



O uso do humor na abordagem política: uma análise do programa Pânico na TV!¹

Marco Túlio Pena CÂMARA²
Soraya Maria Ferreira VIEIRA³

Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG

RESUMO

O presente artigo pretende analisar como o programa humorístico Pânico na TV aborda a política para que chame atenção dos telespectadores. Para passar credibilidade, o programa se apropria de algumas técnicas do gênero telejornalístico, como o formato pelo qual a matéria é apresentada.

O gancho factual ao qual o artigo se apóia são as eleições presidenciais do ano passado, 2010. Houve uma lei que proibisse alguns tipos de abordagens no tratamento político, o que prejudicou o trabalho e a criatividade dos humoristas em seus programas. Tal assunto também é tratado no presente artigo, tentando entender suas causas e explicar seus efeitos.

O artigo busca, ainda, analisar o programa em um tripé humorístico: grotesco, caricaturas e popularesco, conceituando-os e mostrando a relação com o Pânico na TV.

PALAVRAS-CHAVE: Pânico na TV!; Humor; Política.

Introdução

Que o humor é de fundamental importância para a vida das pessoas, para que elas consigam levar a rotina da melhor forma possível, todos sabem. Vários estudos na área da comunicação tentam explicar qual o efeito do riso, como ele se dá e sua influência na absorção da mensagem.

Entende-se por humor, nesse artigo, o conceito de que é “*a capacidade de perceber, apreciar ou expressar o que é cômico ou divertido*”, encontrado no dicionário Aurélio 5. Bastante utilizado no programa, o “humor negro” é *que choca pelo emprego de elementos mórbidos e/ou macabros em situações cômicas, ou vice-versa*. Percebe-se a utilização dessa especificidade do humor principalmente nos quadros que tratam de política no programa. A utilização desse recurso é escolhida pois assim a mensagem é passada de forma mais impactante ao telespectador, pois o faz enxergar os fatos de uma forma crítica. O humor se utiliza de vários elementos para que ele se dê, como por

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 12 a 14 de maio de 2011.

² Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Jornalismo do Dep. de Comunicação Social da UFV, email: marcotulioacamara@gmail.com.

³ Orientadora. Professora do Dep. de Comunicação Social da UFV, email: sofferreira@gmail.com



exemplo a caricatura, que será explicado no decorrer desse artigo. A forma de expressar o humor do que é cômico é o riso, que será abordado logo abaixo.

George Minois (2003) divide o riso em três etapas: o riso divino, como elemento de coesão e instrumento de conhecimento; o riso diabólico, num aspecto negativo de maldade e zombaria; o riso humano, que é o principal objeto de nosso estudo.

Por fim, a terceira etapa, a do *riso humano*, diz da origem do pensamento moderno quando o riso passa a ser interrogativo, ligado ao questionamento dos valores e ao recuo das certezas a partir do séc. XVI. A força deste riso vinha de sua seriedade e da capacidade racional do homem, era instrumento dessacralizante de luta de algumas certezas (as modernas seculares) contra outras certezas (as tradicionais religiosas). (GOMES, Leonardo. 2009, p.3)

O motivo para a escolha do programa Pânico na TV é simples. Além de ser um programa que tenho o hábito de assistir, é um humor que usa da “ingenuidade” do público para que a mensagem seja transmitida e absorvida. Levamos em consideração aqui que tudo que os apresentadores falam, a forma como tratam dos assuntos, é algo previamente pensado, não se tornando ingênuo como parece. O jeito como a política é abordada é único, capaz de fazer os políticos falarem o que não estão acostumados a falar.

Abordar a política em programas humorísticos como o Pânico é de fundamental importância, pois pode acarretar no aumento do interesse do público em relação ao assunto discutido. No formato telejornalístico que conhecemos, a abordagem não funciona dessa maneira. Ela ocorre de modo mais “quadrado”: apresenta-se a notícia na chamada, mostra-se entrevistas e imagens que comprovem a veracidade da notícia apurada e, raramente, opina-se à respeito. Já em programas humorísticos, a abordagem é diferenciada, de um jeito mais leve, de forma a aproximar assuntos tão sérios ao humor que estão acostumados a lidar. As chamadas tem linguagem informal sem a “postura” que o âncora de telejornal apresenta; as entrevistas são despojadas e as imagens muitas vezes manipuladas com algum desenho ou atributo que leve ao riso. Isso não ocorre com frequência em telejornais clássicos, por ser extremamente formais e distantes da grande massa (já os programas humorísticos tentam se aproximar cada vez mais dela).

