



O RISO COMO ALTERNATIVA ESTÉTICA PARA O JORNALISMO ELETRÔNICO

O Caso do *Bom Dia Déo*, da TV Viva

Cláudio Bezerra

Universidade Católica de Pernambuco (Unicap)

Introdução

A disseminação da tecnologia do vídeo, nos anos de 1980, proporcionou a formação de uma nova geração de realizadores no Brasil que atuava fora do mercado televisual das grandes redes, em grupos que conquistaram um público fiel nos festivais de vídeo e em circuitos alternativos de exibição nos sindicatos, organizações não governamentais, associações de moradores e até nas ruas. Além de denunciar o monopólio dos meios de comunicação de massa e colocar em discussão a necessidade da democratização, os *videomakers* voltaram suas lentes para dentro do Brasil e mostraram uma outra realidade do país, muito mais complexa, contraditória e culturalmente mais rica do que as imagens padronizadas exibidas pelas emissoras de televisão.

De modo geral, os inúmeros grupos de vídeo que surgiram à margem da TV aberta, ao longo da década de 80, podem ser divididos em dois grandes campos: *vídeo independente* e *vídeo popular*. Como o próprio nome sugere, o primeiro campo era formado por um vasto grupo de realizadores autônomos que buscavam ocupar espaço nas grandes redes com suas produções independentes¹. O segundo campo era composto por vários grupos que atuavam organicamente articulados ou comprometidos com os movimentos sociais². Cabe ressaltar que, embora distinto em suas atuações e objetivos de trabalho, nada impedia que um grupo de

¹ Embora tivessem a meta comum de conquistar um espaço no mercado televisual, os grupos de *vídeo independente* atuaram de maneiras distintas. Uns eram puramente comerciais e copiavam os modelos de programas já consolidados na TV. Outros conseguiram impor um trabalho mais arrojado, de indiscutível qualidade técnica e estética, como as produtoras Intervídeo e Videofilmes, que realizaram programas como *Conexão Internacional* e séries como *Xingu* e *América*. Mas houve também um terceiro grupo mais ousado que não abriu de suas propostas inovadoras, tais como o TVDO e o Olhar Eletrônico.

² Aqui também cabe fazer algumas distinções. Uma grande parcela dos grupos de *vídeo popular* fazia apenas o registro dos movimentos reivindicatórios. Outros realizavam reportagens, documentários e vídeo de ficção de acordo com os padrões



vídeo independente pudesse atuar em certas circunstâncias de maneira politicamente engajada. O grupo paulista, Olhar Eletrônico, por exemplo, atuou em sintonia com os movimentos populares na cobertura da votação da emenda constitucional que deveria estabelecer as eleições diretas para presidente³. Por sua vez, a TV Viva, de Pernambuco, também atuou no mercado comercial visando angariar recursos para o desenvolvimento de suas atividades como TV de rua. Assim sendo, a esquematização proposta aqui não diz respeito à fronteiras intransponíveis de produção, serve para delimitar campos de atuação prioritária e facilitar a compreensão deste trabalho.

A ação dos realizadores independentes e populares, experimentando novos caminhos e outras possibilidades de uso da TV, promoveu na prática um progresso inusitado da instituição televisual, transformando a imagem eletrônica num fato de cultura do nosso tempo. Mas o legado da geração dos 80 que iremos abordar aqui é estético, notadamente no campo do jornalismo televisivo, pois ao experimentar sem preconceitos a portabilidade dos equipamentos e as possibilidades narrativas do vídeo, os realizadores desencadearam um processo de renovação da linguagem eletrônica, criando certos dispositivos para impedir o reducionismo do princípio da objetividade, presente num certo tipo de documentário sociológico e no telejornalismo. Interessa-nos, especificamente, compreender de que forma alguns *videomakers* fizeram uso do humor como uma estratégia discursiva para abordar a realidade e o como este procedimento problematiza a narrativa jornalística, pois a linguagem do humor é essencialmente crítica, opinativa, parcial e ambivalente, e atenta contra os princípios e as normas da pragmática do jornalismo, notada mente no que diz respeito à clareza da informação, a precisão das palavras para evitar o duplo sentido, e a ausência de opinião, que justifica o princípio de neutralidade da notícia.

Para Arlindo Machado (1996), a televisão, com sua linguagem fragmentária, seu ritmo veloz e suas imagens em metamorfose, era o referencial estético imediato daqueles realizadores de vídeo e, no universo televisivo, uma das influências mais marcantes foi à incursão de Glauber Rocha na TV. No final da década de 70, no programa *Abertura*, da extinta Rede Tupi, o controvertido cineasta baiano inaugurou um gênero de apresentação

estéticos hegemônicos na televisão. Porém, assim como na produção independente, alguns grupos de *vídeo popular* não abriram mão da criatividade, a exemplo da TV Viva de Pernambuco, objeto deste trabalho.

