

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

Marcell Machado Marchioro

O HUMOR COMO LINGUAGEM PARA INFORMAR:

ESTUDO DE CASO

*FULL FRONTAL WITH SAMANTHA BEE*

Passo Fundo

2017

Marcell Machado Marchioro

O HUMOR COMO LINGUAGEM PARA INFORMAR:

ESTUDO DE CASO

*FULL FRONTAL WITH SAMANTHA BEE*

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob orientação da Ms. Nadja Maria Hartmann.

Passo Fundo

2017

Este trabalho, bem como toda minha caminhada na universidade, só foi possível com o apoio de pessoas extraordinárias pelo caminho. Venho aqui reconhecer esses que de alguma forma tiveram um impacto considerável não somente em minha formação superior, mas também contribuíram para meu amadurecimento.

Primeiramente, reconheço o suporte que recebi do Programa Universidade para Todos (ProUni). Essa iniciativa possibilitou o meu acesso ao ensino superior e de mais milhares de estudantes, num projeto educacional que já mostra resultados e terá um impacto ainda maior no futuro. Tenho muito orgulho de fazer parte do grupo de estudantes a serem os primeiros membros de suas famílias a receber o diploma universitário.

À minha família, pela incrível confiança depositada em meu potencial desde o início, tenho somente a agradecer: Erci, tu me ensinou a aprender com a natureza e a acreditar no meu potencial. Rosa, teu carinho e tua presença foram essenciais para a minha formação. À minha irmã Larissa, que me conhece como ninguém e com quem explorei o mundo desde o início. À todos os amigos que de alguma maneira contribuíram para esse momento. Meu muito obrigado.

Agradeço também à Profa. Nadja Hartmann, que me ajudou a navegar pelo processo de produção da monografia. Por último, tenho de reconhecer o papel que os professores e colaboradores do Núcleo Experimental de Jornalismo (Nexjor) tiveram em minha formação. Tudo o que aprendi sobre jornalismo, essa área que me fascina desde a infância, devo ao grupo de mentes brilhantes do Nex. Agradeço ao esforço de todos, em especial da Profa. Bibiana Friderichs, pela luta para manter esse espaço de formação.

## RESUMO

O presente estudo procurou analisar como a linguagem do humor é utilizada para informar e opinar por meio do exemplo da linguagem apresentada pelo programa *Full Frontal with Samantha Bee*, no ar pela TBS nos Estados Unidos desde fevereiro de 2016. O estudo traz, através da revisão bibliográfica, o contexto da televisão e da indústria cultural na sociedade. Também contempla a história e teorias do humor desenvolvidas, contextualizando os elementos apresentados pelo programa. A análise buscou observar o humor apresentado na linguagem do programa em relação com os aspectos cômicos e seu objetivo de informar e opinar. Nesse processo foi possível compreender as diferentes maneiras em que o humor pode ser empregado para informar e opinar a partir de teorias que explicam sua atuação na compreensão do telespectador. *Full Frontal* é um exemplo de produto híbrido da televisão no século XXI, misturando diferentes linguagens na busca por um telespectador que compreenda o cenário político atual e se interesse por discussões do assunto.

**Palavras-chave:** *Full Frontal with Samantha Bee*. Hipertelevisão. Humor. Infotimento. Opinião.

## ABSTRACT

The present study analyzed how the language of humor is used to inform and opine through the example of the language presented by the TV show *Full Frontal with Samantha Bee*, on air by TBS in the United States since february 2016. The study brings, through bibliographic revision, the context of television and cultural industry on society. Also contemplates the history and theories of humor developed, contextualizing the elements presented by the show. The analysis searches to observate the humor present in the language of the show in relation with comic aspects and its objective to inform and opine. In this process it was possible to comprehend the diferente ways in which the humor can be employed to inform and opine from theories that explain its function on telespectator's comprehension. *Full Frontal* is an exemple of a hybrid product from the 21st century, mixing diferent languages in search for a viewer that understand the current political scenario and be interested to discuss the subject.

**Keywords:** Full Frontal with Samantha Bee. Humor. Hipertelevisión. Infotainment. Opinion.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> - Samantha Bee e sua corda de forca feita à mão.....	38
<b>Figura 2</b> - Bernie Sanders e o “primeiro carro” em destaque no cenário.....	43
<b>Figura 3</b> - A suposta comanda de Bernie Sanders.....	44
<b>Figura 4</b> – O recado de Samantha durante o encerramento do episódio.....	48
<b>Figura 5</b> – Ashley Black depois da marcha de mulheres.....	52
<b>Figura 6</b> – Ilustração da união política por meio do amor pelos animais.....	53

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1</b> – Corpus da análise, episódio da 1ª temporada.....	36
<b>Tabela 2</b> – Corpus da análise, episódio da 2ª temporada.....	36
<b>Tabela 3</b> – Conclusão da análise, episódio 01.....	54
<b>Tabela 4</b> – Conclusão da análise, episódio 40.....	54

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>2. TELEVISÃO E ESPETÁCULO.....</b>	<b>12</b>
2.1 Televisão, diálogo e criação de realidade.....	15
<b>3. HUMOR, INFOTENIMENTO E CONVERGÊNCIA.....</b>	<b>17</b>
3.1 O riso através da história.....	17
3.2 Faz me rir.....	20
3.3 A era do infotendimento.....	24
3.4 Hipertelevisão.....	26
<b>4. FULL FRONTAL E SEUS COMPONENTES.....</b>	<b>29</b>
4.1 O âncora e a opinião na televisão.....	29
4.2 Reportagem e Entrevista.....	30
4.3 <i>Full Frontal with Samantha Bee</i> .....	32
<b>5. METODOLOGIA E ANÁLISE.....</b>	<b>33</b>
5.1 Corpus da análise.....	36
5.2 Análise episódio 01.....	37
5.2.1 Mediador.....	37
5.2.2 Pactos sobre o papel do jornalismo.....	39
5.2.3 Relação com as fontes de informação.....	40
5.2.4 Texto verbal.....	40
5.2.5 Recursos da linguagem televisiva.....	42
5.3 Análise episódio 40.....	45



5.3.1 Mediador.....	45
5.3.2 Pactos sobre o papel do jornalismo.....	48
5.3.3 Relação com as fontes de informação.....	49
5.3.4 Texto verbal.....	49
5.3.5 Recursos da linguagem televisiva.....	52
<b>5.4 Conclusão da análise.....</b>	<b>54</b>
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>56</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>58</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Na era da informação e do espetáculo, os gêneros televisivos passam por um processo de hibridização que aproxima os conteúdos em nome do resultado, seja ele financeiro através da audiência ou pelo capital social. A comunicação, bem como a sociedade, passa por uma grande mudança com a expansão da internet. Um processo que transforma a maneira como consumimos informações. O jornalismo tradicional, tido como responsável pela manutenção da democracia e dos processos sociais, sempre em busca de uma informação que tornaria o consumidor mais consciente, passou a ser responsável por conteúdos que são produtos como qualquer outro à venda. A informação como mercadoria é antiga, remonta ao processo de industrialização do jornalismo ao final do século XIX, e permanece como conceito vigente dois séculos mais tarde.

A sociedade ocidental pós-industrial passa a oferecer mais tempo livre a seus membros e a incentivar o lazer como forma de escapar da realidade maçante do trabalho. O jornalismo então passa a ser consumido nesse período de lazer. E um conteúdo difícil de ser entendido e que não incentiva o consumidor torna-se insustentável. É nesse contexto que surgem práticas que aliam informação e entretenimento, o chamado infotenimento. Dejavite (2006), Stockwell (2004), Aguiar (2008) e Gomes (2009) estão entre os inúmeros estudiosos da comunicação que trataram do tema polêmico, suas defesas e contra-indicações. Tenenboim-Weinblatt (2009), por exemplo, faz parte do grupo que acredita na função dessa mistura de humor e informação como forma de corrigir falhas do jornalismo hegemônico, que se perdeu junto à sua audiência, mantendo um formato cansativo e que não se sustenta próximo do entretenimento oferecido por outros espaços da indústria cultural. E a televisão é uma das primeiras a procurar atender essa necessidade do telespectador.

Nesse contexto surge o objeto de estudo do presente trabalho: *Full Frontal with Samantha Bee*. Mais um exemplo de produto televisivo cuja linguagem apresentada mistura informação, opinião e humor para debater assuntos políticos e sociais em pauta no momento. Com um presidente eleito que foge do padrão de estadista diplomático tradicional, a população estadunidense procura entender as atitudes de seus representantes no poder através de produções culturais desse formato, que racionalizam

atitudes questionáveis daqueles no poder e reflete sobre temas polêmicos com a ajuda do humor, esse artifício que o humano utiliza para entender a si e a seus semelhantes e cujos efeitos são inúmeros.

Posto isso, o presente estudo tem por objetivo analisar como a linguagem do humor é utilizada para informar e opinar por meio do exemplo apresentado por *Full Frontal with Samantha Bee*. Para tal, é preciso entender o contexto no qual o objeto se apresenta, sua categorização dentro da televisão, bem como recorrer a estudos sobre o humor e suas propriedades em benefício da informação e conseqüentemente de uma sociedade e democracia saudáveis. Adotamos como metodologia de análise, os Modos de Endereçamento no Telejornalismo, elaborado por Itania Gomes (2011), e seus operadores para responder a pergunta desse estudo.

A presente pesquisa nos ajuda a entender a comunicação como é praticada atualmente nas telas, a contribuição do jornalismo para a sociedade e como a junção dele com outros aspectos do entretenimento, em especial o humor, tornou-se algo tão presente na era da informação. O primeiro capítulo procura explicar como chegamos aqui, o surgimento e consolidação da indústria cultural e a televisão como meio de construção da realidade. No segundo capítulo embarcamos no resgate histórico do humor, bem como sua aplicação na sociedade e na comunicação, com a ajuda da psicologia. Para tanto, é impossível não mencionar o infotainment e sua presença no contexto da televisão do século XXI, presentes no terceiro capítulo. Para entender o objeto é preciso também conhecê-lo e divagar sobre os elementos nele presentes: âncora, reportagem, entrevista e opinião. A metodologia e o corpus da pesquisa estão presentes no sexto capítulo, seguido pela análise e considerações finais.

## 2. TELEVISÃO E ESPETÁCULO

A televisão foi apresentada à sociedade como um aparelho eletrônico fruto da evolução tecnológica. Essa ideia logo foi substituída pela percepção de que ela se tratava também de um contribuinte para “retratar e modificar as representações de mundo”, de acordo com Wolton (1996, p. 72). O autor ajuda a separar os aspectos técnicos e sociais da televisão, onde “a técnica concerne à produção e à difusão de imagens relevantes de gêneros e *status* diferentes (informações, espetáculos, esportes)” e a dimensão social “remete à recepção de massa em condições sociais e culturais muito diferenciadas” (1996, p. 65). Nesse contexto, a imagem, o som e os demais componentes técnicos geram um impacto que vai além de sua exibição, uma vez que, em contato com o telespectador, um significado específico será absorvido para cada sujeito. Portanto, o contexto sociocultural tanto do meio quanto do receptor, tem aqui um papel fundamental, pois “na televisão, o significado vai além da intenção na maior parte do tempo” (1996, p. 68).

Bourdieu (1997) vai além na desconstrução da televisão e sua contribuição é observada no entendimento dos canais presentes na interpretação do conteúdo exibido. Ele utiliza o conceito de campo, mais especificamente, do campo jornalístico, que, segundo ele, age num efeito dominó sobre os demais campos que se relacionam com este primeiro.

O campo jornalístico age, enquanto campo, sobre os outros campos. Em outras palavras, um campo, ele próprio cada vez mais dominado pela lógica comercial, impõe cada vez mais suas limitações aos outros universos. Através da pressão do índice de audiência, o peso da economia se exerce sobre a televisão, e, através do peso da televisão sobre o jornalismo, ele se exerce sobre os outros jornais, mesmo sobre os mais “puros”, e sobre os jornalistas, que pouco a pouco deixam que problemas da televisão se imponham a eles. E, da mesma maneira, através do peso do conjunto do campo jornalístico, ele pesa sobre todos os campos de produção cultural (BOURDIEU, 1997, p. 82).

O que Bourdieu (1997), Wolton (1996) e outros estudiosos da comunicação buscam é mostrar a proximidade da comunicação e, por consequência, do jornalismo, com a indústria cultural. Como o nome já diz, ela não deixa de ser indústria, mesmo carregando consigo esse aspecto básico da condição humana: a cultura. Nesse cenário

de materialização e comercialização da cultura surge o que Debord (1997) chama de “espetáculo”. O autor melhor define o espetáculo como “o capital em tal grau de acumulação que se torna imagem” (1997, p. 25), transformando, portanto, o conteúdo visual divulgado pelos veículos de comunicação como uma mercadoria.

O conceito de espetáculo unifica e explica uma grande diversidade de fenômenos aparentes. Suas diversidades e contrastes são as aparências dessa aparência organizada, socialmente, que deve ser reconhecida em sua verdade geral. Considerado de acordo com seus próprios termos, o espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda vida humana – isto é, social – como simples aparência. Mas a crítica que atinge a verdade do espetáculo o descobre como a negação visível da vida, como negação da vida que se tornou visível (DEBORD, 1997, p. 16).

Esse cenário criado pelo capitalismo obriga a comunicação, ação inerente à natureza humana, a se adequar às regras de um mercado onde tudo é transformado em mercadoria. Esse processo se inicia no momento em que a cultura se torna independente dos espaços onde antes se via implantada. Assim, Debord (1997) argumenta que “a cultura começa um movimento imperialista de enriquecimento, que é ao mesmo tempo o declínio da sua independência” (p. 119). Ou seja, a cultura se desprende de um espaço para se juntar a outro, o mercado. E é nesse momento que a comunicação passa a integrar o espaço em que toda a sociedade ganha um novo *approach* sob influência do capital.

Quem também observa a televisão como mais um sintoma da industrialização da cultura é Arlindo Machado (2001). Porém, o autor também busca demonstrar as diferentes maneiras de se observar esse meio de comunicação, podendo ele se tornar assim “um dispositivo audiovisual através do qual uma civilização pode exprimir a seus contemporâneos os seus próprios anseios e dúvidas, as suas crenças e descrenças, as suas inquietações, as suas descobertas e os voos de sua imaginação” (p. 11).