Tentar entender como se dá esse humor e essa abordagem é o principal objetivo desse artigo, assim como buscar analisar como são utilizados os elementos de humor, como a caricatura, para provocar o interesse do público na política.

O programa



Com o começo na rádio Jovem Pan em 1993, o *Pânico* começou como um programa voltado para o público adolescente, originalmente apresentado por Emilio Surita, Marcelo Baptista (o "Cabeça") e o Fernando Mello, mais conhecido como Maestro Billy (ver anexo 1).

Porém, muitos dos ouvintes que entravam no ar ao vivo para pedir brindes, como bonés, camisetas e ingressos, passaram a ser xingados pelos apresentadores, o que tornou o programa mais cômico e atraiu a atenção de seus produtores, que o transformaram até chegar ao formato atual.

Nos primórdios do programa, Emilio ficava no estúdio da rádio enquanto Marcelo Batista e Billy transmitiam da Avenida Paulista, em São Paulo, geralmente fantasiados de personagens conhecidos como Batman, Robin, Homem-Aranha, entrevistando transeuntes.

Após seis meses, surgiu o personagem Piru, que respondia cartas de ouvintes no quadro "Pergunte ao Piru", logo em seguida substituído por Marcos Chiesa, o Bola, no quadro "Pergunte ao Bola". A dupla Emilio e Bola uniram-se então ao humorista André Damasceno, que representava o personagem Samanta.

Nesta época, o programa *Pânico* consistia simplesmente no atendimento telefônico dos ouvintes, que ligavam para fazer perguntas aos membros do programa ou simplesmente para participar e deixar recados.

Nos anos de 2002 e 2003, entraram para o programa Vinicius Vieira, no papel de Zé Fofinho, Carlos Alberto da Silva, como o Mendigo, Amanda Ramalho, Marcelo Senna, gago por usar um fone com atraso no retorno, e aquela considerada a atual musa do programa, a ex-BBB Sabrina Sato. Com essa formação veio o grande salto: seu próprio programa de TV.

Com estréia em 28 de setembro de 2003, seu primeiro quadro foi "A Hora da Morte", em que uma pessoa se fantasiava de "Morte" (roupas pretas e uma máscara) e realizava brincadeiras de mau gosto com integrantes do programa ou pessoas que caminhavam pela rua. No entanto, o quadro foi extinto em 2004, quando o ator Diogo Lucas caminhava nu por uma rua e foi atropelado por uma motocicleta. Sabrina Sato ingressou no programa logo na estréia e realizava o quadro "Lingerie em Perigo", junto com outras panicats. No entanto, ele foi extinto em 2006 porque o Ministério



Público classificou o programa impróprio para 12 anos, tendo que mudá-lo de horário. O *Pânico na TV* aceitou, mas mesmo assim encerrou o quadro.

O programa foi responsável pela criação de inúmeros bordões que caíram no gosto popular como “*A loka, Ah muleque!, Antônio Nunes, Ô Adriano ta me ouvindo?, Eu preciso de um companheiro, Que bom*”, sendo que esses são só alguns exemplos dos últimos mais famosos. Desde a sua criação na rádio e na TV, o programa tem quadros que tratam de política da mesma forma que trata os outros assuntos: com humor escrachado. Essa é a marca registrada do programa, que já foi criticado e processado várias vezes por usar mulheres seminuas em seu palco e invadir a privacidade de famosos.

O programa veio do rádio trazendo algumas características originais e adaptando outras. O humor pôde ser mais explorado com o uso de imagens, não se baseando tanto nos trotes como usado no rádio. Abusa da sensualidade com as animadoras de palco “panicats”, utiliza de recursos gráficos para a manipulação da imagem como outro meio de alcançar o riso, os atores interpretam personalidades caricatas com o uso de roupas parecidas e maquiagem para ficarem ainda mais parecidos fisicamente, entre outros recursos, acrescentando elementos que não eram usados no programa radiofônico. Na TV, o programa se apropria de vários outros anteriores, criando sua própria identidade, sofisticando-se e aperfeiçoando seu formato.