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Comunicação Audiovisual**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.



provocador, isento de formalidades, falando alto, rosto sem barbear, mostrado em *close* exagerados por uma câmera frenética, em constante movimento. Com uma atuação totalmente engajada e opinativa nas reportagens e entrevistas, ele pôs de cabeça para baixo o estilo *clean* do padrão Globo de qualidade, que já dominava a televisão brasileira. Embora não tenha feito escola na TV comercial, essa intervenção demolidora de Glauber Rocha, radicalmente oposta aos cânones da linguagem telejornalística e documentária, tornou-se uma referência obrigatória para muitos grupos de *vídeo independente* e, também, do *vídeo popular*.

No campo dos independentes, uma das experiências mais férteis foi a do grupo paulista TVDO que despontou no início dos anos 80 com uma proposta inovadora de realizar o que Arlindo Machado chama de “reportagens invertidas”, que subvertem o sentido clássico da cobertura jornalística ao priorizar aspectos periféricos no entorno dos acontecimentos, considerados jornalisticamente irrelevantes. No vídeo *Teleshow de Bola* (1983), por exemplo, a câmera se preocupa mais com a manifestação da torcida do que na própria partida de futebol. Em *Quem Kiss TV* (1983) o concerto da banda de rock dos Estados Unidos torna-se secundário frente ao espetáculo produzido pela massa de fãs, vendedores ambulantes, cambistas e cantores anônimos que circulam no evento. Um dos integrantes mais ativos do grupo TVDO, Tadeu Jungle, desenvolveu um estilo de apresentação agressivo, fulminando os entrevistados com perguntas à queima-roupa, interferindo nos acontecimentos e realizando *performances* inesperadas frente às câmeras, tanto em vídeos quanto em programas de TV apresentados por ele, como *A Fábrica do Som*, na TV Cultura.

Outra experiência seminal no campo do *vídeo independente* foi desenvolvida pelo também grupo paulista Olhar Eletrônico. Utilizando-se do humor crítico como uma estratégia discursiva para desconstruir a sisudez dos formatos clássicos do jornalismo televisivo, o grupo criou um certo tipo peculiar de anti-repórter, Ernesto Varela, interpretado por Marcelo Tas. Tímido, meio desajeitado, com cara de adolescente boboca, informal e confuso, sem esconder sua ignorância sobre os assuntos que aborda, solicitando constantemente a ajuda intelectual do cinegrafista Valdeci (Fernando Meirelles), coadjuvante de suas performances, Varela é ao mesmo tempo uma paródia ao repórter tradicional - onisciente, bem vestido e empertigado - e uma nova proposta de fazer jornalismo, em que a equipe procura se

³ De acordo com Arlindo Machado (1996), a trajetória do Olhar Eletrônico pode ser dividida em duas fases. A primeira de caráter mais experimental, artística, é muito próxima da videoarte. Já a segunda, de temática social, é menos hermética e mais



aproximar do homem comum e conquistar a sua confiança para que ele possa expressar livremente suas verdades. Esta informalidade na relação entre o realizador e o sujeito enfocado, que subverte o esquema viciado das reportagens convencionais que procuram reduzir toda a diversidade cultural do povo ao discurso integrado e normalizador da instituição televisual, tornou-se uma espécie de marca registrada do Olhar Eletrônico e está presente tanto nos vídeos quanto nos programas televisivos produzidos pelo grupo, tais como o *TV Mix*, na TV Gazeta/SP e *Netos do Amaral*, na MTV.

Se essas experiências corrosivas e inovadoras de abordar a realidade com humor crítico, protagonizadas, sobretudo, pelo Olhar Eletrônico, no campo do *vídeo independente* dos anos 80, já foi objeto de estudo nos trabalhos de Arlindo Machado, o mesmo não se pode dizer do campo do *vídeo popular*. Os poucos trabalhos acadêmicos que versam sobre este campo se referem na maioria dos casos a relatos descritivos de experiências e/ou processos de produção. A análise de produtos do *vídeo popular* é escassa e apresenta-se ainda como um terreno fértil a ser explorado. O presente trabalho pretende contribuir para o entendimento de uma das mais produtivas e inovadoras experiências no campo do *vídeo popular*, a TV Viva, de Pernambuco. Mais especificamente iremos analisar uma das intervenções estéticas mais criativas do grupo, do ponto de vista jornalístico, o programa *Bom Dia Déo*, apresentado pelo misto de repórter e brincante popular, Brivaldo, interpretado pelo ator Cláudio Ferrário.

