

**Isso a Globo não mostra, mas opina:
reflexões sobre humor e enquadramento noticioso analisados por meio do
Método da Análise da Materialidade Audiovisual**

*Globo doesn't show this, but opines:
reflections on humor and news framing analyzed using the
Audiovisual Materiality Analysis Method*

Simone MARTINS¹

Resumo

Em um ambiente de múltiplas telas, o jornalismo audiovisual é protagonista de muitas das formas de construção de narrativas emergentes, como no quadro “Isso a Globo não mostra”, exibido semanalmente dentro da Revista Eletrônica *Fantástico*. Nessa ambiência midiática, nossa hipótese é a de que o quadro ressignifica as produções audiovisuais e configura uma maneira potente de narrativa, permitindo afetar e mobilizar o público, a partir da opinião. O trabalho busca analisar o enquadramento noticioso adotado pelo quadro, por meio da análise da materialidade audiovisual, para identificar as estratégias narrativas e os elementos discursivos presentes no programa como formas de experimentação do (tele)jornalismo opinativo.

Palavras-chave: Telejornalismo. Entretenimento. Análise da Materialidade Audiovisual. Enquadramento Noticioso. Quadro de Humor.

Resume

In na environment of multiple screens, audiovisual journalism is the protagonist of many of the forms of construction of emerging narratives, as in the television program “Isso a Globo não mostra”, shown weekly within the Electronic Magazine *Fantástico*. In this media environment, our hypothesis is that the picture gives new meaning to audiovisual productions and configures a powerful narrative way, allowing to affect and mobilize the public, based on opinion. The work seeks to analyze the news framework adopted by the program, through the analysis of audiovisual materiality, to identify the narrative strategies and discursive elements presents in the program as forms of experimentation of opinionated (tele)journalism.

Keywords: Telejournalism. Entertainment. Analysis of Audiovisual Materiality. News Framing. Humorous.

¹ Doutoranda em Comunicação pela UFJF. Bolsista Capes. Pesquisadora do NJA - Núcleo de Jornalismo e Audiovisual. E-mail: sitema@gmail.com

Introdução

Popularmente, o Brasil é conhecido como o país da piada pronta: faz-se graça de tudo e todos (trata-se de um senso comum), principalmente em assuntos relacionados à política nacional e, com o novo governo de Jair Bolsonaro, não poderia ser diferente.

Polêmico² desde quando era Deputado Federal – assumiu o primeiro mandato parlamentar em 1990 tendo sido reeleito seis vezes (1994, 1998, 2002, 2006, 2010 e 2014) –, o atual Presidente responde, com frequência, a perguntas sérias sem o menor pudor ou tato. Diversos exemplos ao longo de seu primeiro ano de mandato podem ser dados, como quando sugeriu que os brasileiros deveriam defecar em dias alternados para reduzir a poluição ambiental³, ou em uma *live*⁴ em seu canal no youtube⁵, quando argumentou que Leonardo di Caprio estaria colaborando com a queimada na Amazônia⁶.

Em meio a críticas ao governo por parte da população⁷ e aproveitando-se dos ataques⁸ proferidos a ela pelo atual presidente desde o início do atual governo⁹, a Rede Globo de Televisão investiu na programação humorística em 2019, principalmente no que diz respeito às trapalhadas de Jair Bolsonaro. Programas antigos e renomados na grade de programação da emissora, como “Zorra Total”, “Escolinha do Professor

² Disponível em <https://www.cartacapital.com.br/politica/bolsonaro-em-25-frases-polemicas/>. Acesso em 03/01/2020.

³ Disponível em <https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/08/09/bolsonaro-sugere-fazer-coco-dia-sim-dia-nao-para-reduzir-poluicao-ambiental.ghtml>. Acesso em 03/01/2020.

⁴ Transmissão ao vivo (tradução livre).

⁵ Disponível em <https://www.youtube.com/user/jbolsonaro/videos?app=desktop>. Acesso em 03/01/2020.

⁶ Disponível em <https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/11/29/bolsonaro-acusa-leonardo-dicaprio-e-wwf-de-financiarem-queimadas-na-amazonia.ghtml>. Acesso em 03/01/2020.

⁷ A reprovação ao governo de Jair Bolsonaro cresceu para 38% da população brasileira e a rejeição à forma com que o Presidente governa o Brasil aumentou para 53%, segundo pesquisa Ibope encomendada pela Confederação Nacional das Indústrias, com resultado publicado em dezembro de 2019. Disponível em <https://veja.abril.com.br/politica/rejeicao-a-bolsonaro-cresce-para-38-da-populacao-diz-pesquisa-cni-ibope/>. Acesso em 03/01/2020.

⁸ Disponível em <https://istoe.com.br/bolsonaro-ataca-globo-apos-materia-envolvendo-seu-nome-no-caso-marielle/>. Acesso em 03/01/2020.

⁹ Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/01/bolsonaro-tem-projeto-para-atacar-dominio-da-globo-na-publicidade.shtml>. Acesso em 03/01/2020.

