

Custe o Que Custar: uma análise do programa CQC  
sob a aplicação da Teoria Funcionalista e Hipóteses dos Usos e Gratificações<sup>1</sup>

Milanna C. Ambrósio<sup>2</sup>  
Vitor F. Gavirati<sup>3</sup>  
Soriany Simas Neves<sup>4</sup>  
Sue Anne G. Cursino Pessoa<sup>5</sup>

Universidade Federal do Amazonas (Ufam)  
Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia (Icsez)

### Resumo

Este trabalho mostra uma análise sobre o programa Custe o Que Custar (CQC) a partir da aplicação da Teoria Funcionalista dos Meios de Comunicação de Massa e Hipóteses dos Usos e Gratificações. Teve-se como base o estudo de Mauro Wolf (1989), Lazarsfeld (1948) e recentes pesquisas acerca da Hipótese dos Usos e Gratificações de Katz (1973), Gurevitch (1973) e Haas (1973). Primeiramente é feita a identificação das necessidades satisfeitas pela audiência, apresentando breve discussão teórica; em seguida discorre-se sobre as necessidades da audiência e a utilização dos meios; posteriormente fala-se da presença da disfunção dos *mass media* e faz-se uma análise das funções dos meios de comunicação no CQC.

### Palavras-chave

Teoria Funcionalista dos Meios de Comunicação de Massa; Teoria da Comunicação; Programa CQC.

### Introdução

Neste trabalho é feita uma análise do programa Custe o Que Custar (CQC), veiculado na Rede Bandeirantes. Para tanto, é aplicada a Teoria Funcionalista dos Meios de Comunicação de Massa na estrutura do objeto da pesquisa, tendo como base o estudo de Mauro Wolf (1989) ao qual utiliza pressupostos dos pioneiros na construção desta teoria, como Wright (1960), Lazarsfeld (1948) e Merton (1948). Também serão utilizados os estudos mais recentes acerca do tema, como: a hipótese dos usos e gratificações, embasada nos argumentos de Katz (1973), Gurevitch (1973) e Haas (1973).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – IX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante do 2º período do curso Comunicação Social/ Jornalismo na Universidade Federal do Amazonas – UFAM, Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia – ICSEZ. E-mail: milannafla@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 2º período do curso Comunicação Social/ Jornalismo na Universidade Federal do Amazonas – UFAM, Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia – ICSEZ. E-mail: gavirati\_vitor@hotmail.com.

<sup>4</sup> Orientadora do artigo. Docente do curso Comunicação Social/Jornalismo na Universidade Federal do Amazonas – UFAM, Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia – ICSEZ. Msc. em Ciências da Comunicação, Universidade Federal do Amazonas. E-mail: sorissn@gmail.com.

<sup>5</sup> Orientadora do artigo. Docente substituta do curso Comunicação Social/ Jornalismo na Universidade Federal do Estado do Amazonas – UFAM, Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia – ICSEZ. Graduada em Comunicação Social/ Jornalismo na UFAM/ICSEZ. E-mail: [sueannegcursino@hotmail.com](mailto:sueannegcursino@hotmail.com).

O CQC é um programa exibido toda segunda-feira, às 22h30 (horário de Brasília). Ele apresenta um resumo semanal de notícias com o uso de humor inteligente. Os repórteres tratam de temas como política, economia, esportes e celebridades. O programa é apresentado por Marcelo Tas, Marco Luque e Oscar Filho, o humorístico tem duração de aproximadamente duas horas.

A análise aqui feita se refere aos programas que foram exibidos dias 16 de julho de 2012 e 01 de abril de 2013. Vale dizer que este trabalho também avalia de forma geral a estrutura do programa, de modo a não comprometer esta crítica.

Realizamos o estudo observando as funções e disfunções dos *mass media* presentes no semanal, bem como identificando as necessidades satisfeitas pela audiência. Neste sentido o trabalho está dividido da seguinte forma: Primeiramente apresentamos uma introdução à discussão teórica que embasa a análise, conceituando dessa forma a hipótese dos usos e gratificações para em seguida discorrer sobre as necessidades da audiência e a utilização dos meios; posteriormente fala-se da presença da disfunção dos *mass media* no objeto de estudo e faz-se uma análise das funções dos meios de comunicação no CQC para enfim chegar-se a consideração de que os pressupostos construídos pelos autores citados neste artigo realmente podem ser observados em um programa televisivo – no caso, o CQC.