Assim como o trabalho independente do Olhar Eletrônico, o programa *Bom Dia Déo*, da TV Viva, também subverte os estatutos canônicos do fazer jornalístico das grandes emissoras de televisão. O apresentador Brivaldo também é um anti-repórter adepto do humor crítico como estratégia discursiva para promover o diálogo e a participação efetiva do povo em suas “reportagens”, mas adepto de um certo tipo peculiar de humor e de antijornalismo que o diferencia do que era praticado por Ernesto Varela, do Olhar Eletrônico. Se Varela encarnava um tipo ingênuo, trapalhão e cara-de-pau, capaz de empulhar os entrevistados com perguntas aparentemente bobas, Brivaldo é extrovertido, falante, galanteador, debochado, que gozava com tudo e com todos com suas perguntas desconcertantes e brincadeiras de duplo sentido. No entanto, o que se pretende aqui não é propriamente efetuar um estudo comparativo entre essas duas figuras prototípicas de anti-repórter, mas conhecer de perto a proposta estética do *Bom Dia Déo* e do Brivaldo, para identificar a sua contribuição a uma

jornalística.



estética alternativa para o jornalismo que não abre mão da subjetividade, do acaso, da imperfeição e do riso crítico.

O percurso que adotamos para efetuar esse estudo inicia com uma rápida contextualização do campo do *vídeo popular*, com ênfase na importância e no ineditismo do trabalho da TV Viva. Em seguida, apresentamos uma aproximação ao nosso objeto de análise, o *Bom Dia Déo*, identificando as características gerais e a natureza do seu projeto estético, para depois analisar o anti-repórter Brivaldo e o seu papel na formatação do referido programa.

O campo do *vídeo popular* e a importância da TV Viva

Na década de 1980, o vídeo foi amplamente utilizado pelos movimentos sociais da América Latina, num momento peculiar de intensa mobilização pelo restabelecimento da democracia. Nas ruas, nas praças, nas igrejas, nos sindicatos e associações de moradores, ele estava presente, no telão ou no aparelho de TV, mostrando a realidade dos setores excluídos e discriminados da população, ainda pouco divulgada nos *mass media*, em especial a televisão. Por quase toda a década, o vídeo foi quem deu uma visibilidade positiva aos movimentos sociais, porque, mesmo com o fim da censura em alguns países, as emissoras nutriam uma certa resistência em exibir manifestações contrárias ao governo. O uso dessa tecnologia contribuiu, de forma significativa, para o fortalecimento das lutas e uma melhor articulação entre os grupos de oposição, viabilizando um olhar diferenciado sobre a realidade do continente, a partir da ótica dos excluídos do modelo de desenvolvimento imposto pelos militares.

Na maioria dos países latino-americanos, essa prática comunicativa era chamada de *vídeo alternativo*. Mas, no Brasil, ficou conhecida como *vídeo popular*. A diferenciação fez-se necessária, segundo Santoro (1989), porque, em nosso país, os termos *vídeo alternativo* e *vídeo independente* se referiam a todo tipo de produção realizada fora das estruturas das emissoras de televisão aberta, estivesse ou não comprometida com as lutas sociais. O *vídeo popular* teria a especificidade de se referir, exclusivamente, ao que era feito por grupos que mantinham alguma relação com os movimentos populares. Isto significa que, já em sua gênese, o *vídeo popular* problematiza um dos cânones básicos da pragmática jornalística, a



objetividade. Uma falta de isenção, diga-se, compatível com um tipo de produção videográfica cuja função não é meramente informar, como no jornalismo televisivo, e sim mobilizar as pessoas e as comunidades. Para atingir esse objetivo, alguns grupos do nordeste utilizaram-se de elementos narrativos da cultura popular, sobretudo daquelas manifestações em que o riso tem um caráter eminentemente político.

Em Pernambuco, existiam cerca de sete grupos produtores⁴ de *vídeo popular*, alguns atuando de forma esporádica e outros de maneira mais articulada e regular com as organizações sociais. Mas a experiência de maior destaque foi mesmo a TV Viva. Por seu pioneirismo e pela qualidade técnica de sua produção, esta produtora tornou-se uma referência nacional no campo do *vídeo popular*, sendo diversas vezes premiada em festivais nacionais e internacionais. A TV Viva foi criada em 1984, na cidade de Olinda, por um grupo de amigos cariocas, paulistas e pernambucanos⁵, para desenvolver um projeto de televisão de rua que oferecesse aos moradores da periferia da Região Metropolitana do Recife uma programação diferente da que era veiculada pelas grandes redes de televisão, mas que também servisse como um espaço de articulação e visibilidade para as lutas das comunidades. Vinculada institucionalmente ao Centro Cultural Luiz Freire, uma das mais antigas Organizações Não-Governamentais de Pernambuco, a TV Viva foi à primeira televisão de rua do país direcionada aos movimentos sociais.

Assim como na televisão convencional, a grade de programação da TV Viva era dividida em blocos e procurava atender às demandas do público heterogêneo das ruas. Com aproximadamente uma hora de duração, iniciava com um bloco infantil, chamado *Pipoca Maluca*, onde eram exibidos números circenses, desenhos animados, espetáculos de mamulengo, ficções, coisas do mundo infanto-juvenil. Em seguida, vinha o telejornal *Olho Vivo*, enfocando geralmente os problemas e as lutas nas comunidades. Na seqüência era vez do *Bom Dia Déo*⁶, onde eram apresentadas, com muito humor, reportagens sobre assuntos de

⁴ Além da TV Viva, havia SOS Corpo, Equipe de Comunicação Sindical (Ecos), Produções do Tempo, TV a Cabo, Núcleo de Quipapá e Espia Vídeo.