Machado (2001) observa os primeiros estudos a entender a função da televisão na sociedade através da produção de dois teóricos: Adorno e McLuhan. O primeiro, da Escola de Frankfurt, teria feito uma análise que gerou “um ataque implacável à televisão sem de fato conhecer a televisão” (apud MACHADO, p. 18). Já McLuhan via no meio uma maneira de proporcionar “uma experiência profunda, que em nenhum outro meio

pode se obter da mesma maneira” (apud MACHADO, p. 18). Nesse contexto, portanto, se obtém uma visão ambígua da televisão.

É verdade que a discussão sobre a qualidade em televisão está longe de ser uma matéria de consenso. De uma forma geral, os intelectuais de formação mais tradicional resistem à tentação de vislumbrar um alcance estético em produtos de massa, fabricados em escala industrial. No seu modo de entender, a boa, profunda e densa tradição cultural (literária, música, teatro, artes plásticas), lentamente filtrada ao longo dos séculos por uma avaliação crítica competente, não pode ter nada em comum com a epidérmica, superficial e descartável produção em série de objetos comerciais da nossa época, daí porque falar em qualidade ou criatividade a propósito da produção televisual só pode ser uma perda de tempo (MACHADO, 2001, p. 23).

Próximo ou distante da cultura, esse espetáculo que é a televisão ganha o interesse da sociedade? Por meio da imagem. A imagem e a palavra juntas formam a televisão. E o poder que a televisão assegura sob a sociedade lhe confere a função de devolver ao telespectador aquilo que ele reconhece como realidade, funcionando através do que Charaudeau (2015) chamou de “espelho”. Porém, ao apresentar a realidade através da tela, a televisão precisa se concentrar em um pedaço dessa realidade, constituindo assim um recorte cuidadoso, pois “ela não pode se apresentar como máquina de fabricar ficção, mesmo que, afinal, seja isso que ela produza” (2015, p. 223).

Essa ideia de Charaudeau (2015) vai de encontro com a teoria que durante boa parte do século XX foi vigente no jornalismo praticado no Brasil bem como em outros países que seguiram a matriz jornalística norte-americana: a Teoria do Espelho. Segundo Cabral, Pereira Junior e Rocha (2013), ela pregava a “ideia de que o Jornalismo reproduz a realidade” (p. 149). Esse entendimento foi derrubado pela Teoria Construtivista, mostrando que “o jornalismo não reproduz o real, é uma interpretação social dele que procura se aproximar da verdade dos fatos” (p. 149). Bourdieu (apud CABRAL, PEREIRA JUNIOR e ROCHA, 2013), por sua vez, acreditava em uma junção dessas teorias, onde “o jornalismo atua na construção da realidade, mas é constituído por essa própria realidade. Não existe construção do real se não há uma audiência ativa que interpreta e reinterpreta os fatos” (p. 150).

A imprensa, portanto, ocuparia esse papel de construção da realidade para a sociedade, com o papel de informar, justificando assim a existência do jornalista, num processo que Charaudeau (2015) definiu em três etapas, onde “informar é possuir um saber que o outro ignora (‘saber’), ter a aptidão que permite transmiti-lo a esse outro (‘poder dizer’), ser legitimado nessa atividade de transmissão (‘poder de dizer’)” (p. 63). Esse processo também depende da relação entre duas instâncias: produção e recepção, onde a primeira teria de não somente informar, mas também criar o desejo de consumo de informação no público. Já a instância de recepção teria de tornar visível seu objetivo no consumo de informação.

O universo da informação midiática é efetivamente um universo construído. Não é, como se diz às vezes, o reflexo do que acontece no espaço público, mas sim o resultado de uma construção. O acontecimento não é jamais transmitido em seu estado bruto, pois, antes de ser transmitido, ele se torna objeto de racionalizações: pelos critérios de seleção dos fatos e dos atores, pela maneira de encerrá-los em categorias de entendimento, pelos modos de visibilidade escolhidos. Assim, a instância midiática impõe ao cidadão uma visão de mundo previamente articulada, sendo que tal visão é apresentada como se fosse a visão natural do mundo. Nela, a instância de recepção encontrará pontos de referência, e desse encontro emergirá o espaço público (CHARAUDEAU, 2015, p. 151).

## **2.1 Televisão, diálogo e criação de realidade**

Expandindo a discussão sobre os impactos da televisão na sociedade está Muniz Sodré (1984) que a observa como produto de um sistema social onde os meios de comunicação de massa criam uma realidade a partir de uma narrativa própria, em um sistema onde o meio depende da massa bem como a massa passa a acreditar que também precisa do meio. Essa didática vai contra a ideia do surgimento da televisão como meio de comunicação, que, segundo o autor, é fruto de uma evolução tecnológica natural, sem uma necessidade existente, o que, portanto, leva a televisão “em busca de necessidades que a legitima socialmente” (p. 14). Ele observa a televisão, bem como demais meios de comunicação da imprensa, sendo parte de um grande grupo, o “sistema informativo” (p. 18), que estaria diretamente ligado ao poder do capital.

Esse “sistema informativo” teria, junto à sociedade, a função de proporcionar vez e voz a todos os espaços sociais. Porém, ao mesmo tempo em que serve como um espaço para a discussão, a televisão também precisa se manter fiel a aqueles que permitiram seu estabelecimento, uma vez que “a economia da grande empresa jornalística parte de uma desigualdade de troca econômica entre emissor (jornal) e receptor (leitor)” (p. 27).

Essa disparidade entre os poderes desses dois polos, de acordo com Machado (1997), se mantém vigente a partir do momento em que o sujeito aceita a televisão “trazendo a cada um desses lares as novidades do ‘mundo exterior’, sem que os indivíduos precisem se deslocar para fora, e, ao mesmo tempo, mantendo todos esses lares periféricos ligados ao centro transmissor, ele próprio convertido em agente modelador de comportamentos e expectativas” (p. 16). Kellner (apud SANTAELLA, 2007) chamou o contexto comunicacional envolvido nessa didática de “cultura da mídia” (p. 120), com características industriais e produção em massa de acordo com gêneros para atingir o maior público possível.

Essas características ajudam a compreender a televisão no período em que manteve sua hegemonia por boa parte do século XX. Porém, o desenvolvimento da informática e o surgimento de novas tecnologias mais interativas trouxe a televisão para uma nova realidade. Santaella (2007) lembra que, apesar do surgimento de novas maneiras de comunicação, a cultura de massa permaneceu soberana e “aprendeu a conviver com as suas competidoras, tanto a cultura das mídias, que é a cultura do disponível, quanto a cibercultura, que é a cultura do acesso” (p. 129).



### **3. HUMOR, INFOTENIMENTO E CONVERGÊNCIA**

#### **3.1 O riso através da história**

O entendimento do objeto de estudo do presente trabalho é inviável sem antes compreender seus elementos. O mais saliente deles é o humor, e tal como é presente na natureza humana, ele foi estudado desde as mais remotas sociedades no tempo. Os primeiros registros sobre o riso coincidem com os primeiros escritos da humanidade. Na Grécia antiga, os pensadores daquele período se dedicaram a identificar as origens e a função do riso na sociedade. Platão (apud ALAVARCE, p. 72) define, em um primeiro momento, que “o risível é definido como um vício que se opõe à sugestão do oráculo de Delfos, que afirma: ‘conhece-te a ti mesmo’” demonstrando que aquele que não se conhece a si mesmo, acreditando ser maior ou menor do que realmente é, vira motivo de riso.

Outro filósofo grego, Aristóteles (apud ALAVARCE, p. 73), vê o riso como algo prazeroso, associando este “ao agradável, ou seja, àquilo que produz prazer, à calma, à amizade, enfim, ao natural”. Puceti (apud ASCELRAD, pg. 2) localiza o riso na história como algo sempre presente através de humoristas em suas diferentes formas de apresentação pelos tempos com um objetivo em comum: “expor a estupidez e a fragilidade do ser humano”.

Aristóteles também desempenhou, junto de Sócrates, um papel fundamental no entendimento da ironia. A diferença entre o entendimento de ambos está na maneira como encaravam a ironia: para Aristóteles se tratava de uma questão de atitude humana, enquanto Sócrates via a essência da ironia na dialética, no diálogo. Essa discussão que a ironia gerou a respeito da dualidade de sua compreensão se estendeu para a diferenciação de outros termos. Brait (1996) cita o exemplo de riso e cômico, onde no primeiro estudiosos encaram como “fenômeno fisiológico” e o segundo “como uma construção de linguagem” (p. 58). A autora lembra que Sócrates desenvolveu técnicas primordiais para o entendimento do fenômeno “que consistiam basicamente em transformar uma frase assertiva em interrogativa com a finalidade de dar a entender ao

interlocutor um desconhecimento ou a ausência de uma convicção em relação a um determinado tema” (p. 21).

O povo latino, conforme Minois (2003), também buscou entender o riso e utilizar este da melhor maneira a engrandecer sua história. Porém, como se constata através dos escritos de romanos como Catão, Cícero e Horácio e nas festas camponesas como a *lupercalia*, *liberalia* e *floralia* (p. 84), o humor também cumpria um papel fundamental na maneira como aquele povo interagiu. Esse período também testemunhou o surgimento da sátira.

Lucilius é considerado o “fundador” da sátira (p. 87). Suas sátiras têm como objetivo “fazer o povo rir das inovações das classes dirigentes para manter o vigor delas e aumentar a proteção da ordem social” (p. 88). A sátira política surge em Roma a partir do momento em que se cria uma opinião pública. Os primeiros que se atrevem a tal exercício do humor, como Naevius, enfrentam a prisão. Portanto, a sátira era tolerada em Roma somente quando ajudava a manter a ordem social. No momento em que questionava as posições de poder vigentes, se tornava perigosa. Esse período também trouxe as primeiras definições do grotesco, tipo de humor que Minois (2003) observa como produto “de uma reação de medo diante da realidade que por momentos se deforma, perde sua estrutura racional, tranquilizadora, tornando-se monstruosa” (p. 94).

A Idade Média surge mudando os paradigmas religiosos e, conseqüentemente, influenciando na maneira como a sociedade observa o humor. Em uma cultura baseada nos ensinamentos da Bíblia, logo se observa que não há espaço para o riso nos escritos sagrados, como presente no Novo Testamento, aqui citado por Minois (2003): “já que não se fala que Jesus riu, é porque ele não riu, e como os cristãos devem imitá-lo em tudo, não devem rir” (p. 121), uma vez que o riso demonstra o lado fraco do humano, distante do celestial.

O riso é ligado à imperfeição, à corrupção, ao fato de que as criaturas sejam decaídas, que não coincidam com seu modelo, com sua essência ideal. É esse hiato entre a existência e a essência que provoca o riso, essa defasagem permanente entre o que somos e o que deveríamos ser. O riso brota quando vemos esse buraco intransponível, aberto sobre o nada e quando tomamos consciência dele. É a desforra do diabo, que revela ao homem que ele não é nada, que não deve ser seu a si mesmo, que é dependente e que não pode nada, que é grotesco em um universo grotesco (MINOIS, 2003, p. 112).

Uma figura que surge nesse período é o bobo da corte. Esse palhaço dos tempos medievais foi a maneira que os detentores do poder encontraram de se aproveitar do humor em benefício próprio, sem desagradar a igreja. O rei utiliza seu bobo para próprio divertimento, mas este também acumula uma função específica no círculo de poder do trono, função essa que só poderia ser exercida por alguém que utiliza a máscara do humor para transmitir mensagens sem medo, como explica Minois (2003). No século XVI, durante a renascença, o papel do bobo da corte ganha força. O rei Francisco I da França possui um. Isso ajuda a sociedade a pensar no humor de maneira diferente.

Percebe-se que o riso pode constituir uma visão global de mundo, que ele pode ter um valor explicativo e existencial, que pode colocar-se como rival da concepção séria e trágica imposta pelo cristianismo oficial. O riso não é só divertimento, pode ser uma filosofia: eis uma das grandes descobertas da Renascença, que dá ao riso direito de cidadania na grande literatura (MINOIS, 2003, p. 294).

Já século XIX, há uma expansão da democracia, a liberdade de pensamento e uma crítica mais ácida à Igreja, que continua a desvalorizar o riso. Surgem pensadores interessados no assunto: Nietzsche e Freud (apud MINOIS, 2003). O primeiro vê o riso como “um remédio contra a vida”. Sua obra está repleta de menções ao riso, hora de maneira negativa, hora como parte de um todo muito ausente. O pai da psicanálise incorporou o humor nos mecanismos do ego e do subconsciente, uma vez que ele “nos permite atingir o prazer, apesar das dores e das dificuldades que deveriam perturbá-lo; ele suplanta a evolução de seus afetos, coloca-se no lugar deles” (p. 526). Em suma, Freud observou o riso através de sua capacidade de manter o sujeito equilibrado.

[O humor tem] alguma coisa de sublime e de elevado... que se prende, evidentemente, ao triunfo do narcisismo, a invulnerabilidade do eu que se afirma vitoriosamente. O eu recusa-se ao engano, a se deixar esmagar pelo sofrimento imposto pela realidade exterior, recusa-se a admitir que os traumatismos do mundo exterior consigam tocá-lo; mais ainda, ele faz ver que eles até podem causar-lhe prazer (FREUD apud MINOIS, 2003, p. 527).

Outro pensador do riso nesse período foi Boudelaire (apud MINOIS, 2003), autor da obra *Da essência do riso* e da frase “o riso é satânico; logo, é profundamente

humano” (p. 533). Para ele, o cômico é também uma forma de afirmação, um mecanismo que os mais inteligentes utilizam para determinarem sua superioridade em relação aos demais.

Surge o século XX e nele acontece a consagração do que Minois (2003) chamou de “humor universal, padronizado, midiático, comercializado, globalizado” (p. 554). O período é de grandes tragédias, guerras mundiais, exigindo que o humor ocupe a função de escape da dura realidade. O século XX também testemunhou diversos processos ditatoriais, que ameaçaram o riso bem como outras liberdades sociais. A ironia ganha relevância, uma vez que “a elite pode permitir-se ser irônica enquanto o povo continua a girar a máquina. As coisas azedam quando o povo deixa de crer nos valores e se torna irônico, por sua vez” (p. 570-571). Essa adoração da ironia é em parte impulsionada pelo contexto industrial e virtual do final do século XX.

O espírito moderno coincide cada vez menos com o mundo; ele não se “cola” mais ao real; ironiza sobre tudo, porque tudo é virtual, e a fronteira entre o virtual e real está cada vez mais fluida. Assim, a atitude irônica torna-se quase obrigatória – questão de sobrevivência para o espírito humano, que deve destacar-se dessa nova vizinhança, para não ser absorvido por ela (MINOIS, 2003, p. 571).