Raimundo” e “Tá no Ar” utilizaram-se do humor para criticar o atual governo. Mas a novidade ficou por conta do “Isso a Globo não mostra”, definido pela própria emissora como “um ‘quadro de humor’ em que as notícias da semana são tratadas de forma leve, além de brincadeiras com cenas exibidas na programação da TV Globo”¹⁰, cuja estreia se deu em 20 de janeiro de 2019 dentro da revista semanal “Fantástico”.

O sucesso repercutiu. Matérias¹¹ sobre o conteúdo produzido pelo quadro foram publicadas, além de um programa¹² da própria emissora, que abordou o humor produzido pela Rede Globo e pelo “Isso a Globo não mostra” em 2019. A estratégia vem dando certo. De acordo com informações¹³ da coluna de Ricardo Feltrin, no Portal Uol¹⁴, o Ibope da emissora cresceu desde que Bolsonaro assumiu a presidência. Além disso, o crescimento da Rede Globo tem sido consistente em meio à concorrência de outras mídias, como o *streaming*¹⁵ e a própria internet, assim como também cresceu em participação no universo de TV’s ligadas.

Com base no debate sobre a dimensão espetacular da mídia a partir de autores como Erving Goffman (1985), Guy Debord (1997), Wilson Gomes (2004), pretende-se lançar um olhar crítico sobre como a mídia torna a sua programação cada vez mais teatral e direcionada para o entretenimento, mesmo em assuntos de interesse público como a política. No entanto, para Rubim (2004), isso pode tornar a temática de maior interesse e não elimina o seu componente político.

Tomando por base os estudos apresentados sobre a dimensão espetacular, pretendemos analisar – por meio do Enquadramento Noticioso adotado pela emissora no

¹⁰Disponível em <https://g1.globo.com/fantastico/quadros/isso-a-globo-nao-mostra/>. Acesso em 28/06/2019.

¹¹ Disponíveis em <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/como-quadro-de-humor-do-fantastico-virou-o-maior-critico-ao-governo-de-bolsonaro-31994>; <https://gauchazh.clicrbs.com.br/ultimas-noticias/tag/isso-a-globo-nao-mostra/>; <https://g1.globo.com/fantastico/interatividade/quiz/qual-meme-do-isso-a-globo-nao-mostra-representa-o-seu-2019-faca-o-teste.ghtml>; <https://www.esmaelmorais.com.br/2019/01/globo-debocha-de-flavio-bolsonaro-em-novo-quadro-do-fantastico-assista/>. Acesso em 03/01/2020

¹² Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/8176742/programa/>. Acesso em 30/12/2019.

¹³ Disponível em <https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/ooops/2019/09/20/ibope-da-globo-cresce-com-bolsonaro-veja-ranking-da-tv-aberta.htm>. Acesso em 03/01/2020.

¹⁴ <https://www.uol.com.br/>

¹⁵ Tecnologia de transmissão de conteúdo online, permitindo aos usuários consumir filmes, séries e músicas, dentre outros.

quadro e utilizando-nos do Método da Análise da Materialidade Audiovisual¹⁶ –, a última edição do quadro “Isso a Globo não mostra”, exibida em 29 de dezembro de 2019, para verificar de que forma a realidade social foi construída pela Rede Globo. Nossa hipótese é a de que a emissora tenha dado visibilidade aos erros cometidos pelo governo em seu primeiro ano de mandato, fazendo uma retrospectiva das falhas e promovendo uma campanha para um tipo de público que não adere a Bolsonaro, agindo mesmo como um ator político.

A dimensão teatral e espetacular da mídia

Pensando também sobre o outro lado da tela, uma primeira reflexão que pode ser lançada é sobre a dimensão teatral e espetacular da mídia. Num primeiro momento, recorreremos aos estudos do sociólogo Erving Goffman (1985), para quem a vida em sociedade é fruto de representações. Vinculado ao interacionismo simbólico, Goffman analisa as relações sociais cotidianas que, para o autor, são pautadas por representações ou encenações vivenciadas sob uma permanente teatralização.

O autor acredita que, em geral, existe alguma razão que leve as pessoas a atuar de forma a transmitir aos outros, e à sociedade em geral, a impressão que lhes interessa transmitir. Para ele, existe uma crença na representação individual ou coletiva da sociedade. Dito de outra forma, todos os indivíduos vivem representando seu próprio papel ou o criado para representar seus ideais de realidade. Vivemos de “fachada”. Nesse sentido, entendemos que a criação/exibição de um quadro “humorístico” tenha sido a maneira pela qual a Rede Globo de Televisão decidiu veicular conteúdo crítico e, ao mesmo tempo, manter sua postura de isenção, visto que o programa – como vamos abordar adiante – é exibido como um quadro dentro do “Fantástico” como se a emissora tivesse sido “vítima” de uma invasão de *hackers*.