⁵ Na verdade, o projeto de criação da TV Viva foi de quatro profissionais da área de comunicação, todos oriundos do sudeste do país que chegaram em Olinda, no final dos anos 70, movidos pelo desejo de unir o trabalho profissional ao compromisso de transformação social. Foram: o economista e jornalista Eduardo Homem, o fotógrafo Valdir Afonso, o cineasta Cláudio Barroso e o jornalista Ivan Vianna. A eles se juntaram os pernambucanos Cláudio Ferrário, ator, Nilton Pereira, fotógrafo e cinegrafista, e Amaro Filho, animador cultural.

⁶ Com a saída do ator Cláudio Ferrário para São Paulo, em 1989, o "Bom Dia Déo" passou a ser chamar "Língua de Trapo". Sem contar com a brilhante performance de Brivaldo, o programa perdeu muito de sua formatação original, embora continuasse abordando temas de comportamento de maneira bem humorada.



comportamento. Depois entrava o *Quatro Cantos*, que fazia uma ponte entre as comunidades e o resto do mundo, exibindo documentários e/ou reportagens sobre os mais variados assuntos em diferentes lugares do estado e do país. A programação encerrava com o *Circo Eletrônico*, espaço para a cultura em todas as suas vertentes, mas onde se exibiam *videoclips* com muitos dos artistas populares pernambucanos.

Dos cinco blocos da grade de programação de rua da TV Viva na década de 1980, um chamava mais atenção, tanto por sua forma inusitada de abordar a realidade quanto pela empatia que despertava no público, o *Bom Dia Déo*. Abordando temas atuais e de comportamento com muito humor, o programa proporcionava uma espécie de catarse pública, onde os moradores da periferia liberavam as tensões do dia-a-dia através do riso e expressavam suas opiniões, espontaneamente, sobre os mais variados assuntos. Se os documentários e as reportagens exibidas ao longo da programação mostravam um povo organizado, consciente, combativo, o *Bom Dia Déo* retratava a pessoa comum que está nas ruas, o desempregado, o biscateiro, o camelô, a dona de casa. Apresentado por um personagem chamado *Brivaldo*, interpretado pelo ator Cláudio Ferrário, quase sempre fantasiado de acordo com o tema em questão, este bloco, por sua originalidade e irreverência, é uma marca registrada da linguagem da TV Viva nas ruas e, a nosso ver, pode ser considerado como uma das grandes contribuições do campo do *vídeo popular* para uma alternativa estética para o jornalismo eletrônico.

Descrição do *corpus* de análise

Com duração aproximada de 15 minutos, o *Bom Dia Déo* é conduzido por um personagem-apresentador, chamado Brivaldo, que aborda as pessoas na rua para saber o que elas pensam sobre um determinado assunto. A primeira vista o programa lembra um certo tipo de entrevista consagrado no jornalismo televisivo como *enquete* ou *povo-fala*, onde o repórter ouve a opinião de várias pessoas sobre um mesmo tema-pergunta. A semelhança, no entanto, pára por aí. Pois se na *enquete* o entrevistado é conduzido a opinar quase sempre de maneira plebiscitária, a favor ou contra, sim ou não, sem poder, enfim, fugir do assunto proposto ou interagir com o repórter, no *Bom Dia Déo* o tema é gerador de diálogos entre o apresentador e



os seus interlocutores, um motivo para desencadear uma conversa amistosa, informal, cheia de cumplicidades e sem preconceitos, temperada com humor e irreverência entre as partes.

Ao contrário da abordagem jornalística convencional que procura apresentar o mundo de maneira organizada e coerente, com precisão e objetividade, onde os depoimentos servem para referendar o discurso arquitetado pelo repórter, no *Bom Dia Déo* a realidade é desvelada como um caos. O programa não fecha questão sobre o tema proposto, não faz uma articulação coerente das falas dos entrevistados e mistura as opiniões acerca do tema em discussão com conversas paralelas sobre os mais variados assuntos, geradas ao sabor dos acontecimentos provocados pelo próprio apresentador, Brivaldo. Essa anarquia narrativa é uma das grandes marcas do formato *Bom Dia Déo* e pode ser considerada como a expressão visível de um método de trabalho presente em todo o processo de produção do programa, que encarna uma certa concepção de mundo popular, carnavalizada⁷.