Por fim, o século XXI testemunha a transformação do riso em mercadoria e no componente da cobrança social da felicidade constante, o que Lipovetsky (apud MINOIS, 2003) chamou de “a sociedade humorística” (p. 593-594). Essa difusão do humor em todos os setores da sociedade, inclusive na política, pode ser observado como um efeito da transformação do riso em mercadoria. O mundo é transformado em uma grande festa e a constante cobrança pela felicidade e pelo festejo torna o humor generalizado e, talvez, sem a essência que carregava em tempos anteriores. Minois (2003) observa essa comercialização do humor presente pois “a sociedade de consumo deve ser uma sociedade eufórica. O homem feliz compra, e o riso é um poderoso argumento de venda” (p. 602).

### **3.2 Faz-me rir**

E como é que o riso alcança sua plenitude como linguagem? Davim (2013) cita três teorias do humor desenvolvidas até o momento que analisam seu efeito no psicológico humano: a Teoria da Superioridade, defendida por Hobbes e Baudelaire (apud DAVIM, 2015), aponta o riso como “movido pelo desprezo diante das falhas alheias, consideradas ‘ridículas’” (p. 22). Freud (apud DAVIM, 2015) desenvolveu a chamada Teoria do Alívio, onde “o riso desencadeia um relaxamento provindo de uma tensão” (p. 22). Por último, a Teoria da Incongruência seria então uma junção das anteriores, onde há “a quebra da expectativa em uma situação padrão” (VEATCH apud DAVIM, p. 22). Attardo (2008) observa essas mesmas teorias, sendo a incongruência e a superioridade referentes aos pensamentos de Platão e Aristóteles, respectivamente.

A incongruência também é descrita por Mayer (apud HMIELOWSKI, HOLBERT e LEE, 2011, tradução nossa) como “pessoas rindo do inesperado ou quando outros apontam inconsistências sociais” (p. 101). Ela funcionaria em duas etapas: na primeira se exige que os indivíduos entendam as normas da sociedade para reconhecerem inconsistências. Essa inconsistência, na segunda forma, “deve cair entre o mundano e o inaceitável. Pessoas não vêm inconsistências que se disperse muito longe em ambas direções como humorístico” (p. 101). Nisso aparece também a política como combustível para o riso, uma vez que “A elite política pode funcionar como inimigo comum, unindo pessoas com ideologias aparentemente desiguais” (p. 102).

No momento da comunicação, o receptor percebe a situação inicial como o padrão de normalidade predominante, mas que está para ser violada. Na sequência, há efetivamente a quebra de expectativa em relação à situação de maior “probabilidade”, que passa a coexistir cognitivamente no mesmo objeto de maneira simultânea com outra situação, de sentido inesperado ou incomum (p.31).

Freud (apud POSSENTI, 2010) aponta três gatilhos que provocam o riso nos chistes. Em todos, o potencial humorístico está no alívio (p. 146). Existe também um componente humorístico na descoberta de similaridades, uma vez que Freud observa prazer no ato de recordar (p. 147). Possenti (2010) aponta, portanto, que a origem do prazer na piada vem da descoberta de seu sentido, pois “o discurso humorístico, nos diversos gêneros textuais em que se materializa, faz apelo a um saber, uma memória” (p. 148). O autor também observa as referências desempenhando um papel importante

em textos humorísticos, que “exploram certos fatos e outros textos, próximos e distantes, e seguem outros procedimentos característicos desse gênero (criam surpresa, mudam de direção, etc.)” (p. 146). Nesse contexto ele observa também o chamado “humor de circunstância”, cuja compreensão necessita de um conhecimento existente a respeito de notícias e outras informações sobre eventos pontuais.

Baumgartner e Morris (apud HOFFMAN, 2015, tradução nossa) lembram que o humor ajuda uma informação a se tornar mais interessante, porém “o humor em si tem um papel persuadindo a audiência” (p. 19). A autora cita o Modelo de Probabilidade de Elaboração (ELM), desenvolvido por Petty e Cacioppo, sugerindo que o humor “torna menos provável que o receptor irá questionar criticamente a mensagem que acompanha, tornando mais provável que o indivíduo irá concordar com a mensagem” (p. 19). Outra maneira do humor persuadir é através do que Raskin (1979) apontou como presente por meio do senso comum.

Parece que certo repertório de estruturas cognitivas é armazenado em nossas mentes assim que o significado das palavras da língua que falamos é internalizada por nós. Essas estruturas cognitivas podem constituir o que é livremente rotulado aqui como “senso comum” e pode representar nosso conhecimento de um número de certos hábitos, processos padrões, situações básicas, etc, ou, em ainda outras palavras, nosso conhecimento sobre o que as pessoas fazem em certas situações, como fazem, em qual ordem, etc (RASKIN, 1979, p. 330, tradução nossa).

Para compreender a ironia, essa faceta essencial do humor, Brait (1996) se baseia nas ideias de três pensadores: Kierkegaard, Jankélévitch e Freud. O primeiro observa a ironia como a “expressão de uma atitude de espírito”, sendo observada no texto através das idiosincrasias e da maneira como os autores declaravam suas opiniões sobre o mundo (p. 43). Jankélévitch via a ironia como “arte de persuadir”, sendo utilizada tanto para a comédia quanto para a tragédia (p. 43). Por fim, Freud observa a ironia pela sua estrutura, que procura expor a contrariedade de uma ideia em um discurso com a ajuda de sinais que alertam o receptor.

Sua essência consiste em dizer que o contrário do que se pretende comunicar a outra pessoa, mas poupando a esta uma réplica contraditória fazendo-lhe entender – pelo tom de voz, por algum gesto simultâneo, ou (onde a escrita

está envolvida) por algumas pequenas indicações estilísticas – que se quer dizer ao contrário do que se diz. A ironia só pode ser empregada quando a outra pessoa está preparada para escutar o oposto, de modo que não possa deixar de sentir uma inclinação ao contradizer. Em consequência dessa contradição a ironia se expõe facilmente ao risco de ser mal-entendida. Proporciona à pessoa que a utiliza a vantagem de capacitar-se prontamente a evitar as dificuldades da expressão direta, por exemplo, no caso das invectivas. Isso produz prazer cômico no ouvinte, provavelmente porque excita nele uma contraditória despesa de energia, reconhecida como desnecessária (FREUD apud BRAIT, 1996, p. 44).

Independente de como surge, esse humor cumpre diferentes papéis, sendo alguns desses os quais foram citados por Hmielowski, Holbert e Lee (2011, tradução nossa) quando afirmam que “rir dos erros dos outros permite que indivíduos sintam-se mais seguros com suas próprias credences e remove inseguranças que eles podem sobre seus próprios comportamentos ou grupo político preferido” (p. 101). Isso tudo depois de um certo repulso inicial a todo conteúdo humorístico que, como lembra Oliveira (2016), “quase sempre resulta em desconsideração da veracidade do próprio texto; que é reputado como uma brincadeira, algo não sério, que não é digno de confiança, um equívoco, mau gosto, má fé, incompetência do articulista ou uma imitação” (p. 4).

Hoffman (2015, tradução nossa) lembra que o humor é utilizado para tornar alguns assuntos mais fáceis de serem compreendidos, mas “não porque o público não é inteligente o suficiente para entender e sim porque nenhum cidadão comum dispõe de horas e horas para ler e desmembrar documentos governamentais” (p. 16). Esse “serviço” prestado com a ajuda do humor se faz fundamental, uma vez que ajuda no acesso “pessoas que não estariam envolvidas no debate político e então participam. Participação é necessária para uma democracia saudável” (p.6).

A sátira, outra faceta do humor, já mencionada no recorte histórico acima, pode ser observada aplicada no entretenimento em exemplos como *The Daily Show* e *Last Week Tonight*, programas do gênero “sátira política” exibidos nos EUA. A aplicação humorística aqui exerce uma função instigante, onde a “sátira, através da sua ironia, complica e problematiza a maneira como vemos as coisas e, a partir daí, pode desafiar telespectadores” (COLLETA apud HOFFMAN, 2015, p. 18, tradução nossa). No caso do *The Daily Show*, a faceta do humor mais presente é a paródia, que surge da tentativa de copiar algo, no caso do exemplo aqui discutido, o telejornalismo. Warner (2007, tradução nossa) lembra que essa paródia se trata de “uma cópia, mas uma cópia que foi



estrategicamente alterada para destacar ‘pontos de influência’ política: erros factuais, contradições lógicas e incompatibilidades nas mensagens de marca política dominante e da mídia que as dissemina” (p. 24). Aproveitando o exemplo, Boler e Turpin (2008, tradução nossa) apontam que “a ironia, sátira e paródia de *The Daily Show* [...] oferece uma verificação de realidade e também mantém apelo através de suas francas admissões de cumplicidade, que aparecem em rígido contraste com a assumida relação das mídias noticiosas corporativas com ‘verdades’” (p. 390).

### 3.3 A era do infotenimento

É impossível falar de comunicação e humor, bem como de boa parte das produções culturais atuais, sem esbarrar no conceito de infotenimento. Fruto do que Dejavite (2006) chamou de “sociedade da informação”, o INFOtenimento<sup>1</sup> seria, de maneira objetiva, “aquele conteúdo editorial que fornece informação e diversão ao leitor e, ao mesmo tempo, constitui uma prestação de serviço” (p. 15). Ele surge a partir do consentimento de que a informação deixou de ser apenas uma obrigação cívica social para se tornar lazer. E como todo lazer social, ele é tido como mercadoria em um contexto que Bell e Castells (apud DEJAVITE, 2006) chamaram de sociedades “pós-industrial” e “informacional”, respectivamente.

Essa mudança mexe com o *core* do jornalismo, que, de acordo com Dejavite (2006), inicialmente não admite “o papel de divertir dos meios de comunicação” (p. 14), vendo isso como uma tentativa de alienar o receptor de editorias tradicionais e, portanto, consideradas nobres, como economia e política. De qualquer maneira, está instaurada uma nova exigência da audiência, lembrando que, assim como os meios de comunicação alteram suas prioridades frente a tais mudanças, eles também contribuíram para a situação que agora enfrentam, através do incentivo aos prazeres da vida, seja através de conteúdo editorial ou publicidade.

---

<sup>1</sup> O termo é apresentado aqui dessa forma pois assim se encontra na obra de Dejavite (2006) sobre o assunto.



O receptor (com seus novos princípios de receber a informação) exige que a notícia na atualidade – independente do meio em que estiver inserida – informe, distraia e também lhe traga uma formação sobre o assunto publicado. Esse tipo de conteúdo tem sido denominado de notícia light. Se as informações jornalísticas não tiverem essas características, não vão chamar a atenção da audiência. Por isso, mais do que um mero produto, tornam-se um importante serviço (DEJAVITE, 2006, p. 68).

E como o entretenimento é visto nessa situação? Dejavite (2006) cita quatro conceitos, sendo um deles o que apresenta o ato de entreter como “tudo aquilo que diverte, que distrai e que promove a recreação” (p. 41). Para a autora, o entretenimento, além do objetivo de divertir, também serve como um alívio para as tensões existenciais do indivíduo e pode ser empregado, de maneira menos positiva “como um instrumento de manipulação e alienação, em prol de determinadas ideologias” (p. 50). Essas ideias que analisam a aplicação do entretenimento na cultura são debatidas desde a segunda metade do século XX. Inicialmente surge a corrente de Gabler (apud DEJAVITE, 2006), que observava o entretenimento abrindo as fronteiras entre ficção e realidade, passando pela “teoria dos usos e gratificações”, onde “o receptor recorre aos meios de comunicação para fugir das rotinas mundanas, dos problemas e das frustrações da vida real, liberando as emoções interiorizadas” (p. 54), até ideias mais positivistas como a de Dumazédier (apud DEJAVITE, 2006) e sua crença de um lazer preenchido com informações e educação, no que chamou de “autoformação permanente” (p. 49). No final das contas, entre os apoiadores e adversários do infotenimento, está o jornalista e sua dúvida na hora de agradar o leitor, cuja resposta vem de Kovach e Rosentiel (apud DEJAVITE, 2006), demonstrando que “a maioria das pessoas querem ambos” (p. 69).

Talvez a melhor caracterização do infotenimento apareça por meio de Garrison (apud DEJAVITE, 2006), que vê o infotenimento presente no *feature*, gênero jornalístico que “aprofunda o assunto, busca uma dimensão atemporal e define-se pela forma, não necessariamente pelo assunto tratado” (p. 88). Outra ressalva a respeito da caracterização do assunto vem de Gomes (2009), considerando que “rigorosamente, *infotainment* não é um conceito” (p. 202) e ressaltando seu acolhimento “não só informação e entretenimento, mas também realidade e ficção” (p. 204). A autora também conclui que o “*infotainment* designa uma das principais estratégias comunicativas, aquela que se traduz por contar uma história que seja suficientemente excitante ou dramática para atrair telespectadores” (p. 204). Nesse cenário, portanto, o

infotimento é um fenômeno que se alimenta de diferentes partes de formatos para criar um todo diferente.

O entretenimento se aproxima do jornalismo através de ideias como a de Aguiar (2008), que considera o infotimento “como um valor-notícia fundamental para que um acontecimento possa adquirir os requisitos necessários para ser construído enquanto narrativa jornalística” (p. 14). De maneira mais incisiva, Luiz Amaral (apud AGUIAR, 2008) aponta o entretenimento como uma das “quatro funções da imprensa” junto de “política, econômico-social e educativa” (p. 14). Delli Carpini e Williams (apud HOFFMAN, 2015, tradução nossa) também partilham da ideia do entretenimento muito próximo ao jornalismo, longe de serem opostos, uma vez que a “mídia de entretenimento recorrentemente oferece informação factual, estimula o debate político e social e critica o governo, enquanto a mídia de interesse público é muitas vezes diversionária, sem contexto e politicamente irrelevante” (p. 5).

### 3.4 Hipertelevisão

Uma vez que o objeto aqui estudado, *Full Frontal with Samantha Bee*, não divulga seu gênero através de seus meios de comunicação, buscamos indicações em outros espaços dedicados à discussão da televisão. O *Internet Movie Database* (IMDb) oferece, em sua página na internet, três gêneros para o programa: comédia, notícia e *talk-show*<sup>2</sup>. A Academia de Artes e Ciências da Televisão (ATAS), responsável pelo *Primetime Emmy Awards*, em sua edição de 2017, indicou o programa na categoria *Outstanding Variety Talk Series*<sup>3</sup>.