## **1. Apresentação da Teoria**

A Teoria Funcionalista dos Mass Media surge no período pós-guerras. Ela aborda os meios de comunicação de forma geral, avaliando as funções dos meios de comunicação perante a sociedade, diferentemente de outras teorias que analisam apenas situações específicas, como por exemplo, a Teoria da Persuasão que pode ser aplicada ao estudo da campanha eleitoral. A Teoria Funcionalista se estrutura da seguinte maneira:

(...) O sistema social na sua globalidade é entendido como um organismo cujas diferentes partes desempenham funções de integração e manutenção do sistema. O seu equilíbrio e a sua estabilidade provêm das relações funcionais que os indivíduos e os subsistemas ativam no seu conjunto (WOLF, 1999, p. 57).

Assim, os meios de comunicação são caracterizados como um subsistema que colabora para o funcionamento da sociedade. Cada subsistema busca solucionar quatro problemas fundamentais para a estabilização do organismo, também chamados de imperativos funcionais. Segundo Wolf (1989), são eles: a manutenção do modelo e o

controle das tensões; a adaptação ao ambiente; a perseguição do objetivo; e a integração. Pode-se dizer que os *mass media* contribuem com a satisfação da necessidade de manutenção do modelo e o controle das tensões.

Além dos aspectos referentes aos imperativos fundamentais, os subsistemas possuem funções e disfunções, que são vistas como consequências positivas e negativas da ação destes e que podem ser percebidas pelo sistema social.

Wright afirma que o objetivo do ensaio é articular nomeadamente os seguintes: “as funções e as disfunções latentes e manifestas das transmissões, jornalísticas, informativas, culturais, de entretenimento; respeitantes à sociedade, aos grupos, ao indivíduo e ao sistema cultural” (1960, apud Wolf, 1989, p. 59).

A partir desse ensaio, Lasswell, Wrigth, Lazarsfeld, Merton e De Fleur estabeleceram a funcionalidade dos meios de comunicação de massa. No que diz respeito à sociedade são exercidas duas funções: oferecer a possibilidade de alertar os cidadãos perante as ameaças e perigos imprevistos; fornecer instrumentos para a execução de atividades cotidianas. Com relação ao indivíduo e a existência dos meios de comunicação, temos: atribuição de posição social e prestígio às pessoas que são objeto de atenção aos *mass media*; o reforço do prestígio por ser um cidadão bem informado; o reforço das normas sociais. Analisando a ordem institucional e proprietária dos meios de comunicação surge como funções: a contribuição para o conformismo social; a capacidade de resistência dos *mass media* aos ataques.

Também sendo formadas as disfunções dos meios de comunicação em relação à sociedade. Que são: o fato do fluxo informativo dos *mass media* circular livremente pode ameaçar a estrutura fundamental da própria sociedade; “disfunção narcotizante”, causada pelo excesso de exposição a informações.

### **1.1. A hipótese dos usos e gratificações**

Dentro da teoria funcionalista há a hipótese – ou teoria – dos usos e gratificações. Esta hipótese pode ser considerada um desdobramento da teoria abordada neste estudo, colaborando para o desenvolvimento empírico desta. Ou também pode ser vista como uma revisão do esquema informacional de comunicação. O que se analisa nesta são as necessidades e os desejos do público. De acordo com Katz, Gurevitch e Haas (1973) as necessidades pessoais influenciam nas formas de usar e responder a um ambiente.

Tais autores designaram cinco classes de necessidades que os *mass media* satisfazem, sendo:

A **necessidade cognitiva** – refere-se à aquisição e reforço de conhecimentos e de compreensão. Está relacionada à busca de informações, conhecimento, como forma de precaução no sentido de se manter atento a tudo que acontece ao seu redor.

A **necessidade afetiva e estética**: designa-se ao reforço da experiência estética, emotiva. Corresponde à busca pela satisfação de relações de afeto.

A **necessidade de integração a nível social**: reforço dos contatos interpessoais, ou seja, o uso dos meios para reforço dos contatos com a família e amigos, por exemplo.

