



FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FATECS

CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL

HABILITAÇÃO: JORNALISMO

ÁREA: INFO-ENTRETENIMENTO

O JORNALISMO NOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO
UMA ANÁLISE COMPARATIVA DOS PROGRAMAS PÂNICO NA TV E CQC

TATYUSHA CAMPBELL

RA 2060517/0

PROF(a). ORIENTADOR(a)

MÔNICA PRADO

BRASÍLIA/DF, 06 DE NOVEMBRO DE 2009

TATYUSHA CAMPBELL

O JORNALISMO NOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO
UMA ANÁLISE COMPARATIVA DOS PROGRAMAS PÂNICO NA TV E CQC

Monografia apresentada como um dos requisitos para a conclusão do Curso de Comunicação Social do Centro Universitário de Brasília – UNICEUB.

Prof(a) Orientador(a): Mônica Prado

BRASÍLIA/DF, 06 DE NOVEMBRO DE 2009

TATYUSHA CAMPBELL

O JORNALISMO NOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO
UMA ANÁLISE COMPARATIVA DOS PROGRAMAS PÂNICO NA TV E CQC

Monografia apresentada como um dos requisitos para a conclusão do Curso de Comunicação Social do Centro Universitário de Brasília – UNICEUB.

Prof(a) Orientador(a): Mônica Prado

BANCA EXAMINADORA:

Prof.(a): MÔNICA PRADO
Orientador(a)

Prof.(a): MARCELO GODOY
Examinador(a)

Prof.(a): SÉRGIO EUCLIDES
Examinador(a)

BRASÍLIA/DF, 06 DE NOVEMBRO DE 2009

Agradeço a Deus, a professora e mestre em comunicação Mônica Prado, ao amigo e jornalista Vladimir Porfírio, ao amigo e mestre Leôncio Carvalho, a minha mãe e amiga Márcia Icó, ao meu pai e jornalista Carlos Campbell e ao jornalista e meu companheiro João Paulo Resende.

RESUMO

Com a presente monografia pretendeu-se refletir sobre como os programas de entretenimento da TV aberta brasileira tratam a informação jornalística na cobertura política no Congresso Nacional. Foram utilizados como corpus para análise os quadros *Sabrina no Congresso*, do programa *Pânico na TV* e *CQC no Congresso*, do programa *CQC (Custe o Que Custar)*. Para a realização do trabalho tomou-se como base as reportagens publicadas em jornais, *websites* dos programas, artigos e obras de estudiosos como Muniz Sodré, Jan Bremmer e Herman Roodenburg, Nelson Traquina entre outros. Os resultados foram apreciados por meio de categorização do Estudo de Caso que permitiu, de forma analítica, refletir sobre esse novo formato midiático de entretenimento no que tange a pré-produção, a produção, a realização e a transmissão das reportagens.

Palavras-chave: entretenimento, televisão e cobertura política.

SUMÁRIO

1.Introdução	01
1.1.Objeto de estudo	03
1.2.Problema	03
1.3.Objetivo	04
1.3.1 Objetivo geral	04
1.3.2 Objetivos específicos	04
1.4.Justificativa	04
1.5. Metodologia	05
2.Desenvolvimento	07
2.1. A trajetória do humor	07
2.2. A cultura de massa e o gosto pelo grotesco	12
2.3. Jornalismo e os critérios de noticiabilidade	14
2.4 Descrição da metodologia	17
2.4.1. Coleta de dados	17
2.4.2. Análise dos programas	18
2.4.3. Diário de bastidor – <i>Pânico na TV</i>	27
2.4.4. Diário de bastidor – <i>CQC</i>	32
2.4.5. Questionários	38
3. Considerações finais	40
4. Referências bibliográficas	42
5. Anexos	44

1. Introdução

A televisão brasileira vivencia um novo viés de programas humorísticos. Escrachados, piadistas, irreverentes com o mundo das celebridades e da política os programas transmitidos pela TV aberta, *Pânico na TV* e *CQC (Custe o Que Custar)* invadem a mídia quebrando paradigmas da cobertura política tradicional produzida pela grande mídia.

Para desenvolver o estudo é necessário, no entanto, definir conceitos do tripé no qual se baseia a pesquisa. São eles: o humor, a informação e a cobertura jornalística política.

Humor	Informação	Cobertura Política
s.m. 1. Ironia fina, espirituosa. 2. Senso de humor. 3. Veia cômica	v.t.d. 1. Dar notícia ou informações, comunicar. 2. Instruir; passar conhecimento. 3. Dar informe ou parecer sobre. 4. Acepção. 5. Inteirar-se.	Atividade jornalística especializada na cobertura de eventos políticos, instituições que geram produtos e fatos, as políticas públicas e o dia-a-dia do poder.

Essas definições possibilitam delimitar a função de cada conceito e, assim, compreender o modelo aplicado em alguns quadros dos programas *Pânico na TV* e *CQC* quando juntam o humor e a informação na cobertura política brasileira.

• O Pânico na TV

O programa *Pânico* ganhou sua versão para TV no dia 28 de setembro de 2003. O *Pânico na TV*, transmitido pela *RedeTV!*, contou com o reflexo do sucesso da versão veiculada pela rádio *Jovem Pan* e caiu no gosto popular, especialmente entre os jovens.

O programa se projetou na mídia com os quadros “sandálias da humildade” – que era uma espécie de premiação às celebridades consideradas arrogantes -, e a “dança do siri” – que obrigava os famosos a dançar imitando o andar de um siri.

Em 2009, a mania emplacada pelo Pânico foi a vinheta “Ronaldo! E brilha muito no Corinthians” na qual o torcedor corintiano Zina mostrou sua paixão pelo time e pelo jogador Ronaldo Fenômeno. Zina ficou tão famoso por causa da frase que acabou ganhando uma casa e um contrato com o programa.

O sucesso do *Pânico na TV* é confirmado inclusive pelos pontos do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope). Segundo matéria divulgada pelo

periódico *Correio Braziliense* (2009, Diversão e Arte), o *Pânico na TV* marcou pico de audiência de 20 pontos em Brasília no dia 26 de julho, contra 19 da TV Globo. Neste dia (e momento) 445 mil pessoas da Capital Federal estavam sintonizadas no canal. Ainda de acordo com a publicação, o programa já tinha alcançado o primeiro lugar no Ibope, em medição nacional, em 17 de julho de 2009.

O programa está na 7ª temporada e conta com os quadros Vesgo e Silvio, Musa da Beleza Interior, Meda, César Povillo – O Repórter em ação, Pânico Delivery, Amaury Dumbo Show, Dicas com Marcos Chiesa, O Impostor, Sabrina no Congresso (exibido desde o final da 6ª temporada), José Toalha, Pergunte ao Peão, Marília Gabiherpes e o Fã.

O *Pânico na TV*, exibido todos os domingos às 20h30, com duração de 2h e 15 minutos, tem como apresentadores de palco Emílio Surita, Sabrina Sato e Marcos Chiesa, Wellington Muniz, Rodrigo Scarpa, Mávio Lúcio, além de Wellington Evandro Santo, Eduardo Sterblitch e Daniel Zukerman.

- **CQC – Custe o Que Custar**

O programa *CQC* conquistou a transmissão em versão brasileira no dia 17 de março de 2008. O *Custe o Que Custar*, exibido pela TV Bandeirantes, é importado da Argentina, que exibe o *Caiga Quien Caiga* (CQC) desde 1995.

O *CQC - Custe o Que Custar* - ganhou os brasileiros com os quadros Repórter Inexperiente, no qual Danilo Gentili fazia trapalhadas e perguntas de "saia justa" para as celebridades; e o Top Five, quadro que mostra os cinco "melhores" momentos da TV na semana.

O programa não agradou apenas os telespectadores. Em 2008, o *CQC* recebeu o prêmio da Associação Paulista dos Críticos de Arte (APCA) como o melhor programa humorístico do ano e, em abril de 2009, ganhou o Troféu Imprensa de melhor programa humorístico de 2008. O sucesso não para por aí. Segundo publicação da Folha Online (2008, Ilustrada), o *CQC* conseguiu dobrar a audiência da TV Bandeirantes nas noites de segunda-feira, colocando a emissora em 3º lugar na liderança de audiência de acordo com as informações do Ibope, ficando atrás da TV Globo e TV Record.

O programa está na 2ª temporada e conta com os quadros Top Five, CQC Teste, CQC no Congresso (no ar desde a 1ª temporada), Controle de Qualidade, Proteste Já, Fala na Cara e Palavras Cruzadas. O *CQC*, exibido todas as segundas-

feiras às 22h10, tem como apresentadores de bancada Marcelo Tas, Marco Luque e Rafinha Bastos. As reportagens fora do estúdio ficam por conta de Rafael Cortez, Danilo Gentili, Felipe Andreoli e Oscar Filho.

1.1. Objeto de estudo

O objeto a ser analisado no estudo serão os quadros políticos dos programas *Pânico na TV*, transmitido pela *Rede TV!* e o *CQC* (Custe o Que Custar), exibido pela *TV Bandeirantes*.

A presente pesquisa vai averiguar os quadros *Sabrina no Congresso* e *CQC no Congresso*, nos quais Sabrina Sato (*Pânico na TV*) e Danilo Gentili ou Rafael Cortez (*CQC*) cobrem matérias políticas. Sendo assim, serão analisadas as matérias sobre a farra das Passagens Aéreas, dos dias 26 de abril de 2009 e 4 de maio de 2009; e a crise no Senado Federal, dos dias 9 de agosto de 2009 e 10 de agosto de 2009.

1.2. Problema

Os quadros dos programas *Pânico na TV* e *CQC* inovam ao ir além do puro entretenimento para o telespectador. Os apresentadores vão ao Congresso para questionar, informar, fazer piadas e fiscalizar o poder. O entretenimento agora não se preocupa apenas com as brincadeiras. Os apresentadores dos programas humorísticos utilizam o modo de produção jornalística - entrevistas com as fontes e a apuração dos fatos - e a estética do jornalismo - uso de câmera, microfone e pauta. Até aí, a prática é puramente jornalística se não fosse por alguns detalhes: a ironia, o sarcasmo e o cômico.

Os quadros são similares até no nome. De um lado a turma do *Pânico* com *Sabrina no Congresso*; do outro lado, a trupe do *CQC* com *CQC no Congresso*. Intitulados como programas humorísticos, eles na verdade vão além. Então, afinal, o que o *Pânico na TV* e o *CQC* fazem no Congresso Nacional pode ser considerado um novo gênero de jornalismo?

1.3. Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

Este estudo tem o objetivo de analisar se os programas *Pânico na TV* e *CQC*, ao aliar humor, política e informação, estão realmente desenvolvendo um trabalho jornalístico.

1.3.2 Objetivos Específicos

- 1) Verificar de que forma é feita a produção das reportagens;
- 2) Identificar se há viés de gênero (mulher para o programa *Pânico na TV* e homem para o programa *CQC*);
- 3) Refletir se esse formato se configura como tendência na mídia brasileira (jornalismo com humor ou como infoentretenimento).

1.4. Justificativa

A história de programas televisivos que fazem humor com a política não nasceu hoje. *Planeta dos Homens* (1976), *TV Pirata* (1988), *Chico Anysio com o quadro Salomé - Chico City* (1973), *Viva o Gordo* (1980) e *Casseta & Planeta* (1992) já configuravam esse modelo midiático. Mas então, qual a novidade do *Pânico na TV* e *CQC*? A diferença é que os precursores dos programas humorísticos veiculavam os quadros de forma teatral, enquanto o *Pânico na TV* e *CQC* utilizam a estética jornalística ao adicionar o trato das informações como critério do entretenimento. Ou seja, nos quadros desses programas o cenário, os repórteres, os personagens e os acontecimentos são reais.

