



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA - UFBA

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

GABRIEL CAMÕES FREIRE

**MARCAS DO JORNALISMO NO “PÂNICO NA TV”
A DESCONSTRUÇÃO DA LINGUAGEM, VALORES E RECURSOS DO
JORNALISMO ATRAVÉS DA ATUAÇÃO DOS MEDIADORES “SÍLVIO” E
“REPÓRTER VESGO”**

Salvador – Bahia

2008

**MARCAS DO JORNALISMO NO “PÂNICO NA TV”
A DESCONSTRUÇÃO DA LINGUAGEM, VALORES E RECURSOS DO
JORNALISMO ATRAVÉS DA ATUAÇÃO DOS MEDIADORES “SÍLVIO” E
“REPÓRTER VESGO”**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Professora Itania Maria Mota Gomes

Salvador – Bahia

2008

TERMO DE APROVAÇÃO

GABRIEL CAMÕES FREIRE

**MARCAS DO JORNALISMO NO “PÂNICO NA TV”
A DESCONSTRUÇÃO DA LINGUAGEM, VALORES E RECURSOS DO
JORNALISMO ATRAVÉS DA ATUAÇÃO DOS MEDIADORES “SÍLVIO” E
“REPÓRTER VESGO”**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Aprovado em: Salvador, ____ / ____ / ____

BANCA EXAMINADORA

Itania Maria Mota Gomes

Jéder Silveira Janotti Jr.

Jussara Peixoto Maia

À minha Orientadora,
Professora Itania,
Que me ensinou a ver
Televisão com novos olhos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que fizeram parte da minha história, durante esta trajetória no curso de Jornalismo, pela força e companheirismo, mesmo nos momentos mais conflituosos.

Agradeço a minha família, pelo amor compartilhado, pelo eterno incentivo e por desejarem o meu sucesso sempre. A minha mãe e a Walter, pelas conversas e conselhos, pelo afeto demonstrado diariamente e por estarem sempre dispostos a me mostrar que tudo ainda pode ser melhor. A meu pai, por me fazer acreditar plenamente na bondade humana, por ter me ensinado a ser homem sem perder a leveza e a sensibilidade, pela sua tranquilidade e sua graça. À minha irmã, Nara, pelo apoio, pela convivência desde sempre e por dividir comigo os momentos mais importantes da minha vida.

Aos amigos nem sempre presentes na vida, mas que a vida me deu como verdadeiros presentes: Júlia, Felipe, Renata, Lara, Ciro, Luciana, Antônio, Daniel. A Clara, pelo amor, pela força e pela companhia, que se fez presente durante todo o meu tempo de faculdade. Aos amigos do teatro, Andréa, Gabriel, Guilherme, Isadora, Diogo, Thiago, que testemunharam a minha angústia em lutar para conciliar a paixão pelo teatro e o comprometimento com a faculdade.

Agradeço imensamente aos amigos e colegas do Pet-Comunicação, pelos dois anos em que fui bolsista, pela produção intensa, pesquisa dedicada e pelo aprendizado coletivo. Aos dois tutores que me orientaram nesse prazeroso período: Professor Jéder Janotti Jr. e posteriormente a professora Graciela Nathanson.

Nesse contexto, quero agradecer especialmente a minha orientadora, a professora Itania Gomes, pelo exemplo de competência e dedicação como professora e pesquisadora, e por ter me orientado, de fato, guiando meu trabalho sempre na melhor direção. Por fim, Agradeço em especial aos membros do Grupo de pesquisa Análise de Telejornalismo, coordenado pela professora Itania, que me deram pertinentes contribuições.

“A televisão é a primeira cultura verdadeiramente democrática – a primeira cultura disponível para todos e totalmente governada pelo que as pessoas querem. A coisa mais aterrorizante é o que as pessoas querem”.
(Clive Barnes, in *New York Times*).

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso tem como propósito fundamental analisar o processo de apropriação e desconstrução do gênero telejornalístico – sua linguagem, seus valores e recursos – no quadro apresentado pelos personagens “*Sílvio*” e “*Repórter Vesgo*”, considerados – pela imprensa, telespectadores e pelo próprio programa – os dois principais mediadores do programa de humor “*Pânico na TV*”. A análise pretende contribuir para os estudos sobre televisão, se propondo discutir as interfaces e imbricações que surgem na relação entre os campos do jornalismo e do entretenimento. Desse modo, pretende-se analisar como um programa de humor, através da atuação de seus dois mediadores, convoca do telespectador o hábito de audiência de programas telejornalísticos e sua experiência sobre a historicidade e a atualidade de elementos da esfera televisiva, para que o público as reconheça e que o humor produzido pela desconstrução dessa linguagem e desses elementos tenha efeito. Portanto, há de se observar este jogo de encenação proposto pelos dois personagens do quadro analisado do “*Pânico na Tv*”, que lançam mão da utilização de valores, recursos técnicos e até da retórica telejornalística. Este jogo tem o objetivo de convocar o reconhecimento destes elementos por parte do público, que os vê dentro de um novo ambiente, que pauta a linha humorística deste programa. Por isso, o trabalho pretende também contribuir para os estudos sobre telejornalismo, se propondo a compreender como um programa que integra a esfera do humor televisivo dialoga com o jornalismo, se reapropriando dos elementos que o constituem como instituição socialmente reconhecida e desconstruindo-os como substrato para produção do humor, através da atuação dos dois mediadores analisados.