Enquanto a classe da **necessidade de integração a nível de personalidade** está ligada à questão do indivíduo buscar meios para se sentir seguro e atingir uma estabilidade emotiva.

Por sua vez, a **necessidade de evasão**, ou abrandamento das tensões e dos conflitos é satisfeita quando os meios oferecem ao público formas de entretenimento, diversão e escape. A partir do momento em que o membro da audiência absorve o conteúdo, tem a oportunidade de se entreter, escapar parcialmente dos problemas e tensões do dia-a-dia.

Partindo do pressuposto de que o público busca satisfazer a necessidade de evasão consumindo mensagens que lhe são de interesses, os meios avaliam e focam em determinadas classes de receptores, ou seja, do público-alvo, não apenas em busca de alcançar audiência, mas, a partir desta, fazer certo tipo de propaganda com o objetivo de despertar o interesse dos membros da audiência, levando-os a consumir determinados produtos, mas não só os produtos presentes na mídia, como também produtos que serão oferecidos no mercado. Assim, objetiva-se fazer a fusão entre o consumo e a satisfação das necessidades, ou seja, a gratificação.

O que difere esta teoria das anteriores é precisamente o fato de esta abordar o que as pessoas fazem com os meios de comunicação e não o que os meios de comunicação fazem com as pessoas – como era tratado nas teorias antecedentes. Trata-se de analisar como as pessoas usam os meios para satisfazer suas necessidades pessoais.

## **2. Análise das funções dos meios de comunicação no CQC**

Como já mencionado neste estudo, os meios de comunicação possuem funções com relação à sociedade, aos indivíduos e a sua própria ordem institucional e proprietária.

O emprego jornalístico, informativo, cultural e de entretenimento dos *mass media* pode ser percebido ao longo da programação de uma emissora de TV qualquer. Porém, ao assistir o Custe o Que Custar (CQC) é possível visualizar boa parte do que os meios de comunicação devem desempenhar de acordo com a teoria funcionalista das comunicações de massa, em um único programa. A cada temporada, o humorístico faz alterações em seu roteiro, sem perder a essência que permite a nossa análise.

Durante a atração, são exibidas entrevistas com diversas personalidades da mídia, além da participação destes em alguns quadros do semanal, como o NemFu<sup>6</sup>. Observa-se também o uso contínuo de propaganda presente nas vinhetas de publicidades veiculadas sempre antes da entrada de um bloco do programa, constituindo-se assim uma espécie de relação de identidade do produto da propaganda com o programa CQC.

Por meio da definição dos participantes e entrevistados do programa; e através dos anúncios, indivíduos e grupos acabam sendo alvo de atenção da sociedade. Desta forma, caracterizamos o que Wolf nomeia função de “atribuição de posição social e de prestígio às pessoas e aos grupos que são objeto de atenção por parte dos *mass media*” (1989, p. 60). A valorização dada a algo em um meio de comunicação de massa colabora com a legitimação ou projeção negativa do mesmo perante a população. A audiência passa a se interessar pelo que o CQC valoriza e assim constrói uma imagem de destaque ou de negação para estas personalidades e mercadorias expostas.

Lazarsfeld e Merton afirmam: “É claro que os meios de comunicação servem para confirmar as normas sociais, denunciando os seus desvios às opiniões públicas” (1948, p. 84). Essa manutenção dos princípios da sociedade pode ser visualizada quando a política se torna o assunto abordado na atração. Em algumas das reportagens são feitas denúncias e cobranças aos vários governantes do país. Além da informação à população acerca do que acontece no Senado e Congresso Nacional. Assim, a normalidade dos padrões da comunidade é confirmada e todas as irregularidades podem ser denunciadas ao povo.

Em relação à sociedade, a difusão da informação desempenha duas funções: perante ameaças e perigos imprevistos oferece a possibilidade de alertar os cidadãos; e fornece os instrumentos para se executar certas atividades quotidianas institucionalizadas na sociedade (WOLF, 1989).

Apresentando o cenário político nacional, o Custe o Que Custar concede elementos para uma execução crítica em relação ao exercício de cidadania nas eleições. Pois os pontos

---

<sup>6</sup> Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=Y7yNYTy5U0Q>

favoráveis e contrários elencados sobre determinado candidato político pode contribuir na decisão do eleitorado que assiste ao programa, construindo dessa forma a segunda função dos *mass media* para com a sociedade.