Até o momento não existem muitos trabalhos acadêmicos e científicos que reflitam e analisem esses formatos. O assunto é atual, relevante e de interesse a todos os profissionais de comunicação que trabalham para/e com a mídia. E, também, da sociedade que convive e, até, incorpora tendências ditadas pelos programas de entretenimento.

Para isso, será utilizada na pesquisa a metodologia de estudo de caso. O estudo pretende destrinchar esse novo formato midiático tendo como base um objeto bem delimitado e específico: os quadros políticos dos programas *Pânico na TV* e *CQC*. Dessa forma, a pesquisadora vai acompanhar os quadros dos programas humorísticos, *Pânico na TV* e *CQC*, além de observar um dia de trabalho dos apresentadores no Congresso Nacional e, assim, analisar de que forma é feita a apuração, a produção, a execução e a transmissão das reportagens. Para ampliar o estudo de caso serão enviados questionários, via internet, aos realizadores dos programas.

1.5. Metodologia

Este estudo irá pesquisar de forma analítica como é feito os quadros de cobertura política dos programas humorísticos *Pânico na TV* e *CQC*. Para isso, será utilizada a abordagem do estudo de caso.

O estudo de caso é um método qualitativo de pesquisa - geralmente comparativo - que pretende responder a perguntas do tipo “como” e “por que”. Segundo DUARTE (2005, p.219) o método estudo de caso permite ao pesquisador investigar e ilustrar, dentro de uma avaliação, tópicos empíricos do contexto social.

O estudo de caso deve ter preferência quando se pretende examinar eventos contemporâneos, em situações onde não se podem manipular comportamentos relevantes e é possível empregar duas fontes de evidências, em geral não utilizadas pelo historiador, que são a observação direta e série sistemática de entrevistas. (DUARTE, 2005, p.219)

Nesse contexto, *o estudo O Jornalismo nos programas de entretenimento: uma análise comparativa dos programas Pânico na TV e CQC* atende exatamente as demandas exigidas para empregar o método de estudo de caso na pesquisa. Afinal, esses programas fazem parte de um fenômeno contemporâneo inserido diariamente na vida real das pessoas através dos meios de comunicação.

Duarte (2005, p. 221) alerta, no entanto, que o método é composto de paradoxos. O tempo que o pesquisador disponibiliza para a coleta de dados é decisivo para um estudo bem feito. Revisar a literatura relacionada ao tema de estudo, discutir com colegas e professores os principais itens e ideias, questionar o que está sendo estudado, o porquê está se propondo fazer, o que se espera dele e

conhecer a variedade de teorias relacionadas ao estudo, é a chave de uma pesquisa de sucesso.

Sendo assim, a pesquisadora pretende ir além de documentos bibliográficos ao acrescentar, no estudo, entrevistas através de questionários e observação participante dentro dos eventos de análise dos programas.

2. Desenvolvimento

2.1 A trajetória do humor

As piadas - o riso, a brincadeira, o cômico e o humor - não nasceram no século XX, pelo contrário, o entretenimento já dá sinais desde a Idade Média como mostra GOFF (2000, p.65). As análises dos fenômenos cômicos mostram que a natureza do humor sempre esteve presente, porém pouco aprofundada em conceitos científicos. GOFF (2000) revela, no entanto, que o ser humano sempre ri das mesmas coisas, mas nem sempre pelos mesmos motivos porque cada momento é vivido dentro de um contexto histórico diferente.

O riso é um assunto sobre o qual vale a pena refletir e, em particular estudar em termos históricos. Espero confirmar uma observação inicial e genérica, mas que não deve ser negligenciada: o riso é um fenômeno cultural. De acordo com a sociedade e a época, as atitudes em relação ao riso, a maneira como é praticado, seus alvos e suas formas não são constantes, mas mutáveis. O riso é um fenômeno social. (GOFF, 2000, p.65)

Segundo GOFF (2000, p.79), o riso, assim como o ócio, era o segundo grande inimigo do monge da idade média, no século IV ao X. O riso era o jeito mais horrível e obscuro de quebrar o silêncio, que se configurava na virtude fundamental para o monge. Ou seja, nessa época o que existiu foi um riso reprimido e sufocado (GOFF, 2000). Como conta GOFF (2000), a igreja - diante de um fenômeno que considerava perigoso e realmente não sabia controlar, rejeitou totalmente o riso. No entanto, nesse período surgiu um contraponto no ambiente monástico denominado de *Joca monocorum* que eram as anedotas escritas pelos monges. "Isso mostra que, mesmo nos períodos em que teorias hostis ao riso parecem dominar, uma prática que não reprime o riso ainda consegue sobreviver" (GOFF, 2000, p.79).

De acordo com GOFF (2000, p.70) o século XII, é a época de libertação e controle do riso, em decorrência disso, a sátira e a paródia se desenvolvem e a igreja consegue submeter o fenômeno ao seu controle, distinguindo o riso bom do ruim, e os modos admissíveis de rir dos inadmissíveis. Daí surge o "rei cômico" – o rei agora é obrigado a fazer piadas e o riso acaba se tornando um instrumento de governo. "Nas mãos do rei. O riso era um meio de estruturar a sociedade ao seu redor. Ele não troçava de todos indiscriminadamente ou da mesma maneira. A obscenidade também era um dos "deslizes" do riso" (GOFF, 2000, p.71).

GOFF (2000, p.72) considera ainda que o riso é um fenômeno expresso no corpo e pelo corpo. Segundo ele, a codificação do riso e a sua condenação nos círculos monásticos resultaram, ao menos em parte, de sua perigosa relação com o corpo. Os monges focalizavam o corpo como um instrumento do demônio, embora eles considerassem também, o corpo com um instrumento de salvação (GOFF, 2000, p.73).

Quando o riso está chegando, ele deve, a todo custo, ser impedido de se expressar. Assim vemos como o riso é a pior de todas as formas de expressão do mal que vêm de dentro: a pior poluição da boca. Todas essas idéias são amarradas a uma filosofia cristã bastante extraordinária, por trás da qual podemos detectar tratados médicos e, por assim dizer, crenças filosóficas. (GOFF, 2000, p.73-74)

BURKE (2000, p.93) também ressalta que ao estudar a história do humor é necessário levar em consideração as mudanças de atitude em relação ao humor ao longo do tempo, assim como as mudanças na própria forma das piadas. Ele salienta que nos primórdios da Europa moderna, brincadeiras que eram aceitas em lugares públicos como, por exemplo, igrejas e cortes, foram “oficialmente banidos”. BURKE (2000) analisa o sistema do cômico na Itália entre o período de 1350 e 1550 que, segundo o autor, era composto por uma variedade de gêneros. O humor da Europa moderna incluía a própria comédia popular, além de aparecer nas artes visuais e também nos sermões que combinavam o sério com o cômico (BURKE 2000, p.96).

O cômico medieval e do início do período moderno remete-se aos bobos profissionais, os famosos “bobos da corte”. BURKE (2000, p.97) afirma que “a idéia do cômico ou do brincalhão não foi definida de maneira penetrante nesse período, mas dissimulada em entretenimento ou diversão, de um lado e, no outro, em truques e insultos”. Nesse contexto, surge, nos primórdios da Europa, a brincadeira de mau gosto, também chamada de truque ou *beffa* e, junto com ela surge, o problema dos limites da brincadeira, “a fronteira entre o engano relativamente inofensivo e o logro ou agressão mais sérios” (BURKE, 2000, p.101). E foi em 1550-1650 que a Europa viveu o período de autocontrole com o declínio do bobo da corte e da desintegração da cultura popular:

O clero da Contra-Reforma iniciara uma “ofensiva cultural”, não para proibir todas as formas de brincadeiras, mas para reduzir sua influência. Começaram a considerar cada vez mais indecorosas as piadas quando contadas por clérigos, cujo comportamento devia ser

marcado por gravitas, ou na igreja, porque era um lugar sagrado, ou sobre temas sacros. (BURKE, 2000, p.106).

VERBERCKMOES (2000, p.116) acrescenta que a Contra-Reforma causou, também, um impacto significativo na população da Holanda meridional entre 1650-1750. Segundo ele, a Contra-Reforma possui má reputação em relação ao humor, pois nessa época, “o riso estava definitivamente associado à sensualidade, à indulgência e à licenciosidade”. VERBERCKMOES (2000, p.120) explica que o riso em excesso era condenado por estar muitas vezes ligado aos prazeres carnavais, que eram considerados um “insulto a Deus”:

Tanto do ponto de vista moral quanto teológico, o riso secular e imoderado foi considerado prejudicial a um bom cristão, embora também fosse algo natural. A disciplina mais rígida significava a renúncia ao riso, mas como essa era um exigência utópica, os escritores espirituais prometiam que as lágrimas terrenas seriam seguidas de riso celestial, e finalmente ameaçando os pecadores insistentes com a afirmativa de que Deus riria por último. No entanto, a identificação do riso profano também permitiu a aceitação de outros tipos de riso, os quais poderiam contribuir de modo positivo para a perfeição de um estilo de vida cristão. (VERBERCKMOE, 2000, p.122).

Sendo assim, foram “criados” meios mais sutis de ultrapassar os limites impostos pela Contra-Reforma como, por exemplo, as piadas que sempre podiam ser interpretadas de modos diferentes. De acordo com VERBERCKMOES (2000, p.128) piadas até de natureza escatológica foram integradas à cultura da Contra-Reforma, baseadas – é claro – na desconfiança cristã do riso que impôs limites por meio de apelo à decência e por argumentos teológicos. O humor irrestrito encontrou seus defensores entre o clero católico romano que afinou os princípios da caridade cristã praticando-se a *eutrapelia*¹ (VERBERCKMOES, 2000, p.123).

Desse modo, o riso pode ser entendido como meio de comunicação que revestiu a aprendizagem espiritual e a hegemonia cultural da Contra-Reforma com códigos de expressão visual e oral extraídos do cotidiano e das experiências corporais comuns. (VERBERCKMOES, 2000, p.129).

1- É a propriedade de ser engraçado de modo civilizado, de alcançar um equilíbrio entre o excesso e a falta.

Se no século XVII o humor oscilava entre o bem e o mal, BREWER (2000, p. 150) sinaliza que esse período também registrou o desenvolvimento da crítica literária neoclássica na Inglaterra, “embora regida por influências continentais”. Segundo o autor, o gênero de livros de piadas floresceu, mas não foi bem avaliado. BREWER (2000) complementa que “o aparecimento do realismo da vida cotidiana nas anedotas dos livros de piadas alimenta o realismo”, que mais tarde, se juntou a corrente do neoclássico.

Mas foi na metade do século XVII que os livros de piadas atingiram sua maior popularidade na Holanda seiscentista, como avalia ROODENBURG (2000, p.165):

A arte de contar piadas, porém, era parte integrante da arte da conversação, da habilidade de comunicação exigida das classes altas. Esperava-se que pessoas bem educadas não só soubessem ser espirituosas e divertidas, uma virtude à qual os defensores da urbanidade estavam bem atentos. (ROODENBURG, 2000, p. 181).