Para além da percepção de Goffman (1985) de que vivemos representando diversos papéis na sociedade em que vivemos, Guy Debord (1967) faz uma crítica acirrada à sociedade de consumo, à cultura da imagem e à invasão da economia em todas as esferas. Debord, ao lançar o livro-manifesto “A sociedade do espetáculo”, no contexto da contracultura nos anos 60, argumenta que a sociedade é movida pelo

¹⁶ Ambos conceitos serão apresentados posteriormente neste trabalho.

capitalismo, que exerce um sistema de controle social em que a realidade é transmitida por meio de imagens vistas e pelo ambiente construído em que vivemos. Para o autor, o espetáculo constitui-se em uma informação codificada na sociedade através dos meios de comunicação de massa onde tudo é considerado mercadoria. A mídia interpreta (e reduz) o mundo com o uso de narrativas simples em que o ser é substituído pelo ter, e o ter é substituído pelo aparecimento. Nesse sentido, o autor pondera que, pela mediação, os indivíduos abdicam da realidade e passam a viver em um mundo movido pelas aparências e consumo permanente de fatos, notícias, produtos e mercadorias.

Tomando por base os estudos de Debord (1967), partimos do pressuposto de que o aumento da circulação de notícias falsas¹⁷ - que muitos dizem ter ajudado a eleger o atual presidente da República¹⁸ - possa ser explicado em função da crença dos indivíduos em tudo o que é veiculado (principalmente pelas redes sociais, que oferecem informação sem qualquer credibilidade) sem a confirmação da veracidade dos fatos. Vale destacar que, no caso da televisão, o meio tem maior valor de verdade.

Já no que diz respeito à política, Wilson Gomes (2004) pondera existir uma espetacularização, visto que há iniciativas para produzir (tanto na informação quanto no entretenimento) um número constante de eventos, situações e textos voltados para o tema a fim de despertar atenção, conquistar imaginários e fixar memórias, “que encham os olhos e deem o que falar” (GOMES, 2004, p. 394). E os programas de TV aproveitam-se dessa espetacularização da política, dando visibilidade e adotando o tipo de enquadramento que melhor lhes convir.

Por outro lado, Rubim (s/d) pondera que a espetacularização do poder político e da política podem ser definidos pela ascensão de uma lógica produtiva da mídia, repleta e comandada pelo entretenimento sobre a política, desvirtuando seu ser. O autor destaca que o poder político, aliado à política, trabalhado em um contexto em que a mídia e o entretenimento são desprezados, causa a despolarização. Rubim (s/d) propõe um novo olhar ao mostrar a possibilidade de interação entre política e espetáculo.

A política supõe sempre um conjunto de instituições, práticas, atores capazes de produzir sua apresentação e sua representação visíveis na

¹⁷ Em sua maior parte, as *fake news* são divulgadas com o objetivo de legitimar um ponto de vista ou prejudicar uma pessoa ou grupo. Além disso, possuem grande poder viral, espalhando-se rapidamente.

¹⁸ Disponível em <https://www.conversaafiada.com.br/politica/guardian-mostra-como-as-fake-news-elegeram-bolsonaro>. Acesso em 07/01/2020.

sociedade. A plasticidade desses inevitáveis regimes de visibilidade obriga a política a possuir uma dimensão estética, que não pode ser desconsiderada, em particular em uma sociedade na qual a visibilidade adquiriu tal relevância, como na contemporaneidade, através da nova dimensão pública de sociabilidade. (RUBIM, s/d, p. 6)

Dessa forma, a espetacularização aciona, simultaneamente, uma multiplicidade de dimensões (emocionais, valorativas e cognitivas) para fabricar e dar sentido ao espetáculo como construção social e discursiva, tornando-se portadora de sentido. O professor acredita que a conexão existente entre mídia e espetáculo seja privilegiada, uma vez que o espetáculo está presente no tempo e no espaço, afetando toda a vida em sociedade. Nesse contexto, destaca que a mídia não deve ser identificada como espetáculo, mas precisa ser vista como um espaço privilegiado de luta política. Isso porque

A política midiaticizada significaria tão somente a política que transita na contemporânea dimensão pública de sociabilidade, buscando adequar-se a este espaço e às linguagens próprias da mídia, sem com isso importar uma tal lógica produtiva que impeça a política de se realizar e buscar suas pretensões. (RUBIM, s/d, p. 17).

“Isso a Globo não mostra”: jornalismo opinativo disfarçado de quadro de humor

Em 20 de janeiro de 2019, a Rede Globo estreou um quadro semanal¹⁹ que foi ao ar ao longo de todo o ano durante a exibição do “Fantástico”, cujo nome foi retirado de uma expressão utilizada por telespectadores que entendem ser a emissora uma aliada do sistema e da lógica vigentes, com interesses a esconder, faltando com a verdade para manter-se no poder. Em artigo²⁰ nosso publicado no 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, acrescentamos a essa definição o fato de que, “para além da denúncia originária, a expressão ‘Isso a Globo não mostra’ passou a ser utilizada em narrativas do humor, na desconstrução de outras narrativas num fenômeno de apropriação midiática” (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS, 2019, p. 2).

¹⁹ Ainda não está confirmada a volta do quadro para a Revista Semanal da Rede Globo em 2020.