O CQC é popularmente conhecido por conta de suas características humorísticas. Para uns é considerado um “humor inteligente”, para outros um humor que é criticado fortemente, principalmente por parte de pessoas ligadas a política em consequência do uso da comicidade na mostra de temas políticos. Melvin de Fleur (1970) coloca como uma das funções dos *mass media* a capacidade de resistência aos ataques. Essa característica se deve por conta de a atração possuir uma audiência que sustenta a exibição da mesma. A oposição feita a esse programa e a permanência deste na grade de programação da Band nos permite visualizar o que é citado por Fleur. A mistura de entretenimento e jornalismo do humorístico coloca boa parte da funcionalidade dos meios de comunicação em evidência. Já que somadas a transmissão de cultura são os principais elementos das consequências do uso dos *mass media*.

### **3. A presença da disfunção dos *mass media* no objeto de estudo**

A estrutura funcionalista se baseia na manutenção do equilíbrio da sociedade, pregando que os subsistemas atuem para manter essa estabilidade. Tradicionalmente a comunidade brasileira não se mostra eficiente para realização de protestos. Uma alteração nesse cenário poderia ser considerada um rompimento na normalidade social.

“As disfunções da «mera presença» dos *mass media* quanto à sociedade no seu conjunto manifestam-se, por sua vez, no fato de os fluxos informativos poderem ameaçar a estrutura fundamental da própria sociedade” (WOLF, 1989, p. 61). Isso pode ser visto por meio do quadro Proteste Já, em que o povo é convidado a fazer reivindicações que acabam se tornando temas de reportagens do programa, e também por meio do extinto quadro Correndo Atrás<sup>7</sup>, onde a população produzia seu próprio vídeo de apelo a uma causa, enviava para produção e este posteriormente poderia ser exibido no humorístico. Uma tentativa de quebra dos padrões sociais pode ser caracterizada por conta do estímulo ao protesto, tendo em vista que essa mobilização social não é familiar para a realidade de nosso país. Como por exemplo a repercussão das recentes manifestações realizadas em todo o território nacional, as quais foram organizadas por meio das redes sociais. O CQC abordou o assunto de uma forma opinativa, contribuindo para a ressignificação do conceito

---

<sup>7</sup> Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=mCtFZvBxLsY>

de manifestação popular, a partir do telejornalismo gonzo, uma vez que apresentou o fato como evento histórico e positivo para o Brasil.

Essas cenas retratadas caracterizam uma das duas disfunções dos *mass media* para com a sociedade. E dependendo do ponto de vista observado podem apresentar aspectos positivos e negativos.

#### **4. Hipótese dos Usos e Gratificações: as necessidades da audiência e a utilização dos meios**

Ao trazer para o contexto a ligação entre o objeto de estudo e esta hipótese, percebemos que o programa CQC atende a algumas necessidades propostas por Katz (1973), Gurevitch (1973) e Haas (1973).

Relacionando com a teoria funcionalista e a hipótese dos usos e gratificações, toma-se como base o posicionamento crítico de Camila Caetano (2011, p. 9) ao avaliar o Custe o Que Custar (CQC): “Partimos do pressuposto de que o CQC é um programa jornalístico. Entretanto, que tipo de jornalismo é exercido? Quais os critérios e estratégias utilizados? Pensa-se no interesse público ou somente do público?”

Compartilhando da ideia de Camila, avaliamos o CQC como um programa que pratica o jornalismo gonzo que se define como “estilo de reportagem, caracterizado por um envolvimento pessoal com a ação que estava descrevendo, sem medir consequências, por mais perigosas que fossem” (PENA, 2006, p. 56). Considerando isto, observa-se que a necessidade cognitiva é satisfeita pelos membros de sua audiência, uma vez que é adquirido e reforçado o conhecimento do público, sendo um programa com características jornalísticas, mesmo que um jornalismo diferente do padrão.

Não somente a necessidade cognitiva é atendida, mas também a de evasão. Os telespectadores utilizam desse meio para se entreterem, fugirem dos conflitos e atenuarem os problemas do cotidiano.

