Calandra, 2004.

PROJETO MEMÓRIA DAS ORGANIZAÇÕES GLOBO (org.). **Dicionário da TV Globo v. 1: Programas de Dramaturgia & Entretenimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

RODRIGUES, Malena Rehbein. Do *agenda-setting* ao Congresso Nacional: um processo de muitas vias. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXIII, 2000, Manaus. *Anais...* Manaus: Universidade do Amazonas, 2000 [em mídia digital].

SÁ, Jorge de. **A crônica**. São Paulo: Ática, 1985.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

SAMPAIO, Leonardo. **Casseta e Planeta Urgente: O riso sob a lógica da crônica-comédia**. 2001. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo) – Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2001.

TRAQUINA, Nelson. **O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: UNISINOS, 2003.

TRAQUINA, Nelson. **O que é jornalismo**. Coimbra: Quimera, 2002.

WEAVER, David H.; McCOMBS, Maxwell E.; SPELLMAN, Charles. Watergate e os media: análise de um caso de agendamento. *In*: TRAQUINA, Nelson. **O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2001.