Já que não contamos com o apoio do objeto, podemos procurar sintomas do programa em gêneros e formatos tradicionais. No que Souza (2005) compreende como *talk show*, por exemplo, podemos identificar um elemento utilizado por *Full Frontal*: a plateia. O autor aponta que o “auditório é frequentemente utilizado no *talk show* para aumentar o clima de descontração” (p. 137-138). Esse mesmo gênero encontra-se próximo de outro: entrevista, que o autor compreende na categoria “Informação”. A

---

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://imdb.to/2zLZEXC>>. Acesso em: 14 set. 2017.

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://bit.ly/2zIE1HX>>. Acesso em: 14 set. 2017.

diferença estaria no enquadramento, uma vez que “no gênero entrevista, o entrevistado é o foco” (p. 147).

Hmielowski, Holbert & Lee (2011, p. 99, tradução nossa) trazem outra perspectiva sobre a diferença entre *talk show* e outros gêneros da televisão, como a sátira política, usando como exemplo *The Daily Show* (já citado no presente trabalho) e *The Colbert Report* exibidos pelo canal *Comedy Central*, sendo este primeiro o local de trabalho da âncora e da diretora de *Full Frontal*. Para eles, a diferença entre um programa de entrevistas como os já extintos produtos apresentados por Jay Leno e David Letterman e os exemplos do *Comedy Central* está na quantidade de assuntos políticos tratados. Ainda sobre *The Daily Show*, Boler e Turpin (2008, tradução nossa) apontam detalhes do formato do programa semelhantes aos encontrados em *Full Frontal*, como “clipes de notícias reais da mídia popular – geralmente sobre a política de Washington D.C. – com o comentário satírico e irônico [...] sobre a representação da mídia bem como sobre as ações e discursos de políticos” (p. 387).

Essas características apresentadas pelos exemplos citados acima são vistos de maneira positiva por Jones e Baym (2010, tradução nossa), que observam neles então “um poderoso, emergente tipo de jornalismo que tem o potencial para revigorar o telejornalismo” (p. 281). Tenenboim-Weinblatt (2009, tradução nossa) também observa esses formato, através da produção de outros autores, “como uma nova forma de jornalismo político, uma que melhor atende as necessidades e características dos cidadãos contemporâneos, e que compensa algumas das falhas do jornalismo de massa” (p. 417).

Ou seja, para discutir as categorizações do formato apresentado por *Full Frontal with Samantha Bee* é fundamental lembrar que, em um período de hibridação da televisão e da comunicação como um todo, os limites entre gêneros são suspensos em nome de uma experiência completa na televisão. Utilizando dois exemplos citados acima (*The Daily Show* e *The Colbert Report*), Jones e Baym (2010, tradução nossa) já observam esse formato de programação como “epítome da mídia pós-moderna, marcada pela hibridez do cruzamento de divisas” (p. 281).

Esse contexto de mistura de gêneros na mídia pós-moderna foi compreendido por Scolari (apud ANGELUCI e CASTRO, 2009) como “hipertelevisão”. O termo surge do histórico de estudos da “paleotelevisão e neotelevisão desenvolvidos por Eco

[...] e Casseti e Odin.” (p. 8), onde “o primeiro propõe-se a representação da realidade contando-a as audiências com uma atitude pedagógica” e o segundo “substitui esta aproximação didática por um processo de construção da realidade” (p. 8).

De maneira mais objetiva, Angeluci e Castro (2009) observam a presença da hipertelevsão na TV digital e sua didática horizontal. Já Loureiro (2008) identifica a hipertelevsão também na maneira com as séries de ficção e noticiários incorporaram características próprias do consumo da internet, como “a fragmentação do ecrã, a ruptura da linearidade narrativa, a intertextualidade desenfreada e o ritmo acelerado de montagem” (p. 330).

Assim como a hipertelevsão apresenta características sociais que a moldaram, ela também exige do telespectador determinado comportamento para que a experiência deste seja plena. Scolari (apud Loureiro, 2008) afirma que “a hipertelevsão necessita de um consumidor formado tanto na cultura do *zapping* – característica da neotelevsão – como na dos videogames e das experiências de navegação hipertextual” (p. 330). Para Silva e Alves (2016), essa experiência com a hipertextualidade leva o telespectador a abraçar o conceito de “*multitela*”, onde, ao mesmo tempo em que vê TV, “ele também consome um conteúdo convergente no celular, computador ou *tablet*; e da interação” (p. 4). É possível também observar o infotimento, já debatido aqui, na hipertelevsão: Tárzia (2016) observa, através de Scolari, que os gêneros presentes na televisão “se confundiram ainda mais e ‘o informativo terminou por diluir-se no ficcional dos *reality shows* ou, diríamos, no universo de entretenimento dos esportes” (p. 18).

Portanto, seria inútil procurar aqui qual formato de programação televisiva melhor compreende as características do objeto quando a ideia em vigor no fazer comunicação é a liberdade e a mistura de gêneros. *Full Frontal with Samantha Bee* é um produto de seu tempo: um tempo de convergência. Autores como Santaella (2005) ajudam a compreender e aceitar essa convergência, apontando para aspectos como a natureza intersemiótica dos meios de massa, que tem por objetivo “tomar rumos que, não obstante as diferenças, dirijam-se para a ocupação de territórios comuns” (p. 7). Territórios esses que desempenham um papel fundamental para os meios de massa: “a facilitação da comunicação” (p. 12). Uma vez em paz com as regras da produção em televisão, partimos para o entendimento do fenômeno.

## 4. FULL FRONTAL E SEUS COMPONENTES

### 4.1 Âncora e a opinião na televisão

Um aspecto importante a ser considerado no presente trabalho é a presença do (a) âncora que, no objeto de estudo, dá nome ao programa. Entretanto, antes de apresentá-la é preciso entender a origem do termo. De acordo com Ramos (2014), a âncora “é um instrumento, com peso e formato adequados, para fixar as embarcações dentro da água, concedendo-lhes estabilidade. Em termos simbólicos [...] caracteriza a base, a firmeza, a solidez. Pode, ainda, emblematizar a credibilidade, a segurança e a fidelidade” (p. 11). E essa “prática de ancoragem” não é presente somente na televisão, sendo um artifício do jornalismo que utiliza em nome de facilitar a do receptor. Seja no telejornalismo ou no infotainment, o papel desempenhado pelo (a) âncora vem de uma construção que começou nos Estados Unidos no período pós-segunda guerra mundial. Inicialmente apenas reproduzindo as notícias, o (a) âncora foi ganhando mais responsabilidades diante da produção e veiculação de informações na televisão. Squirra (1993) lembra que os âncoras passaram a ocupar o cargo de editor-chefe, que é “aquela pessoa que orienta os temas a serem cobertos; que os seleciona e determina sua duração; que elimina assuntos; que inclui novas abordagens e que redireciona o texto na hora da introdução dos assuntos no estúdio” (p. 67). Como consequência, o (a) jornalista âncora, agora também editor(a)-chefe, passou a ganhar a confiança e o respeito da audiência, uma vez que se tornou o (a) principal informante para uma população de milhões.

Squirra (1993) acompanhou o surgimento e a consagração do (a) âncora no exterior até a chegada desse conceito no Brasil. Apesar de ser o pioneiro em transmissões televisivas na América Latina, o Brasil veio a conhecer alguém com as características do âncora norte-americano somente na década de 1980, com Boris Casoy. O surgimento do modelo no Brasil também gerou uma adaptação e uma mudança aparente em relação ao original: a emissão de opiniões, veiculadas “na forma de comentários, sobre assuntos escolhidos pelo âncora dentro do telejornal” (p. 179). Lembrando que, como os âncoras norte-americanos também exercem a função de

editor-chefe de seus respectivos telejornais, a opinião sempre esteve presente, direta ou indiretamente, na produção de um telejornal ancorado.

Em *Full Frontal with Samantha Bee*, quem ocupa a função de âncora tem como uma de suas marcas a opinião, presente em todo o conteúdo do programa. Quem ajuda a entender a aplicação da opinião no jornalismo é Marques de Melo (2003), através dos oito formatos presentes no gênero. Seguindo o formato citado por Squirra (1993), vamos de encontro com o “comentário” que, para Marques de Melo (2003), no jornalismo impresso, se trata de um formato que “explica as notícias, seu alcance, suas circunstâncias, suas consequências. Nem sempre o comentarista emite uma opinião explícita. Seu julgamento é percebido pelo raciocínio que utiliza, pelos rumos da sua argumentação” (p. 115). Marques de Melo (2003) é citado por Rezende (2000) como fonte para os formatos opinativos presentes no telejornalismo: editorial, comentário e crônica. O primeiro se apresenta como expressão da “opinião da emissora sobre uma determinada questão” (p. 158). O comentário seria o momento em que um especialista “faz uma análise, uma interpretação de fatos do cotidiano, [...] orienta o público” (p. 158). Por fim, a crônica para Rezende (2000) “vai além da avaliação jornalística do real”, onde “o cronista projeta para a audiência uma visão lírica ou irônica que tem do detalhe de algum acontecimento ou questão” (p. 159).

#### **4.2 Reportagem e entrevista**

Presente em ao menos um dos quatro blocos semanais de *Full Frontal with Samantha Bee*, as reportagens ou *field pieces* são produtos que focam em um assunto em ascensão e procuram aprofundá-lo ao telespectador ou procurar respostas, cumprindo papéis da reportagem para televisão que Carvalho et. al. (2015) caracterizou. O que o autor chama de “reportagem especial” abordaria temas não necessariamente inéditos, pois “o que precisa ser novo é o olhar sobre aquele fato” (p. 27) e “os personagens devem ser os mais representativos em relação à história que queremos contar, assim como as fontes oficiais” (p. 33). Quanto ao formato, a reportagem pode vir acompanhada de “algumas ferramentas presentes nos documentários” (p. 21). As características da reportagem também são exploradas por Charaudeau (2015).

A explicação caracteriza-se pela possibilidade de determinar o porquê dos fatos, o que os motivou, as intenções e a finalidade daqueles que foram os protagonistas. O ideal de uma boa explicação consiste em poder remontar à origem dos fatos: a verdade de ordem epistêmica se confunde aqui com o conhecimento original. Os meios discursivos utilizados para entrar nesse imaginário remetem ao procedimento de elucidação, que diz: “eis porque as coisas são assim”. Daí recorrer-se não só à palavra de especialistas, peritos e intelectuais, que são considerados capazes de trazer provas científicas e técnicas, como também, numa outra perspectiva, a uma exposição de opiniões diversas, através de entrevistas, interrogatórios, confrontos e debates, de modo a fazer surgir uma verdade consensual (CHARAUDEAU, 2015, p. 56).

Charaudeau (2015) expande sua compreensão do papel do repórter não somente junto à reportagem, mas também na divulgação de informações em geral, sendo um de seus papéis “comentar o porquê e o como dos acontecimentos relatados por análises e pontos de vista diversos mais ou menos especializados e justificar eventualmente seus próprios posicionamentos” (p. 150-151). O repórter e o próprio meio de comunicação também podem utilizar esse espaço proporcionado pela reportagem em nome do diálogo.

Voltando ao formato apresentado em *Full Frontal with Samantha Bee*, os *field pieces* mencionados acima também costumam apresentar entrevistas realizadas pela âncora Samantha Bee ou um dos “correspondentes” do programa. Na procura por conceitos de entrevistas, surge novamente Charaudeau (2015) e seus cinco tipos de entrevistas, sendo as mais próximas do objeto as entrevistas “política” e “de especialista”, onde, na primeira, “o entrevistador, [...] tenta tirar do convidado o máximo de informações e fazer aparecer as intenções ocultas deste, com o auxílio de um jogo de questionamento sutil alternando, ou misturando, falsa inocência, falsa cumplicidade, provocação, e trazendo à luz as posições contraditórias do convidado” (p. 215). Já a segunda forma de entrevista apresenta um especialista que “é convidado para responder a questões técnicas, esclarecer um problema, orientar o debate público sobre o tema tratado [...]. O apresentador representa então o papel do questionador ingênuo, como se ocupasse o lugar do cidadão de base, de tradutor” (p. 215).



### 4.3 *Full Frontal with Samantha Bee*

Presente na programação do canal de televisão americano por assinatura TBS desde fevereiro de 2016, *Full Frontal with Samantha Bee* carrega no título o nome de sua âncora, a comediantes canadense Samantha Bee. Samantha não possui diploma de jornalismo ou comunicação social. A humorista possui experiência com teatro, conforme relatos de sua autobiografia *I Know I Am, But What Are You?*, publicada em 2010. Samantha ganhou reconhecimento nacional nos EUA e experiência com informação como correspondente no programa de sátira política *The Daily Show*, exibido pelo canal *Comedy Central*, entre 2003 e 2015. Apesar de não possuir filiação partidária, Samantha é considerada uma das vozes liberais mais ativas nos Estados Unidos, se posicionando em apoio a causas feministas e outras agendas progressivas.

O programa possui trinta minutos de duração, sendo 21 minutos de arte – conteúdo original produzido pelo programa, excluindo o espaço para comerciais –, divididos em quatro blocos, sendo os dois primeiros compostos por monólogos apresentados por Samantha, em pé no palco, diante de uma plateia. Cada monólogo possui título e assunto específico, onde os comentários da apresentadora são costurados por clipes de vídeo e outras interferências realizadas nos três telões que fazem parte do cenário. O terceiro bloco é composto pelo chamado *field piece*, uma reportagem “à campo” já mencionada aqui. O último bloco é reservado para alguma informação extra: atualização de informações presentes em episódios anteriores, incentivo à doação para organizações envolvidas com assuntos apoiados pelo programa, etc. Durante a primeira temporada (2016-2017), *Full Frontal with Samantha Bee* era exibido nas segundas-feiras, às 22h00 (GMT -5). Atualmente, o programa permanece no mesmo horário, porém é exibido nas quartas-feiras. É possível também assistir ao conteúdo do programa em vídeos disponíveis em seu canal no YouTube<sup>4</sup>, que também disponibiliza materiais inéditos na *playlist* “*Web Exclusives*”<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> Disponível em: <<http://bit.ly/1RIXgE3>>. Acesso em: 08 nov. 2017.

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://bit.ly/2AuLN5M>>. Acesso em: 08 nov. 2017.



