



“Isso a Globo não mostra”: como a Rede Globo tematiza a
pandemia em um quadro de humor¹

“Isso a Globo não mostra”: how Rede Globo addresses the
pandemic in a humor frame

Edilaine Avila

Palavras-chave: Mídia; Circulação; Humor; Pandemia.

1. Introdução

Em uma sociedade midiaticizada, considerando a circulação como um fenômeno de trocas discursivas amplificadas pela emergência das plataformas midiáticas, observa-se que todos os espaços da vida cotidiana acabam sendo atravessados pela mídia e, em especial, por essas plataformas, que interferem, em maior ou menor grau, nos fenômenos próprios dos meios massivos, como é o caso da televisão, e nas demais situações comunicacionais estabelecidas pelo convívio social. Nesse contexto, vários discursos despontam e circulam em diferentes redes, tornando o mapeamento de suas marcas um movimento necessário para a compreensão dos fenômenos sociais e midiáticos atuais.

A partir disso, o quadro Isso a Globo não Mostra (IAGNM) é observado como um produto midiático da circulação, que cria discursos a partir de interdiscursos e circula sentidos com diferentes referências. Parte-se da ideia de que estudar os traços

¹ Trabalho apresentado ao V Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS.



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

discursivos que constituem essa atração é relevante aos estudos do campo da comunicação, especialmente aqueles que se dedicam à análise do discurso. Ao mesmo tempo, busca-se contribuir com o Grupo de Pesquisa Circulação Midiática e Estratégias Comunicacionais, ligado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, que está desenvolvendo pesquisa acerca da circulação de discursos sobre a pandemia de Covid-19 em grupos de WhatsApp.

É evidente que a pandemia de Covid-19 transformou drasticamente a vida em sociedade em esfera global e acelerou práticas mediadas pelas plataformas digitais, que já estavam em andamento, mas foram amplificadas pelo estado de alerta em que todos os países do mundo foram colocados. Simultaneamente, a mídia foi forçada a se adaptar a esta nova realidade, ampliando sua cobertura jornalística para os acontecimentos da pandemia, suspendendo as gravações de seus programas mais tradicionais e reinventando suas práticas diárias para dar conta de levar informação e entretenimento ao público isolado em suas casas.

Em março de 2020, o Brasil entrou em alerta máximo quanto à capacidade de transmissão do Covid-19, vírus identificado pela primeira vez em dezembro de 2019, em Wuhan, na China², quando o Ministério da Saúde publicou uma portaria confirmando a transmissão comunitária em todo o país. Com isso, a edição 54 de IAGNM, de 22 de março de 2020, o último episódio³ do quadro que foi ao ar, traz diferentes abordagens discursivas que tematizam a pandemia. A partir dos conceitos de midiatização, circulação, discurso, humor e sátira trabalhados, principalmente, por Martino (2018), Braga (2017), Verón (2014), Travaglia (1990), Castro (2000), Bergson

² Mais informações em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acesso em: 08 ago. 2021.

³ Sob o argumento de que era preciso dar mais espaço a sua grade jornalística na cobertura dos fatos relacionados à pandemia, a Globo optou por suspender o quadro que, até o momento, não retornou à programação da emissora.



(2001), Gruda (2015) e Pardal (2015), respectivamente, esta edição específica foi escolhida para a análise que será apresentada a seguir.

2. “Isso a Globo não Mostra”: a sátira como estratégia discursiva em tempos pandêmicos

No episódio 54 de IAGNM, a pandemia foi abordada pelo menos seis vezes, com destaque para cinco delas⁴. Primeiramente, um locutor informa como será a programação da emissora durante a fase de isolamento, que, naquele momento, parecia temporária. A voz off diz: “Na sua casa, você toma todos os cuidados com o coronavírus e a Globo cuida da sua diversão. Veja como fica a nossa programação especial”. Enquanto isso, são mostradas cenas que orientam para o uso do álcool gel, a lavagem correta das mãos e a forma certa de abrir uma porta, com o uso de um lenço; além de algumas cenas das novelas da emissora. Na sequência, os nomes de alguns programas são alterados para passar mensagens de conscientização. O locutor diz: “De manhã, vocês ficam Sem Encontro com Fátima Bernardes. À tarde, vem com Se Isola. Logo em seguida, Quarentena Ver de Novo. Mais tarde, capítulo inédito de Lave-se Quem Puder. E, no sábado, você Fica em Casa”. Enquanto a locução acontece, são mostrados os logotipos desses programas já alterados para a composição do quadro.