O programa apresenta uma espécie de ‘apropriação’ de outros programas, outras personagens, como se fosse um híbrido de mundos e formatos; do que já passou, ou ainda passa, pela TV; um lugar onde o palco é o picadeiro, ou vice-versa; onde personagens de diferentes programas, e de diferentes tempos televisivos, juntam-se para promover a ‘desorganização’ que o *Pânico* promove. Afinal, em que outro programa uma Paqueta, personagem auxiliar de palco da Rede Globo, estaria dividindo o palco com o palhaço Bozo, do SBT? Essa colagem de apropriações é responsável por uma parte do humor produzido pelo programa. (TRAMONTINI, Mariana Bastian. 2008, p. 68/69)

O *Pânico na TV* utiliza elementos do telejornalismo em seu formato de programa de auditório, formando uma mescla de variações dentro do gênero televisivo (ver anexo 2). Apresenta os principais quadros em forma de escalada, como nos telejornais, com aparição das *panicats*, que são dançarinas seminuas que ficam no palco, típico de programa de auditório, que é um artifício que chama atenção do público, propiciando o riso através desse humor.



Delimitações das principais características atribuídas ao programa

Para analisarmos o programa *Pânico na TV!*, como ele utiliza o humor no tratamento político e suas características marcantes que o faz ser um dos programas com mais audiência no país, é preciso delimitar o significado de algumas palavras que estão sempre atreladas à caracterização de tal programa, como: popularesco, caricaturas e grotesco.

Para definir o que é popularesco, primeiro é preciso discernir o que é popular. Segundo o dicionário Aurélio 5, popular é “do povo, feito para ele, agradável a ele e democrático” enquanto popularesco se resume àquilo que é “de caráter popular”. Porém, essa definição é muito simplista para compreendermos tal diferença para que possamos analisar como o *Pânico na TV* atinge o seu público alvo com tamanho sucesso. Para o escritor Ivan Ângelo, em seu artigo publicado no site *Observatório da Imprensa*, o significado de popularesco ganhou características negativas no decorrer do tempo com seu uso:

O uso geral e atual do termo ‘popularesco’, no Brasil, puxou o sentido da palavra para os significados negativos: vulgar, ordinário, plebeu, grosso, inculto; e liberou a palavra ‘popular’ para os significados mais positivos: democrático, aceito pelo povo, simpático ao povo, ou para um significado mais técnico, próprio do povo. (ÂNGELO, Ivan. 2001)

O *blogueiro* Henrique Noale compartilha dessa opinião, mas delimita melhor a diferença entre popular e popularesco, em relação à união da comunidade (presente no popular e inexistente no popularesco) e estudos teóricos sobre a massa (especialmente a massificação e a uniformização passiva) e indústria cultural, considerados como características do popularesco:

Enquanto o popular é também o universo de necessidade humana de expressão feita fora de parâmetros e moldes artificiais tidos como clássicos e/ou eruditos, o popularesco é a utilização dessa necessidade de maneira a perpetuar o fator de entretenimento que visa garantir a coesão de consumo, ou seja, a paridade entre o produto popular e o produto popularesco, entre a realidade ficcional legítima e a realidade ficcional criada para satisfação das necessidades de manutenção do sistema. (NOALE, Henrique. 2010)

Delimitada a diferença entre popular e popularesco e, concordando com Henrique Noale, há uma mistura dos dois conceitos em nossa cultura, principalmente no programa *Pânico na TV*, que é o nosso objeto de estudo. Conclui-se, assim, que o programa tem o caráter mais popularesco por atingir a massa de maneira mais clara e



efetiva, ao utilizar a linguagem coloquial para se aproximar ainda mais dela, de modo que a massa se identifique com o programa.

Partindo agora para a caricatura, o programa a utiliza de forma inteligente, fugindo do significado comumente conhecido, representado por um desenho que realça as principais características da pessoa. A caricatura, no formato televisivo em um programa humorístico, caracteriza-se pela sátira, realçando de uma forma comicamente exagerada os principais traços físicos e psicológicos da pessoa em questão. Tal significado também é encontrado no dicionário Aurélio 5: “*Representação burlesca em que se arremedam ou satirizam comicamente pessoas e fatos*”. Nas eleições de 2010, é notável essa caricatura. Os atores/apresentadores do programa imitaram os principais candidatos, Dilma Rousseff (com o nome de Dilma Ducheff, por ser a candidata do atual presidente) e José Serra (com o nome de Zé Fio Serra, devido a pouca quantidade de cabelo), com suas características mais marcantes com a veia cômica: o cabelo e a voz da candidata do PT e a careca e o jeito calmo do candidato do PSDB (ver anexo 3).