A produção do *Bom Dia Déo* começava com uma grande reunião onde participavam todos os integrantes da TV Viva, o vigia, a servente, a secretária, os técnicos, os jornalistas, os atores e os coordenadores. Cada um sugeria um tema e tentava convencer os demais. Em seguida, as propostas eram colocadas em votação. Após a escolha do tema definiam-se uma ou duas perguntas básicas e os lugares a serem visitados pela equipe de reportagem. A partir daí, tudo o mais era por conta da criatividade do ator Cláudio Ferrário e dos cinegrafistas Adalberto Porpêta ou Nilton Pereira, que encarnavam um personagem sem rosto, chamado Dagogerto, inseparável companheiro de jornada do Brivaldo. Sem a tradicional pauta escrita do jornalismo televisivo, que direciona e restringe a atuação do repórter, eles tinham ampla liberdade de ação nas ruas e procuravam captar o gesto espontâneo, inusitado, o movimento imprevisto e a descontração das pessoas. O material gravado era posteriormente selecionado e editado a partir de basicamente dois critérios: os melhores momentos das situações hilárias e a diversidade de opiniões a respeito do assunto abordado.

Esteticamente, o *Bom Dia Déo* é ousado e experimenta a mobilidade expressiva do vídeo com seus equipamentos leves e portáteis, admitindo a imperfeição como elemento estético. Na prática, incorpora, e leva adiante, muito dos conceitos disseminados pelo cinema novo. O *slogan* “uma câmera na mão e uma idéia na cabeça”, por exemplo, traduz com

⁷ O próprio título do programa já é uma carnavalização, pois se refere à saudação matinal que a equipe de reportagem fazia ao Déo, proprietário de um bar próximo à sede da produtora, freqüentado diariamente pelos integrantes da TV Viva.



perfeição o processo de produção anárquico do programa. Mas o maior referencial estético deste programa da TV Viva é mesmo a intervenção demolidora do cineasta Glauber Rocha na TV. No *Bom Dia Déo* a câmera não é passiva, como se fosse uma dócil janela aberta para o mundo, e sim atuante, sempre viva, se movimenta o tempo inteiro, passeia livre com e por entre as pessoas, balança, mexe, também faz parte da narração, às vezes é subjetiva, outras vezes é descritiva, ou invasiva, e descobre coisas que o próprio Brivaldo ainda não havia percebido.

Na edição de imagem, dois movimentos de câmera são unidos sem qualquer preocupação em suavizá-los, a ação muda repentinamente de um lugar para outro em corte bruscos e descontínuos. Fragmentos de fala são intercalados por gestos de reprovação ou consentimento, dúvida ou desinteresse, compondo um amplo painel discursivo sem amarração. A presença desses recursos expressivos é bastante sintomática e revela o quanto este bloco da programação da TV Viva na rua não tinha a menor intenção de corresponder a um certo rigor formal característico da linguagem audiovisual, especialmente no que diz respeito à continuidade. Trata-se de uma estética “suja”, onde há espaço para a contraluz, a imagem desfocada, o gesto obsceno, a câmera tremida, o palavrão, o grotesco.

Tendo como objeto de atenção os habitantes das comunidades periféricas e os transeuntes que circulam pelas ruas centrais da Região Metropolitana do Recife, o *Bom Dia Déo* não valoriza os espaços geográficos em termos imagéticos, e sim pelo verbo. Em cada lugar que visita, Brivaldo anuncia com muita empolgação a sua chegada, tal como faz um locutor de circo ao convocar o povo para assistir aos espetáculos. Esse procedimento revela o quanto à oralidade - uma das características marcantes da tradição popular - tem importante força expressiva na proposta estética do *Bom Dia Déo* e, ao mesmo tempo, reforça a intenção dialógica do vídeo para com a sua platéia preferencial. Mas, se a verbalização valoriza o espaço, as imagens valorizam as pessoas e estão em total sintonia com o *slogan* da produtora: “*TV viva, a sua imagem*”. Os planos, quase sempre fechados, focalizam um sujeito que fala ou pratica uma ação. Ao *Bom Dia Déo* interessa captar a circulação de gente pelas ruas, mostrar quem são e o que estão fazendo esses transeuntes no exato instante em que a câmera chega.



Brivaldo e o riso cômico popular

Se do ponto de vista formal, o *Bom Dia Déo*, da TV Viva, incorpora elementos comuns a outras experiências da geração de *videomakers* dos 80, qual seria então a sua especificidade? Que contribuição teria a oferecer a uma certa proposta estética que problematiza os cânones do jornalismo televisivo? A resposta está no perfil e na performance do apresentador-repórter. Mais do que conduzir o programa com irreverência, Brivaldo fornece substância e se constitui como o elemento diferencial da formatação do *Bom Dia Déo*. Para melhor entender esse personagem e o papel dele no programa, faz-se necessário conhecermos a sua materialidade expressiva. Quem é Brivaldo? Que matrizes culturais são determinantes em sua composição? Como ele surgiu? É o que iremos abordar a partir de agora.