PALAVRAS CHAVE: Pânico na Tv; Telejornalismo; Mediador; *Performance*; Humor televisivo.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 O “PÂNICO NA TV” NO CONTEXTO TELEVISIVO	17
3 PRESSUPOSTOS TEORICOS-METODOLOGICOS	28
3.1 JORNALISMO: PREMISSAS, PROPRIEDADES E A RELAÇÃO COM O ENTRETENIMENTO.....	31
3.2 TELEJORNALISMO: PARTICULARIDADES NO UNIVERSO TELEVISIVO....	39
3.3 MEDIADORES E A FIGURA DO REPÓRTER: A PADRONIZAÇÃO INSPIRA A <i>PERFORMANCE</i>	42
4 ANALISANDO O QUADRO DO “SÍLVIO” E DO “REPÓRTER VESGO”	49
4.1 OS MEDIADORES.....	50
4.2 O INTERESSE PÚBLICO E A DESCONSTRUÇÃO DA RETÓRICA E DE TÉCNICAS JORNALÍSTICAS.....	56
4.3 RESPONSABILIDADE SOCIAL: LAMPEJO DE UMA DISCUSSÃO PERTINENTE.....	64
4.4 ENCENAÇÃO DO “AO VIVO”.....	65
4.5 A NOÇÃO DE ATUALIDADE, A COBERTURA JORNALÍSTICA E A RELAÇÃO COM FONTES OFICIAIS.....	69
4.6 A DENÚNCIA COMO SERVIÇO DO JORNALISMO.....	74
5 CONCLUSÃO	85
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	89

1. INTRODUÇÃO

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) teve como proposta fundamental identificar e reconhecer a apropriação de marcas do gênero telejornalístico, através da sua linguagem, seus elementos e recursos específicos, no programa de humor “*Pânico na Tv*”, exibido semanalmente pela emissora “Rede TV!”.

Para isso, a primeira premissa que se deve considerar é que o “*Pânico na Tv*” não é um programa jornalístico, e ainda, não se declara ou se assume como um programa de cunho jornalístico e nem possui esta intenção. Em se tratando de uma discussão sobre gênero televisivo, estão claras as marcas que o caracterizam como um "programa de auditório". Mas, além disso, há uma óbvia referencialidade aos "programas de humor".

Portanto, o uso que o “*Pânico na Tv*” faz da *linguagem*, dos *valores*, dos *recursos* e dos *termos* caros a retórica do jornalismo, funcionam como estratégias de construção do programa, que é de fato um programa que tem essa construção pautada em recursos ligados à estética do humor televisivo.

Então, o trabalho de análise realizado, por razões óbvias relacionadas à própria natureza do programa, não identificou nenhuma postura pautada na imparcialidade, seriedade e responsabilidade social por parte do programa, pelo simples fato do programa não possuir os elementos mínimos necessários para caracterizar-se como pertencente ao gênero telejornalístico. E ainda, por sua construção não pautar-se nos valores e funções sociais que regem o jornalismo e ainda por em momento algum demonstrar o desejo de posicionar-se enquanto tal.

A lógica de funcionamento do programa e a relação estabelecida com o gênero telejornalístico, através da atuação dos dois mediadores aqui analisados, se sustentam então a partir do conflito, da quebra e da desconstrução da linguagem telejornalística, seus valores e recursos. A proposta desta análise, portanto, foi a de examinar aspectos de natureza *jornalística* de um programa televisivo declaradamente *não-jornalístico*, e claramente pertencente à indústria do entretenimento.

No entanto, para melhor buscar a compreensão deste fenômeno de apropriação, foi realizado um recorte conceitual; para que a análise dedicasse os seus esforços apenas ao quadro em que este fenômeno é mais frequentemente notado: O quadro do “*Sílvio*” e do “*Repórter Vesgo*”, os dois principais personagens desse programa.

Pretendeu-se então conhecer com maior precisão a atuação desses dois mediadores, a configuração interna deste quadro e a forma como este se constrói para seus telespectadores. Assim, esta investigação oferece uma análise de natureza interpretativa das particularidades deste quadro do programa “*Pânico na Tv*”, e principalmente, de como os mediadores, convocando do público o hábito de audiência de programas telejornalísticos, conseguem produzir humor através da desconstrução do jornalismo, de suas premissas, seus valores e recursos.

O interesse em debruçar-se sobre este tema e proporcionar esta discussão parte de dois pontos. Em primeiro lugar provém do hábito de audiência que o autor adquiriu em relação ao programa. Isso aliado ao interesse do mesmo em aprofundar os conhecimentos em estudos sobre televisão e por conseqüência o ingresso no Grupo de Pesquisa Análise de Telejornalismo¹.

Neste grupo desde o início de 2007, após o contato permanente com os demais integrantes e suas respectivas pesquisas, monografias, dissertações, artigos e teses desenvolvidos no âmbito dos programas jornalísticos, a idéia da análise interpretativa deste programa – através do quadro regido pelos seus dois principais mediadores – se tornou mais madura, e se materializou com a realização deste trabalho.

Nesse sentido, a elaboração deste Trabalho de Conclusão de Curso se pautou em anseios de contribuir com os estudos desenvolvidos no Grupo de Pesquisa Análise de Telejornalismo, coordenado pela Prof^a Dr^a Itania Gomes, que é a orientadora deste trabalho. Além disso, os esforços dedicados a esta pesquisa tiveram como pretensão também contribuir para o enriquecimento dos estudos em comunicação, mais especificamente sobre programas que integram o universo televisivo, da relação e das

¹ O Grupo de Pesquisa Análise de Telejornalismo está vinculado ao Cnpq e é coordenado pela Prof^a Dr^a Itania Gomes, orientadora desse Trabalho de Conclusão de Curso. O Grupo é composto por estudantes da pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea e estudantes da graduação em Jornalismo, ambas pertencentes a Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia.

interfaces criadas entre a esfera do entretenimento através dos seus programas de auditório como o “*Pânico na Tv*”, objeto de análise deste trabalho, com o gênero telejornalístico, sua linguagem e suas particularidades.