²⁰ Disponível em <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1993-1.pdf>. Acesso em 04/01/2020

Em entrevista ao programa “Conversa com Bial”²¹, a roteirista e produtora do “Isso a Globo não mostra”, Daniela Ocampo, explicou que o quadro possui um formato “internético”, visto que “nasceu de uma identidade da internet, tem velocidade diferente, brinca com edição, não tem atores fazendo”. Marcius Melhem, chefe do departamento de humor da Rede Globo e também roteirista e redator do quadro, acrescentou (no mesmo programa) que o sucesso de crítica e de audiência acontece porque ele “desarma, porque brinca com a própria emissora. É um *fairplay* maravilhoso você zoar você mesmo!”. O programa, que inicialmente deveria ter apenas quatro edições, tornou-se atração fixa dentro da Revista Semanal da emissora em decorrência do sucesso alcançado.

Ao todo, foram veiculados 50 quadros no Fantástico ao longo de 2019. Em cada uma das edições estiveram presentes “a ironia, o deboche, a edição fragmentada (fruto da internet) com as referências factuais, jornalísticas e do entretenimento numa experiência imersa no fluxo televisivo e depois compartilhada e repostada em outros ambientes e suportes audiovisuais” (COUTINHO, FALCÃO, MARTINS, 2019, p. 4). Semanalmente, o “Isso a Globo não mostra” apresentou, de forma leve e bem-humorada, a junção de cenas de programas de entretenimento, memes, *gifs*, piadas e fatos jornalísticos de destaque da semana, inferindo aos telespectadores questionamentos de forma metafórica acerca de temas, em sua maioria de viés político. Em artigo²² publicado no Portal Uol, a redatora da coluna “Notícias da TV”, Kelly Miyashiro defende que a Rede Globo “deixou claro que o ‘Isso a Globo não mostra’ também se tornou a janela de críticas sem filtro aos políticos”.

Entendemos que, ao inserir um novo quadro mesclando humor e jornalismo em um programa já consolidado na grade de programação da emissora, e utilizando-se de material de arquivo de programas de entretenimento e jornalísticos com altos índices de audiência, o que a Rede Globo pretendeu foi ressignificar o que já estava na memória dos telespectadores para ironizar, de modo crítico, situações cotidianas, indo de encontro, inclusive, ao jargão utilizado por diversas pessoas para caracterizar a emissora ao produzir o chamado “jornalismo chapa branca”²³.

²¹ Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/8176742/programa/>. Acesso em 30/12/2019.

²² Disponível em <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/como-quadro-de-humor-do-fantastico-virou-o-maior-critico-ao-governo-de-bolsonaro-31994>. Acesso em 04/01/2020.

O enquadramento noticioso visto sob a ótica do método da análise da materialidade audiovisual: um olhar sobre o “Isso a Globo não mostra”

Inicialmente, julgamos pertinente apresentar a metodologia utilizada na análise efetuada. Mauro Porto (2002, p. 1) pondera que a mídia possui o papel de informar os cidadãos, devendo “transmitir informações de forma objetiva e imparcial para a audiência”. Tomando por base essa afirmação, o autor destaca que “a crítica do papel político da mídia se restringe geralmente a ressaltar a falta de objetividade ou a imparcialidade das mensagens” (PORTO, 2002, p. 1). Todavia, o professor acrescenta ser insuficiente essa abordagem “para o estudo da relação entre a mídia e a política, contribuindo para tornar invisíveis diversos aspectos desta relação” (PORTO, 2002, p. 2).

Já no início da década de 1980, Robert Hackett (1993) afirmava que os conceitos de parcialidade e objetividade e suas noções afins (desequilíbrio, distorção, deturpação) constituem um suporte teórico frágil, um paradigma em declínio. Segundo o autor, já não é suficiente pressupor a possibilidade da comunicação imparcial, de conteúdos objetivos e independentes do mundo exterior. Ainda que estes conceitos mantenham seu valor normativo e empírico, Hackett argumenta que a investigação do papel da mídia necessita avançar. Uma das medidas por ele proposta é a substituição do conceito de “parcialidade” pelo de “orientação estruturada”. A noção de orientação estruturada inclui alguns aspectos característicos da ideia de parcialidade (favoritismo, distorção, etc.), mas é muito mais abrangente, já que inclui “vários tipos de orientações e relações sistemáticas que, inevitavelmente, estruturam os relatos noticiosos” (p. 128). (PORTO, 2002, p. 2)

Nesse sentido, uma das abordagens que tem ganhado terreno atualmente sobre o fazer jornalístico é o conceito de enquadramento (*framing*), cujo enfoque tem mobilizado os estudos no campo da comunicação. Mayra Coimbra (2018), em sua dissertação de mestrado, explica que o enquadramento foi percebido como uma nova perspectiva a ser adotada para “superar as limitações do ‘paradigma da objetividade’” (COIMBRA, 2018, p. 84). A autora destaca que o estudo baseado no *frame* permite a

²³ Paulo Nogueira, no blog Diário do Centro do Mundo, argumenta que as empresas jornalísticas nunca perderam o privilégio de pertencer a um mercado protegido e define jornalismo chapa branca como “a defesa, sem palavras ou pelo silêncio, da ‘plutocracia predadora’”. E o conseqüente abandono do interesse público”. Disponível em <https://www.diariodocentrodomundo.com.br/o-que-e-jornalismo-chapa-branca-por-paulo-nogueira/>. Acesso em 29/06/2019.

compreensão do motivo pelo qual o jornalista, ao executar sua tarefa de cobrir um acontecimento, observa algumas coisas e exclui outras, ajudando a organizar a realidade social.