Na visão de BAECQUE (2000, p.204) o que ocorria entre 1789 e 1791 era “um tipo de contaminação cultural”. Segundo o autor, o riso – prática comum da alta sociedade e do jornalismo – atingia a Assembléia Constituinte Francesa. O humor, a princípio considerado inoportuno nesse ambiente, foi relacionado a um tipo de ideal de solenidade “exigida pelos novos representantes de um povo livre e regenerado”, o cômico – portanto – foi considerado uma concessão à alegria francesa (BAECQUE 2000, p.222). No entanto, o riso não ficou restrito à essa “concessão à alegria”, ele se tornou uma arma política eficaz que os partidos políticos utilizaram para se destacar e atacar um ao outro na assembléia:

O riso, em termos de “vivacidade francesa”, foi, portanto relacionado com o riso como “ingrediente de persuasão” a fim de modelar a estrutura política na qual as duas facções, monarquista e patriótica, rivalizassem entre si, apresentando aos leitores ansiosos e atentos personagens fictícias, trocadilhos e situações cômicas. (BAECQUE, 2000, p.207)

Segundo BAECQUE (2000, p.222) foi por causa dessa prática que os parlamentares romperam com o ideal filosófico de não rir em grupo, da mesma forma que construiu uma verdadeira cerimônia política.

Dirigidos contra a constituição de um cenário parlamentar democrático, ou uma assembléia dividida por seus estados de humor. Esta assembléia algumas vezes poderia até ser, pelo riso, cruel com seus integrantes minoritários, embora, nela, os grupos também pudessem conduzir ataques de ironia contra poderes vigentes. (BAECQUE, 2000, p.222).

Para TOWNSEND (2000, p.225) o humor passou a ser mais do que “política para outros meios”, à medida que ele ultrapassava o passatempo tradicional para um produto comercial, do mercado de massa, cada vez mais visível na Alemanha oitocentista. O Humor popular manifestou-se na literatura e nas artes, além de oscilar pelos limites convencionais - entre a caricatura e a arte, a cultura inferior e a alta cultura (TOWNSEND, 2000, p.226).

Segundo TOWNSEND (2000, p.230) para “burlar” a censura do período revolucionário, os alemães usaram a tática – bem sucedida - do humor sob uma aparência de entretenimento “inocente”. Para isso, os escritores usaram a imagem de um fictício homem alemão chamado de *Eckensteher Nante* que “simboliza os sentimentos mais íntimos dos berlinenses em relação à estrutura social instável da cidade e o alarmante aumento da tensão entre as classes” (TOWNSEND, 2000, p.234).

Para a maioria dos humoristas, *Nante* havia se tornado um símbolo de Berlim, contando piadas inocentes e comentando a cena local. Para alguns escritores, ele era um recurso literário que lhes permitia fazer comentários cautelosos sobre os acontecimentos. Só depois surgiram outros humoristas porta-voz como *Nante* no intuito de estimular a consciência política. (TOWNSEND, 2000, p.234).

O gênero fez sucesso. Berlim tinha um estoque amplo de escritores e artistas dispostos a se dedicar ao humor. Assim, também, havia um enorme público em potencial (TOWNSEND 2000, p.230). Segundo TOWNSEND, (2000, p.245) esse humor constituía um importante papel da esfera pública para os europeus que estavam se libertando do passado absolutista.

No fim, o humor popular pode ter feito pouco para direcionar a rudimentar consciência política dos alemães no início do século XIX, mas manteve a consciência viva, alimentando e fortalecendo o nível geral de espírito crítico e, proporcionando muito de combustível retórico e emocional que inflamou a revolução de 1848. (TOWNSEND, 2000, p.245).

É possível reafirmar, que o humor não é apenas um produto cultural do entretenimento, o humor é social. Passa por estruturas econômicas, religiosas e políticas. Muda com as necessidades do tempo de cada grupo em determinada sociedade, por vez restrita e outrora global. O cômico na história da humanidade desenvolve, também, o papel de desoprimir, e - portanto, ajuda a reformular regras e configurar modelos sociais mais democráticos.

2.2 A cultura de massa e o gosto pelo grotesco

SODRÉ (1971, p.12) define que cultura "é uma estrutura de comunicação que só pode ser compreendida pela decifração de seu código". Ou seja, cultura é um conjunto de pessoas que estabelecem regras - que segundo SODRÉ (1971) é denominado código - de trocas de informação estabelecidas em um determinado tempo sujeito a mutações de acordo com o período histórico.

Na década de 30, quando o rádio já era mania nacional, a cultura de massa se consolidou no Brasil (SODRÉ, p.24-25). Para SODRÉ (1971) a cultura de massa surgiu devido a implantação de um sistema moderno de comunicação ajustado a um determinado quadro social existente:

O moderno fenômeno da cultura de massa só se tornou possível com o desenvolvimento do sistema de comunicação por mídia, ou seja, com o progresso e a multiplicação vertiginosa dos veículos de massa - o jornal, a revista, o filme, o disco, o rádio, a televisão. (SODRÉ, 1971, p.13).

SODRÉ (1971, p.62) argumenta que a televisão brasileira se ateve a preocupação de encontrar um denominador comum no heterogêneo da cultura de massa que rendesse maior aprovação do público, ou seja, maior audiência. Com isso, os comunicadores começaram a implantar o liberalismo quantitativo que nada mais é do que dar ao público o que ele deseja (SODRÉ, p.68). Por consequência, os apelos mais utilizados pela mídia eram temáticas sobre violências, seguidas do humor e da ascensão social (SODRÉ, p.78-79).

Para SODRÉ (1971, p.72) os programas da TV brasileira identificam-se com o *ethos* do grotesco, que é o gosto pelo cômico, pelo caricatural e até mesmo pelo monstruoso. De certa forma Sodré não estava errado, se passado 38 anos o cômico ainda provoca encantamento no telespectador brasileiro. Prova disso, é quando os

programas humorísticos, por exemplo, *Pânico na TV* e *CQC* batem recordes de audiência desbancando programas tradicionais da grade de programação.

Ainda de acordo com SODRÉ (1971, p.72) o "grotesco é um olhar acusador que penetra as estruturas até um ponto em que se descobre sua fealdade". Nesse ponto, o grotesco pode desenvolver uma função social, permitindo ao telespectador tocar nos tabus e atingir pequenas verdades através do cinismo e do humor. O autor pondera que, no entanto, o grotesco no Brasil é tratado como escatológico, ou seja, de puro mau gosto. Usado sempre como espetáculo, exótico e sensacional (SODRÉ, p.73).

SODRÉ (1971, p.16) admite, porém, que a cultura de massa não instaurou nada diferente da cultura tradicional. No entanto, ainda é vista por alguns segmentos da sociedade com preconceitos. A razão explicativa para esse fenômeno é que a cultura de massa é preparada com um caráter industrial-cultural de mercado - na qual o telespectador participa de forma passiva sem formar um corpo sistemático e coerente de conhecimento como acontece na cultura "elevada" (SODRÉ, p.17-18).

O entretenimento empregado na cultura de massa se opõe imediatamente a seriedade proposta pelos veículos de mídia. ACSELRAD (1960, p.45) ressalta essa distorção:

O riso é sempre uma afronta à ordem estabelecida. É sempre da ordem do outro, do fora. O trocadilho, o chiste, o jogo de palavras são afrontas à ordem gramatical, à ordem que liga as palavras e as coisas. Irrupção do inesperado do radicalmente novo do inusitado. É obscuro, agressivo, pulsional. Por vez mesmo grotesco. (ACSELRAD, 1960, p.45)

SODRÉ (1971, p.27) salienta, também, que a cultura de massa brasileira reafirma características nacionais estruturais e da política de consumo apoiada na consciência coletiva. "A cultura de massa se apropria do oral, traduzindo os seus padrões aos arquétipos da consciência coletiva (SODRÉ, p.36).

O autor cita que a cultura de massa, ao se apropriar da cultura primária - feita pelo boca a boca, sem a interferência dos meios de comunicação - reafirma na cultura televisiva os estereótipos já preestabelecidos. Imagens que continuam a manter o nível de preconceito reforçam o grotesco escatológico e funcionam para elevar os índices de audiência.

2.3. Jornalismo e os critérios de noticiabilidade

Para um acontecimento se tornar notícia, é necessário que o evento em questão obedeça a algumas regras que confirmam relevância ao fato, ou seja, o que aconteceu é de interesse público e, portanto, merece ser veiculado. Esse princípio é válido para qualquer veículo de mídia. PATERNOSTRO (1999, p.61) admite que na televisão a imagem em movimento transmite muito mais efeitos comparados aos outros veículos de comunicação como o rádio e o jornal impresso. “A imagem viva, em movimento, carrega uma dose muito maior de emoção. As palavras devem, então, servir de suporte a essa imagem, dar apoio, complementá-la” (PATERNOSTRO, 1999, p.61). Ou seja, as características de um texto jornalístico para TV são mais convidativas ao telespectador, pois utilizam uma linguagem mais coloquial, clara, precisa, objetiva e direta (PATERNOSTRO, p.61). WEAVER (1993, p.299) reforça essa ideia e ressalta que ao contrário da notícia de jornal, que não é concebida para ser lida na totalidade, a notícia de televisão é arquitetada para ser inteligível quando vista na sua totalidade. “A notícia de televisão é uma forma muito mais flexível e intelectualmente moldável do que a variedade do jornal” (WEAVER, 1993, p.299).

A televisão combina a utilização simultânea de dois sentidos do ser humano, a visão e a audição. Sem contar que uma notícia de grande impacto afeta as pessoas de forma emocional. Dependendo da intensidade, da força, uma imagem que aparece no ar por escassos 15 segundos permanece na mente do telespectador por muito tempo, às vezes para sempre. (PARTENOSTRO, 1999, p.63)

PATERNOSTRO (1999, p.62) defende que o trabalho jornalístico deve ser realizado com independência, honestidade, isenção, imparcialidade, ética e respeito ao ser humano. PATERNOSTRO (1999, p.64) divide em sete as características estruturais da notícia para televisão: informação visual, imediatismo (mostrar o fato no momento exato em que ele ocorre), alcance (o poder de atingir um maior público), instantaneidade (a mensagem na televisão é momentânea), envolvimento (contar histórias, familiarizar o telespectador com os repórteres e os apresentadores), superficialidade (o ritmo da TV proporciona uma natureza superficial às suas mensagens), índice de audiência (a mediação do interesse do telespectador orienta a programação e cria condições de sustentação comercial).

A autora salienta que o *lead* – a cabeça da matéria – é o ponto chave para conquistar e seduzir o telespectador a assistir a reportagem. O *lead* é o texto que vai ser lido pelo apresentador, é o início da matéria, a introdução do que vem a seguir (PATERNOSTRO, 1999, p.113). Segundo PATERNOSTRO (1999, p.73) para trabalhar com imagem, emoção e informação – sem redundância – o texto precisa identificar, basicamente, os elementos fundamentais da notícia, ou seja, o texto deve responder as seis perguntas clássicas: Quem? O quê? Quando? Onde? Como? Por quê?. TRAQUINA (1993, p.170) afirma que o trabalho jornalístico é uma atividade orientada para cumprir o *deadline*, ou seja, a hora de fechamento. Sendo assim, os acontecimentos – ao serem relatados – têm de obedecer ao tradicional *lead* noticioso - que responde as seis perguntas vistas à cima. Ainda de acordo com TRAQUINA (1993, p.174) o fator tempo influencia a cobertura jornalística do acontecimento e os próprios acontecimentos devem ser atuais, “a atualidade constitui um fator de noticiabilidade”.