Segundo o ator Cláudio Ferrário⁸, Brivaldo foi-se compondo no improvisado, a partir das interações que estabelecia com o povo na rua. Mas, ao receber o convite da TV Viva para fazer um personagem de humor, inspirou-se no Mateus do bumba-meu-boi, papel que ele próprio encenava desde meados da década de 1970, num grupo que se apresentava nas periferias de Olinda e Recife. Um dos folguedos mais populares do Brasil, a brincadeira do bumba-meu-boi é um auto ou drama pastoril ligado ao teatro hierático das festas de Natal e de Reis. Mesmo tendo influências europeias em sua composição, notadamente da *commedia dell'arte*⁹ italiana, trata-se de uma manifestação popular tipicamente brasileira, tanto na estrutura quanto nos assuntos abordados, nos tipos característicos, na musicalidade e na dança.

Como toda manifestação de cultura popular o bumba-meu-boi passou por diversas transformações, desde sua origem e, hoje, pode-se dizer que é uma aglutinação de folguedos em torno de um reisado principal, cujo tema e figura central é o boi, sua vida, morte e ressurreição. A partir dessa temática, surgem outras ações isoladas, onde são apresentados a vida e os costumes de cada região. Encenado de maneira bastante diferenciada em vários estados do Brasil, é, no entanto, em Pernambuco, onde o auto se apresenta mais rico em comunicação e dramaticidade. Um auto popular essencialmente crítico, que satiriza com tudo

⁸ Em depoimento dado ao autor deste trabalho.

⁹ Para saber sobre a influência da *commedia dell'arte* na cultura popular brasileira ver Meyer (1991).



e com todos. Na encenação do bumba-meu-boi, sempre no meio da rua, sem palco e com a participação ativa da platéia, a vida e a fantasia se misturam e se transformam em realidade para decretar, com muito humor, uma vitória simbólica dos oprimidos contra os opressores. Pois, em geral, as pessoas de maior *status* social são mais satirizadas, sobretudo os políticos.

É, portanto, a brincadeira do bumba-meu-boi que situa melhor a função do humor no *Bom Dia Déo* e, especialmente, o personagem Brivaldo, um misto de repórter e brincante popular. Tanto o programa quanto o seu condutor dialogam com essa tradição popular da *commedia dell'arte* italiana e do auto pernambucano. A estrutura narrativa do *Bom Dia Déo* com um tema central a cada programa, a partir do qual são apresentadas outras questões aleatórias do cotidiano da comunidade, se assemelha com a estrutura narrativa daquelas manifestações artísticas. Mas a influência é ainda maior na presença de Brivaldo, um tipo humano irreverente e fantasiado de maneira extravagante, de comportamentos e atitudes que lembram figuras históricas, como Arlequim da comédia italiana e Mateus do bumba-meu-boi. Personagem extrovertido, inquieto, camaleônico, híbrido, hermafrodita, às vezes, homem, às vezes mulher, Brivaldo é a expressão do grotesco que predomina nas brincadeiras populares. De gestos e trajes extravagantes, coloridos, ele materializa uma ruptura com certos padrões socialmente impostos, notadamente no que diz respeito à rigidez dos papéis sexuais, o que lhe permite um trânsito livre entre os dois sexos. Ora ele aparece elogiando e beijando homens, ora repete o mesmo gesto com as mulheres.

Como indivíduo mutante, Brivaldo, muitas vezes, se fantasia de acordo com o tema de cada reportagem. Assim, quando fala de amor se veste de cupido, em "*Estúpido Brivaldo*" (1985). Para falar sobre banguelas aparece desdentado, em "*O Gosto da Vitória*" (1985). Quando aborda o machismo nordestino, em *Amigo Urso* (1986), aparece com chifres na cabeça. Em *Recém-casados* (1985), ao tratar do casamento, dialoga consigo mesmo em lugares distintos da cidade, ora vestido de homem, ora travestido de noiva. Essa mobilidade identitária é carregada de sentido e se constitui numa alegre negação da identidade em seu sentido único, tal como acontece, por exemplo, na brincadeira do bumba-meu-boi, onde uma mesma pessoa encarna vários personagens. Da mesma forma, Brivaldo não é um, são muitos, e, ao assumir diferentes personalidades projeta uma visão de mundo popular e carnavalesca, que deposita uma crença inesgotável na vida em suas múltiplas faces e valores. Como observa Bakhtin (1987), o uso de máscaras nas manifestações da cultura popular é a expressão das



violações das fronteiras naturais, da ridicularização, dos apelidos. A máscara encarna o princípio de jogo da vida, está baseada numa peculiar inter-relação da realidade com a imagem e o imaginário, característica das formas mais antigas dos ritos e espetáculos populares.