Desenvolvido inicialmente pelo sociólogo Erving Goffman (1986), no livro *Frame Analysis*, o método do conceito de enquadramento foi criado com o objetivo de analisar fenômenos sociais, tendo sido aplicado na análise das interações sociais. Mauro Porto (2002) revela que Goffman, em sua obra, define enquadramentos “como os princípios de organização que governam os eventos sociais e nosso envolvimento nesses eventos. Segundo o autor, tendemos a perceber os eventos e situações de acordo com enquadramentos que nos permitem responder à pergunta: ‘O que está ocorrendo aqui?’” (PORTO, 2002, p. 4). Nesse contexto, Porto (2002) conceitua enquadramentos como marcos interpretativos mais gerais construídos socialmente que permitem às pessoas fazer sentido dos eventos e das situações sociais.

Plínio Leal (2011), ao estudar a origem do conceito de enquadramento, utiliza-se da definição dada Robert Entman – responsável “pela integração do conceito original de enquadramento com a noção de hegemonia midiática” (LEAL, 2011, p. 4) – fruto de pesquisas sobre o assunto, para quem “enquadrar é selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazê-los mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação casual, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito” (ENTMAN, 1993, p. 52 *apud* LEAL, 2011, p. 4).

Nesse sentido, Mayra Coimbra (2018) destaca que a mídia pode ser considerada um bom exemplo para compreender o processo de enquadramento da realidade, por meio de sua tarefa de produção e veiculação de notícias cotidianas. Segundo estudos da autora sobre o tema, são nessas narrativas obtidas pelos *frames* que se fortalecem as crenças sobre o funcionamento do mundo. Porto (2002, p. 11) acrescenta que “enquadramentos são elementos constitutivos importantes das narrativas e do processo pelo qual fazemos sentido do mundo da política”, e faz uma divisão entre enquadramentos noticiosos e interpretativos, explicando que os noticiosos, via de regra, são criados por jornalistas e os interpretativos, elaborados por atores políticos e sociais. Segundo o autor, “enquadramentos noticiosos são padrões de apresentação, seleção e ênfase utilizados por jornalistas para organizar seus relatos” (PORTO, 2002, p. 15).

Nossa hipótese é a de que a Rede Globo, ao veicular o “Isso a Globo não mostra”, define o programa como um quadro de humor mas o que de fato faz é oferecer uma espécie de jornalismo opinativo, com duras críticas ao governo federal feitas por meio do deboche, indo ao encontro da definição de Leal (2011), para quem

O conceito de enquadramento noticioso oferece uma sólida alternativa para analisar a mídia nacional, pois trata com a questão de como a mensagem é organizada, ressaltando preferências de um determinado enquadramento em oposição a outros. A importância desse conceito está diretamente relacionada à identificação das tendências dos meios noticiosos nacionais e à análise de comunicação com um enfoque que é específico do campo jornalístico. (LEAL, 2011, p. 12)

Já o método que vamos utilizar para analisar o enquadramento noticioso adotado pelo “Isso a Globo não mostra” é a Análise da Materialidade Audiovisual, cujo objeto de avaliação encontra-se na unidade texto+som+imagem+tempo+edição em toda a sua complexidade (o que significa uma análise dos códigos, sentidos e símbolos).

Ao propor como método possível a análise da materialidade audiovisual propõe-se que o analista ou estudioso do telejornal também teria seus dispositivos particulares para olhar e compreender seu objeto de estudo. No âmbito das investigações realizadas no NJA às lentes da dramaturgia do telejornalismo se associariam outros efeitos, de imagem, som, experiência e interpretação, acionados conforme os objetivos a desvelar, referências teóricas mobilizadas em cada pesquisa. (COUTINHO; MATA, 2018, p. 10)

O Método da Análise da Materialidade Audiovisual foi desenvolvido e é utilizado no âmbito das pesquisas realizadas no Núcleo de Jornalismo e Audiovisual - NJA (CNPq-UFJF), coordenado pela Prof^a. Dr^a. Iluska Coutinho. Em nossos estudos, partimos da premissa de que a televisão possa e deva ser entendida como um artefato cultural, por meio de cuja experiência e análise é possível também a compreensão de aspectos da própria sociedade. O que propomos é que a cultura do audiovisual no Brasil seja estabelecida, majoritariamente, pela estreita relação existente entre a sociedade e as narrativas televisivas ou televisuais (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS, 2019, p. 1).