Na sequência, aparece o apresentador do Big Brother Brasil (BBB), Tiago Leifert, acompanhado do infectologista Edimilson Migowski, que anuncia aos

⁴ A esquete que não foi selecionada traz uma cena da novela Amor de Mãe: a personagem Camila, interpretada por Jéssica Ellen, está sentada em frente a uma mesa com vários livros abertos; ela fala ao celular enquanto Thelma, personagem de Adriana Esteves, se aproxima pelas suas costas sem que ela perceba; quando Thelma chega bem perto de Camila, ela diz: "Coronavírus" [dito em inglês]; neste momento, Camila se assusta. Cabe destacar que esta fala foi alterada, pois, no episódio original, Thelma fala outra coisa para Camila.



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

participantes o que estava acontecendo fora da casa. Esta cena é intercalada por outras que mostram o presidente Bolsonaro cumprimentando diversas pessoas que estão aglomeradas. Leifert diz: “Nem todo mundo está levando a sério, tá?!”. Na sequência, são mostrados os participantes do BBB impressionados e muito abalados. De forma interposta, o presidente aparece novamente, com destaque para as pessoas que o acompanham gritando “mito”, apelido pelo qual ele é conhecido. Para finalizar, há um novo corte para os estúdios do BBB, de onde Leifert fala: “O importante é ficar em casa, não espalhar esta doença”.

Mais adiante, o quadro faz uma alusão a um baile de máscaras, onde aparecem Bolsonaro e seu Ministro da Economia, Paulo Guedes, usando máscaras de forma equivocada, ao som de “Tá Tudo Errado”, música de Ludmilla. Contrariando as recomendações das autoridades de saúde, o presidente toca por diversas vezes na máscara e em seu rosto, retira a proteção para falar e recoloca a máscara de forma inapropriada. No final dessas cenas, aparece William Bonner, apresentador do Jornal Nacional, que diz: “Uma aula aos brasileiros de como não usar uma máscara”.

Em seguida, é mostrada uma montagem com cenas de Galvão Bueno e Bolsonaro. No intervalo da transmissão de um jogo, Galvão diz: “Vamos começar o nosso show do intervalo com ele, né?!”. Em seguida, Bolsonaro fala: “O nosso time está ganhando de goleada. Então, se o time tá ganhando, vamos fazer justiça, vamos elogiar o seu técnico e o seu técnico é Jair Bolsonaro”. Galvão reaparece e diz: “Imediatamente, a reação como foi...”, ao que se seguem cenas de um painel⁵ organizado em diversas cidades brasileiras contra o presidente. Quando a imagem de Bolsonaro é transmitida, a legenda na tela diz: “Bolsonaro: não descumpro qualquer orientação do Min. da Saúde”.

⁵ Rio registra novo painel contra Bolsonaro. Mais informações em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2020/03/18/rio-registra-novo-panelaco-contra-bolsonaro.ghtml>. Acesso em: 11 fev. 2021.



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

Por fim, há uma paródia da música “Na Rua, Na Chuva, Na Fazenda”, da banda Kid Abelha, cuja nova letra fala sobre a exposição ao Covid-19. Para acompanhar, as cenas mostram pessoas doentes, tossindo, acamadas e usando máscaras, em contraponto a outras que exibem Bolsonaro e seus apoiadores aglomerados, manifestações pró-presidente, praias lotadas e indivíduos sem distanciamento ou proteção. Esta parte se encerra com pessoas utilizando álcool gel, lavando as mãos e limpando equipamentos domésticos de uso comum.

A partir disso, analisa-se como as informações da pandemia circularam no quadro e como o humor pode ser usado para tratar uma temática tão sensível. Primeiramente, verifica-se que diversos discursos sobre o Covid-19 que circularam em outros programas da emissora, como os telejornais e o BBB, viraram pauta para a sátira apresentada em IAGNM. Ao mesmo tempo, percebe-se que vários elementos oriundos da internet, como imagens que flagram Bolsonaro participando de aglomerações, foram incorporados à linguagem da televisão, um fenômeno que, claramente, reflete os efeitos do processo de midiaticização da sociedade.

Outro ponto de destaque está relacionado com a proposta do quadro de levar entretenimento aos espectadores que estão em isolamento, o que vai ao encontro das ponderações de Travaglia (1990), quando o autor diz que o humor pode ser um instrumento para manter o equilíbrio social e psicológico dos indivíduos. Além disso, para que haja o amplo entendimento dos discursos apresentados pelo episódio, o espectador precisa partilhar da mesma cultura de quem o produziu, o que ilustra o pensamento de Gruda (2015), que considera que nem todas as pessoas podem achar graça das mesmas piadas.

Percebe-se, ainda, que, como ensina Castro (2000), o uso do humor vem para aliviar as tensões sociais de um momento marcado por muita imprevisibilidade e insegurança. Além disso, é possível inferir que a Globo quer mostrar que está preocupada com a prevenção do contágio ao passar as informações conhecidas naquele momento para o combate à disseminação do vírus e coibir comportamentos contrários a



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

essas orientações. Essas questões estão expressas no que Castro (2000) aponta como necessário para identificar quais valores e verdades o humor pode sugerir e aonde ele quer chegar.