## 5. METODOLOGIA E ANÁLISE

Para o presente estudo, adotou-se a Metodologia de Análise de Telejornalismo do Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo, sob coordenação de Itania Gomes, trabalhando modos de endereçamento e seus respectivos operadores. O surgimento da metodologia dos modos de endereçamento, segundo Gomes (2011), está na análise fílmica, tendo sido, a partir dos anos 1980, adaptada para programas de televisão. Em conceito, “modo de endereçamento é aquilo que é característico das formas e práticas comunicativas específicas de um programa, diz respeito ao modo como um programa específico tenta estabelecer uma forma particular de relação com sua audiência” (p. 33). A autora expande a conceituação da metodologia a partir de outros autores.

A análise do modo de endereçamento associada ao conceito de gênero televisivo deve nos possibilitar entender quais são os formatos e as práticas de recepção solicitadas e historicamente construídas pelos programas jornalísticos televisivos. Na nossa perspectiva, o conceito de modo de endereçamento tem sido apropriado para ajudar a pensar como um determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um estilo, que o identifica e que o diferencia dos demais (MORLEY e BRUNSDON apud GOMES, 2011, p. 33).

O modo de endereçamento não diz respeito somente ao formato apresentado pelo programa, mas também envolve a orientação do telespectador. Assim, Gomes (2011) adota o método “naquilo que ele nos diz, duplamente, da orientação de um programa para o seu receptor e de um modo de dizer específico; da relação de interdependência entre emissores e receptores na construção do sentido de um produto televisivo e do seu estilo” (p. 36). No que diz respeito ao telejornalismo, leva-se em contra “a articulação entre estrutura de sentimento, gênero televisivo e modo de endereçamento” (p. 36). A junção desses conceitos proporciona uma “análise que faculte a consideração de um produto midiático a partir da sua vinculação com a história e com o contexto, sem abrir mão da análise concreta dos programas” (p. 36-37).

A aplicação do método, segundo Gomes (2011), deve levar em conta tanto elementos da linguagem televisiva quanto elementos verbais, buscando “nos levar ao que é específico da linguagem televisiva, tal como construída num determinado

programa e, conseqüentemente, tal como socialmente partilhado pela audiência” (p. 37). A simples descrição de elementos semióticos não seria capaz de compreender a “configuração do modo de endereçamento” (p. 37). Assim surgem os operadores de análise, sendo “importante tomar em conta que o objetivo de análise não deve ser descrever ou interpretar cada um dos operadores isoladamente, mas, através dos operadores, acessar o modo de endereçamento de um programa específico” (p. 38). Portanto, dos operadores apresentados pela metodologia, adotam-se os seguintes para a presente pesquisa: mediador, recursos da linguagem televisiva, pactos sobre o papel do jornalismo, relação com as fontes de informação e texto verbal.

O primeiro dos operadores, o mediador, onde é analisado “quem são os apresentadores, como se posicionam diante das câmeras e, portanto, como se posicionam para o telespectador” (p. 38), lembrando que se deve levar em conta a bagagem desse mediador, como é visto pela audiência através da reputação que carrega, uma vez que “os programas constroem a credibilidade dos seus profissionais e legitimam os papéis por eles desempenhados” (p. 38). A *performance* do mediador também é levada em conta aqui, portanto “adotaremos como ferramenta para observação do texto verbal dos mediadores as estratégias narrativas e argumentativas desenvolvidas” (p. 39). Outro operador, os recursos da linguagem televisiva, refere-se ao que Gomes (2005, p. 5) cita como a “utilização dos recursos de filmagem, edição e montagem de imagem e de som”, ou seja, os elementos audiovisuais presentes no objeto.

O pacto sobre o papel do jornalismo, como o nome já diz, surge dos acordos sociais construídos através do tempo que ditam os valores e deveres do jornalismo e como o receptor deve esperar receber esse contato. Para tanto, é preciso analisar como o programa adota valores e normas do campo jornalístico, em termos mais específicos, “como lida com as noções de objetividade, imparcialidade, factualidade, interesse público, responsabilidade social, liberdade de expressão e de opinião, atualidade, quarto poder, como lida com as ideias de verdade, pertinência e relevância da notícia, com quais valores-notícia de referência opera” (p. 39). Nisso também entram recursos técnicos, modo de exibição, cenário, “os formatos de apresentação da notícia” (p. 40), e

os “quadros narrativos construídos pelo programa para ‘emoldurar’ suas construções noticiosas” (p. 40), aqui chamados de *frames*<sup>6</sup>.

Quando Gomes (2005) fala da “relação com as fontes de informação” (p. 05) do objeto, fala-se da dupla de fontes usadas em produtos televisivos de informação: autoridade/especialista e cidadão comum. No primeiro caso temos uma fonte “tratada de modo a transferir sua credibilidade para o programa, através do recurso à voz autorizada” (p. 05). Já o cidadão comum como fonte aparece de três maneiras: quando ele é afetado pelas notícias; quando ele próprio se transforma em notícia, seja nos *fait divers*<sup>7</sup>, seja nas humanizações do relato; quando ele autentica a cobertura noticiosa e é tratado como *vox populi*<sup>8</sup>” (p. 05).

Outro operador aqui presente, o texto verbal, uma vez analisado, “revela as estratégias empregadas pelos mediadores para construir as notícias, interpelar diretamente a audiência e construir credibilidade” (p. 06). Por último, a organização temática citada por Gomes (2011) ajuda a compreender melhor produções televisivas que são partes de nichos, caso de, entre outros, “programas esportivos, programas culturais, programas ecológicos” (p. 40). A análise nesse operador se dá a partir de “como a temática é abordada e como se articula aos outros operadores de análise” (p. 40).

Uma vez aplicada a análise, é papel do analista “compreender como especificidades e regularidades configuradas pelo gênero televisivo se realizam em cada programa concreto” (p. 41). Também se faz necessária uma contextualização, que “deve ter como objetivo compreender o programa como produto cultural específico, enquanto conjunto de estratégias histórica, econômica, cultural, ideológica e socialmente marcadas” (p. 41-42). Faz-se necessário também uma leitura do objeto em relação ao seu comprometimento e atualização de “valores e normas que configuram o jornalismo e as expectativas sociais sobre o jornalismo” (p. 42).

---

<sup>6</sup> Termo da língua inglesa cuja tradução livre seria “moldura”, aqui tratado como “quadros narrativos construídos pelo programa para ‘emoldurar suas construções noticiosas’ segundo Gomes (2011, p. 40).

<sup>7</sup> Expressão francesa que “designa, em sua generalidade, a informação sensacionalista” (BARTHES apud RAMOS, 2001).

<sup>8</sup> “Adágio que atribui inspiração divina às manifestações instintivas do sentimento popular” em Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2013, <<http://bit.ly/2zKIw4O>>. Acesso em: 02 out. 2017.

## 5.1 Corpus da análise

Para tanto, foram definidos dois episódios de Full Frontal with Samantha Bee para serem submetidos à análise: o episódio nº 1, presente na primeira temporada do programa, exibido em 08 de fevereiro de 2016, e o episódio nº 40, presente na segunda temporada e exibido em 15 de fevereiro de 2017. O recorte foi assim determinado buscando levar em conta as diferenças entre a primeira e a segunda temporada do programa, bem como utilizar episódios exibidos antes e depois da 58ª eleição presidencial dos Estados Unidos da América, realizada em 08 de novembro de 2016. A discriminação do *corpus* da pesquisa está presente nas tabelas a seguir:

Tabela nº 1: corpus da análise, episódio da 1ª temporada

Nº episódio	Temporada	Data de exibição	Audiência EUA
01	01	08/02/2016	2.16 Milhões <sup>9</sup>
Bloco #1 “ <i>New Hampshire Primary</i> ”			
Bloco #2 “ <i>A Modesty Proposal</i> ”			
Bloco #3 “ <i>A Jeb in Winter</i> ”			
Bloco #4 Agradecimentos			

Tabela nº 2: corpus da análise, episódio da 2ª temporada

Nº episódio	Temporada	Data de exibição	Audiência EUA
40	02	15/02/2017	1.1440 Milhões <sup>10</sup>
Bloco #1 “ <i>The Great Unchecked Legislative Fuckfest of 2017</i> ”			
Bloco #2 “ <i>Paul Ryan: Portrait in Courage</i> ”			
Bloco #3 “ <i>We're Still Not There: A Practical Guide to Resistance</i> ”			
Bloco #4 “ <i>A Break from the Apocalypse</i> ”			

<sup>9</sup> Informação divulgada pela revista *Variety* em sua página na internet. Disponível em: <<http://bit.ly/2iqYfvL>>. Acesso em: 17 nov. 2017.

<sup>10</sup> Informação divulgada pelo portal *ShowBuzzDaily*. Disponível em: <<http://bit.ly/2zbi930>>. Acesso em: 17 nov. 2017.

## 5.2 Análise episódio 01

Iniciamos a análise do objeto pelo episódio nº 1 de *Full Frontal with Samantha Bee*, exibido originalmente em 08 de fevereiro de 2016. A descrição do episódio está separada de acordo com os operadores da metodologia aplicados aqui: mediador, pactos sobre o papel do jornalismo, relação com as fontes de informação, texto verbal e organização temática. Todos os vídeos analisados estavam disponíveis no canal do programa no YouTube<sup>11</sup> até a publicação desta pesquisa.

### 5.2.1 Mediador

Samantha Bee inicia a apresentação da primeira edição do programa sob aplausos da plateia, demonstrando a confiança e o respeito da audiência, atribuídos aqui à âncora e mencionados por Squirra (1993). Durante o primeiro bloco, Samantha faz considerações a respeito dos debates Democrata e Republicano realizados anteriormente à eleição primária do estado de New Hampshire. Seus comentários variam de formato. Por exemplo: após exibido um clipe de vídeo do então pré-candidato republicano Ted Cruz fazendo um agradecimento religioso sobre sua vitória em Iowa, Samantha procura causar o riso com o suporte de adereços, e quando a câmera corta para o palco, ela aparece manuseando uma corda para enforcamento. Sob forte riso da plateia, ela demonstra surpresa enquanto confessa para a câmera: “eu termino isso depois”. Essa encenação causa alívio no telespectador através do riso, seguindo a teoria de Freud (apud POSSENTI, 2010). Outro artifício utilizado por Samantha é a paródia, citada anteriormente por Werner (2007). Ainda no primeiro bloco, ela finge a continuação de uma entrevista entre a esposa de Ted Cruz e uma jornalista da CNN, interpretando a primeira e afirmando: “não é culpa dele, Dana. Meu marido têm câncer da personalidade - estágio cinco”. Essa performance de Samantha segue o mesmo caráter da sátira praticada por Lucilius (apud MINOIS, 2003), aplicada para questionar aqueles no poder, no caso atual, aqueles que estão em disputa pelo poder.

---

<sup>11</sup> Disponível em: <<http://bit.ly/2zO64Dj>>. Acesso em: 16 nov. 2017.

**Figura 1:** Samantha Bee e sua corda de força feita à mão.



**Fonte:** reprodução TBS.

Samantha também demonstra suas visões políticas durante seus monólogos, que apresentam características do “comentário” citadas por Marques de Melo (2003) e Rezende (2000) e baseando suas opiniões no senso comum descrito por Raskim (1979). Ainda no primeiro bloco, respondendo a acusação do pré-candidato republicano Marco Rubio à Hillary Clinton sobre sua posição na legalização do aborto “até a data de nascimento da criança”, Samantha responde inicialmente com um sincero “essa foi literalmente a coisa mais idiota que já ouvi” e, em seguida, tenta racionalizar o comentário: “remover um bebê na data de nascimento não é um aborto, se chama ‘cesárea’, garantindo assim um sentimento de superioridade aos que concordam com ela, seguindo a teoria de Hobbes e Baudelaire (apud DAVIM, 2015, p. 22). A agenda feminista volta ser foco da âncora no bloco seguinte, em que comenta sobre o projeto de lei do senador estadual do Kansas, Mitch Holmes, que implantaria um código de vestimenta apenas para as mulheres que trabalham naquele senado. Aqui observamos a maneira como Samantha troca o tom da conversa em questão de segundos. Inicialmente, respondendo à posição do senador, Samantha utiliza um trecho do clipe de “*If I Could Turn Back Time*” de Cher, em que a artista se apresenta seminua para um público de marinheiros, seguido por seu comentário irônico: “olha como nós [mulheres] nos vestimos para testemunhar em uma CPI sobre gastos com defesa... Meu Deus, isso é tão inapropriado! Nós somos vadias”. Aqui a ironia apresenta sua característica de básica de significar o contrário do que a mensagem diz, seguindo o conceito de Sócrates (apud

BRAIT, 1996). Em seguida, Samantha emenda uma desculpa caso tenha sido mal entendida: “você não Cher. Te amo, venha para o nosso show”.

No mesmo bloco, Samantha apresenta sua crítica mais incisiva: “eu não tentaria regular sua gravata pintada com dedos ou seus pelos faciais infantis. E se eu ficar distraída imaginando se essa mancha amarela ao redor da sua boca é *whiskas* ou a persistente impressão de um buraco de masturbação, esse é meu problema”. A aplicação de tal crítica tem como foco novamente a superioridade proporcionada pelo humor. Já no quarto e último bloco do episódio, enquanto se despede, Samantha aparece em meio à plateia, citando agradecimentos e convidando o público para acompanhar o próximo episódio, na semana seguinte, seguindo a ideia de proximidade que a televisão busca ter de seus telespectadores, citada aqui por Sodré (1984).

### 5.2.2 Pactos sobre o papel do jornalismo

Em suas considerações sobre o operador, Gomes (2005, p. 4) cita aspectos como: valores-notícia, responsabilidade social, direito público à informação e liberdade de expressão e de opinião. Durante o episódio analisado, observamos todos os aspectos supracitados. Para determinar a presença do primeiro, utilizamos a tabela de valores-notícia de Moreira (2006). Observamos aqui os seguintes valores-notícia: “notoriedade dos agentes”, “incomum, insólito, irregular” e “conflito”. O primeiro se apresenta no bloco de início, que trata da corrida presidencial norte-americana de 2016. O segundo é observado também durante o primeiro bloco, quando Samantha comenta o episódio em que dois pré-candidatos ficam parados, sem motivo aparente, no caminho até o palco onde acontecia o debate republicano da ABC. Por último, a controvérsia é aparente no segmento “Uma Proposta Modesta”, dedicado ao polêmico código de vestimenta do senador Mitch Holmes.

A responsabilidade social pode ser observada na postura que Samantha cobra de ocupantes de cargos públicos e candidatos ao cargo mais alto da democracia americana: a presidência. O direito público à informação é defendido pela âncora no segundo bloco, quando Samantha leva a conhecimento nacional dos telespectadores a proposta polêmica do senador Mitch Holmes, informação que inicialmente seria discutida apenas no estado do Kansas, bem como cinco legislações estaduais de autoria do senador. Por último, a liberdade de expressão e opinião é detectada no episódio aqui discutido



novamente no segundo bloco, quando Samantha defende seu direito de opinar a respeito da aparência do senador.