Dessa forma, a análise da materialidade audiovisual emerge como método possível para perscrutar o telejornalismo e outros gêneros a partir do enfrentamento do objeto em diálogo com os tensionamentos teóricos e epistemológicos de cada investigação. Conforme explicam Coutinho *et al*, a materialidade envolve uma

avaliação descritiva e outra interpretativa do material audiovisual a ser investigado. “Observa-se, uma vez identificado o objeto empírico e feita a leitura inicial dele, o fluxo narrativo definido, as promessas de gênero, os elementos paratextuais, quadros mobilizados, o conteúdo da narrativa de uma forma integrada” (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS, 2019, p.8).

“Isso a Globo não mostra”: uma análise sob a perspectiva da materialidade audiovisual

Para efetuar o enquadramento noticioso dado ao “Isso a Globo não mostra” por meio do método da análise da materialidade audiovisual do quadro exibido semanalmente ao longo do ano no “Fantástico”, decidimos focar em seu último episódio²⁴ por entendermos ter sido ele, assim como a “promessa” apresentada pelo programa, uma retrospectiva de todos os demais anteriormente veiculados. Ademais, consideramos que tenha sido uma edição atípica. Apesar de o programa sempre ter sido exibido em sua inteireza, com cerca de 5 minutos de duração, na exibição do dia 29 de dezembro o quadro foi dividido em 6 partes, com cerca de 1 minuto e meio cada, com temas específicos. Das 6 partes veiculadas, apenas 2 não abordavam/criticavam o atual governo.

Nesse sentido, voltamo-nos para a Análise da Materialidade Audiovisual para destacar que

Na medida do possível é interessante identificar como essas propostas são apresentadas, em termos audiovisuais, mas não apenas, o que pode contribuir para o desenho da análise, mas também para realização de inferências e mesmo de interpretações de eventuais fluxos relacionados à experiência de circulação e consumo daquele material audiovisual. (COUTINHO, 2016, p. 10)

Notamos que o quadro mantém as críticas de forma leve e bem-humorada. Assim como nas demais edições, o “Isso a Globo não mostra” começa com uma vinheta simulando uma invasão de *hackers* no sistema da emissora, com a permissão de acesso negada. Assim que o *hackeamento* é concretizado, começa cada programa.

²⁴ Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/8199412/>. Acesso em 02/01/2020.

Na primeira inserção do quadro no Fantástico, foram abordadas as “baixas” do governo até o momento. Primeiro, a demissão do secretário-geral da Presidência, Gustavo Bebianno, com apenas 7 (sete) semanas. Em seguida, foi veiculada a vinheta de abertura do programa *Big Brother Brasil*, com fotos dos rostos das pessoas com a função que desempenhavam e que já haviam sido “demitidas” até o momento, em uma paródia aos eliminados do BBB: Bebianno (Ministro da Secretaria-Geral da Presidência), Ricardo Vélez (Ministro da Educação), General Franklimberg Ribeiro de Freitas (presidente da Funai), General Santos Cruz (Ministro da Secretaria de Governo), Joaquim Levy (presidente do BNDES), Ricardo Galvão (diretor do INPE), Joice Hasselmann (líder do governo no congresso) e o partido do Presidente, PSL – Partido Social Liberal, com o número 17. Depois de cada rosto/partido, havia o “apagamento” da pessoa, com a sua eliminação. No final, a vinheta do BBB tem a legenda da logo trocada por Big Bolsonaro Brasil. Em seguida, a vinheta de encerramento apresenta novamente a tela do computador do sistema, quando o suposto invasor é identificado, avisando que será desconectado e encerrando o quadro.

As vinhetas de abertura e encerramento repetem-se a cada inserção no *Fantástico*. Conseguimos perceber, nesta primeira inserção do quadro, uma crítica feita em forma de deboche²⁵ para a falta de diálogo e entrosamento entre a equipe de governo desde o início do mandato.

Já da segunda vez em que o programa foi apresentado não houve questionamentos nem críticas relacionadas ao governo. O tema foi as “TOP 5 coisas que graças a Deus ficaram em 2019”, abordando as músicas “Piscininha, amor”, interpretada por Whadi Gama; “Juntos e Shallow Now”, de Paula Fernandes com participação de Luan Santana; o desafio da tampa da garrafa (em que as pessoas deveriam tirar a tampa de uma garrafa com um chute, com o pé); a música da caneta azul, que um maranhense perde uma caneta azul e vira sucesso; e, finalmente, a única “crítica” apresentada: uma matéria veiculada pela Rede Globo informava que fiscais da Prefeitura do Rio de Janeiro foram à bienal para recolher um livro cujo conteúdo não havia agradado ao prefeito Marcelo Crivella, do Republicanos, que considerou pornográfico um beijo entre dois personagens masculinos. A nosso ver, essa segunda inserção quis mostrar aos telespectadores que o programa não critica apenas o governo, mas faz uso de zombaria e

²⁵ Deboche é o ato ou efeito de debochar, de zombar explícita e veementemente algo, um escárnio. Por analogia, podemos ainda considerar um desprezo irônico relacionado a algum fato.

piadas com tudo o que é veiculado em demasia, irritando as pessoas com a quantidade de exposição sobre um mesmo assunto.