Esse posicionamento adotado pela Globo, que se traduziu nos discursos produzidos pelo quadro IAGNM, está relacionado também com as ideias de proximidade e cumplicidade trazidas por Bergson (2001), que se concretizam no que o autor denomina de caráter social do riso. Embora não tenha sido o objetivo desta análise, a emissora se aproxima de seu público ao apresentar erros de gravação em outras edições do quadro. Segundo a posição oficial da Globo na internet, é sob esta premissa que todos os episódios foram pensados e produzidos.

Por fim, destaca-se o fato de o humor ter o objetivo de ridicularizar ideias e comportamentos e criar caricaturas. A partir destas considerações trazidas por Bergson (2001), observa-se, claramente, que a Globo satiriza e ridiculariza as posições do presidente Bolsonaro, ao não cumprir com as medidas restritivas impostas pela OMS e, até mesmo, pelo seu próprio Ministério da Saúde para o combate à pandemia. Outro ponto diz respeito ao que Pardal (2015) argumenta sobre a sátira, considerada como uma configuração de ataque a um indivíduo ou a uma instituição. As cenas em que o presidente aparece promovendo aglomerações e usando a máscara de forma inadequada e a paródia produzida para a última esquete, por exemplo, reforçam isso.

3. Considerações finais

Destaca-se que a sátira é um recurso que pode ser empregado para explorar os pontos fracos de um determinado indivíduo ou instituição, criando uma ironia capaz de criticar de forma menos agressiva, como é o caso dos comportamentos do presidente Bolsonaro apresentados ao longo do episódio analisado. Observa-se também que a sátira continua sendo utilizada para tematizar acontecimentos sociais e políticos atuais, reinventando-se à medida que o processo de midiatização da sociedade avança.



Para dar conta de uma audiência cada vez mais atualizada, o quadro insere vários discursos que circulam em outras plataformas, com o objetivo de informar e entreter o público. Em relação às questões discursivas, nota-se a importância do contexto na construção de sentidos, uma vez que o entendimento dos enunciados apresentados pelo quadro passa, necessariamente, pela apropriação de vários assuntos que estavam em alta naquele momento.

Por fim, entende-se que essa análise conseguiu dar conta de objetivo principal de identificar e selecionar fragmentos discursivos encontrados no episódio 54 do quadro IAGNM para mostrar como a Globo trouxe para sua programação a temática da pandemia no contexto de um quadro humorístico. Concomitantemente, também foi possível contribuir com duas pesquisas maiores que estavam em andamento: para o Grupo de Pesquisa referenciado e para a dissertação desta pesquisadora, bem como para os estudos do campo da Comunicação.

Referências

BERGSON, Henri. **O riso**: ensaio sobre a significação da comicidade. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

BRAGA, J. L. Circuitos de comunicação. In: BRAGA, J. L., et al. **Matrizes interacionais**: a comunicação constrói a sociedade [online]. Campina Grande/PB: EDUEPB, 2017, p. 43-64.

CASTRO, Maria Lília Dias de. O humor a serviço do mercado. **Revista Lumina**, Juiz de Fora/MG, v. 3, n. 2, p. 107-116, jul./dez. 2000. Disponível em: <https://www.ufjf.br/facom/files/2013/03/R5-ML%C3%ADlia-HP.pdf>. Acesso em: 08 ago. 2021.

GRUDA, Mateus Pranzetti Paul. **O discurso do humor politicamente incorreto no mundo contemporâneo**. 2015. 181 f. Tese (Doutorado em Psicologia) – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Assis/SP, 2015.



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Miatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

MARTINO, Luís Mauro Sá. Miatização, norte e sul: pontuações e delineamentos do conceito na pesquisa brasileira e anglo-saxônica. In: FERREIRA, Jairo et al. **Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a miatização?**. Santa Maria/RS: FACOS-UFSM, 2018. p. 219-240. Disponível em: <https://www.midiaticom.org/entre-o-que-se-diz-e-o-que-se-pensa-onde-esta-a-miatizacao/>. Acesso em: 27 jul. 2020.

PARDAL, Filipe Miguel da Silva. **A sátira política na televisão: o caso do "Governo Sombra"**. 2015. 100 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Escola Superior de Comunicação Social, Lisboa/PT, 2015.

TRAVAGLIA, Luiz Carlos. O que é engraçado? Categorias do risível e o humor brasileiro na televisão. **Estudos Linguísticos e Literários**, Maceió/AL, v. 5 e 6, p. 42-79, 1989. Disponível em: http://www.ileel.ufu.br/travaglia/sistema/uploads/arquivos/artigo_o_que_e_engracado.pdf. Acesso em: 09 fev. 2021.

VERÓN, Eliseo. Teoria da miatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **Matrizes**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 13-19, 2014. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/82928/85961>. Acesso em: 27 jul. 2020.