### 5.2.3 Relação com as fontes de informação

Inserido nos dois tipos elementares definidos por Gomes (2005), a autoridade/o especialista e o cidadão comum, a relação de *Full Frontal with Samantha Bee* com as fontes é melhor observada no terceiro bloco, durante o *field piece*. Ao todo dez cidadãos comuns são ouvidos pela reportagem, bem como um especialista: Scott Conroy<sup>12</sup>, colaborador político do *Huffpost*, na busca por fontes que possam explicar a situação como definido por Charaudeau (2015). Com relação às demais fontes, Samantha também utiliza, no segundo bloco, a reportagem de um telejornal local do Kansas para apresentar a proposta do Sen. Mitch Holmes, bem como outros trechos de imagens veiculadas por canais de notícias.

### 5.2.4 Texto Verbal

Outro destaque do texto de Samantha Bee são as referências, elemento comum em piadas como citado por Possenti (2010). Seja sua ligação com a cultura pop ou o universo político vigente, essas referências reforçam os aspectos de hipertextualidade de Scolari (apud Silva e Alves, 2016) e a necessidade de um público bem informado citada por Hoffman (2015).

Durante o primeiro bloco, a âncora faz uma piada sobre a declaração do pré-candidato democrata Bernie Sanders, durante uma entrevista para Anderson Cooper da CNN, sobre o carro popular que possui, adicionando às características do carro o “fato” dele não possuir “nenhum motor, porque motores são para aquele 1%”, uma referência ao tradicional discurso do candidato sobre a desigualdade social do país, onde “aquele 1% no topo possui a mesma riqueza daqueles 90% abaixo”<sup>13</sup>. Em outro momento do primeiro bloco, Samantha faz uma referência enquanto explica o “incidente” ocorrido no debate republicano promovido pela ABC anteriormente à eleição primária de New Hampshire, quando afirma que a atividade na qual dois pré-candidatos falharam – percorrer um corredor até o pódio – é realizada com sucesso por “ratos de laboratório e crianças de quatro anos amedrontadas em *Toddlers & Tiaras*”, esse último se tratando

---

<sup>12</sup> Disponível em: <<http://bit.ly/2zmArT4>>. Acesso em: 06 nov. 2017.

<sup>13</sup> Disponível em: <<http://bit.ly/2amu3xJ>>. Acesso em: 02 nov. 2017.



de um *reality show* do canal TLC que acompanha crianças e seus pais em concursos de beleza infantil nos EUA. Aqui observamos a superioridade novamente aplicada junto do humor.

Outra peculiaridade no texto de Samantha Bee são os apelidos que ela oferece aos indivíduos destacados em seus monólogos, uma tentativa de diminuí-los e gerar o sentimento de superioridade. Esses apelidos podem ser fruto de referências da cultura pop ou ofensas relacionadas à aparência desses indivíduos. No primeiro caso, observamos Hillary Clinton sendo apelidada de “Hermione Clinton” no segmento das Primárias em New Hampshire, uma clara referência à personagem da saga Harry Potter, Hermione Granger. A ligação entre Hermione e Hillary estaria nas semelhanças compartilhadas pela dupla: mulheres de personalidade forte, *type-a*<sup>14</sup> e inseridas em ambientes de poder dominados por homens. No segundo caso, vamos de encontro com uma Samantha mais agressiva, que se refere ao pré-candidato republicano Ted Cruz pelo apelido “cara-de-punho vendedor de esterco de cavalo” (“*fist-face horseshit salesman*” em inglês).

O terceiro bloco traz consigo uma quebra no formato apresentado nos blocos anteriores. Esse espaço é preenchido por uma reportagem em formato *mockumentary*<sup>15</sup> intitulado “Um Jeb no Inverno” (“*A Jeb in Winter*”, em inglês), produzido pelo correspondente do programa Michael Rubens em um formato semelhante aos documentários produzidos por Werner Herzog, que, segundo Tonelo (2012, p. 183) caracterizam-se pela presença de um narrador expositivo que realiza entrevistas e insere reflexões e opiniões próprias no trabalho. Samantha anuncia, na apresentação da reportagem, que se trata de um conteúdo produzido pelo “produtor intrecâmbista” do programa. A declaração se mostra falsa no decorrer da primeira temporada, quando somos apresentados à Rubens como correspondente do programa, dessa vez sem o sotaque alemão que aplicou em “Um Jeb no Inverno” para acompanhar a campanha do pré-candidato republicano Jeb Bush à Casa Branca em 2016. A aplicação de ferramentas do documentário em uma reportagem já foi citada aqui por meio de Carvalho et. al. (2015).

---

<sup>14</sup> “Padrão comportamental associado aos indivíduos altamente competitivos” (ANDERSON e ANDERSON, 2001, p. 995).

<sup>15</sup> Gênero cinematográfico que se apresenta como “paródia da forma do documentário” (CAMPBELL, 2007, p. 53, tradução nossa).

O texto de Rubens também apresenta características humorísticas. Um exemplo pode ser observado quando descreve os pré-candidatos Donald Trump e Ted Cruz como “combinação bizarra de sintomas psiquiátricos” e “um homem que daria um sermão sobre responsabilidade pessoal a um filhote de gato e depois deportaria esse filhote e sua família”, respectivamente.

Outro destaque do texto de Rubens é a presença de características do jornalismo literário, também chamado de “novo jornalismo”, citados por Pena (2016, p. 54), como: reconstrução de cenas, registros de diálogos e detalhes dos personagens. Durante a reportagem, o seu discurso procura descrever e poetizar as subjetividades que observa. Rubens abre a reportagem descrevendo New Hampshire no inverno: “existe uma beleza aqui, mas também uma brutal, imperdoável ausência de piscadas. Como se fosse um lugar onde longos e apreciados sonhos e esperanças vão de encontro com seu destino”. Mais à frente, ele descreve seu encontro com dois homens de meia idade: “estamos em uma loja de ferramentas, está tudo quieto. Esses observadores veteranos expressam confiança em Jeb”, numa tentativa de mostrar um consenso de apoio à Jeb conforme caracterizado por Charaudeau (2015). Rubens também descreve os momentos que o levam a questionar e confidenciar ao telespectador: “No crepúsculo de um dia nós encontramos uma sede de campanha de Jeb, mas parecia precipitadamente abandonada. No canto de um cômodo: uma sacola de lixo. Mais tarde, vemos um homem caminhando junto à rodovia escura carregando um cartaz de Jeb. O que ele está fazendo? Para onde poderia ir? Isso tudo é tão esquisito”. Por último, seu encontro com Jeb faz Rubens chegar a uma conclusão: “a voz dele desaparece para mim. O conteúdo? Sem sentido. Mas eu acredito que ele acredita que pode ganhar. E por um momento, a crença dele me leva a crer que acredito também”. Esse último trecho do texto de Rubens apela para a incongruência de Veatch (apud DAVIM, 2015, p. 22) e Mayer (apud HMIELOWSKI, HOLBERT e LEE, 2011, p. 101) e suas duas etapas: inicialmente ele leva o leitor a acreditar no que parece ser uma tentativa de poetizar o momento para, em seguida, deixar claro a confusão daquela situação. Esse breve encontro com Jeb é o único exemplo do que Charaudeau (2015, p. 215) chama de “entrevista política”.

#### 5.2.5 Recursos da linguagem televisiva

É importante mencionar que *Full Frontal* depende de elementos gráficos e visuais para costurar o texto e a atuação de Samantha e dos correspondentes. Esses elementos

variam de clipes noticiosos de diferentes fontes até imagens produzidas pela equipe do programa. Um exemplo deste último é a ilustração do carro que Bernie Sanders descreve em uma entrevista e é classificado por Samantha Bee como “o primeiro carro”.

**Figura 2:** Bernie Sanders e o “primeiro carro” em destaque no cenário de *Full Frontal*.



**Fonte:** reprodução TBS.

Essas interferências comunicacionais não se limitam apenas ao espaço dos telões existentes no cenário. Podemos observar também o papel da iluminação, enquadramento e áudio no trecho do primeiro bloco do episódio de 08 de fevereiro de 2016 em que Samantha Bee interpreta uma Hillary Clinton revelando seu lado “satânico”. Aqui a âncora reage a uma declaração de Clinton em que ela diz nunca ter imaginado pedir que a elejam. A reação inicia com uma Samantha ousada, esbravejando um palavrão. Em seguida, já no papel de Hillary, a âncora inicia um diálogo imaginário onde Clinton parece confusa e ao mesmo tempo contente com a ideia da presidência, até que a transmissão corta para uma câmera realizando um *contra-plongée*, enquadramento onde, segundo Martin (2013, p. 43), “o tema é fotografado de baixo para cima”, gerando “uma impressão de superioridade, exaltação e triunfo”. Ao mesmo tempo em que o enquadramento engrandece a apresentadora, as luzes do estúdio estão vermelhas enquanto Samantha declara com olhar fixo à câmera: “o que mais vocês querem de mim?” enquanto um efeito de áudio é aplicado em sua voz para dar um tom “satânico” ao momento. O efeito cômico dessa intervenção é preenchido pela incongruência, uma vez que a imagem de uma confissão íntima da verdadeira Hillary seria impensável.

Outro momento em que elementos de vídeo ganham destaque pode ser observado no segmento “Primárias de New Hampshire”, quando uma junção de clipes de vídeo com eufemismos atribuídos ao debate entre Bernie Sanders e Hillary Clinton é exibida: “um a um” cita o âncora do *NBC Nightly News*. “Cabeça contra cabeça” declara o jornalista da CNN. “Noite de luta” afirma o âncora da ABC e por último “mano à mano” é a afirmação do comentarista do debate, exibido pela MSNBC. Esse artifício em vídeo é utilizado aqui para um efeito cômico que se completa quando são exibidos, em seguida, trechos do tão comentado debate, em que os candidatos parecem concordar em tudo. É uma brincadeira com “expectativa *versus* realidade” e aspectos da incongruência e da teoria do alívio que demonstra o sensacionalismo vedado dos canais de notícia.

*Full Frontal* recorre novamente à linguagem do vídeo para transformar em imagem uma suposta comanda de Bernie Sanders onde também observamos o exercício da referência, uma vez que tal cenário é imaginável por que Bernie transpõe a imagem de “econômico”, o que, com a linguagem do humor, ganha contornos exagerados. A atenção aos detalhes também é observada aqui: a comanda *fake* possui o slogan da campanha de Sanders, “*fell the bern*”, escrita de maneira chamativa. Esses elementos fazem apelo à memória para serem compreendidos, como citou Possenti (2010).

**Figura 3:** A suposta comanda de Bernie Sanders.



**Fonte:** reprodução TBS.

No terceiro bloco, a empreitada de Michael Rubens como documentarista do estilo de Wener Herzog ganha os contornos do estilo em seus enquadramentos e na maneira como a subjetividade triunfa sobre a objetividade.

### 5.3 Análise episódio 40

A próxima etapa a análise utiliza como objeto o episódio de nº 40 de *Full Frontal with Samantha Bee*, exibido originalmente em 15 de fevereiro de 2017. Novamente, a análise encontra-se dividida em cinco itens, correspondentes aos operadores da metodologia aplicados: mediador, pactos sobre o papel do jornalismo, relação com as fontes de informação, texto verbal e organização temática. Os vídeos correspondentes a este episódio também se encontravam no canal do programa no YouTube<sup>16</sup> na publicação da pesquisa.

#### 5.3.1 Mediador

O monólogo do primeiro bloco intitulado “O Grande Bacanal Legislativo Não Verificado de 2017” (“*The Great Unchecked Legislative Fuckfest of 2017*”, em inglês) inicia com Samantha Bee comparando os primeiros dias da administração de Donald Trump a um ciclo menstrual. Seu foco neste monólogo é tratar das legislações aprovadas pelo Congresso Americano sob aplicação do “Ato de Revisão do Congresso” (“*Congressional Review Act*”, em inglês). Três legislações são destaque nesse comentário: H.R.424<sup>17</sup>, HR 717<sup>18</sup> e H.J. Res. 69<sup>19</sup>. Para defender sua posição contrária à aprovação das leis supracitadas de maneira racional, em específico a HR 7171, Samantha utiliza o dado de uma pesquisa – sem fonte declarada - que aponta 84% da população americana favorável ao “Ato de Espécies em Perigo” (“*Endangered Species Act*”, em inglês). Essa prática de recorrer à dados e outras informações para convencer o público é marca do comentário, formato opinativo identificado por Marques de Melo (2003) e Rezende (2000) no impresso e na televisão, respectivamente. Não obstante, a âncora também utiliza um argumento emocional, citando: “Pelo amor de Deus, ‘animais

---

<sup>16</sup> Disponível em: <<http://bit.ly/2yOA00G>>. Acesso em: 16 nov. 2017.

<sup>17</sup> Disponível em: <<http://bit.ly/2je3ldj>>. Acesso em: 04 nov. 2017.

<sup>18</sup> Disponível em: <<http://bit.ly/2hc1MR8>>. Acesso em: 04 nov. 2017.

<sup>19</sup> Disponível em: <<http://bit.ly/2mqfoJ2>>. Acesso em: 04 nov. 2017.

são incríveis’ é o único tópico de conversa que a maioria das famílias americanas tem sobrando”. Essa oscilação de momentos de razão e emoção na interpretação de Samantha é usada para pontuar sua indignação com os assuntos discutidos e para trazer o público próximo de seu ponto de vista por meio do Modelo de Probabilidade de Elaboração (ELM) de Petty e Cacioppo (apud HOFFMAN, 2015). Exemplo: ao saber da aprovação da então H.J.Res.38 no senado que, de acordo com o trecho de vídeo de um telejornal da WJLA, autoriza o depósito de detritos de carvão em arroios, a âncora grita: “Quem foi o merda que pediu isso?”. Os argumentos de Samantha se mostram convincente através do sentimento de superioridade, presente na teoria de Hobbes e Baudelaire (apud DAVIM, 2015) e Platão (apud ATTARDO, 2008), uma vez que o riso é direcionado a um grupo de deputados despreocupados com questões ambientais, um defeito de acordo com o senso comum. Por fim, Samantha utiliza um tom irônico para convencer os telespectadores a ligarem para seus representantes no congresso pedindo que não aprove a H.J. Res. 69 que, segundo ela, “autoriza caçadores do Alasca a atirar pelo avião em lobos e ursos dentro de refúgios da vida selvagem, incluindo mães com filhotes”. Para identificar o público do programa e incentivar a sugestão da âncora, uma imagem onde uma senhora utilizando novamente a camiseta estampada “mulher desagradável” e vestindo um gorro rosa<sup>20</sup> símbolo da marcha de mulheres realizada em Washington em 21 de janeiro de 2017 e segurando um telefone celular é projetada. A sugestão do discurso de Samantha é que o telespectador faça a ligação durante um intervalo comercial e, logo depois, ela chama um intervalo comercial de maneira incisiva, inclinando-se e olhando diretamente para a câmera. A atitude da âncora vai de acordo com a ideia de horizontalidade da hipertelevisão de Scolari (apud ANGELUCI e CASTRO, 2009) e da proximidade com o telespectador da televisão de Sodré (1984).