Por outro lado, na terceira vez em que o “Isso a Globo não mostra” foi apresentado, houve uma crítica à conduta de Bolsonaro em relação a questões envolvendo o meio ambiente. O quadro teve início com o apresentador e editor do *Jornal Nacional*, Willian Bonner, informando aos telespectadores do noticiário que o presidente Jair Bolsonaro havia discursado no Fórum Econômico Mundial, em Davos, na Suíça. Em seguida, uma edição com a fala de Bolsonaro na abertura do Fórum defendendo que o Brasil era “o país que mais preserva o meio ambiente” intercalada por notícias abordando diversos desastres ambientais acontecidos no Brasil em 2019, como as queimadas ocorridas na Amazônia, as manchas de óleo em praias do Nordeste, o recorde de desmatamentos no país, além da dispensa da ajuda financeira para combater o incêndio na Amazônia. Entendemos que aqui a intenção do quadro foi a de mostrar a falta de coerência do presidente ao defender um assunto em um evento internacional, mas não se preocupar com o que de fato acontecia com o meio ambiente no país, minimizando os danos causados pelos diversos desastres ambientais acontecidos no Brasil ao longo do ano.

Já a quarta intervenção também não abordou o governo, mas futebol. O assunto girou em torno do Clube de Regatas do Flamengo que, das seis²⁶ competições que participou em 2019, foi campeão de quatro²⁷ delas, além de vice-campeão do mundial de clubes. O esporte ficou em torno do Flamengo, e o assunto era maciçamente abordado em todos os noticiários. Dessa forma, o quadro aproveitou-se do exagero de informações sobre o Flamengo e fez um escárnio, como se as pessoas já não aguentassem mais ouvir sobre isso, até que, “finalmente”, o clube perde a Copa Mundial de Clubes, encerrando o assunto.

A quinta entrada do quadro na Revista Semanal da Rede Globo teve como tema a cultura e o possível fechamento da Ancine²⁸ depois da declaração de Bolsonaro de que extingiria ou privatizaria o órgão caso as produções não tivessem filtro²⁹. O “Isso a

²⁶ Florida Cup, Campeonato Carioca, Copa do Brasil, Copa Libertadores da América, Série A do Campeonato Brasileiro e Copa do Mundo de Clubes.

²⁷ Campeonato Brasileiro, Copa Libertadores da América, Florida Cup e Campeonato Carioca.

²⁸ Agência Nacional do Cinema

Globo não mostra” começa com um fundo preto e caracteres brancos como os utilizados em filmes antigos, com um BG³⁰ de filme de suspense e os dizeres: “Ancine: uma história baseada em fatos reais”. Em seguida, imagens editadas sobre a fala do presidente (em off): “a cultura veio para Brasília e tem filtro sim, já que é órgão federal. Se não puder ter filtro, nós extinguiremos a Ancine”, com eco na última frase. E continua: “geralmente, esses filmes não têm audiência, não têm plateia; tem meia dúzia ali”. A fala de Bolsonaro é cortada e entra uma notícia com a informação de que mais de 17 milhões de pessoas haviam ido ao cinema para assistir a filmes nacionais, contradizendo o discurso do presidente. Entra um eco na última frase da matéria, que foca a repórter: “eles temem que haja censura”. Uma foto antiga, com mulheres carregando cartazes com os dizeres “contra a censura pela cultura” é sobreposta por outro fundo preto: “eu já vi esse filme”. O quadro continua com a declaração de Bolsonaro: “eu não posso admitir que, com dinheiro público, se façam filmes como da Bruna Surfistinha”. Nesse momento, o programa zomba com a fala, informando que o filme foi feito pelos mesmos autores de “Cidade de Deus acima de tudo” e “Matou o cinema e foi família”, em um deboche com as atitudes e discursos proferidos pelo presidente da República e sua família.

A edição continua com a informação de que a Ancine havia retirado todos os cartazes de filmes brasileiros que decoravam as paredes do prédio onde está instalada, e termina com um cartaz convidando para a estreia, em 2020, de “Cultura, que horas ela volta?” seguida por uma gravação em ritmo acelerado, e cheia de ironia: “este filme não será realizado por falta de recurso”.

Finalmente, a última inserção do quadro do *Fantástico* mostra uma retrospectiva do governo no último ano. Depois da vinheta de abertura, entra uma cena em que a atriz Bruna Marquezine, entristecida, diz: “Acabou! Ou será que está só começando?” para dar início a uma paródia feita com a reconhecida música-tema de fim de ano da emissora, com uma nova letra³¹ e editada com imagens dos acontecimentos marcantes realizados pelo governo Bolsonaro em seu primeiro ano de governo.

²⁹ Disponível em <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2019/07/19/se-nao-puder-ter-filtro-extinguiremos-a-ancine-declara-bolsonaro.ghtml>. Acesso em 05/01/2020.

³⁰ Música de fundo.

³¹ “Hoje, a gente lembra do Golden Shower que já passou / Lorenzoni disse que uma arma é tipo liquidificador / Todos nossos “conjes” serão lembrados / Tem rodízio no seu cocô. / Hoje a Terra é plana / A Amazônia é úmida / E o nazismo é de esquerda / Menino veste azul, menina rosa / E o peixe é

Conclusão

Mauro Porto (2002, p. 5) acredita que os enquadramentos determinem a produção de notícias, sendo, portanto, importantes instrumentos de poder. O autor explica que os enquadramentos não se referem apenas a processos de manipulação, mas constituem-se em partes de qualquer processo comunicativo, como uma forma inevitável através da qual atores fazem sentido de suas experiências.