Brivaldo sai às ruas questionando todas as pessoas que encontra no caminho, independente de sexo (ou preferência sexual), raça, idade e condição social. Quer ouvir o que elas têm a dizer, o que pensam e o que sabem a respeito de cada tema. Como entrevistador, é irrequieto, provocativo e gozador. Abraça-se com o entrevistado, beija, dá "tapinha" nas costas, paquera, faz elogios, interage o tempo inteiro com seu interlocutor e, na maioria das vezes, é correspondido. Ao contrário do repórter convencional dos programas jornalísticos, que mantém o distanciamento diante dos fatos para não comprometer a sua isenção, Brivaldo se emociona com o que vê, é parcial, tece comentários, elogia, brinca, se envolve com as pessoas, se identifica com elas. Sua abordagem é de pura sensibilidade e improviso. Muitas vezes deixa de lado o assunto que está sendo abordado para falar de outras coisas.

Em *Quem vê a cara vê a AIDS* (1988), por exemplo, após questionar um homem se tinha AIDS e receber a resposta negativa, Brivaldo diz que o entrevistado - sem camisa, magro e relativamente baixo - tem um aspecto saudável, que é bonito e elegante, e pede que ele mostre o "muco". Diante do entusiasmo do seu interlocutor em exibir o corpo, Brivaldo tece o seguinte comentário: "*Ééé...pra você do Pina, pra você de Aguazinha, olha aí...é a tora, é a tora.*"¹⁰. A frase, aparentemente sem nexo, na verdade é carregada de sentidos. As expressões muco e tora no jargão popular exprimem força, vigor, prenúncio de bom desempenho sexual, e se enquadram no que Bakhtin chama de vocabulário da praça pública, próprio da visão de mundo carnalizada do riso cômico popular, que não se coaduna com o moralismo da língua oficial, é cheia de impropérios e refere-se constantemente às partes baixas, ao sexo. Da mesma forma, o diálogo de Brivaldo com o povo nas ruas é recheado de gozação e referências sexuais. Muitas vezes ele oferece candidatos e candidatas a namoro entre um bairro e outro.

A presença de Brivaldo dá um tom de originalidade ao programa *Bom Dia Déo* e problematiza a noção clássica de gêneros narrativos no âmbito do jornalismo eletrônico (reportagem, documentário, etc). Como, então, classificar um programa tão flexível, que

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Comunicação Audiovisual**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.

mistura ficção, humor e jornalismo, tem por princípio não fechar questão em torno do assunto abordado e fala de coisas jornalisticamente sem importância, que não dizem respeito ao tema em discussão, e sim ao contexto (o local, o ambiente, as situações) onde os depoimentos foram obtidos? A resposta possível é que as características do *Bom Dia Déo* não autorizam enquadrá-lo em modelos tradicionais e fechados, pois se trata de um formato essencialmente *híbrido*, que interage com diferentes linguagens, estilos e gêneros narrativos, levando ao paroxismo a intertextualidade imanente ao audiovisual contemporâneo. E ao dialogar com diferentes materiais expressivos do teatro e da cultura popular, da cultura de massa e das vanguardas cinematográficas, o *Bom Dia Déo* traduz com muita propriedade o efeito polifônico da linguagem, no sentido empregado por Bakhtin (1997), onde cada uma das vozes que dialogam na construção de um novo discurso delimita muito bem seu espaço e necessariamente deixa-se escutar. Uma polifonia que vai além da proposta estética do programa, porque, na prática, favorece a expressão contraditória dos pernambucanos, ora conscientes, ora desinformados, descrentes, místicos, e, ao mesmo tempo, conformados, inconformados e resistentes com sua condição social.

E aqui chegamos ao ponto crucial de nosso trabalho. O Brivaldo com seu riso cômico popular é a grande contribuição da TV Viva, no campo do *vídeo popular*, a uma alternativa estética para o jornalismo eletrônico, iniciada com a demolidora passagem de Glauber Rocha na televisão e que teve continuidade nas diferentes experiências dos *videomakers* da década de 1980. No caso específico do anti-repórter Brivaldo, este “projeto” estético é indissociável de uma certa concepção de mundo que não abre mão do riso, do prazer sexual, que não concorda com a rigidez moral e hierárquica da sociedade, e se coloca como uma estratégia discursiva de enfrentamento ideológico, pois a TV Viva, como já dissemos, é uma produtora do campo do *vídeo popular*.

Novamente recorremos a *Quem vê a cara vê a AIDS* como exemplo elucidativo. O próprio título desta “reportagem” é uma paródia de uma campanha publicitária do Governo José Sarney, intitulada “*Quem vê cara não vê AIDS*”. O acréscimo do artigo “a” funciona como um elemento de localização do novo sentido da frase, ou seja, uma determinada cara (pessoa) é a própria AIDS (doença). Esta inversão tem endereço certo, o então presidente Sarney. Na primeira imagem de abertura do vídeo, aparecem duas fotos em preto em branco

¹⁰ Pina e Aguazinha são dois bairros populares, respectivamente, do Recife e de Olinda.