O bloco seguinte apresenta um segmento ironicamente intitulado: “Paulo Ryan: Retrato de Coragem” (“*Paul Ryan: Portrait in Courage*”, em inglês), cujo foco é discutir as atitudes do líder dos deputados do Congresso Americano, o republicano Paul Ryan, com intuito de demonstrar suas falhas, seguindo o discurso irônico de Sócrates (apud BRAIT, 1996). O argumento defendido por Samantha é simples: Paul Ryan não tem atitude. Principalmente atitude para enfrentar seu “chefe” – o presidente – ante suas declarações controversas. A primeira tática da âncora é por meio do contexto histórico, através de uma reportagem exibida pela Fox News revelando que Ryan foi eleito “maior

---

<sup>20</sup> Disponível em: <<http://lat.ms/2y20AD8>>. Acesso em: 04 nov. 2017.



puxa-saco” durante seu tempo de escola, outra brecha para o sentimento de superioridade relacionado ao humor. Durante seu comentário, Samantha é incisiva em dois momentos: primeiramente, quando outra jornalista questiona à Ryan “o que você diz aos seus filhos?” sobre seu comportamento covarde, a âncora se antecipa e dá uma possível resposta em nome do deputado: “Fodam-se vadias, o que vale é o dinheiro?”. Num segundo momento, respondendo a uma entrevista onde Ryan se posicionava defendendo o partido acima do interesse da população, porém negando isso em seguida, Samantha se mostra indignada e exclama: “Sim, você defendeu! Nós não somos surdos” enquanto aponta para seu ouvido, atitude que apela novamente ao sentimento de superioridade e a incongruência, uma vez que Ryan foge do protocolo.

O terceiro bloco inicia com um diálogo entre Samantha Bee e Ashley Black, com características da incongruência de Veatch (apud DAVIM, 2015, p. 22) e Mayer (apud HMIELOWSKI, HOLBERT e LEE, 2011, p. 101). Samantha avisa ao público que vai repetir um momento do programa sobre o “mês da história negra<sup>21</sup>” realizado em 2016, quando Ashley - membra da equipe de correspondentes do programa.- foi convidada ao palco para fazer uma breve reflexão sobre a questão racial no país em menos de quarto minutos<sup>22</sup>. Ashley então afirma que, na verdade, será exibida uma reportagem que ela produziu com veteranos do Movimento dos Direitos Civis, ocorrido na década de 1960. Samantha se mostra surpresa – resultado da quebra de regras que representa o primeira maneira de atuação da incongruência - e afirma: “não lembro de ter autorizado isso”, cuja resposta de Ashley é: “sim, você autorizou. E eu definitivamente não roubei seu cartão de crédito” – completando a segunda etapa do processo de incongruência. A interação também procura demonstrar uma proximidade entre as duas e o público, característica da hipertelevisão.

Por fim, Samantha volta ao palco de *Full Frontal* no último bloco, ainda comentando o tema racial, dessa vez trazendo uma charge<sup>23</sup> que compara as dificuldades de uma estudante negra lutando contra a segregação racial nos anos 1960 e a atual secretária de educação Betsy DeVos. Apesar de trazer a informação para conhecimento do público, Samantha afirma que não vai discutir o assunto, em vez disso

---

<sup>21</sup> Também chamado de “Mês Histórico Afro-Americano”, é uma data de reflexão presente nos EUA. Mais informações: <<http://bit.ly/2ivHGOK>>. Acesso em: 04 nov. 2017.

<sup>22</sup> Quarto bloco do episódio nº 4 exibido em 29 de fevereiro de 2016. Disponível em: <<http://bit.ly/1LbIG6a>>. Acesso em: 04 nov. 2017.

<sup>23</sup> Disponível em: <<http://dailym.ai/2hbbWSh>>. Acesso em: 04 nov. 2017.

encerra o programa com imagens de animais na natureza com a reprodução da frase “oponha a H.R. 424, H.R. 717 e H.J. Res. 69”, uma referência às legislações citadas durante seu monólogo no primeiro bloco.

**Figura 4** – O recado de Samantha durante o encerramento do episódio



**Fonte:** reprodução TBS.

### 5.3.2 Pactos sobre o papel do jornalismo

Os aspectos apontados por Gomes (2005, p. 4) são novamente observados aqui. Os valores-notícia de Moreira (2006) “intensidade/gravidade” e “imprevisibilidade/surpresa”, “conflito/controvérsia”, “utilidade/serviço” e novamente “conflito/controvérsia” se apresentam nas informações sobre as legislações divulgadas no primeiro bloco, as contradições de Paul Ryan no segundo bloco, a reportagem sobre o movimento dos direitos civis no terceiro bloco e a charge polêmica do último bloco, respectivamente. A responsabilidade social aparece na maneira como Samantha, através de seus comentários, procura cobrar uma postura adequada de ocupantes de cargos públicos, cujos destaques nesse episódio foram Paul Ryan, Donald Trump e Liz Cheney, bem como uma maior participação dos eleitores americanos com relação às atitudes de seus representantes. Há também uma cobrança em relação às atitudes questionáveis da imprensa, ilustrada aqui pela charge citada no último bloco.

O direito público à informação é defendido pelo programa através da divulgação de projetos de lei em circulação ou já aprovados pelo congresso. Por fim, a liberdade de expressão e de opinião é visível nas opiniões de Samantha, que não se limita aos fatos e



também usa características físicas como forma de desclassificar oponentes, a exemplo do segundo bloco, quando Samantha afirmou que o nariz de Paul Ryan estaria “mais amarelo” pelo contato com o presidente, uma referência à coloração alaranjada do rosto de Trump.

### 5.3.3 Relação com as fontes de informação

Observamos neste episódio, durante o terceiro bloco, fontes que se encontram entre as caracterizações de “especialista” e “cidadão comum” de Gomes (2005) e Charaudeau (2015). São os depoimentos de cinco veteranos do movimento dos direitos civis da década de 60: Dorie Lander, Frank Smith Jr, Lavaghn Brown, Joan Mulholland e Nell Gibson. A especialização que possuem não é através de um diploma, mas da participação reconhecida no movimento. O objetivo aqui é utilizar a voz desses veteranos para uma reconstrução histórica do movimento e para incentivar a atual geração de militantes, inclinação essa presente no título do segmento: “Ainda não estamos lá: um guia prático para a resistência” (“*We're Still Not There: A Practical Guide to Resistance*”, em inglês). Distante das definições dos autores, as demais fontes detectadas na análise foram informações de canais de notícia americanos, presentes durante os dois primeiros blocos. Esse tipo de fonte é utilizado aqui para embasar os comentários de Samantha, uma vez que o objetivo do programa não parece ser somente informar, mas principalmente discutir. Também encontramos dados de pesquisas a respeito do apoio da população à proteção de animais – sem fonte declarada – e da participação de jovens na última eleição presidencial do país – realizada pelo *Brookings Institute*.

### 5.3.4 Texto Verbal

As referências, características da hipertextualidade de Scolari (apud Silva e Alves, 2016) e parte básica da piada de Possenti (2010), são novamente observadas neste episódio. O exemplo durante o primeiro bloco surge quando Samantha comenta o projeto de lei H.R.424 apoiado pela deputada Liz Cheney. No texto, a âncora se refere à lei, que trata indiretamente de caça, fazendo uma ligação entre Liz e seu pai, ex-vice-presidente Dick Cheney, que se envolveu em um acidente com arma de fogo<sup>24</sup> atingindo outro indivíduo no rosto em 2006. A referência surge na frase “deixando que a filha de

---

<sup>24</sup> Disponível em: <[bit.ly/2zedvU6](http://bit.ly/2zedvU6)>. Acesso em: 04 nov. 2017.

Dick Cheney torne legal atirar coisas na cara”. Este é mais um exemplo do humor de Samantha sendo aplicado em nome da superioridade.

Durante o segmento “Paul Ryan: Retrato de Coragem”, Samantha faz uma referência dupla à artista Taylor Swift. Inicialmente ela compara a covardia de Paul Ryan com a “surpresa” de Taylor ao receber prêmios musicais, ilustrando por meio de uma compilação de imagens envolvendo ambos. Em seguida, Samantha compara a relação próxima de Ryan e Trump com o namoro fracassado<sup>25</sup> entre Taylor e Tom Hiddleston, sugerindo em tom irônico para que o deputado “não vá deixar o cara que você finge gostar para ajudar a sua carreira”. No mesmo bloco, a âncora compara a hipocrisia das declarações de Paul Ryan sobre a restrição muçulmana defendida por Trump com o artista Vanilla Ice, em vídeo<sup>26</sup>, tentando se defender da acusação de plágio<sup>27</sup> que sofreu na década de 1990, recorrendo mais uma vez à superioridade de Hobbes e Baudelaire (apud DAVIM, 2015, p. 22). Outra referência surge no segmento “Ainda não estamos lá: um guia prático para a resistência”. Aqui, Ashley Black revela, através do depoimento de uma fonte presente na reportagem, a mulher que inspirou a canção “*Outlaw Blues*” de Bob Dylan, gravada em 1965, reproduzindo um trecho da música e da letra<sup>28</sup>.

A ironia característica de Samantha Bee é vista no primeiro bloco, quando completa um clipe de vídeo em que Donald Trump afirma não ser um fantoche com a frase “se ele está gritando com tanta raiva deve ser verdade”. No bloco seguinte, a âncora se refere no mesmo tom a Paul Ryan como “*husky* fiel” e “capitão corajoso”. Ainda durante “Paul Ryan: Retrato de Coragem”, a vinheta do segmento reproduz, em tom irônico, algumas declarações vazias do deputado capturadas em vídeo: “eu não estou realmente focado nessas coisas”, “eu não conheço Steve Bannon” e “não vou comentar essas coisas”, demonstrando sua inabilidade em se posicionar politicamente, parte do argumento de Samantha para desclassificá-lo e se posicionar de forma superior à ele pelo humor. No terceiro segmento é Ashley Black quem utiliza a ironia em forma de ignorância quando confessa aos veteranos do movimento dos direitos civis: “eu acho realmente incrível o que vocês fizeram em apenas um mês”, recebendo como resposta

---

<sup>25</sup> Disponível em: <<http://bit.ly/2h4iiz5>>. Acesso em: 04 nov. 2017.

<sup>26</sup> Disponível em: <<http://bit.ly/1mov3CX>>. Acesso em: 04 nov. 2017.

<sup>27</sup> De acordo com a revista Rolling Stone, Ice teria copiado a base da gravação “*Under Pressure*” de David Bowie e Queen em sua música “*Ice Ice Baby*”. Disponível em: <<http://rol.st/2v1N3dN>>. Acesso em: 04 nov. 2017.

<sup>28</sup> Disponível em: <<http://bit.ly/2hFyJm8>>. Acesso em: 04 nov. 2017.

risos e a confirmação de que aquilo não era verdade. O riso aqui fica por conta da incongruência.

As comparações de teor humorístico que Samantha Bee realiza se apresentam durante todo o programa, quando compara o comportamento da bancada republicana diante do Ato de Revisão do Congresso à animação de “gêmeos *amish* durante *rumspringa*” e a descoberta do Ato como “um filhote de cachorro descobrindo um *dildo*”, todos gerando riso pela teoria da superioridade citada por Davim (2015) e Attardo (2008). Ao falar sobre o projeto de lei HR 717, Samantha afirma: “audiências começam hoje a respeito de ‘modernizar’ o Ato de Espécies em Perigo assim como uma voluntária idosa ‘modernizou’ essa pintura de Jesus”. O título de “consciência do partido republicano” referido a Ryan por declarações em vídeo de especialistas e políticos reproduzidas é desclassificado pela âncora utilizando uma comparação do deputado ao personagem do ator Moe Howard, em referência ao grupo cômico *The Three Stooges* (“Os Três Patetas” no Brasil): “no partido republicano atual, isso é como dizer que Moe é o pateta inteligente”.

Entretanto, no último bloco, Samantha desaprova a comparação feita entre a secretária de educação Betsy DeVos e a ativista Ruby Bridges afirmando que “o sofrimento de uma criança negra em idade escolar” não é equivalente a “angústia indescritível do encontro de uma bilionária branca com protestantes rudes”, utilizando um tom irônico na última frase.

A reportagem presente no terceiro bloco tem seu foco nos depoimentos. O texto de Ashley apresenta suas confissões enquanto explora o tema. Ao saber do trabalho cansativo realizado pelos veteranos, ela declara: “depois de uma marcha de mulheres eu tomei um banho bebendo vinho”. Em sequência a uma declaração de Dorie Lander defendendo todo o tipo de contribuição, Ashley pergunta: “posso contribuir com piadas, isso ajuda?”, um claro exemplo do alívio de Freud (apud POSSENTI, 2010) sendo utilizado junto do humor. A reportagem mostra ser uma espécie de guia para os atuais manifestantes, apresentando uma abordagem inovadora que Carvalho et. al. (2015) observa em reportagens especiais. Os veteranos contribuem com dicas e cabe a Ashley pontuar as diferenças entre as duas gerações de ativistas e a importância da luta constante.