Além disso, a assimilação e a apropriação das características da televisão por parte de quem nela se expõe e a resignificação das formas de produzir conteúdo por quem faz TV constituem um cenário contemporâneo no qual a inovação impõe-se como desafio, na busca por ofertar ou quando muito narrar novas nuances na materialidade audiovisual. E é preciso lembrar que o telespectador é um personagem presente nesse processo.

Dessa forma, o quadro do Fantástico em análise tem como característica central o tom de navegação entre telas que marca a experiência comunicativa contemporânea, e na qual o audiovisual tem lugar de destaque.

No âmbito desse artigo, defendemos que a apropriação feita pelo produto audiovisual, em uma narrativa que se organiza simultaneamente no espaço e no tempo, e em que a ordem de exibição e a edição do quadro produzem sentido a partir da justaposição de cenas de diferentes gêneros, mas que tem como característica comum o pertencimento a um dado imaginário social compartilhado, atenta à reação do público, pode potencialmente provocar uma empatia com o telespectador, suspender o peso da crítica inicial trazida pela expressão e ao mesmo tempo representar uma experiência de (tele)jornalismo opinativo com críticas duras e infrequentes no histórico de telejornais e formatos noticiosos mais consolidados. Os temas políticos, o registro em vídeo dos destemperos presidenciais e as trapalhadas ao longo da própria programação servem de substrato para a criação do conteúdo do quadro.

Nesse sentido, entendemos que o enquadramento adotado pela equipe de roteiristas e diretores do “Isso a Globo não mostra” é negativo quanto à imagem do governo e, principalmente, do presidente da República. Ademais, a estratégia narrativa

inteligente. / O AI-5 é de novo assunto / E o rock ativa aborto e droga. / O chocolate é de laranja / E o Queiroz, cadê? / No primeiro ano teve tanta coisa e ainda faltam três (três?) / Faltam três (três?) / 2020, se sobrar Brasil, voltamos outra vez”.

de “Isso a Globo não mostra” não confunde as fronteiras entre ficção e realidade. Se no perfil editorial do telejornalismo a predominância é de material de cunho informativo, o quadro apresenta uma contribuição de prática de jornalismo opinativo em televisão.

Ademais, entendemos que o quadro seja construído para um tipo de público específico, que rejeita o presidente da República e as ações tomadas por ele; um público com criticidade aguçada, que entende a ironia e o deboche do quadro como uma forma de crítica ao governo federal, e que por esse mesmo motivo conquistou telespectadores fieis.

Referências

COIMBRA, M. R. **A disputa de sentidos sobre a imagem de Dilma Rousseff: As estratégias de construção de imagem da ex-presidente *versus* o enquadramento noticioso da Folha de S. Paulo no período do impeachment.** Dissertação (mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora-MG, 2018. Disponível em:

<https://repositorio.ufjf.br/jspui/bitstream/ufjf/6950/1/mayrareginacoimbra.pdf>. Acesso em 02/01/2020.

COUTINHO, I. **O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade:** A análise da materialidade audiovisual como método possível. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>. Acesso em 28/06/2019.

COUTINHO, I; MATA, J. **Um telejornal e um método para chamar de nossos:** uma reflexão sobre telas, fronteiras e modos de olhar. Disponível em:

<http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2018/paper/viewFile/1423/707>. Acesso em 29/06/2019.

COUTINHO, I; FALCÃO, L. F.; MARTINS, S. **Isso a Globo (Não) mostra:** invasão ou ressignificação do audiovisual como estratégia de jornalismo opinativo. Disponível em <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1993-1.pdf>. Acesso em 04/01/2020.

COUTINHO, I; FALCÃO, L. F.; MARTINS, S. **Dos eixos à análise da materialidade:** o audiovisual observado, compreendido e experimentado em toda sua complexidade. Disponível em:

<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-2135-1.pdf>. Acesso em 08/01/2020.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo.** Disponível em:

<http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/socespetaculo.pdf>. Acesso em 26/09/2019.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana.** Petrópolis: Vozes, 1985.

GOMES, W. **Transformações da política na era da comunicação de massa.** São Paulo: Paulus, 2004.

LEAL, P. M. V. **Jornalismo político brasileiro e a análise do enquadramento noticioso.** Disponível em:
http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/01/sc_jp-plinio.pdf. Acesso em 20/12/2019.

PORTO, M. **Enquadramentos da mídia e política.**
<http://www.anpocs.com/index.php/encontros/papers/26-encontro-anual-da-anpocs/gt-23/gt09-13/4400-mporto-enquadramentos/file>

RUBIM, A. A. C. **Espetáculo, política e mídia.** Disponível em:
http://www.compos.org.br/data/biblioteca_757.pdf. Acesso em 26/09/2019.