Controlado pelo relógio, dedicado ao conceito de atualidade, obcecado pela pergunta “o que há de novo?”, o jornalista e as empresas jornalísticas para as quais trabalham dão, sobretudo, importância ao objetivo de produzir notícias sobre os acontecimentos mais recentes. E na resposta aos seis “servidores” habituais do *lead* noticioso, os dois (Como? Por quê?) que mais carecem de explicação são precisamente aqueles que o leitor quer da notícia e que menos encontra. (TRAQUINA, 1993, p.176)

SCHLESINGER (1993, p.182) aponta que a corrida contra o *deadline* não está unicamente restrita ao ciclo do dia noticioso. Segundo o autor, grande parte da cobertura jornalística é planejada antes do dia em que os acontecimentos cobertos tem lugar, ou seja, os materiais noticiosos, as imagens, as palavras, os sons, precisam ser rapidamente reunidos e editados durante a fase de produção do dia. SCHLESINGER (1993) pondera que o sistema é falível, “pode acontecer das equipes não chegarem a tempo, personalidades se recusarem a conceder entrevistas, entre outros”.

TRAQUINA (1993, p.168) admite que as notícias registram as formas literárias e as narrativas utilizadas pelos jornalistas para organizar o acontecimento – pirâmide invertida, a ênfase dada à resposta, a necessidade de selecionar, excluir e acentuar diferentes aspectos do acontecimento. SCHLESINGER (1993, p.182) acrescenta que “ao produzirem notícias, os jornalistas tomam decisões sobre o que

é noticiável, de acordo com os critérios conhecidos por ‘valores notícia’”. Com base nesses critérios, as reportagens têm várias durações e, também, é este processo que concede um valor temporal à matéria (SCHLESINGER, 1993). TRAQUINA (1993, p.169) pondera que, no entanto, as decisões tomadas pelo jornalista no processo de produção de notícia só podem ser entendidas inserindo o profissional no contexto da organização para qual ele trabalha.

As notícias são o resultado de um processo de produção, definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias). Os acontecimentos constituem um imenso universo de matéria-prima; a estratificação deste recurso consiste na seleção do que irá ser tratado, ou seja, na escolha do que se julga ser matéria-prima digna de adquirir a existência pública de notícia, numa palavra – noticiável. (TRAQUINA, 1993, p.169).

PATERNOSTRO (1999, p.79) ressalta que o telespectador só ouve o texto uma vez, por isso deve ser capaz de captá-lo, então quanto mais palavras forem “familiares” ao telespectador, maior será seu grau de comunicação. Assim, usar frases na ordem direta ajuda a simplificar. “E sempre vamos preferir um texto objetivo. A objetividade é o resultado de uma unidade de raciocínio, com informações que “caminham” interligadas de maneira clara, desde o início até a conclusão” (PATERNOSTRO, 1999, p.84).

PATERNOSTRO (1999, p.117) também exalta a importância do uso do script na TV. Segundo a autora, é a lauda especial para telejornalismo com espaços próprios para todas as informações necessárias que vão ser usadas na exibição dos programas.

TRAQUINA (1993, p. 172) analisa dentro do processo de produção de notícia a importância das fontes de informação no trabalho jornalístico. Sendo assim, TRAQUINA (1993), classifica que para poder acreditar na fonte é preciso que esta prove sua credibilidade. As melhores fontes são aquelas que já demonstraram a sua credibilidade e nas quais o repórter pode ter confiança. Para isso, opera a convenção da “credibilidade da autoridade”, quanto mais alta é a posição do informador, melhor é a fonte de informação. (TRAQUINA, 1993, p.172).

2.4. Descrição da metodologia

DUARTE (2005, p. 229) distingue que o estudo de caso utiliza para a coleta de evidências, seis fontes distintas de dados, tais como: documentos, registros em arquivo, entrevistas, observação direta, observação participante e artefatos físicos.

Essa etapa da pesquisa tem por finalidade descrever os passos para a execução do estudo em questão.

2.4.1 Coleta de dados

A pesquisadora foi a campo para verificar de que forma são feitas as etapas de produção, gravação e veiculação dos quadros *Sabrina no Congresso - Pânico na TV* - e *CQC no Congresso – CQC*. Para isso foi realizado:

- Pesquisas bibliográficas
 - Biblioteca do UniCEUB (na parte de periódicos e monografias)
 - Site do Programa *Pânico na TV* (disponível em: http://virgula.uol.com.br/ver/canal_v/panico/ ou em <http://www.redetv.com.br/portal/paniconatv/>)
 - Site do Programa *CQC* (disponível em: <http://www.band.com.br/cqc/>)
- Pesquisa analítica
 - Análise dos quadros dos programas *Pânico na TV* e *CQC* (matérias sobre as Farras das Passagens Aéreas e a Crise no Senado Federal)
 - Acompanhamento de um dia de gravação (*Pânico na TV* no dia 09.09.2009 e *CQC* no dia 07.10.2009)
 - Envio de questionários aos realizadores dos programas

2.4.2 Análise dos programas

O presente estudo é uma análise comparativa entre os quadros políticos dos programas *Pânico na TV* e *CQC*. Para isso, foram escolhidas duas temáticas: a farra das passagens aéreas que ocorreu no primeiro semestre de 2009 e a crise do Senado envolvendo o então presidente da casa, José Sarney, ocorrido no segundo semestre do mesmo ano.

A pesquisadora dividiu em nove aspectos os tópicos a serem analisados. Foram eles: abertura da matéria, roteiro, entrevista, fontes, efeitos de edição, viés de gênero, movimentação de câmera, tempo de duração e encerramento.

A cobertura da farra das passagens aéreas

- *Abertura da matéria*

A roupagem do “abre” da matéria do *CQC* possui cunho informativo, ou seja, além das brincadeiras, se enquadra (também) no gênero jornalístico, pois segue o famoso “lead” usado na teoria da pirâmide invertida – elementos fundamentais da matéria. A abertura da reportagem responde as perguntas o *Que*, *Quem*, *Quando*, *Onde*, *Como* e *Por quê*. O *Que* corresponde ao fim das farras das passagens aéreas, *Quem* são os deputados, senadores, familiares e amigos, *Quando* entre janeiro de 2007 a outubro de 2008, *Onde* Miami, Madri, Bariloche, Paris, New York (voos internacionais), *Como* com o dinheiro público, *Por quê* o presidente da casa, em uma reunião decidiu vetar a “mamata”.

O mesmo pode ser observado com o quadro do programa *Pânico na TV*. Analisando o lead da matéria, o *Que* é o escândalo das passagens aéreas, *Quem* deputados, ex-namoradas, artistas globais e sogras, *Quando* na ultima semana, *Onde* viagens nacionais e internacionais, *Como* usada de maneira suspeita, *Por quê* regalia criada para que os deputados pudessem desempenhar melhor suas atividades. Sendo assim, situa o leitor no contexto dos fatos. Seguem os exemplos:

Miami, Madri, Bariloche, Paris, New York. Esses e muitos outros destinos internacionais puderam ser visitados por deputados, senadores, seus familiares e amigos, até hoje e tudo isso com dinheiro público, o seu dinheiro. Nessa farra toda, teve deputado que levou time de futebol pra passear, filho pra conhecer a dysneilândia e tudo isso ao custo fixo de 16 mil reais por mês, pra cada um dos deputados desse congresso nacional. Só pra se ter uma ideia entre janeiro de 2007 a outubro de 2008, foram 1.885 voos internacionais feitos por 261 desses deputados. Depois de uma reunião a portas fechadas com

o presidente Michael Temer, essa mamata acabou. (CORTEZ, Rafael, 2009, Programa CQC dia 04 de Maio).

Oi gente, tudo bom com vocês? Olha só você que está sentado aí no sofá, você está informado do que está acontecendo com os nossos queridos deputados, gente? Essa história de cota de passagens aéreas, para quem dar, para quem não dar, eu quero me informar sobre isso. – Para sua informação cara Sabrina, na última semana um novo escândalo político ganhou as manchetes dos principais sites do Brasil. A cota de passagens, uma regalia criada para que nossos parlamentares possam viajar e desempenhar melhor suas atividades parece que está sendo usada de maneira suspeita. Tudo começou quando descobriu-se que o deputado federal e galã, Fabio Faria, havia bancado viagens nacionais *and* internacionais para ex-namoradas ilustres, artistas globais e até mesmo simpáticas sogras. Coincidência ou não, após a notícia vários outros casos envolvendo partes da nossa classe política começaram a emergir. Já que a festa da passagem está rolando solta, Sabrina Sato foi até a Capital Federal reivindicar a cota do *Pânico na TV*. Vai lá japonesa! (SATO, Sabrina, 2009, Programa Pânico na TV dia 26 de Abril).

Após os exemplos é possível concluir que existe na abertura da reportagem não apenas o lead, mas uma elaboração contextual do assunto e levantamento de dados.

- *Roteiro*

Para dar a contextualização dos fatos na abertura do programa os apresentadores têm como base um pré-roteiro elaborado. A partir de referências históricas, Rafael Cortez (CQC), resgata momentos do passado e indaga os parlamentares (de forma irônica), onde estão os direitos deles (dos deputados) e se eles concordam com a medida que veta o uso indiscriminado das passagens aéreas. Já o *Pânico*, parte do pressuposto de que todo mundo está ganhando passagens aéreas e vai ao Congresso buscar sua cota.

- *Entrevistas*

O CQC teve como base questionar como os deputados farão – daqui para frente - já que a Câmara não pagará mais pelas viagens. E assim eles desenvolvem com muito humor, as entrevistas com os parlamentares. Sabrina Sato aborda os deputados requisitando sua passagem. As entrevistas, no entanto, não vão direto ao ponto. Muitas vezes Sabrina Sato introduz um assunto diferente do contexto como, esportes, beleza e moda para chegar ao assunto das passagens aéreas. Ela

pergunta a opinião dos parlamentares e se eles acham correto levar os familiares às custas do dinheiro público.

- *Fontes*

As fontes¹ usadas por ambos, *CQC* e *Pânico na TV*, são as mesmas, ou seja, os mesmos parlamentares concedem as entrevistas e dão seu ponto de vista sobre o assunto. No entanto, Sabrina Sato utiliza, ainda, na matéria, entrevistas com um público fora do Congresso, dando ao *Pânico na TV* características mais populares.

- *Efeitos de edição*

Os dois programas utilizam bastante os efeitos pós produção na edição das matérias, inclusive, são esses efeitos que ajudam na hora de compor o humor do quadro e proporcionar ao telespectador graça e divertimento. O *CQC* usa recursos como lágrimas – referentes ao choro dos parlamentares – nariz de palhaço, nariz de Pinóquio, desenhos animados, porrada na cara, fumaça saindo da cabeça dos deputados, palmas e *background*².



1- Pessoas, entidades ou documentos que fornecem informações aos repórteres.

2- Ruído do ambiente ou música que acompanha, ao fundo, a fala do repórter. Áudio ambiente.

O *Pânico na TV* utiliza fotos ilustrativas, vídeos, coice de cavalo, *slow motion* (câmera lenta), repetição da mesma cena diversas vezes – recurso que satiriza gestos e falas das fontes – piadas produzidas pelo próprio programa (entendidas apenas por quem o acompanha semanalmente) e *background*.