Sabe-se que a produção de um programa realiza várias pesquisas para atender à vontade do público. Logo, o objetivo é a gratificação, o alcance da assiduidade do público para com o que lhe é oferecido. Como o diferencial da teoria funcionalista é que esta estuda o que as pessoas fazem dos meios e não o que os meios fazem das pessoas, notamos que no programa CQC há uma maneira conveniente de se atender às necessidades da audiência e fornecer a oportunidade de usar os meios – como a internet – para sugestão de matérias na tentativa da resolução de problemas nos locais onde residem: é o quadro Proteste Já, o qual

exibe matérias das quais o telespectador é quem sugere e solicita que a equipe do programa vá até determinado lugar para gravação de reportagem para denunciar um problema.

A análise deste tópico se refere especificamente ao programa que foi ao ar no dia 16/07/2012<sup>8</sup>. Os moradores de Bragança Paulista, interior de São Paulo, reivindicaram a reforma do teatro cujo prédio já foi usado como escola e faculdade, que estava em estado de abandono, necessitando restaurações. Tal descaso implica na questão educacional e cultural da população daquele local. Trata-se de um quadro sério, porém, que não deixa de lado a dose de humor. Deste modo, a audiência torna-se ativa, não apenas se abstrai ou assiste a tal programa com a finalidade de entreter-se, mas também participa da construção do conteúdo do programa e utiliza seus meios para atender às necessidades a nível social.

O consumo da TV é tipicamente motivado pelo desejo de se estar entretido e o seu objetivo é entreter. Na sociedade americana, o papel normativo que é atribuído à televisão por parte do público é o entretenimento, embora a TV continue a ser considerada como uma importante fonte de notícias e possa provocar efeitos sobre os conhecimentos e o comportamento. Grande parte da programação da TV é consumida como “televisão” e não devido a um qualquer programa em especial. Mesmo quando um espectador afirma sentir-se atraído por um determinado programa, dificilmente isso se deve aos méritos de um simples episódio, mas, muitas vezes, fica a dever-se à seleção de um exemplo agradável de um gênero específico que o satisfaz (COMSTOCK, et.al, 1978,p. 72).

Baseado no que Comstock defende, analisamos que parte da audiência do programa Custe o Que Custar (CQC) assiste motivada pela necessidade de entretenimento. No entanto, como já foi avaliado neste estudo, sabe-se que em parte, o CQC trata-se de um programa jornalístico com padrão diferente, sendo assim, parte do programa consiste em fonte de informações como por exemplo o quadro Proteste Já, onde as pessoas ficam sabendo de vários problemas existentes nas comunidades.

Além disso, o atrativo abre espaço para os telespectadores do término do que é exibido na TV por meio da internet. O público pode interagir, sugerir, criticar e entreter-se.

Visto que são abordadas nesta teoria as maneiras como a audiência usa os meios de comunicação para satisfazer suas necessidades, conclui-se que o programa corresponde ao que é proposto na teoria funcionalista e na hipótese dos usos e gratificações.

---

<sup>8</sup> Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=tnBR5OnpDEY>

## **Considerações Finais**

A partir do estudo, pode-se concluir que os princípios da teoria funcionalista realmente podem ser aplicados na composição de um programa televisivo – o caso em análise, o *Custe o Que Custar (CQC)*.

Percebemos que as funções e disfunções dos meios de comunicação de massa elaboradas por Lasswell (1948), Wright (1960), dentre outros, estão presentes no interior da programação dos *mass media* na atualidade, como vimos presente nos quadros do CQC. Bem como as necessidades propostas na hipótese de usos e gratificações da audiência são atendidas por meio da maneira pela qual esta utiliza os meios oferecidos pelo programa.

Além de notar-se que o objeto de estudo acaba tentando romper a normalidade do sistema social brasileiro em que os protestos e reivindicações estão poucos presentes no cotidiano. Desta forma, o CQC constitui-se em um jornalístico diferente que faz uso de humor para entreter e informar o seu público.

## **REFERÊNCIAS**

CAETANO, Camila de. *CQC: Jornalismo popular e entretenimento?* Monografia de conclusão do curso de Comunicação Social, Viçosa, 2011.

LAZARUSFELD, Paul. MERTON, Robert. *A comunicação de ideias*. New York. Harper & Brothers, 1948.

PENA, Felipe. *Jornalismo literário*. São Paulo: Contexto, 2006.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 1989.