Para chegar ao cerne desta análise – que é o reconhecimento de marcas do jornalismo especificamente no quadro dos dois personagens analisados, o “*Sílvio*” e o “*Repórter Vesgo*” – se mostrou necessário realizar antes um percurso de contextualização do “*Pânico na Tv*”. A análise partiu do pressuposto de que a maior parte das particularidades e características do programa não é do conhecimento de todas as pessoas que lerão esse trabalho. Portanto foi fundamental a realização de um capítulo que interpretasse e elucidasse os pontos específicos que caracterizam e diferenciam o “*Pânico na Tv*” em relação a outros programas humor.

Além disso, este primeiro capítulo considerou aspectos como o dia e o horário de exposições do programa, a relação que este estabelece com os demais programas da grade de sua emissora, dados de audiência, características e disposição dos elementos do cenário, os seus quadros e personagens, o modo como os mediadores – através dos dois personagens mais conhecidos do programa – conduzem o programa e se relacionam com o telespectador, as referências e paródias a programas de outras emissoras etc.

Os esforços convergiram para um trabalho de análise que procurou, antes de qualquer coisa, situar o programa no universo televisivo, contextualizando-o em relação à sua própria emissora e também a programas e eventos ligados a outros canais televisivos. O objetivo fundamental, portanto, neste trabalho de contextualização, foi o de reconhecer o lugar que esse programa ocupa no contexto televisivo, a partir de considerações sobre suas peculiaridades e os elementos que o caracterizam.

Em seguida, os pressupostos teórico-metodológicos que fundamentam o capítulo teórico estão apresentados, e procurou mostrar quais as bases metodológicas e as premissas consideradas importantes para o desenvolvimento da análise desse quadro do “*Pânico na Tv*”.

Importante salientar, antes de tudo, que as considerações realizadas na apresentação desta proposta foram conquistadas graças aos esforços do Grupo de pesquisa Análise de

Telejornalismo, em considerar as discussões de metodologias de pesquisadores filiados aos Estudos Culturais² articuladas às análises constantes de programas telejornalísticos.

Nessa perspectiva, ao se tratar da análise de um programa televisivo, buscando compreender as especificidades de sua configuração, o desafio enfrentado encontrou-se na articulação de dois conceitos fundamentais: *gênero televisivo* e *modos de endereçamento*.

Os conceitos de gênero televisivo e de modo de endereçamento devem guiar o exame concreto do telejornalismo, considerado, no primeiro caso, a partir da existência de relações sociais e históricas entre as formas que o telejornalismo assume ao longo do tempo e as sociedades em que essas formas são praticadas; no segundo caso, a partir do modo como um programa específico se relaciona com seus telespectadores a partir da construção de um estilo e, ao fazer isso, configura e reconfigura o próprio gênero. (GOMES, I. 2006, p.12)

Estes dois conceitos regem a linha metodológica do Grupo de pesquisa Análise de Telejornalismo. O gênero televisivo em articulação com o conceito de modo de endereçamento permeia e fundamenta todas as análises dos trabalhos acadêmicos elaborados dentro Grupo Análise de Telejornalismo.

Em poucas palavras poderíamos conceituar *gênero televisivo* como uma convenção social que norteia a construção de um determinado programa, considerando a existência de relações sociais e históricas entre determinadas formas culturais – no nosso caso, os programas jornalísticos televisivos – e as sociedades e períodos nos quais essas formas são praticadas (GOMES, I. 2007, p.10).

O outro conceito metodológico, o *modo de endereçamento*, pode ser entendido como o modo particular que é adotado por cada programa televisivo – a partir das suas

² Campo acadêmico criado na Universidade de Birmingham, os *cultural studies* nasceram na década de 50, tendo como seus fundadores Raymond Williams, Richard Hoggart e E. P. Thompson. Esta corrente teórica que procura dar conta da relação entre Comunicação e Cultura Contemporânea, trabalha o conceito de cultura e poder do ponto de vista antropológico. Nesse sentido a proposta é enxergar a cultura como uma prática que envolve todas as relações sociais, práticas que surgem a partir das relações entre pessoas e grupos e que constroem significados sobre aquele grupo ou aquela comunidade.

estratégias de construção – de articular as marcas do gênero na construção de um *estilo*. Modo de endereçamento é aquilo que é característico das formas e práticas comunicativas específicas de um programa, diz respeito ao modo como um programa específico tenta estabelecer uma forma particular de relação com sua audiência (cf. MORLEY & BRUNDSON, 1978).

Em se tratando de uma discussão sobre *gênero televisivo*, na discussão que se sucederá, ficarão claras as marcas que caracterizam o “*Pânico na Tv*” como um "programa de auditório". Mas, além disso, deverá ser pontuada a existência de uma óbvia referencialidade aos "programas de humor", através do que poderíamos concluir se tratar de um processo de hibridização destes dois subgêneros, no que diz respeito à construção do programa analisado. Portanto, também não estaria errado se referir ao “*Pânico na Tv*” como um “programa de humor”.

No entanto, para que se realizasse uma análise do *modo de endereçamento* do “*Pânico na Tv*” seria necessário desenvolver alguns operadores de análise próprios e específicos. O entendimento do programa deve levar em consideração que para acompanhá-lo o telespectador precisaria de uma ampla bagagem das produções televisivas de várias emissoras nacionais e da própria história da televisão de um modo geral.

O programa só começa a fazer sentido quando o público consegue reconhecer os programas e personalidades com as marcas de seu gênero original e vê-los desconstruídos e reapropriados nesse outro contexto televisual proposto e concebido pelo “*Pânico na Tv*”.

O humor do programa “*Pânico na Tv*” reproduz o imaginário da Televisão Brasileira pela invariância da forma e repetição, que se constituem pelas relações de auto-referencialidade (GOULART, 2006, p.229). Portanto, considerando esta teia complexa, repleta de referências televisivas do passado e também da atualidade, seria necessário realizar um percurso de análise mais aprofundada, o que exigiria uma maior dedicação numa maior espaço de tempo, para que se chegasse a conclusões mais precisas.