- *Viés de Gênero*

Um item que chamou a atenção da pesquisadora foi o viés de gênero. Enquanto o CQC dispõe apenas de homens – gênero masculino - para abordar as fontes, o *Pânico na TV*, mesmo com pessoas do gênero masculino integrando o programa coloca somente a Sabrina Sato – gênero feminino – para fazer entrevistas no Congresso Nacional. E a partir disso, é possível perceber nas reportagens a vantagem do viés de gênero para o *Pânico na TV*. Por ser mulher, Sabrina Sato consegue mais facilmente as entrevistas com os deputados, tanto é que para isso ela aproveita sua beleza e interage com os deputados falando sobre assuntos diversos, como já citados, para depois chegar ao assunto relevante da matéria que, no caso, é das passagens aéreas.

Sempre trajada com vestidos decotados ou colados no corpo, Sabrina chama atenção para os seus atributos físicos e consegue tirar vantagem disso. Além disso, Sato tem mais um fato agravante em seu benefício: ela é uma celebridade, ex-BBB (Big Brother) e conhecida pela maioria dos pares da casa. Já o Rafael Cortez tem mais dificuldade de acesso à fonte, primeiro porque ele não apela para a beleza e é sempre muito incisivo na abordagem aos deputados – característica do programa CQC. Os deputados, com raras exceções, não querem, nem participam das brincadeiras de Rafael Cortez, há – ainda - os que se recusam a falar e fecham a

cara. Já com a Sabrina Sato, os deputados, com algumas exceções, interagem com ela. E vão, além disso: flertam e dão beijo. Os que se recusam a falar, no mínimo, mostram um sorriso. Sato entra no jogo, dança, abraça e manda beijo.

- *Movimentação da câmera*

O enquadramento da câmera nas filmagens das matérias tem certa modificação. O CQC prefere planos abertos³ e americanos⁴. O *Pânico na TV* usa plano americano e close-up⁵. O enquadramento mais fechado é muito utilizado quando eles querem enfatizar a cara de um deputado falando algo ou até mesmo quando a fonte flerta com a Sabrina Sato.

- *Tempo de duração*

O tempo destinado para esses quadros dentro da programação é: cinco minutos para o quadro do CQC e nove minutos para o quadro do *Pânico na TV*.

- *Encerramento*

O encerramento do quadro no CQC tem o desfecho com a última pergunta do repórter e – consequentemente - a última resposta da fonte. O *Pânico na TV* faz o encerramento com a própria Sabrina Sato concluindo a reportagem.

3- Posicionamento da câmera que enquadra dos pés para cima.

4- Posicionamento da câmera que enquadra da cintura para cima. Muito utilizado no cinema norte-americano.

5- Posicionamento da câmera que enquadra do pescoço para cima.

Crise no Senado

Na mesma linha de informação e com mesma dose de humor, o *CQC* e o *Pânico na TV* invadem o Senado Federal para noticiar os escândalos envolvendo o presidente da Casa, José Sarney.

- *Abertura da matéria*

A abertura da matéria de ambos continua a responder o Lead jornalístico - o *Que, Quem, Quando, Onde, Como e Por quê*. Para inserir a matéria da crise no Senado, o *CQC* usa a temática do filme *Guerra na Estrelas*. Ao iniciar a matéria, sobe o letreiro igual ao do filme *Guerra nas Estrelas*, só que com a locução de Danilo Gentili contextualizando os fatos e ao mesmo tempo fazendo um paralelo entre a *Guerra na Estrelas* e a *Guerra no Senado*. O *Pânico* faz uma breve introdução do assunto Exemplos:

Nos últimos meses o Senado se transformou num cenário de um longa metragem de escândalos, cheio de traições, crimes, humor, corrupção e sacanagem. O roteiro desse filme parece tão absurdo quanto o de uma ficção científica, mas tudo aqui é baseado em fatos reais. Nesta semana, a tensão atingiu o clímax com uma batalha feroz entre os exércitos governista e opositor. Mas o imperador mantém seu poder, frustrando ações de forças rebeldes e súditos de toda a república. (GENTILI, Danilo, 2009, Programa *CQC* dia 10 de Agosto).

Oi gente, tudo bom com vocês? Eu, Sabrina Sato, repórter investigativa política do *Pânico na TV*, estou aqui no Senado – aqui é o senado né? É. Saber por que, para averiguar, para ver tudo que está acontecendo. Entender um pouco mais, porque gente, eu não tô entendendo mais nada – *imagens da discussão entre o senador Renan Calheiros e Tasso Jereissati*. (SATO, Sabrina, 2009, Programa *Pânico na TV* dia 09 de Agosto).

Como se pode perceber, a matéria mesmo com cunho do entretenimento não deixa de situar o telespectador nos acontecimentos que decorreram à reportagem.

- *Roteiro*

Se o enfoque da matéria do *CQC* é o paralelo com o filme *Guerra nas Estrelas*, Danilo Gentili conduzirá a matéria baseado na “nova temporada” do Senado. Já o *Pânico na TV* vai querer saber qual o próximo capítulo da novela.

- *Entrevistas*

O CQC aborda os senadores e procura saber qual o nome do filme. A partir de uma análise histórica, Gentili, junto às fontes, tenta desvendar qual o nome do filme na atual crise. Sabrina Sato abordará os deputados com a pergunta: Sarney sai ou Sarney fica? E a partir de brincadeiras referente a moda, beleza e a careta do senador Fernando Collor na discussão com o senador Pedro Simon, Sato pede a opinião dos deputados e senadores sobre a saída de Sarney.

- *Fontes*

Da mesma forma descrita na análise das reportagens das passagens aéreas, as fontes usadas pelo CQC e *Pânico na TV*, são as mesmas. Ou seja, os mesmos parlamentares concedem as entrevistas e dão seu ponto de vista sobre o assunto. No entanto, desta vez, Sabrina Sato não realiza entrevistas com populares.

- *Efeitos de edição*

Os efeitos pós produção na edição das matérias são recursos que continuam a enriquecer o humor das reportagens. Nesse caso, O CQC usou efeitos como pipoca e óculos para filme 3D, controle remoto, filme rebobinando, máscara de diabo, olho raio laser, manchete de jornal, parlamentar com espada na mão (igual ao filme Guerra nas Estrelas), vídeos, imagens de internet da discussão entre os senadores Fernando Collor e Pedro Simon e *background*.



O *Pânico na TV* utilizou recursos como: fotos ilustrativas, vídeos, *slow motion* (câmera lenta), repetição da mesma cena várias vezes – recurso que satiriza gestos e falas das fontes - tomate na cara do senador Sarney, imagens de internet da briga dos senadores Fernando Collor e Pedro Simon e *background* acompanhando as imagens.



- *Viés de gênero*

O viés de gênero também está presente nesta matéria. Os deputados e senadores, com algumas exceções, não querem participar da reportagem realizada por Danilo Gentili. Sarney se recusa veementemente a conceder entrevista à Gentili. O repórter, por sua vez, mantém a postura do programa CQC e continua a reportagem de forma incisiva e com um certo distanciamento da fonte. Com Sabrina Sato é diferente. Os deputados, em sua maioria, interagem com ela, além de flertar e distribuir beijos. Sarney não concede entrevista à Sato, no entanto é simpático ao apertar a mão dela. Sabrina Sato mantém um relacionamento próximo as fontes ao brincar e fazer graça com os parlamentares.

- *Movimentação da Câmera*

Na questão do enquadramento, o CQC optou por usar somente o plano americano, enquanto o *Pânico na TV* manteve o plano americano e o plano close-up

(muito utilizado quando o *Pânico na TV* quer enfatizar a fala de um deputado ou até mesmo quando um parlamentar flerta com a Sabrina Sato).

- *Tempo de duração*

O tempo destinado para esses quadros dentro da programação é: sete minutos para o quadro do CQC e oito minutos para o quadro do Pânico na TV.

- *Encerramento*

O encerramento do quadro no CQC tem o desfecho com Danilo Gentili - após a tentativa frustrada de entrevistar Sarney – concluindo que o nome do filme é “Deus é brasileiro”. O *Pânico na TV* faz o encerramento com Sabrina Sato concluindo que “com Sarney ou sem Sarney vai ficar tudo a mesma coisa”. Depois da conclusão, passa um *vídeo-clip* com os melhores momentos da matéria.

2.4.3 *Diário de bastidor*

Brasília, 09 de Setembro de 2009



- **Sabrina no Congresso**

Antes

Através do miniblog – Twitter - tomei conhecimento de que Sabrina Sato estaria em Brasília, no Senado Federal. Por contatos com amigos que trabalham no Congresso Nacional chequei que ela iria gravar o quadro *Sabrina no Congresso* por volta das 15h. Cheguei no Senado por volta das 15h20, e fiquei a procura da apresentadora. Após uma hora e meia de busca, consegui encontrá-la, ou melhor, Sabrina Sato e a equipe do *Pânico na TV* surgiram na minha frente.

Durante

As 16h50, subindo a escada que fica em frente ao plenário do Senado, foi possível identificar a voz destoante de Sabrina Sato por quatro motivos: primeiro pela altura da voz; segundo pelo jargão usado por Sabrina “muita *animaçau*¹, gente!”, terceiro pelo sotaque e quarto pela multidão que se aglomerava em volta do corrimão. De vestido tomara-que-caia cor branco, salto alto e cabelo preso com um rabo de cavalo, Sabrina distribuía simpatia.

Por sugestão do produtor do *Pânico na TV*, Sabrina seguiu para a porta de fundo do plenário, onde estava tendo uma votação com as principais lideranças da casa, entre elas, o presidente José Sarney.

1. Expressão usada por Sabrina Sato. É o mesmo que animação só que com uma entonação diferente.

Dividindo espaço com jornalistas de emissoras como, TV Record, TV Senado, RedeTV! e TV Globo, Sabrina tentava conseguir entrevistas quando os senadores entravam e saíam do plenário, assim como os outros repórteres. Enquanto Sabrina aguardava algum senador, me aproximei do produtor – que estava um pouco mais afastado – e, logo ao me apresentar, o informei do estudo que estava realizando. O produtor, Marcelo Rabello, mostrou interesse com a pesquisa e me convidou para ficar junto da equipe naquela tarde, dando passe livre para eu acompanhá-los, fazer perguntas e tirar fotos.

A equipe que vem a Brasília gravar o quadro Sabrina no Congresso é composto por quatro pessoas: a repórter, o produtor, o cameraman e o assistente. Neste dia, a pauta da reportagem – recebida pela produção às sete horas da manhã - era o paralelo da crise do senado e os filmes dos trapalhões. De acordo com o produtor, a equipe sai de São Paulo com a “ideia de reportagem e piadas pré-prontas relacionadas ao assunto da matéria”.

As perguntas feita por Sato, não modificava muito de um parlamentar para o outro. O texto era basicamente: *Qual parlamentar você acha que parece mais com o Didi, com o Dedé, com o Zacarias ou com o Mussum? Com qual dos trapalhões você se identifica? Qual o bordão dele? O Sarney é o "da poltrona"? Você sabe contar uma piada?* E, a partir disso, ela desenvolvia outras sub-perguntas de acordo com cada resposta ou com cada senador.

Durante a gravação, Sabrina orientada pela produção e pelo seu próprio conhecimento, entrevistou as personalidades mais conhecidas do Senado Federal. Em grande parte, ela ia ao encontro de senadores que são entrevistas garantidas. Geralmente, ela recorria à equipe para saber os nomes dos parlamentares. “São ou não são?”, “Quem tá vindo? Quais são os nomes?”, perguntava Sabrina frequentemente ao produtor Marcelo.