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Comunicação Audiovisual**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.



coladas uma ao lado da outra. Numa delas, em posição frontal, está Sarney com uma legenda onde se lê: *"tudo pelo sexual"*. Na verdade, mais uma paródia, desta vez com o slogan oficial do Governo, *"Tudo pelo social"*. Na outra foto, de perfil, está Ulisses Guimarães, então presidente da Câmara dos Deputados. A legenda para Ulisses é uma advertência: *"previna-se"*. Acima das duas fotos, uma frase revela o sentido político das paródias: *"cinco anos, pare com isso"*. Um protesto bem humorado, carnavalesco, contra a ampliação do mandato Sarney de quatro para cinco anos. A cena de abertura faz uma comparação grotesca do presidente da República com a AIDS, dando a entender que a ampliação do mandato dele por mais um ano é uma tragédia, tal como a AIDS, uma doença incurável.

O embate ideológico contra Sarney reaparece em outros momentos do mesmo programa na boca do povo. A certa altura um senhor diz, ironicamente, porque não acredita na existência da AIDS: *"Amigo, José Sarney disse que não existe Aids. Se existisse Aids, ele já tinha pegado(sic), porque ele fudeu (sic) com os brasileiros todinhos e não pegou Aids."* A frase faz referência ao contexto de instabilidade econômica vivido no país com a inflação, no final do Governo, e são bastante elucidativas do embate ideológico e da visão de mundo popular presente no formato *Bom Dia Déo*. Pois, como diz Bakhtin, o uso de expressões que remontam às "partes baixas" do corpo humano no meio popular é ambivalente, traz consigo a morte e o nascimento, o fim e o começo. Dessa forma, se Sarney é considerado responsável por uma certa impotência ou rebaixamento na qualidade de vida da população, a saída dele abre a perspectiva de uma vida melhor.

Para concluir, cabe ressaltar que o antijornalismo praticado por Brivaldo no *Bom Dia Déo*, da TV Viva, assim como por outras experiências da geração de *videomakers* dos anos 80, pouco a pouco foi conquistando espaço nas emissoras de televisão aberta, oxigenando as velhas formas padronizadas de fazer jornalismo na TV, com altas doses de criatividade e humor crítico. O próprio Cláudio Ferrário, intérprete do Brivaldo, teve participações especiais em programas da Rede Globo, como *Casseta & Planeta* e *Faustão*, nos anos 90. Hoje, o quadro *Me Leva Brasil*, no *Fantástico*, dirigido e protagonizado pelo repórter Maurício Kubrusly, que adota uma linha bem humorada para apresentar personagens curiosos e histórias pitorescas pelo Brasil afora, é um grande exemplo de programa que traz a marca da irreverência para o âmbito do jornalismo televisivo. A Globo também possui uma figura de anti-repórter em seu telejornalismo, o performático jornalista alagoano Márcio Canuto, que se



auto-intitula de “fiscal do povo” num quadro sobre direitos do cidadão no telejornal SPTV, em São Paulo. Mas as relações entre jornalismo e humor, ficção e realidade na televisão *broadcasting* é assunto para um outro trabalho.

Bibliografia

BAKHTIN, Mikhail. *A cultura popular na idade média e no renascimento: o contexto de François Rabelais*, trad. Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Editora Hucitec; Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1987.

_____. *Problemas da poética de Dostoievski*, trad. de Paulo Bezerra. Rio de Janeiro: Forense universitária, 1997.

BEZERRA, Cláudio. *Tradição e ruptura no audiovisual: um estudo da linguagem do vídeo popular em Pernambuco na década de 1980*. Dissertação de Mestrado, UFPE: PPGCOM, Recife, 2001.

BORBA FILHO, Hermilo. *Apresentação do bumba-meu-boi*. Recife: Editora Guararapes, 1982.

GUTIÉRREZ, Mario (org). *Video, tecnología y comunicación popular*. Peru: IPAL, 1989.

JESPERS, Jean-jacques. *Jornalismo televisivo. Princípios e métodos*, trad. de Rita Amaral. Coimbra, Minerva, 1998.

MACHADO, Arlindo. “A experiência do vídeo no Brasil”, in *Máquina e imaginário*. São Paulo: Edusp, 1996, p.256-274.

_____. “As três gerações do vídeo brasileiro”, in *Sinopse*, Ano III, N° 7, agosto de 2001. São Paulo, USP.

MEYER, Marlyse. *Pireneus, caiçaras...da commedia dell'arte ao bumba-meu-boi*. Campinas: Editora da UNICAMP, 1991.

PROPP, Vladimir. *Comicidade e riso*, trad. de Aurora Fornoni Bernardini e Homero Freitas de Andrade. São Paulo: Editora Ática, 1992.

RONCAGLILO, Rafael (org). *Panorama del vídeo en America Latina*. Lima: IPAL, 1985.

SANTORO, Luiz Fernando. *A imagem nas mãos: o vídeo popular no Brasil*. São Paulo: Summus, 1989.