Por esse motivo, o objetivo deste trabalho não foi de forma alguma o de definir o *modo de endereçamento* do programa. E também não é o programa que se constitui como o

objeto dessa análise. O objetivo aqui foi o de compreender como dois dos seus personagens-mediadores “*Sílvio*” e “*Repórter Vesgo*”, num quadro específico do programa, desconstruem a linguagem, os valores e os recursos do jornalismo, e como a partir desse processo convocam da audiência o reconhecimento destes elementos num novo contexto, que é o contexto do humor televisivo.

O objeto, portanto, é o quadro apresentado por esses dois personagens, que através da atuação e *performance* que desenvolvem, evocam do telespectador a existência de um *background* sobre a linguagem e o universo televisivo, que lhes permita que a reapropriação dos elementos configuradores do jornalismo televisivo sirva, em alguns momentos, como substrato para a produção do humor no quadro da dupla.

Com o propósito de conhecer e poder esmiuçar em análise as configurações imagéticas e textuais dos programas telejornalísticos, o Grupo Análise de Telejornalismo desenvolveu quatro operadores analíticos. A evolução deste trabalho de desenvolvimento dos operadores vem avançando em termos de aplicabilidade analítica à medida que novos trabalhos são formulados pelo Grupo. Os operadores têm a função de fazer entender como os programas televisivos se constroem para os telespectadores e como se situam dentro de um determinado gênero (GOMES, 2006c).

Atualmente o grupo considera a existência e funcionalidade de quatro operadores de análise: *Mediador*, *pacto sobre o papel do jornalismo*, *contexto comunicativo* e *organização temática*. A importância de cada operador na construção de programa televisivo varia de acordo com as características e especificidades do programa analisado. Deve-se deixar claro que os operadores não são categorias analíticas estanques, ao contrário, funcionam de maneira articulada para operacionalizar as observações acerca dos programas (GOMES, L. 2006c).

Após a apresentação da proposta metodológica, e seguinte discussão que foi realizada sobre as implicações teóricas exigidas na análise proposta, o trabalho chegou ao momento de realizar de fato a análise do programa, a partir do recorte conceitual estabelecido nas discussões iniciais. Na análise, o objetivo foi o de reconhecer as marcas do gênero telejornalístico desconstruídas e ressignificadas neste novo contexto do quadro analisado do programa, observando atentamente a atuação e a *performance*

de seus mediadores e através disso, entender porque e como eles usam esses elementos para relacionar-se com o telespectador. Portanto, os operadores analíticos acionados para sustentar metodologicamente este trabalho foram o *mediador* e o *pacto sobre o papel do jornalismo*.

Na parte final do trabalho, às considerações finais, buscaram explicitar de forma sucinta as conclusões obtidas através da análise da apropriação e encenação do gênero telejornalístico em um programa de auditório que causou grande repercussão na TV brasileira.

Além disso, nesse momento do trabalho, pretendeu-se observar também a aplicabilidade da proposta metodológica desenvolvida no grupo de pesquisa que autor é integrante, considerando tanto os ganhos e as descobertas proporcionados como as falhas e dúvidas colecionadas ao longo desta empreitada.

Desenvolver uma pesquisa e posteriormente um Trabalho de Conclusão de Curso que possui um programa de humor tão polêmico como objeto de análise pode suscitar muitos questionamentos e ser interpretado por muitos como perda de tempo para discussão sobre coisas inúteis.

Seria fácil concordar com este posicionamento não fosse pelo fato de tratar-se de um programa controverso e que já despertou a atenção da imprensa e do povo brasileiro, fazendo uma crítica ácida e se reinventando a cada edição, procurando sempre desconstruir a linguagem e subverter a lógica televisiva.

No ar há pouco mais de quatro anos, o “*Pânico na Tv*” se consolidou como o grande programa humorístico da atualidade, ganhando três edições seguidas do *Troféu Imprensa* (2006, 2007 e 2008). Com isso o programa demonstra ter adquirido notoriedade por parte da imprensa e que faz parte da rotina de diversos brasileiros que dedicam parte de seus domingos para assisti-lo.

No site da emissora que o abriga, a *Rede TV!*, o programa de humor é descrito como “*o programa de maior sucesso e repercussão da televisão brasileira atualmente*”, provando ser a maior aposta na grade de programação de uma emissora de menor porte

e ainda recém-criada. O “*Pânico na Tv*” é o programa de maior audiência da emissora, e a sua reprise ocupa a 2ª colocação neste quesito.

O presente trabalho teve como propósito desvendar algumas questões a respeito deste programa que usa o escracho e a polêmica como estratégias de construção. Portanto, esta empreitada teve como finalidade oferecer à comunidade acadêmica e aos interessados nos estudos sobre televisão, uma leitura mais atenta e detalhada do programa “*Pânico na Tv*”.

O objetivo aqui foi o de contribuir com os estudos sobre a relação – cada vez mais estreita – entre os campos do jornalismo e do entretenimento, suas ligações e interfaces, e mais especificamente neste trabalho, ver de que forma o jornalismo se encena e tem a sua linguagem, seus termos e recursos reapropriados e desconstruídos pelo quadro do programa regido pelo “*Repórter Vesgo*” e o “*Sílvio*”, os dois principais mediadores do “*Pânico na Tv*”.

2. O “PÂNICO NA TV” NO CONTEXTO TELEVISIVO

O programa *“Pânico na Tv”* é exibido duas vezes por semana na “Rede TV!”. Aos domingos é inédito, e às sextas há uma reprise. Ambos são líderes de audiência na emissora. No ano de 2007, a partir das edições do mês de Julho, passando pela edição comemorativa (04 anos de programa) realizada no dia 30 de setembro até os programas realizados de janeiro a março de 2008, as edições inéditas, que vão ao ar aos domingos, registraram uma média de audiência³ que variou de 7 a 9 pontos. Enquanto que a versão reprisada na sexta-feira, registrou uma média de audiência que variou de 4 a 6 pontos.