A primeira impressão que se tem ao ver Sabrina Sato gravando a matéria é que ela, e até mesmo a produção, caíram de pára-quedas no Senado. A sensação é que a produção não realizou aquela pesquisa prévia de campo, pois eles só sabem identificar os nomes dos senadores explorados constantemente pela mídia. Aconteceu uma situação de nem a Sabrina, nem a produção saberem o nome de um parlamentar e ter de pedir ajuda aos funcionários da casa.

Ainda, durante as entrevistas, Sabrina eventualmente esquecia as perguntas elaboradas pela produção do *Pânico na TV* e sempre que possível recorria ao roteiro

onde estavam anotadas as perguntas. Foi assim, com o primeiro parlamentar que ela entrevistou: o senador Álvaro Dias. Durante a entrevista, ela esqueceu a pergunta e interrompeu a gravação ao se dirigir ao produtor, dizendo: me dá uma pergunta aí que eu não lembro de nada disso. Depois de ler a pergunta ela retomou a entrevista. A mesma situação aconteceu com o senador Gim Argelo, no entanto, ele não teve a mesma paciência do senador Álvaro Dias e nessa, Sabrina acabou perdendo a entrevista. No entanto, a imagem de mulher caipira, gostosa e sem muito conteúdo, veiculada pelo programa não passa de um personagem. Apesar de não memorizar as perguntas do roteiro, Sabrina sabe muito bem contextualizar e questionar os parlamentares. Além disso, foi possível observar que a repórter manda e desmanda na realização da matéria. Nas entrevistas ela tem sacadas boas para contestar o que os parlamentares estão dizendo, faz passagens sem decorar o texto e ainda grava para os editores do programa instruções de como ela quer que determinada cena seja veiculada.

Enquanto não está gravando, Sato apura fatos, faz perguntas e confere a lista de entrevistados. Divide o tempo entre a gravação e o assédio dos fãs - que o tempo todo se aglomeram pedindo autógrafos e fotos. Sabrina, na maioria das vezes, atende todos os pedidos do público e, algumas vezes, até dá um passa fora nos fãs masculinos que se aproveitam da situação para tirar uma “casquinha” dela.

Sabrina Sato conta também com um atendimento vip no Congresso Nacional - bem diferente do tratamento dado aos outros jornalistas que também vão ao Senado realizar reportagens. Não falta funcionário para oferecer água, servir cafezinho e realizar outros desejos da apresentadora como, arranjar um banheiro mais próximo ou entrar no plenário para chamar um determinado parlamentar.

No momento de pausa da gravação, em que o produtor foi comprar um lanche para a equipe, eu - como integrante da equipe do *Pânico na TV* naquela tarde - acabei participando. Em uma conversa com Sabrina Sato averiguei o corre-corre diário das pessoas que fazem parte do *Pânico*. Sato trabalha praticamente de segunda a segunda. Vive na ponte aérea Rio - São Paulo - Brasília, escolhe o próprio figurino, faz a maquiagem, desenvolve as piadas, e quando não está gravando para o *Pânico na TV*, participa do *Pânico* na rádio *Jovem Pan* e de eventos em todo o país.

2- Tirar proveito da apresentadora.

Enquanto Sabrina se vira para realizar as matérias para o *Pânico*, o produtor, o cameraman e o assistente se dividem para produzir matérias com o restante do elenco do programa. Infelizmente a duração de pausa das gravações não demorou muito e mal Sabrina Sato saiu do banheiro, lá estava o senador Fernando Collor passando. Foi o tempo de ela pegar o microfone e começar a entrevista. Sabrina, com o apoio do produtor, tentou não perder nada, nenhum momento do que poderia ser aproveitado na matéria.

Depois

A veiculação da matéria no domingo de 13 de setembro mostrou para o telespectador o que eu já tinha acompanhado no Senado Federal no dia 9 de setembro. Com muitos efeitos de edição, a reportagem de sete minutos mostrou os melhores momentos de um trabalho de mais de quatro horas.

A gravação produzida com muita diversão, ironia e pressão do público ganhou mais coerência, dinamismo e graça quando passou pelo processo de edição. As perguntas feitas aos entrevistados repetidas vezes se tornaram complementares umas as outras e, também, complementares às piadas. Todo o material que foi produzido não ganhou outro sentido ou conotação diferente da que foi gravada, ou seja, Sabrina Sato entrevistou os senadores Demóstenes Torres, Cristovam Buarque, Aloízio Mercadante, Marconi Perillo, Fernando Collor, Álvaro Dias, Lobão filho, Eduardo Suplicy, Gilvam Borges, Flávio Arns e Gim Argelo e esses depoimentos ao serem veiculados pelo programa *Pânico na TV* não ganharam sentindo contrário ao que foi falado. Se algum parlamentar – ou até mesmo a própria Sabrina Sato – por algum determinado momento entraram em uma saia justa, é porque assim aconteceu na hora da gravação. E para fugir dessa saia justa é preciso ter muito jogo de cintura já que as perguntas levam exatamente a esse confronto. Ao acompanhar um dia de gravação do quadro *Sabrina no Congresso*, é possível perceber que o trabalho feito por Sabrina Sato não tem a intenção de reproduzir as reportagens jornalísticas tradicionais da grande mídia que “levanta a bola para o outro chutar”, ou seja, não é uma matéria preocupada em colher aspas que complementam o que o jornalista já disse em off³ ou em uma passagem⁴.

3- Quando a fala do repórter é coberta por imagens em TV

4- Quando o repórter aparece em frente as câmera noticiando um fato

Nesse quadro, o propósito - a meu ver - é criar a indagação do “como se” das coisas, encoberto sempre - é claro - pelo humor.

O *Pânico na TV*, com o quadro Sabrina no Congresso, se apropria da estética e do modo de produção jornalístico para chamar a atenção do público para a crise presente no Senado Federal. Mas, o que a editoria do programa quer passar ao telespectador quando compara o Senado aos filmes dos trapalhões? Simplesmente gozar os senadores? Nem sempre. Quando Sabrina Sato introduz várias perguntas engraçadas para os parlamentares e os indaga “o Sarney é o da poltrona?” está fazendo muito mais do que ironizar e esse é o momento crucial da matéria. O que o programa quer com essa brincadeira é fazer os senadores saírem de “cima do muro”, se manifestarem perante as denúncias que surgiram contra o presidente da casa, José Sarney. É contestar e atualizar o brasileiro de que Sarney é um dos mais antigos parlamentares do Congresso Nacional. O senador mantém seu poder na política brasileira desde 1955, quando foi eleito deputado federal e desde então, foi governador, senador, presidente do Senado, integrou a UDN, foi líder do governo Jânio Quadros, presidente da Arena, do PDS e presidente da República em 1985.

A reportagem que até então se mostrava descomprometida e brincalhona, reflete – no entanto – que há um tratamento da informação, transmitido de uma forma não convencional. O que eu posso refletir, ainda, ao ter acompanhado de perto a gravação e também a veiculação da reportagem é que a matéria não pode ser comparada com as notícias *hard news*⁵ da TV brasileira, a matéria é mais um apanhado dos últimos acontecimentos.

5- Notícia quente; de grande impacto.

2.4.4 *Diário de bastidor*

Brasília, 07 de Outubro de 2009



- **CQC no congresso**

Antes

No decorrer do estudo eu acabei fazendo amizade com funcionários do Senado Federal e da Câmara dos Deputados. Conversei com pessoas próximas dos apresentadores do CQC e já que o miniblog, Twitter, foi eficaz para saber quando e como a Sabrina Sato gravaria no Congresso, procurei me manter informada sobre os próximos passos dos meninos do CQC que cobrem política. E a experiência deu certo. No dia 06 de outubro soube, através do Twitter, que o apresentador Danilo Gentili já estava em Brasília procurando uma pauta para realizar a matéria. A informação acabou sendo confirmada minutos depois por pessoas próximas a equipe do CQC. Por volta das 15h eu cheguei ao Congresso e fiquei na expectativa de encontrá-los, porém não havia movimentação alguma da possível presença deles naquela tarde. Aguardei até às 18h e me convenci que a gravação não ocorreria neste dia.

No dia seguinte (quarta-feira, 07 de outubro) o segurança da chapelaria do Senado Federal me ligou às 15h dizendo que a equipe do CQC estaria chegando dentro de 15 minutos. Por volta das 15h25 eu cheguei ao Senado Federal e o mesmo segurança me informou que eles haviam acabado de subir a escada que levava ao Salão Verde da Câmara dos Deputados. Quando cheguei ao local, não demorou muito para avistar o repórter Danilo Gentili acompanhado do cameraman. Eu logo me apresentei ao Gentili e já fui explicando o motivo da minha presença. O apresentador simpático disse “tudo bem”.

Durante

Com o aval da equipe do CQC comecei a acompanhá-los durante toda a reportagem. No entanto, eles não me incluíram como integrante da equipe e as observações foram feitas com certo distanciamento.

A pauta era sobre a lei “Ficha Limpa” e a partir disso Danilo Gentili estava executando a missão de procurar pelos parlamentares com ficha suja na Câmara dos Deputados. Ao invés de ficar em pontos estratégicos de entrada e saída dos deputados, Gentili percorria partes da Câmara para entrevistar os pares enquanto eles iam de um lugar para o outro. Para isso, Danilo Gentili percorreu o Salão Verde, corredores da Câmara, plenário, comissões e gabinetes. Os parlamentares entrevistados, nem sempre eram aqueles de grande exposição na mídia e tanto o cameraman, quando o próprio apresentador, sabiam identificar o nome e até os partidos dos deputados abordados. Nessa matéria, em específico, Gentili tinha o auxílio de uma prancheta onde continha as informações sobre os partidos e seus respectivos deputados com problemas na justiça. A prancheta, neste caso, serviu mais que uma “cola” para o repórter, a prancheta foi usada na matéria quando Danilo Gentili queria mostrar aos parlamentares o quão sujo era a lista. Na prancheta continha, ainda, piadas pré-prontas – recurso pouco utilizado pelo repórter – e as imagens dos parlamentares que estavam sendo procurados.

Além das piadas já elaboradas pela produção, o apresentador mostrou também que era bom de improviso, quando, por exemplo, ele foi entrevistar o deputado Pinto Itamaraty – que não constava na lista de parlamentares com o nome sujo – e brincou ao dizer “então o Pinto não está sujo?”.

Após, aproximadamente 40 minutos de gravação, o repórter e o cameraman se encontraram com o produtor – que até então não estava acompanhando as gravações - no Salão Verde e discutiram a continuidade da matéria. Depois de 20 minutos de conversa a reportagem foi retomada da maneira como já estava sendo feita. A equipe do CQC que vem gravar no Congresso Nacional é composta pelo repórter (Danilo Gentili), pelo produtor (Salinas) e pelo cameraman (Pedro).

Foi visível que a equipe do CQC já tinha contatos estabelecidos com alguns deputados. Parlamentares iam ao encontro deles, não precisamente para ser entrevistados, mas para conversar e “trocar figurinhas” ou com o produtor ou com o próprio Danilo Gentili. No entanto, nem todos os parlamentares se sentem à vontade com a presença do CQC. De 18 pares abordados para entrevista, cinco deles se

negaram veementemente a conceder entrevistas. Inclusive, o deputado João Matos convidou-os a se retirar da Câmara.

A equipe do CQC trabalha de forma bem integrada. Discutem como as imagens capturadas podem ser utilizadas na hora da edição. Os três envolvidos – repórter, produtor e cameraman - opinam sobre como gravar determinada cena e debatem até chegar a um acordo. Gentili quando erra, refaz a gravação.