**Figura 5** – Ashley Black depois da marcha de mulheres



**Fonte:** reprodução TBS.

### 5.3.5 Recursos da linguagem televisiva

Os recursos gráficos voltam a chamar atenção neste episódio de *Full Frontal*. Durante o monólogo do segmento “O Grande Bacanal Legislativo Não Verificado de 2017”, a imagem de um carro com adesivos a favor da poluição da água é utilizada para ilustrar uma situação reversa a realidade onde a população vai na direção contrária dos esforços da sustentabilidade, o que na opinião da âncora, é a única explicação para a aprovação da H.J.Res.38. O efeito cômico fica por conta da incongruência. No mesmo bloco, durante a consideração de Samantha sobre a “modernização” do projeto de lei HR 717 em que ela faz uma comparação com a repintura distorcida de Jesus, as imagens do antes e depois do acontecimento<sup>29</sup> são reproduzidas para acentuar o caráter cômico de sua opinião. Mas a reprodução que parece cativar mais a plateia é a imagem de Newt Gingrich e Jon Stewart, ambos segurando animais no colo, enquanto Samantha afirma “o Ato de Espécies em Perigo une guerreiros conservadores e fazendeiros liberais desempregados”. Essa ilustração da “união” entre pessoas de posições políticas diferentes que Samantha menciona em nome da proteção dos animais também se apresenta na imagem de uma jovem vestindo uma camiseta com a frase “mulher desagradável” (“*nasty woman*”, em inglês) estampada – camiseta essa parte de uma campanha<sup>30</sup> do programa para arrecadar fundos para o *Planned Parenthood* – junto de um homem usando um chapéu com as iniciais “MAGA” – referência ao slogan de

<sup>29</sup> Disponível em: <<https://bit.ly/2lQhEKW>>. Acesso em: 04 nov. 2017.

<sup>30</sup> Disponível em: <<https://bit.ly/2lQTVdp>>. Acesso em: 04 nov. 2017.

campanha de Donald Trump “Faça a América ótima novamente” (“*Make America Great Again*”, em inglês) – acariciando cães. Em ambas situações, o sentimento de superioridade é possibilitado pelo humor. Ambos esforços têm seu caráter cômico definido pela teoria da incongruência.

**Figura 6** – Ilustração da união política por meio do amor pelos animais.



**Fonte:** reprodução TBS.

A vinheta do segmento “Paul Ryan: Retrato de Coragem”, além de utilizar um texto com tom irônico como já citado também se apresenta em tons claros e com a bandeira dos EUA difundida em efeitos visuais para dar um tom de “homenagem” ao deputado. O reforço no teor irônico-cômico do bloco contou também com imagens de Taylor Swift reagindo com surpresa na entrega de prêmios musicais, também já citado.

No terceiro bloco, imagens em preto e branco da luta pelos direitos civis na década de 1960 e as imagens de protestos do movimento *black lives matter*<sup>31</sup> ajudaram na persuasão do texto de Ashley Black que comparava a situação racial atual do país com o movimento dos direitos civis: “em 50 anos suas crianças provavelmente terão de fazer isso tudo novamente”. A referência que Ashley faz ao movimento atual procura alertar o público e trazê-lo mais próximo da ação, demonstrando a didática horizontal da hipertelevisão. Por último, o episódio encerra com imagens de lobos na natureza,

---

<sup>31</sup> “Uma intervenção ideológica e política num mundo em que vidas negra é sistematicamente e intencionalmente visada para morte” de acordo com o página oficial na internet: <<https://bit.ly/2yv7bum>>. Acesso em: 04 nov. 2017.

reforçando o pedido feito pela âncora para o fim dos projetos de lei H.R. 424, H.R. 717 e H.J. Res. 69.

#### 5.4 Conclusão da análise

A partir das principais teorias do humor aplicadas na análise, foi possível chegar a um resultado quantitativo que demonstra o número de vezes em que cada teoria foi aplicada nos episódios analisados na tabela abaixo.

Tabela nº 3: Resumo da análise – Episódio 1

<b>Episódio 1</b>	
<b>TEORIA</b>	<b>QUANTIDADE</b>
Incongruência	5
Superioridade	3
Alívio	1

Tabela nº 4: Resumo da análise – Episódio 40

<b>Episódio 40</b>	
<b>TEORIA</b>	<b>QUANTIDADE</b>
Incongruência	5
Superioridade	7
Alívio	1

Observamos, portanto, que no episódio 01 a teoria da incongruência de Veatch (apud DAVIM, 2015), Mayer (apud HMIELOWSKI, HOLBERT e LEE, 2011) e Platão (apud ATTARDO, 2008), foi a principal responsável pelo riso no programa. Já no episódio 40 a teoria da superioridade de Hobbes e Baudelaire (apud DAVIM, 2015) e

Aristóteles (apud ATTARDO, 2008) foi empregada mais vezes. Em ambos episódios, a teoria do alívio de Freud (apud DAVIM, 2015) foi responsável pelo riso uma vez.

Uma mudança expressiva é identificada no emprego da teoria da superioridade nos diferentes episódios. No programa de estreia, identificam-se três momentos em que a teoria é empregada no contexto apresentado. Já no episódio 40, esse número aumenta para sete. Pode-se justificar tal mudança quando se observa que a teoria da superioridade foi identificada menos vezes no episódio piloto. Já na estreia da segunda temporada, com a garantia do programa na grade da emissora, *Full Frontal* se mostrou mais adepto a piadas que geram sentimento de superioridade no emissor e no espectador.

As outras duas teorias analisadas permaneceram com os mesmos números nos dois episódios. Pode-se desenhar através dessa estatística a ideia de que as piadas relacionadas com as teorias da incongruência e do alívio continuaram a ter espaço específico no programa durante o período analisado.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da análise e da contextualização com conceitos referentes aos elementos presentes no objeto, procurou-se entender melhor como a linguagem apresentada por *Full Frontal with Samantha Bee* utiliza o humor para informar e opinar. Os operadores da Metodologia de Análise de Telejornalismo de Gomes (2005) ajudaram na tarefa de desconstruir os elementos do programa para uma melhor compreensão do fenômeno.

O humor é um componente ativo na sociedade e na vida humana. Sua aplicação nas mais diversas situações vem de uma percepção de seu efeito. Percepção essa que foi embasada aqui através de teorias que explicam seu funcionamento, com as teorias do alívio, da superioridade e da incongruência. *Full Frontal* é apenas mais um exemplo da aplicação bem sucedida do humor em nome de um objetivo. Indo além da resposta à pergunta de pesquisa, constata-se que o humor é aplicado no exercício da opinião e da informação de maneira a cativar o público e trazê-lo próximo do raciocínio do comentarista, que procura convencê-lo.

Posto aqui os resultados, é necessário mencionar também o caráter complexo do riso. Seja através de suas manifestações na linguagem a partir da ironia, sátira, paródia e mais, ou como forma de atitude humana, o riso está ligado a partes de nosso cérebro e do subconsciente que recebem estímulos constantes. E é através das teorias citadas aqui que esses estímulos são manifestados pelo sujeito na forma do riso. O humor, portanto, se mostra poderoso independente da forma como é aplicado, pois desencadeia reações naturais que são explicadas quando analisamos a profundidade das emoções humanas.

É impossível não mencionar que o sucesso do formato apresentado pelo programa é influenciado por outros elementos característicos do telejornalismo: entrevista, reportagem, opinião. Fica claro que *Full Frontal* usa desses componentes reconhecidos pelo público para apresentar informações e opiniões. A novidade fica por conta da abordagem, distante do formato desgastado dos telejornais e próximo da diversão do entretenimento. Característica essa que, conforme trabalho aqui, é vista positivamente por estudiosos.



Para entender *Full Frontal* é preciso lembrar o contexto no qual ele está inserido. A televisão já deixou de ser o meio vertical hegemônico de antes, mas a maneira como nos comunicamos através dela foi bem aceita e continua sendo aplicado, agora em diferentes telas. O hipertexto, as referências, a quantidade de informação que chega ao público criou esse ambiente de segmentação e mistura de gêneros. Mais importante do que categorizar esse fenômeno é compreendê-lo e aceitá-lo.

Os dois episódios analisados aqui são apenas uma pequena parcela do que o programa já produziu e continua a produzir. Entretanto, através deles, conseguimos observar como a linguagem é fundamental para qualquer produto informativo. E mesmo sem o diploma de jornalismo, Samantha Bee desempenha o papel de formadora de opinião, sem fugir dos padrões jornalísticos consolidados e aceitos pela sociedade.

Uma vez publicada, essa pesquisa busca também incentivar outras produções científicas que analisem esses novos formatos de programação presentes não somente na televisão, mas em todo o espaço de produção cultural e de entretenimento. Lembramos que esta pesquisa procurou compreender um fenômeno americano com a ajuda de perspectivas locais e globais. Isso é mais um indicativo da situação da produção cultural em um mundo onde a língua já não é uma barreira intransponível e o acesso de conteúdos estrangeiros é possível.

Esse fenômeno está presente no mundo todo e independente da forma como se apresenta ou a partir do ponto de vista de qual cultura ele é analisado, são sempre bem-vindas contribuições que buscam ajudar a compreensão dos mais diversos aspectos da comunicação presentes na sociedade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, L. A. Entretenimento: valor-notícia fundamental. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Ano V - n. 1 p. 13 – 23, jan./ jun. 2008.

ALAVARCE, Camila da Silva. A ironia e suas refrações: um estudo sobre a dissonância na paródia e no riso. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

ANDERSON, Kenneth; ANDERSON, Lois E. Mosby: dicionário de enfermagem. São Paulo: Roca, 2001

ANGELUCI, A. C. B.; CASTRO, C. E. A Práxis na Televisão Digital: o despertar do hipertelejornalista. Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digital e Convergências Tecnológicas, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, 2009.

ATTARDO, Salvatore. A primer for the linguistics of humor. In: RASKIN, Victor (Org.). *The primer of humor research*. 2008, p. 101-155

BOLER, M. TURPIN, E. The Daily Show and Crossfire: satire and sincerity as truth to power. In: BOLER, M. (Org.), *Digital Media and Democracy: Tactics in Hard Times* (p. 383-404). Cambridge, United States: MIT Press, 2008.

BRAIT, Beth. Ironia em perspectiva polifônica. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1996.

BOURDIEU, Pierre. Sobre a televisão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997

CAMPBELL, M. The Mocking Mockumentary and the Ethics of Irony. *Taboo: The Journal of Culture and Education*, 11 (1), 2007.

CARVALHO, Alexandre (et al.). Reportagem na TV: como fazer, como produzir, como editar. São Paulo: Contexto, 2015.

CHARAUDEAU, Patrick. Discurso das mídias. São Paulo: Contexto, 2015.

DAVIM, Ana Paula Campos. Humor de jornalismo: o Furto MTV. Tese (Mestrado) – Faculdade Cásper Líbero, 2015.

DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEJAVITE, Fabia Angélica. INFOtenimento: informação + entretenimento no jornalismo. São Paulo: Paulinas, 2006.

GOMES, Itania Maria Mota. O infotainment e a cultura televisiva. 2009.

\_\_\_\_\_. Gêneros Televisivos e Modos de Endereçamento no Telejornalismo. Salvador: EDUFBA, 2011.

GOMES, I. M. M. et al. Modo de Endereçamento no Telejornalismo do Horário Nobre Brasileiro: o Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28, 2005, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: UERJ, 2005. p. 54-72.

HMIELOWSKI, J. D.; HOLBERT, R. L.; LEE, J. Predicting the Consumption of Political TV Satire: Affinity for Political Humor, The Daily Show, and The Colbert Report. *Communication Monographs*, v. 78, n. 1, mar. 2011, p. 96-114.

HOFFMAN, Ana. *The John Oliver Effect: political satire and political participation through social networks*. Tese (Doutorado) - Kent State University, 2015.

JONES, J. P.; BAYM, G. A Dialogue on Satire News and the Crisis of Truth in Postmodern Political Television. *Journal of Communication Inquiry*, 2010; 34; p. 278-294.

LOUREIRO, L. M. Convergência e hipermodernidade: emerge a TV do ego. *Prisma.com* n.º 7 2008. p. 315-338.

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

MARTIN, Marcel. *A linguagem cinematográfica*. São Paulo: Brasiliense, 2013.

MELO, José Marques de. *Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MINOIS, Georges. *História do riso e do escárnio*. São Paulo: Editora UNESP, 2003.

MOREIRA, Fabiane Barbosa. *Os valores-notícia no jornalismo impresso*. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2006.

OLIVEIRA, J. A. É sério?! O Humor no Jornalismo. *Delta*, São Paulo, n. 3, v. 32, set./dez. 2016.

PENA, Felipe. *Jornalismo literário*. São Paulo: Contexto, 2016.

POSSENTI, Sírio. *Humor, língua e discurso*. São Paulo: Contexto, 2010.

RAMOS, Roberto. *Os discursos significantes do Midicom*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.

\_\_\_\_\_. Roland Barthes: semiologia, mídia e fait divers. *Revista FAMECOS*. Porto Alegre. n.º 14, abr. 2001.

RASKIN, V. Semantic Mechanisms of Humor. In: Fifth Annual Meeting of the Berkeley Linguistics Society. *Procedimentos*, p. 325-335, 1979.

REZENDE, Guilherme Jorge de. *Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial*. São Paulo: Summus, 2000.

SANTAELLA, Lucia. *Por que as comunicações e as artes estão convergindo?*. São Paulo: Paulus, 2005.

\_\_\_\_\_. *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. São Paulo: Paulus, 2007.

SODRÉ, Muniz. *O monopólio da fala; função e linguagem da televisão no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1984.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. *Gêneros e formatos na televisão brasileira*. São Paulo: Sumus, 2015.

SILVA, E. M. ALVES, Y. M. *Telejornalismo Expandido: A Apropriação de Redes Sociais e Aplicativos pelo Jornalismo Televisivo*. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo, 2016.

SQUIRRA, S. Boris Casoy – O âncora no telejornalismo brasileiro. Petrópolis: Vozes, 1993.

STOCKWELL, S. Reconsidering the Fourth Estate: The functions of infotainment. In: APSA Conference, 2004.

TÁRCIA, L. *Tramas da Convergência: hiperdispositivo e a cobertura dos Jogos Olímpicos de Verão pela BBC em 2012*. *Revista Dispositiva*, v. 5, n. 2, 2016.

TENENBOIM-WEINBLATT, K. Jester, Fake Journalist, or the New Walter Lippman?: Recognition Processes of Jon Stewart by the U.S. Journalistic Community. *International Journal of Communication*, v. 3 (2009), p. 416-439.

TONELO, Gabriel Kitofi. *Werner Herzog, documentarista: figuras da voz e do corpo*. Dissertação (mestrado). Universidade Estadual de Campinas, 2012.

WARNER, J. Political Culture Jamming: The Dissident Humor of The Daily Show With Jon Stewart. *Popular Communication*, v. 5, n. 1, p. 17–36, 2007.

WOLTON, Dominique. *Elogio do grande público: Uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Editora Ática, 1996.