O programa que concorre com o *“Pânico na Tv”* no domingo e costuma liderar a audiência é o *“Domingo Legal”*, exibido pelo SBT e apresentado por Gugu Liberato, que registrou no mesmo período uma média de audiência que oscilou entre 10 e 15 pontos. O domingo do dia 09 de setembro foi o dia em que a disputa pela audiência foi mais acirrada entre os dois programas, com o *“Pânico na Tv”* registrando 9 pontos contra 10 pontos do programa *“Domingo Legal”*.

O programa *“Pânico na Tv”* que se tornou conhecido entre os telespectadores brasileiros, por exibir quadros pautados em um tom de humor considerado bastante polêmico, escrachado, transgressivo, não representa o começo de uma história. Na realidade, este projeto representou uma evolução, uma conquista de um novo espaço, um novo passo dado pelos idealizadores do programa de rádio *“Pânico na Tv”*⁴, exibido de segunda à sexta na *Jovem Pan FM*. O programa, transmitido pela “Rede TV!”, estreou no dia 28 de setembro de 2003, e desde então vai ao ar sempre aos domingos.

Portanto, não se poderia deixar de pensar que graças a uma história construída anteriormente na rádio *Jovem Pan FM*, o programa pensado para TV atingiu rapidamente um alto grau de popularidade e chamou logo uma grande atenção por parte

³ Dados de audiência do estado de São Paulo, aferidos pelo IBOPE. As informações foram acessadas no site do instituto, através do link: http://www.almanaqueibope.com.br/asp/busca_resultado.asp

⁴ O programa radiofônico ainda existe na rádio *Jovem Pan FM*. É exibido de segunda a sexta, sempre do meio-dia às duas da tarde, sendo que agora possui também a transmissão “on-line” pelo portal Terra, que hospeda também o site do programa: <http://www.paniconainterne.com.br/>

da audiência. Em outras palavras, quando o programa surgiu na televisão, já se sabia que se tratava de um programa de humor, já se conhecia o nome “*Pânico na Tv*”, existia um histórico e lugar construído pelo programa de rádio, o que ajudou a criar uma expectativa de ver como isso se realizaria na televisão.

Interessante notar também como a mudança de linguagem, a partir dessa transposição da rádio para a TV, impôs a necessidade de serem criados alguns personagens para que de certa forma fossem mantidos os padrões de humor interativo que regiam o programa ainda na fase radiofônica.

Na mudança, preservou-se ainda o recurso da comunicação direta e interativa com a audiência, que na rádio se estabelecia através do telefone com o “ouvinte”, e na versão televisiva passou a ser por *webcam*, por monitores que ficam localizados atrás da bancada do Emílio, mediador central do “*Pânico*”, além da presença do auditório que se posiciona ao redor do palco onde o programa é transmitido “ao vivo”.

Na TV – diferente do programa de rádio que tinha todos os efeitos sustentados em recursos auditivos – com a entrada do recurso da imagem, precisou que se pensasse também numa composição de cenário que representasse a “cara” do programa.

Com pouco recurso para construir um cenário sofisticado, o “*Pânico na Tv*” estreou e ficou cerca de um ano e meio com esse mesmo cenário, até ele ser destruído ao vivo pelos integrantes do programa. O grupo de humoristas começou então uma campanha em busca de um contrato que financiasse a construção de um novo cenário.



Fig.1 - Imagem do antigo cenário do programa, destruído ao vivo pelos integrantes.

Apareceu o interessado: A cervejaria *Kaiser*⁵ assinou um contrato de patrocínio de altos valores com o grupo. Com a *Kaiser* como patrocinadora, um novo cenário foi recriado, com uma composição estética baseada em histórias em quadrinho e permanece assim atualmente. Além disso, com o investimento da cervejaria *Kaiser*, o grupo ainda pôde usar o dinheiro para construir camarins, comprar novos figurinos, etc.



Fig.2 - Imagem do novo e atual cenário do programa.

⁵ Dados extraídos de reportagem feita pelo jornal *Folha de São Paulo*, edição de 30 de junho de 2005. Texto na íntegra no link: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u51658.shtml>

O suporte audiovisual exigiu também que a equipe de humoristas começasse a pensar nos seus personagens não só pelas vozes que teriam, mas num figurino marcante, trejeitos e recursos gestuais que caracterizassem essas figuras criadas. O grupo precisou arriscar no início, sem saber se aquela nova fórmula de produzir humor – usando o apelo da imagem e de recursos visuais que passaram a imprimir uma complexidade na construção e criação desta nova estrutura – daria certo e obteria o mesmo sucesso do programa de rádio.

A aposta foi bem sucedida, a prova disso são os números de audiência que colocaram como o programa mais assistido da sua emissora. Este sucesso e toda esta repercussão gerada pelo “*Pânico na Tv*”, em seus dois primeiros anos, o programa exibido pela “Rede TV!” conseguiu atingir excelentes índices – principalmente se forem levados em consideração os padrões e a média de audiência da pequena e recém-criada emissora (a quinta em tamanho no Brasil) que os abriga – com picos de audiência de até 13 pontos nos números divulgados pelo Ibope.

O modo particular de fazer humor que o programa criou, através de um diálogo constante com a história da televisão, fazendo apropriação de personagens, programas e elementos de outras emissoras e de outras épocas, começou a gerar uma repercussão cada vez maior dentro da televisão, entre os proprietários de emissoras e os demais integrantes do campo televisivo, e também, obviamente, a discussão e o interesse crescente por parte da audiência.