Na pausa de uma gravação para outra, Danilo Gentili faz anotações sobre o andamento da reportagem e divide o tempo com os fãs que ficam na expectativa do fim de cada entrevista para poder se aproximar e tirar fotos com o apresentador. Os fãs são na maioria do sexo feminino, mas a ala masculina também aparece. E Gentili, longe do estrelato, é sempre muito simpático e atencioso (na medida do possível).

Gentili não utilizou na matéria apenas os deputados. Entrevistou, também, servidores da limpeza perguntando se eles estão “limpando a ficha de algum deputado” e um grupo de policiais militares que estavam presentes no Congresso Nacional naquela tarde indagando-os se eles “vieram prender algum parlamentar”.

Às 20 horas a equipe do CQC resolveu fazer um intervalo para discutir questões da matéria. Chegaram a um consenso de que a abertura da matéria seria gravada no dia seguinte, mas que o encerramento e as cenas de corte ainda seriam feitas no mesmo dia. Cogitaram, ainda, a possibilidade de inserir na matéria um “povo fala”, mas isso não ficou definido até o momento deles irem embora.

O encerramento foi feito no Anexo IV onde ficam alguns dos gabinetes dos parlamentares. A ideia da equipe do CQC era achar os “top five” dos deputados com a ficha suja. Danilo Gentili foi aos gabinetes dos deputados Zé Gerardo, Abelardo Camarinha, Jader Barbalho, Jackson Barreto e Sérgio Moraes. Para isso, o repórter tinha em mãos fotos dos “procurados” igual as imagens dos filmes de faroeste em que tinha cartazes com as fotos dos bandidos procurados pela polícia. Gentili só conseguiu encontrar Zé Gerardo e Jackson Barreto – os dois parlamentares demonstram ficar bem incomodados com a abordagem do CQC.

Apesar de não ter sido incluída na equipe do CQC, eles recorreram a mim para pedir ajuda quando o produtor ainda não estava presente nas gravações, me esperaram para que eu pudesse os alcançar quando eles começavam a correr demais e me usaram como personagem para a gravação de imagens de corte,

quando Gentili pregava cartazes dos “procurados”. As gravações foram encerradas às 21 horas.

Depois

A veiculação da matéria na segunda-feira 12 de outubro mostrou para o telespectador o que eu já tinha acompanhado na Câmara dos Deputados no dia 07 de outubro. Dentre o material que foi gravado, daquele que foi transmitido, conclui que eles poderiam ter tido duas vertentes na mesma matéria: uma mais “séria” e outra mais escrachada. O CQC optou pela primeira opção. A constatação tem como base a escolha das fontes que a editoria do programa usou para ilustrar a matéria no momento da edição. O foco da reportagem foi - somente - os deputados. A equipe do CQC não utilizou as gravações feitas com populares – como os servidores de limpeza da Câmara e os policiais militares - que dariam um tom diferente à matéria. A reportagem de quase oito minutos mostrou as partes mais relevantes de um trabalho de mais de cinco horas.

A abertura da matéria, na qual eu não estava presente - pois eles decidiram gravar no dia seguinte (08 de outubro) - foi feita em quatro lugares diferentes: no túnel das passarelas da Câmara, em frente ao STF, em frente ao Congresso e no jardim que fica em frente ao Congresso. Danilo Gentili usou a abertura para informar sobre o que tratava a reportagem. E dessa forma ele gravou em quatro *takes*¹ diferentes e complementares tratando do tema o que é a Lei Ficha Limpa e incluiu dados para acrescentar e ilustrar o que estava sendo dito, como por exemplo, “de 2007 até hoje o número de congressistas envolvidos com problemas na Justiça subiu de 101 para 152. Foi um aumento de quase 50%” (GENTILI, 2009, programa CQC). Todo o material que foi produzido não ganhou outro sentido ou conotação diferente da que foi gravada, ou seja, Danilo Gentili entrevistou os deputados Paulinho da Força, Eliene Lima, José Genoíno, Mauro Lopes, Arnon Bezerra, João Matos, Bonifácio de Andrade, Pinto Itamaraty, Neudo Campos, Zé Gerardo,

1-Também conhecido por “tomada”. Designa um quadro da imagem. Mudar de *take* significa substituir aquela imagem por outra.

além das visitas aos gabinetes dos deputados Abelardo Camarinha, Jader Barbalho e Jackson Barreto e esses depoimentos ao serem veiculados pelo programa CQC não ganharam sentindo contrário ao que foi falado – inclusive nos momentos de maior saia justa da reportagem quando ocorreu as entrevistas com os deputados.

Danilo Gentili utilizou – além dos recursos de apuração, *lead*, cenas de corte e entrevistas – outro elemento do jornalismo: a passagem. A gravação da passagem, feita em frente ao STF, foi realizada no mesmo dia da gravação da abertura da matéria (data em que eu não estava acompanhando). O recurso foi usado por Gentili para acrescentar informações adicionais à matéria. Como dizer ao telespectador que a Lei Ficha Limpa tem seu lado bom, “porque vai elevar o nível dos eleitos” e o lado ruim, que “pode ter parlamentar prejudicado por perseguição política”.

A editoria do programa utilizou outro recurso bem interessante – para contextualizar e situar o telespectador - no momento de editar o material. Enquanto aconteciam as entrevistas, mostrava-se uma legenda no canto inferior do vídeo (gerador de caracteres) com o histórico de processos na Justiça de cada parlamentar que estava concedendo os depoimentos.

O que a editoria do programa quis passar foi bem claro e objetivo. As imagens casaram com as perguntas que norteou os problemas de cada deputado com a Justiça brasileira e mostrar, não apenas para os parlamentares, mas também para quem assiste, que, na Câmara dos Deputados, tem gente com o nome sujo, envolvidos em processos esdrúxulos e que, no entanto, exercem seus mandatos tranquilamente.

- ***Curiosidades de bastidor***

A pesquisadora teve acesso à pessoas próximas da equipe do CQC que residem em Brasília. No dia 14 de setembro de 2009 o programa CQC transmitiu uma matéria sobre fidelidade partidária feita por Rafael Cortez no Congresso Nacional. A abertura da matéria foi gravada no Lago Sul (Brasília), na casa de Luíza Gnone, amiga de Rafael Cortez e da equipe do CQC. Em uma entrevista com Gnone tive conhecimento de como foi realizada a matéria.

Segundo Gnone (2009, informações verbais) o CQC, para não vir a Brasília toda semana gravar reportagens no Congresso, vem de 15 em 15 dias e gravam mais de uma matéria por vez. Assim, é possível abastecer o conteúdo do programa, já que o CQC é transmitido uma vez por semana. De acordo com Luíza Gnone

(2009) isso acontece também porque "eles não gostam de vir aqui, nenhum deles. Política é um tema muito difícil, tem que ter muita concentração, muito conhecimento. E, além disso, eles não gostam de Brasília".

Gnone (2009) informou que no dia 1º de setembro, terça-feira, a equipe do CQC estava procurando um local para gravar a matéria, mas todos os cartões postais de Brasília já estavam muito vistos.

Eu acho que eles passaram a noite pensando em como iriam gravar e chegaram à conclusão de como seria feita a cabeça da matéria. Como a reportagem era sobre fidelidade partidária, eles pensaram em fazer uma sacanagem com o termo "infidelidade" e optaram por gravar mostrando um *bon vivan*. Na quarta-feira (02.09.2009) o Rafa me ligou por volta de meio-dia e disse: Lú, isso não é um convite, é uma ordem: queremos que vocês façam parte da nossa matéria, a gente quer gravar na sua casa. (Gnone, 2009, informações verbais)

Luíza Gnone e as amigas, que também conhecem Rafael Cortez e a equipe do CQC, participaram das gravações. Gnone (2009), contou, ainda, que ela foi buscá-lo no hotel e os levou para sua casa e fizeram exatamente como eles haviam imaginado: mulheres, piscina, champagne e muita mordomia.

2.4.5 Questionários

Os questionários foram enviados aos realizadores dos programas *Pânico na TV* e *CQC* para que os mesmos pudessem classificar e refletir em que formato os quadros *Sabrina no Congresso* e *CQC no Congresso* se enquadram. Assim como, ter o registro da opinião dos apresentadores sobre o que eles consideram que realizam com o desenvolvimento desses trabalhos.

Para isso, foram enviadas perguntas que procuram desvendar - na opinião de quem os produz - em que gênero midiático estão as reportagens, como é realizada a apuração da pauta, se esse formato tem aproximado ou afastado o espectador e se esse modelo será tendência na TV brasileira.

O apresentador do programa *CQC*, Danilo Gentili, defendeu que quando se aborda um fato dentro de um programa humorístico é necessário usar a linguagem jornalística. Gentili classificou que o quadro *CQC no Congresso* é composto por 70% de humor e 30% de jornalismo e que, portanto, o quadro é de gênero humorístico. Marcelo Rabello, produtor do quadro *Sabrina no Congresso*, do programa *Pânico na TV*, foi mais enfático. Segundo Rabello, apesar de utilizar técnicas do jornalismo, o quadro tem 100% "de foco no humor". Tanto o apresentador do *CQC*, quanto o produtor do *Pânico na TV* ressaltaram que as pautas são sugeridas mediante aos fatos mais relevantes e factuais ocorridos durante as semanas, e que há engajamento em pesquisas e apuração antes de se concretizar as gravações.

Na avaliação de ambos, esse formato midiático incentiva os telespectadores a se interessarem pelos acontecimentos do mundo da política, sobretudo os adolescentes. De acordo com Gentili, os jovens estão mais interessados em política por conta do quadro *CQC no Congresso*. Marcelo Rabello acrescenta que "a política vista pelo ângulo do humor consegue aproximar mais o telespectador". No entanto, se os quadros fazem sucesso com o telespectador, o mesmo não acontece com a imprensa tradicional. O apresentador do *CQC* avalia que tem "colegas" de imprensa que detestam quando a equipe do *CQC* está cobrindo determinado evento. Gentili pondera que há, também, os "colegas que respeitam e se divertem com o que a gente faz". Já Rabello analisa que não existe preconceito, e que os colegas "até elogiam". O produtor considera que isso ocorre porque a grande mídia não tem espaço - por conta das linhas editoriais dos veículos de comunicação - para fazer abordagens diferenciadas como o *Pânico na TV* realiza.

Quando o assunto é a credibilidade e responsabilidade social, Marcelo Rabello ressalta que o *Pânico na TV* apenas faz as perguntas e que a credibilidade vem das respostas que os parlamentares concedem durante as entrevistas. Para Danilo Gentili a credibilidade merece atenção, “quanto mais credibilidade a informação que eu tô passando tiver, mais longe eu vou”.

Danilo Gentili e Marcelo Rabello ressaltam que os quadros *CQC no Congresso* e *Pânico na TV*, não são concorrentes de audiência, apesar de cobrir matérias no mesmo ambiente, sobre o mesmo enfoque do humor e muitas vezes com a mesma temática. Para Gentili “o Congresso é público e qualquer um pode vir fazer matéria”, e Rabello acrescenta que o *Pânico na TV* se diferencia do *CQC* por ter mais humor.

O apresentador do *CQC* admite que o formato possa ser uma tendência contemporânea no mundo da TV, “e quem começou a fazer, é geralmente quem tem mais crédito dentro disso”, sentenciou Danilo ao fazer referência ao programa *Pânico na TV* que iniciou o quadro *Sabrina no Congresso* depois que o *CQC* já realizava esse tipo de cobertura. O produtor do *Pânico na TV*, Marcelo Rabelo, aponta, também, que esse modelo de reportagem possa virar tendência por existir “a liberdade de imprensa”.