Pejorativamente, o termo grotesco é usado, por alguns críticos informais ou o público que não gosta do programa, para caracterizar o *Pânico na TV*. Com o significado de ser algo considerado ridículo, o programa apresenta alguns quadros grotescos sim, mas no sentido de “*que suscita riso ou escárnio*”, encontrado no dicionário Aurélio. Porém, os quadros que utilizam essa característica, normalmente, não são os de cunho político. O programa tem essa característica devido a seu público alvo, a massa. Para atingir o público popularesco, como descrito acima, a tática de utilizar formas grotescas de retratar a realidade ou apenas apresentá-las para a sociedade, é totalmente válida, compreensível e bem sucedida. Em quadros como *Amaury Dumbo e Fred Mercury Prateado, Antônio Nunes e Ursinho Gente Fina*, por exemplo, essa intenção de fazer o grotesco fica evidente. Através disso, o programa se torna popularesco, em qualquer sentido que essa palavra tenha, e com isso, atinge a massa que quer adquirir o entretenimento acima de tudo de forma simples e presente no seu cotidiano.

Os quadros supracitados utilizam das três características descritas até o momento. Através de caricaturas, como o *Amaury Dumbo*(ver anexo 3), o programa se torna grotesco pela forma como as reportagens são feitas, tornando-o popularesco até mesmo no sentido dado à palavra de vulgar e inculto.

Participação do *Pânico na TV* na política brasileira



Com a irreverência que lhe é característico, o programa *Pânico na TV* aborda a política por todos os lados. Saem à rua ouvindo a população, em geral das classes C e D, que falam com mais coragem e de forma mais clara e direta o que pensam, sem dar rodeios ou tomar cuidado com que palavras usar. Tal abordagem é estratégica, pois o público se vê na televisão, visto que muitas vezes o que aparece no ar, da boca do povo, a maioria da população pensa, mas não tem coragem de expor, usando a linguagem que se usa em uma conversa informal entre amigos, incluindo palavrões.

Mesmo não sendo um programa jornalístico ou feito exclusivamente por jornalistas, o *Pânico na TV*, de certa forma, prima pela apuração. Não mostra apenas o que os eleitores humildes (a massa que o programa procura atingir) pensam. A equipe do programa procura os políticos para darem o retorno à população.

E é nessa apuração que o programa se diferencia novamente. Ao invés de mandar um jornalista de fato, normalmente, é a Sabrina Sato que cobre tais abordagens. Livre de toda a “pompa” que o jornalismo formal prega, Sabrina vai ao Congresso de short e blusa curtos, deixando à mostra seu corpo escultural (ver anexo 2). E não é por acaso. Através desse apelo, inconscientemente, o político tende a responder aos seus questionamentos ou simplesmente se mostram à vontade em conversar com a repórter, o que é incomum com outras abordagens até mesmo humorísticas. Além de ter esse retorno facilitado, o telespectador se sente motivado a assistir o quadro, não só pelo apelo sexual do corpo da apresentadora, mas também pela linguagem coloquial utilizada. Sabrina faz perguntas do jeito que a massa faria, e é isso que a população quer ver e saber.

Mesmo sem perceber, o público se interessa e participa mais da política quando ela é tratada do jeito que ele gosta e quer: de forma despojada, “escachada”, como se tivessem tendo um papo de cozinha. Ciente desse poder transformador que o programa exerce sobre o telespectador em relação à política, já que o programa apresenta em média 10 pontos de audiência, a cobertura dessas últimas eleições foi constante e completa, sem deixar de ser despojada.

Através do uso de atores interpretando os candidatos de forma caricata, o programa *Pânico na TV* faz uma espécie de cobertura jornalística que beira o grotesco para atingir a massa, tornando-se um programa popularesco. Entende-se como popularesco, aqui, o sentido de atingir a massa fazendo com que ela se identifique com o programa, e não que o programa seja vulgar e inculto, como o significado da palavra é popularmente conhecido.



Apesar de todo o alcance do programa e sua popularidade, ele passou por dificuldades nas últimas eleições de 2010. Isso porque entrou em vigor uma lei que limitava os programas humorísticos no tratamento da política, pondo fim a algumas de suas formas de levar o riso à população por considerar que prejudicaria os candidatos à eleição. Considerado como tipo de censura por vários jornalistas e humoristas, felizmente tal resolução não teve continuidade, quase no fim da campanha eleitoral.

Proibição do uso de piadas, trocadilhos e montagens em época eleitoral

Em agosto de 2010, entrou em vigor a resolução 23.191/09 do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), que proibiu, entre outras coisas, piadas ou trocadilhos que possam ridicularizar candidatos, partidos políticos ou coligações. Eis abaixo a lei:

“§ 4o Entende-se por trucagem todo e qualquer efeito realizado em áudio ou vídeo que degradar ou ridicularizar candidato, partido político ou coligação, ou que desvirtuar a realidade e beneficiar ou prejudicar qualquer candidato, partido político ou coligação.