Essa fórmula encontrada pelo “*Pânico na Tv*” de usar essa *auto-referencialidade*⁶, tem como propósito – ao parodiar e brincar com referências televisivas – buscar a desconstrução do padrão de qualidade na televisão. Esse comportamento escrachado, transgressivo e diferente do programa, começou a despertar o interesse de outras emissoras, que começaram a assediá-los pelos responsáveis pelo programa. Algumas vezes o “*Pânico na Tv*” recebeu propostas para assinar um novo contrato que, caso fosse

⁶ Entende-se por “*auto-referencialidade*”, o modo como o programa “Pânico na TV”, que é um programa televisivo, se apropria de referências e elementos da própria linguagem televisiva e da história da televisão no Brasil, para criar os seus quadros e personagens e se constituir como um programa humorístico.

concretizado, o levaria para outra emissora⁷. Não passaram de flertes as propostas das outras emissoras, e com quatro anos completados, o programa continua colecionando bons índices de audiência e tem seu contrato renovado com a “Rede TV!” até o ano de 2009.

Para um programa que começou sem apoio de patrocinador, numa emissora de pequeno porte e num horário extremamente desfavorável, o “*Pânico na Tv*” conseguiu galgar rapidamente o posto de ser um dos programas mais comentados e que gerava mais polêmica na televisão brasileira. Essa repercussão trouxe bons frutos, como assinaturas de bons contratos com grandes patrocinadores (cervejaria *Kaiser*, refrigerante *Fanta*, sandálias *Ipanema*, *Suzuki* motocicletas etc.) e interesse de contratação por parte das emissoras rivais.



Fig.3 – O programa anunciando novo patrocinador.

Mas a grande visibilidade alcançada pelo “*Pânico na Tv*” trouxe alguns problemas também, tal como processos judiciais e ainda a mudança do horário de exibição do

⁷ As emissoras Bandeirantes, Record e SBT chegaram a demonstrar interesse e até a oferecer um contrato ao empresário do Pânico na TV, mas nada chegou a ser concretizado. As informações extraídas em matérias do site do *Jornal Opinião* (<http://www.opiniaonet.com.br/index.asp>) e também de artigo no site do *Observatório da imprensa* (<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/index.asp>). E ainda nos *Blogs*: <http://universopanico.blogspot.com/> e www.panicojp.blogspot.com.br.

programa por determinação do Ministério da Justiça. Inicialmente exibido às 18 horas, o horário de exibição passou para as 20 horas, a partir da edição do dia 02 de Abril de 2006, devido a uma reclassificação⁸ imposta ao programa pelo Ministério da Justiça, que o considerou impróprio para menores de 12 anos.

Para um programa que começou com pouco investimento de anunciantes e até da própria emissora “Rede TV!” essa repercussão nos meios de comunicação e na sociedade ajudou o programa a evoluir, a ganhar espaço nas rodas de discussões e nas capas de jornais. O “*Pânico na Tv*” começou com um orçamento extremamente reduzido, como conta Iara Nascimento, falando do idealizador do programa, o locutor Emílio Surita, em um artigo que escreveu para o site *Poppycorn*: “*Com um orçamento de cinco mil reais, ele montou um cenário e encaixou o programa na grade da quinta emissora do país*”. O artigo ainda conta que nas primeiras edições do programa na versão televisiva a produção só dispunha de uma verba de R\$ 1.200 e apenas um cinegrafista para fazer imagens externas.

Ao passar do primeiro ano, à medida que assumia essa condição – de trabalhar com poucos recursos – o programa usava como estratégia a banalização de todos os “infortúnios” que surgiam na gravação dos seus quadros. Assim, essa espontaneidade exagerada e essa postura de assumir os erros das gravações e mostrá-las no programa, deram a eles a visibilidade que eles tanto almejavam. E com o tempo o programa foi ganhando espaço, crescendo em números de audiência, atraindo investimentos externos, que não só o da “Rede TV!”.

Foi então que a questão da falta de recursos começou a ser superada e os investimentos externos através dos patrocinadores e as contribuições internas, por parte da emissora “Rede TV!”, foram crescendo. Isso tudo contribuiu para que o “*Pânico na Tv*” tivesse

⁸ O programa foi reclassificado como impróprio para menores de 12 anos, depois de um ano de monitoramento realizado pelo Ministério da Justiça. Como publicado na edição de 02 de Abril de 2006 do jornal *Folha de São Paulo*, que diz que o órgão entendeu que o programa veiculava conteúdo inadequado para crianças como "cenas de simulações de agressão física, assassinato, acidente doméstico, atropelamento e exposição de cadáver", além de "cenas de exposição de pessoas em situação constrangedora ou degradante, uso de linguagem depreciativa e erotismo". A reportagem completa pode ser lida no link: <http://www1.folha.uol.com.br/fohla/ilustrada/ult90u59318.shtml>.

uma estrutura favorável para investir e inovar, contratando mais pessoas e desenvolvendo quadros para o programa cada vez mais elaborados.

Atualmente, o programa já realiza filmagens pelo Brasil a fora, e também realiza a filmagem de quadros fora do país. Já aconteceu de numa mesma edição, a de 23 de setembro de 2007, o programa apresentar um quadro com uma dupla de personagens – o “*Sílvio*” e “*Vesgo*” – em Veneza, na Itália, e outra dupla – “*Christian Pior*” e “*Robaldo Espermann*” – fazendo um quadro na praia de *Ibiza*, na Espanha.

Isso aliado ao fato de percebermos cada vez mais a interferência de anúncios publicitários dentro do programa, prova que o “*Pânico na Tv*” não sofre mais com relação a problemas de investimento financeiro para a viabilização da sua produção. Pelo contrário, o alto índice de anúncios tem começado a prejudicar o bom andamento e a fluidez do programa que dura mais de duas horas.

Embora, volta e meia eles façam questão de colocar para o telespectador que durante as viagens, eles passam fome ou sofrem com a hospedagem e os horários das viagens etc, isso funciona como uma estratégia do “*Pânico na Tv*” para manter a sua aura de “programa amador”, que já acompanha o programa desde a sua criação e que ainda persiste intencionalmente na concepção do programa, no que diz respeito à forma como eles elaboram seus quadros.