3. Considerações finais

É necessário, no entanto, procurar esclarecer que o presente estudo tem suas limitações. Quando analisamos a questão do humor como grotesco e dos critérios jornalísticos de noticiabilidade, é válido ressaltar que a pesquisa trata de um eixo delimitado e específico que são os quadros humorísticos que fazem cobertura política no Congresso Nacional. O estudo não reflete sobre os programas *Pânico a TV* e *CQC - Custe o Que Custar* - como um todo, ou seja, não é uma análise comparativa dos programas, mas uma apreciação dos quadros que abordam política nos programas de entretenimento.

O cômico, como foi explanado, exerce função social e por seu um fenômeno cultural muda de acordo com cada época. O humor, que se apresenta no atual contexto do século XXI, deixa de lado as anedotas e as piadas escritas e passa a atuar no campo audiovisual. O riso agora apela para a ironia, a sátira, a irreverência e para a improvisação. No entanto, o riso, do modo que é feito hoje, percorreu um longo caminho desde a antiguidade. O cômico que na Idade Média era reprimido e sufocado ao até mesmo considerado um “insulto a Deus”, na Contra-Reforma, conseguiu sobreviver graças a mecanismos que mascararam o humor, ora como um tipo de entretenimento inocente, ora com brincadeira que vale várias interpretações. Nesse caminho, o governo também percebeu que o cômico poderia ser um poderoso instrumento político – como na Idade Média, que nas mãos do rei serviu para estruturar a sociedade, ou como na Assembléia Constituinte Francesa de 1789 que usou do humor para construir uma cerimônia política. E, nesse processo, o entretenimento deixou de ser exclusivo da alta sociedade e conquistou as massas, principalmente, com o desenvolvimento dos livros de piadas, tornando-se mais tarde, no século XX, propriamente um produto de massa.

O humor teatral foi substituído pela comédia *stand-up*, os fatos e os personagens agora são reais. E nessa mudança, as técnicas e estéticas da atividade do jornalismo se apresentam como arte de entreter para informar. Os quadros políticos dos programas *Pânico na TV* e *CQC* apelam para o social quando utilizam o humor como grotesco, penetrando no mundo político com um olhar questionador, “inocente” e engraçado. E a cultura de massa brasileira tem apreço por esse grotesco - pelo cômico - tanto é que o *Pânico na TV* e o *CQC* recebem destaque na mídia e elevados índices de audiência.

Os programas humorísticos, como exemplo dos quadros *Sabrina no Congresso* – do programa *Pânico na TV* -, e *CQC no Congresso* – do programa *CQC* –, no caso das “farras das passagens aéreas” e da “crise no senado”, empregam critérios de noticiabilidade, pois abordam fatos relevantes, factuais, de interesse público com o uso de uma linguagem coloquial, clara, direta e objetiva. Os quadros humorísticos também se apropriaram do lead jornalístico (o abre da matéria), que tem a função de “prender” o telespectador logo no início da reportagem ao informar seis elementos básicos de interesse do público, que respondem as perguntas *Quem? O quê? Quando? Onde? Por quê? e Como?* Além disso, constroem as matérias com o auxílio de recursos de pauta, apuração, roteiro, passagem, fontes e entrevistas.

O jornalismo - como produto de massa que é - está diante de uma barreira invisível que separa entretenimento e informação, cada vez mais difusos. Barreira, essa, que se confunde tanto para o espectador que assiste a um programa de entretenimento e acaba desligando o televisor com alguma informação, quanto, inclusive, para quem produz conteúdo midiático.

Nesse contexto, os programas humorísticos que se apropriam das técnicas e da estética jornalística podem estar criando um novo viés de jornalismo, à medida que quadros semelhantes ao *Sabrina no Congresso* e *CQC no Congresso* começarem a surgir e virar tendência no mundo televisivo.

A pesquisadora pretende levar à discussão adiante – com mais tempo e recursos disponíveis -, assim como espera encontrar mais pesquisas sobre o tema. O assunto contempla a contemporaneidade da mídia, sendo de total relevância, sobretudo para os que trabalham nos meios de comunicação.

4. Referências bibliográficas

ACSELRAD, Marcio. *O humor e a ironia na comunicação e na cultura*. Revista interamericana de comunicação mediática. Universidade Federal de Santav Maria, 1960.

BRAZILIENSE, Correio. *Humor em primeiro lugar*. Diversão e Arte. Brasília/DF, 14 de Agosto de 2009.

BREMMER, Jan e ROODENBURG, Herman. *Uma história cultural do humor*. Rio de Janeiro: Record, 2000.

DUARTE, Márcia. Estudo de Caso. In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antônio. *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005.

PATERNOSTRO, Vera Íris. *O texto na TV: manual de telejornalismo*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

SACCONI, Luiz Antonio. *Minidicionário Sacconi da Língua Portuguesa*. São Paulo: Atual, 1996

SODRÉ, Muniz. *A comunicação do grotesco*. Rio de Janeiro: Vozes, 1971.

TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo, questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993.

Referências bibliográficas

- Internet

Associação paulistana de críticos de artes, programa CQC

Disponível em: <http://www.apca.org.br/noticias.asp?template=51>

Acesso em: 02.09.2009

Folha online, programa CQC

Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u405829.shtml>

Acesso em: 02.09.2009

Portal do CQC, programa CQC

Disponível em: <http://portalcqc.wordpress.com/2009/03/28/trofeu-imprensa-cqc-leva-a-melhor/>

Acesso em: 02.09.2009

Rede TV, programa Pânico na TV

Disponível em: <http://www.redetv.com.br/portal/paniconatv/>

Acesso em: 02.09.2009

TV Bandeirantes, programa CQC

Disponível em: <http://www.band.com.br/cqc/>

Acesso em: 02.09.2009

Twitter, programa CQC

Disponível em: <http://twitter.com/CQC>

Acesso em: 03.09.2009

Vírgula, programa Pânico na TV

Disponível em: http://virgula.uol.com.br/ver/canal_v/panico/

Acesso em: 02.09.2009

5. Anexos

Questionário feito com o programa CQC, Respondido pelo apresentador Danilo Gentili.

1) *Na opinião da editoria do programa, as reportagens veiculadas se enquadram em que gênero? Jornalístico, humorístico ou ambos?*

Tem as duas preocupações. Geralmente quando você aborda um fato, é lógico que você usa a linguagem jornalística para isso e, sendo assim, acrescento uma piada, alguma coisa que faça a pessoa rir, que diferencia de outros trabalhos. Minha preocupação mesmo é fazer humorístico. Porque eu acho que também não preciso me preocupar muito em fazer jornalismo, porque a parte jornalística é o fato e o fato está aí, aconteceu. Então eu concentro minha força mais em pegar esse fato que já existe e criar em cima dele e é aí que surge o humor. Então eu acho que eu uso 70% do meu trabalho, da minha criatividade para fazer humor e 30% para fazer jornalismo.

2) *Como é feita a apuração da matéria para se desenvolver uma pauta? Há engaje em pesquisas?*

Quem apura sou eu e o Salinas (produtor). Nessa semana, a gente veio para cá sem saber o que fazer. E aí a gente estava procurando um assunto, porque não tem nada na semana que seja legal abordar, que tenha relevância e a gente achou esse assunto de “ficha suja”, qual é o deputado que tem ficha suja.

Sempre a gente senta junto para pensar o que fazer. A gente chega num consenso junto. Mas se você quiser separar, eu sou o humorista da dupla e o Salinas é o jornalista. Mas isso não impede que eu faça uma apuração jornalística e nem ele faça piada. A concentração dele é no fato jornalístico e a minha concentração é na piada, mas a verdade é que os dois fazem as duas coisas.

3) *Qual a finalidade de produzir reportagens que tratam de política aliadas ao humor? Na opinião da editoria do programa, esse formato afasta ou aproxima o telespectador?*

Olha, eu já vi pai de família falando que o filho dele assiste jornal graças a gente. Um jovem, adolescente, falando que se interessou por política graças ao CQC. Então, eu creio que muita gente que quer dar risada e liga no programa segunda-feira a noite acaba saindo com alguma informação. Isso incentiva.

4) *Os apresentadores consideram que com esse formato é possível transmitir credibilidade? Os apresentadores têm consciência da responsabilidade social que desempenham?*

Eu tenho essa preocupação. Minha preocupação com isso não é nem “olha como estou preocupado com o mundo”, é que estou preocupado comigo. Porque quanto mais credibilidade meu trabalho tiver, quanto mais credibilidade a informação que eu to passando tiver, também, mais longe eu vou. As pessoas vão querer me assistir mais.

5) *Existe preconceito por parte da mídia tradicional, ou há respeito?*

Os dois. Tem colegas de imprensa que respeitam que se divertem com o que a gente faz e tem colegas de imprensa que odeiam que a gente vá cobrir alguma coisa em algum lugar.

6) *O quadro político do programa Pânico na TV é um concorrente de audiência?*

Acho que não. O Congresso é público e qualquer um pode vir aqui fazer a matéria, entrevistar as pessoas.

7) *Na a opinião da editoria do programa, esse modelo de reportagem é uma tendência contemporânea no mundo da TV?*

Pode ser. Geralmente o que dá certo vira tendência. E quem começou a fazer é geralmente quem tem mais crédito dentro disso. Quem começou a fazer é quem faz bem feito.

Anexos

Questionário feito com o programa *Pânico na TV*, Respondido pelo produtor Marcelo Rabello.

1) *Na opinião da editoria do programa, as reportagens veiculadas se enquadram em que gênero? Jornalístico, humorístico ou ambos?*

Nós usamos as técnicas jornalísticas para fazer esse quadro, assim como fazemos em outros quadros do programa. Mas o gênero é humorístico, o foco do programa é o humor.

2) *Como é feita a apuração da matéria para se desenvolver uma pauta? Há engaje em pesquisas?*

Os apresentadores têm seus quadros fixos, temos as reuniões de pauta duas vezes por semana, domingo após o programa e terça-feira. As pautas são em cima de acontecimentos "factuais". As pesquisas decorrem do que foi definido por pauta.

3) *Qual a finalidade de produzir reportagens que tratam de política aliadas ao humor? Na opinião da editoria do programa, esse formato afasta ou aproxima o telespectador?*

Em meio as crises no Congresso, buscamos saber, de uma forma diferente, o que acontece. O telespectador é curioso e a política, sendo vista pelo ângulo do humor consegue aproximar mais o telespectador.

4) *Os apresentadores consideram que com esse formato é possível transmitir credibilidade? Os apresentadores têm consciência da responsabilidade social que desempenham?*

Na verdade, a credibilidade é dita pelos políticos. Apenas a pergunta é lançada e a resposta com credibilidade vem deles mesmos. Será que os políticos têm consciência da responsabilidade social que desempenham?

5) *Existe preconceito por parte da mídia tradicional, ou há respeito?*

De maneira alguma, às vezes até elogiam a gente pelas perguntas ou fatos realizados durante a entrevista. Exemplo: a discussão do Collor e Pedro Simon onde a Sabrina levou um suco de maracujá de presente. As linhas editoriais da imprensa não permitem abordagens como a nossa.

6) *O quadro político do programa *Pânico na TV* é um concorrente de audiência?*

Não, o CQC tem 80% de foco no jornalismo e o Pânico 100% de foco no humor.

7) *Na a opinião da editoria do programa, esse modelo de reportagem é uma tendência contemporânea no mundo da TV?*

Sim, por existir a "liberdade de imprensa".