§ 5o Entende-se por montagem toda e qualquer junção de registros de áudio ou vídeo que degradar ou ridicularizar candidato, partido político ou coligação, ou que desvirtuar a realidade e beneficiar ou prejudicar qualquer candidato, partido político ou coligação.”

Tal resolução gerou revolta entre os humoristas e jornalistas de todas as mídias, o que culminou em um protesto na Orla de Copacabana, no Rio de Janeiro (ver anexo 4). O protesto surtiu efeito. Em setembro, a lei foi revogada e os programas humorísticos puderam, finalmente, fazer certos tipos de piadas e montagens com as fotos dos candidatos.

Em entrevista ao portal Congresso em Foco, o jornalista Marcelo Tas criticou a atitude do governo, considerando uma limitação à liberdade de expressão. O apresentador do programa jornalístico-humorístico CQC disse que nem na época de ditadura militar declarada era tão forte a repressão à liberdade de criação e expressão.

Com a lei, o *CQC*, o *Casseta e Planeta*, o *Pânico na TV*, entre outros programas, foram prejudicados em sua cobertura eleitoral e perderam toda a peculiaridade que possuem com sua irreverência. A tentativa de controlar os programas humorísticos, felizmente, não obteve êxito. Logo depois eles estavam com força total para mostrarem o que sabiam fazer de melhor: o povo rir. Seja com uma arte enquanto o entrevistado



fala ou até mesmo uma piada ou uma brincadeira com o próprio político, o *Pânico da TV* e os outros programas retomaram as particularidades de cada um em sua cobertura política, provando que a democracia deve existir para que o humor seja feito também de forma democrática e dinâmica.

Conclusão

Através de seu humor irreverente, pudemos perceber como o programa *Pânico na TV* consegue êxito em sua missão de informar o público sobre o que está acontecendo na política do país. O uso de caricaturas é bem feito para o programa se tornar popularesco, o que se orgulha de ser.

O Programa perdeu um pouco de suas características apresentadas, como a irreverência no tratamento de assuntos sérios e difíceis de serem tratados como a política, seja em escândalo, uma simples entrevista ou uma cobertura eleitoral nas últimas eleições devido à lei que proibiu o uso da imagem do candidato de forma jocosa. Mas tão logo tal resolução foi revogada, o humor e a sátira, que lhe são característicos, voltaram à tona no programa.

Pudemos perceber, ainda, que nenhum tipo de apropriação e abordagem são atos impensados da produção. Pelo contrário, são estratégias que só fazem alavancar ainda mais o humor, aproximando-se do grotesco e com sucesso em sua abordagem.

Referências Bibliográficas

GOMES, Leonardo. **O humor e o Pânico na TV- Vinculação social e indicativo cultural**. 2009

TRAMONTINI, Mariana Bastian. **Pânico na TV: A (a)firmação do circo midiático**. 2008

SANTOS, Marcos Wagner de Araújo. **O hilário e/ou humor como recurso eleitoral nas propagandas políticas no Brasil em 2006**. 2007

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora SENAC. 2000

<http://anese.wordpress.com/industria-cultural-culturapopular-x-popularesca/>

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/qtv250720016.htm>

<http://www.jusbrasil.com.br/legislacao/819344/lei-12034-09>

<http://danjornalista.wordpress.com/2010/08/23/humor-x-politica-ou-humoristas-x-politicos/>

<http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=29&id=341>



ANEXOS

Anexo 1 – Fotos do programa Pânico



Formação original do programa Pânico na rádio Jovem Pan (de camisa branca da JP), de 1993 – Fernando Mello (Maestro Billy), Emílio Surita, Marcelo Baptista (Cabeça) e Marcos Chiesa (Bola)



Primeira formação do Pânico na TV!





Atual formação do Pânico na TV!

Anexo 2 – Incorporação do gênero televisivo



Panicats – animadoras de palco em trajes sensuais, característica de programa de auditório



Emílio Surita – apresentador do programa. Exerce o papel de âncora de telejornal.



Sabrina Sato – assuntos políticos tratados com irreverência, simplicidade e humor. Uso da sensualidade da apresentadora para conseguir falar com o entrevistado (foto: Senador Pedro Simon, do PMDB – RS)

Anexo 3 – Caricaturas



Dilma Ducheff – caricatura da candidata à presidência Dilma Rousseff



Amaury Dumbo – caricatura do apresentador Amaury Jr.

Anexo 4 – Resolução 23.191/09



Humor X Política – Protesto dos humoristas contra a censura humorística na cobertura das candidaturas à presidência.



Em 2010...



Exemplo de charge publicada após a liberaç