Mas pode-se observar que do ano de 2007 até as edições mais recentes de 2008, o número de viagens internacionais realizadas pela equipe do programa cresceu sensivelmente. Só em 2008, até o mês de junho, já foram realizadas cinco viagens para fora do país.

Os quadros mais importantes do programa variam de acordo com as novidades da programação das outras emissoras e com as idéias que lhes vão surgindo a partir dessa fonte de inspiração constante sobre o universo televisivo. No entanto, quem adquire hábito de audiência em relação ao “*Pânico na Tv*” pode perceber que o carro-chefe das edições do programa de humor é sempre o quadro da dupla de personagens “*Sílvio*” e “*Repórter Vesgo*”.

As informações colhidas a partir de comentários e publicações realizadas no site⁹ do programa e nos blogs oficiais e “não-oficiais”¹⁰ – tanto por eles (os mediadores e produção) quanto por aqueles que os assistem (telespectadores) são: “As Sandálias da Humildade” (quadro que já não existe mais), o “Vô num vô!” com os personagens “mendigo” e “mano quietinho” (também extinto), além das festas e outras reportagens cobertas pelo “*Repórter Vesgo*” e pelo Ceará, mais conhecido como “*Sílvio*” (que imita, entre outros, o apresentador de televisão Silvio Santos e o atual deputado federal e ex-apresentador de TV, Clodovil Hernandes).

Assim, o quadro do “*Sílvio*” e do “*Repórter Vesgo*” invadindo as festas dos famosos possuem lugar cativo na programação, bem como tinha o já extinto quadro “*Vô, num vô!*” em que os personagens “*Quietinho*” e “*Mendigo*” circulavam por famosas praias do litoral brasileiro classificando a beleza das mulheres a partir de critérios nada convencionais. No auge do sucesso do “*Vô, num vô!*”, em dezembro de 2007, a dupla de humoristas Vinicius Vieira e Carlos Alberto da Silva¹¹ – que apresentavam esse quadro – rescindiu com o “*Pânico na Tv*” e foi contratada pela Tv Record.

Atualmente o “*Meda*” e o “*Baixas Horas*” são quadros fixos do programa. O primeiro tem como apresentadores os personagens “*Christian Pior*” – paródia do estilista Christian Dior – e o “*Robaldo Espermann*” – paródia do consultor de moda Ronaldo Esperman – e tem uma lógica de construção parecida com o quadro do “*Sílvio*” e do “*Repórter Vesgo*”, tendo como diferença a tônica do glamour e os textos sobre *moda e estilo* que são usados pelos mediadores.

No quadro com o “*Sílvio*” e o “*Repórter Vesgo*”, eles normalmente planejam idas a locais em que sabem que encontrarão o máximo de “celebridades” possíveis. Então,

⁹ O site oficial do programa, hospedado no portal Terra: <http://www.paniconainterne.com.br/>

¹⁰ O Blog que é mais acessado: jovempanfm.virgula.com.br/wblog/panico/

¹¹ Uma matéria da *Folha on-line*, do dia 07/12/2007, relatou que “*A Record, no início do ano, tentou contratar toda a equipe do "Pânico". Mas a maioria dos humoristas, segundo o âncora do programa, Emílio Surita, renovou contrato com a Rede TV! até 2009. A estratégia da rede de Edir Macedo, agora, é contratar os humoristas individualmente, "depenando" o programa mais visto da Rede TV!*”. A matéria pode ser lida no seguinte link: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u352721.shtml>.

para proporcionar ao telespectador a oportunidade de ver os famosos em momentos que não estão atuando, interpretando e apresentando, momentos em que estão vivendo sua vida pessoal normalmente, eles vão a festas de lançamento e encerramento de telenovelas, aniversários, casamentos de famosos – atores, cantores, apresentadores etc. – para abordar essas pessoas com perguntas desconcertantes, diferentemente da forma habitual em que essas celebridades estão acostumadas a ser abordadas por repórteres ou apresentadores da esfera televisiva.

Além dos quadros já citados, considerados como de grande importância e que têm seus lugares cativos na grade do programa, o “*Pânico na Tv*” tem como marca criativa estar sempre desenvolvendo uma série sátiras e paródias de programas que estão em evidência e que fazem sucesso nas outras emissoras, o foco do “*Pânico*” está sempre nos programas realizados pela Rede Globo, nas novelas e celebridades que dela fazem parte, mas o “*Pânico na Tv*” também desenvolve paródias de programas exibidos pelo SBT e pela Record.

No período em que foi ao ar o quadro “*Çoletrãno*” – paródia do quadro “*Soletrando*” do programa “*Caldeirão do Huck*” na Rede Globo – e o quadro “*Ídalos*” – a paródia do programa “*Ídolos*” exibido pelo SBT – ambos foram ao ar em todas as edições do mês abril e anunciadas como destaques do programa, na mesma época que ia ao ar os “originais” nas emissoras concorrentes.

O “*Pânico na Tv*” tem como uma das suas estratégias, conceber paródias de quadros ou programas que estão sendo exibidos nas outras emissoras e que estão tendo alguma repercussão na esfera pública. As paródias são realizadas somente enquanto os quadros ou programas originais estão em evidência. O “*Pânico na Tv*”, pensando em estratégias de manutenção e/ou aumento da audiência, acompanha este processo e cria suas paródias sempre de olho nos passos dados e novidades anunciadas pelas outras emissoras.

Trata-se de uma estratégia do programa de estar sempre fazendo críticas, pautadas num tom de sarcasmo e irreverência, sobre a grade programação e pessoas que trabalham nas emissoras concorrentes. O “*Pânico na Tv*” demonstra, assim como vários outros dos programas da “*Rede TV!*”, que a grade de programação das outras emissoras, a vida

particular de celebridades e famosos que atuam e trabalham em outros canais de televisão, são assuntos que sempre lhes interessam bastante.

Só que no “*Pânico na Tv*” a apropriação dessas informações é feita de uma forma completamente distinta dos demais programas da “Rede TV!”. Na emissora, e conseqüentemente nos seus programas (a exceção do “*Pânico na Tv*”), esses assuntos geralmente são utilizados e moldados como “notícia”, quase sempre colocados em forma de “fofoca”, a partir da noção de “revelação pública”, usando essa estratégia para buscar uma cumplicidade com a audiência, como se estivessem oferecendo um verdadeiro prêmio ou tesouro para o seu telespectador.

No “*Pânico na Tv*”, a utilização e apropriação dessas informações se dão de modo diferenciado em relação aos programas com que ele divide a grade da emissora. O uso de informações relacionadas a programas, telenovelas, apresentadores e artistas de outros canais se consolida como elemento de inspiração para criação de novos quadros e/ou personagens para o programa, que procura realizar paródias inspiradas nos programas de outras emissoras que podem estar, ou não, naquele momento em evidência.

Considerando esta relação que o programa busca manter com o contexto televisivo, torna-se pertinente pontuar o surgimento de um novo programa nesse universo do humor. O programa chamado “*CQC*”, é comandado por Marcelo Tas¹², e é exibido semanalmente na rede Bandeirantes. Já foi inclusive comparado ao “*Pânico na Tv*”, mas já demonstra a partir das características que assume, uma grande diferença em relação ao “*Pânico*”, já que claramente reivindica fazer matérias jornalísticas e quer ser reconhecidos enquanto *programa jornalístico de humor*.

Segundo uma matéria publicada na *Folha de São Paulo*, no dia 06 de abril de 2008, os três primeiros programa exibidos tiveram boa audiência, chegando a marcar dois, três e 3,2 pontos de audiência, respectivamente. Números significativos para um programa da

¹² Marcelo Tas é um conhecido e veterano diretor, apresentador e roteirista da área de televisão. Já atuou em diversos programas, mas ficou nacionalmente conhecido com o personagem humorístico *Ernesto Varela*, um repórter fictício que ironizava personalidades políticas da época da abertura, apresentando-lhes perguntas desconcertantes. Informação extraídas em http://pt.wikipedia.org/wiki/Marcelo_Tas, acesso em 10 de junho de 2008.

grade da rede Bandeirantes, que diferentemente da rede Record, ainda não anseia desafiar e ameaçar a hegemonia da rede Globo, realizando grandes investimentos na emissora.



Fig.11 – Os apresentadores na bancada do “CQC”, exibido na Band.

Oscar Filho, uns dos integrantes da equipe de humoristas-jornalistas do “CQC” afirmou nessa matéria publicada na *Folha* que diferença entre o seu programa e o “Pânico” é que no seu programa eles os colegas “*buscam uma piada mais indireta, ligada a fatos, e fazemos perguntas a celebridades e políticos que outros repórteres não teriam coragem de fazer. A intenção não é sacanear a pessoa por ser careca ou argentina*”, afirma o comediante.

Já no “*Pânico na Tv*”, fica claro que não existe como no “CQC” essa pretensão de buscar o reconhecimento do público enquanto *programa jornalístico*. O que se busca do público, no caso do programa da “Rede TV!”, especificamente no quadro da dupla “*Vesgo*” e “*Sílvio*” é o reconhecimento social que se tem do telejornalismo. E isso se estabelece a partir da apropriação de alguns elementos caros a configuração deste gênero, ressignificados na *performance* da dupla de humoristas, para convocar do público esse reconhecimento do jornalismo, como instituição socialmente reconhecida.

3. PRESSUPOSTOS TEORICOS-METODOLOGICOS

O quadro dos personagens “*Sílvio*” e “*Repórter Vesgo*” que serviu como objeto de análise neste Trabalho de Conclusão de Curso, integra o programa de humor “*Pânico na TV*”. Deve-se considerar que o quadro, assim como o programa, é um produto da esfera televisiva, e que, portanto, está inserido numa lógica específica de produção a partir do uso dessa linguagem (a televisual).

A análise realizada sobre o quadro, inserido numa lógica de construção de programa de humor, através de seus dois principais mediadores – o “*Sílvio*” e o “*Repórter Vesgo*” –, buscou reconhecer e compreender os momentos em que há essa apropriação e desconstrução do gênero telejornalístico como estratégia para produção do humor e das suas piadas na esfera televisiva.

Para isso a análise pontuou momentos em que esses dois mediadores se utilizaram da ressignificação de valores, apropriação de recursos e da padronização das posturas características de repórteres de telejornal. E ainda, reconhecer quando os personagens através da encenação lançam mão da utilização de determinados jargões clássicos do texto jornalístico para construir as piadas e conseqüentemente o seu relacionamento com o público.

O programa “*Pânico na Tv*”, da forma como se constrói, sempre se pautando no princípio da *auto-referencialidade* do universo e da história do universo televisivo, convoca do espectador um razoável repertório sobre a televisão. A idéia é fazer com que este telespectador compreenda e partilhe de códigos e jogos propostos pela linha humorística que é desenvolvida por seus integrantes. Essa linha se pauta em estratégias de produção que têm como elementos norteadores o *escracho* e a *polêmica* para elaboração dos seus quadros.

Além disso, para que o humor produzido pelo “*Sílvio*” e pelo “*Repórter Vesgo*” faça sentido nos momentos em que há essa articulação com as premissas, recursos, linguagem e valores do jornalismo, há que se convocar dos telespectadores em cada uma dessas situações a sua experiência com a linguagem televisiva e também o seu hábito de audiência de programas telejornalísticos.

Só utilizando o referencial que a audiência possui do jornalismo “*socialmente construído*”, que esses dois mediadores conseguem encontrar os pontos de desencalxe e para fazer a piada sobre o jornalismo, desconstruindo toda esta padronização e subvertendo todos esses elementos que se repetem no processo de produção telejornalística, sem deixar perder a essência que caracteriza a prática jornalística em si, mas inserindo-a nesse novo contexto e com esse novo objetivo: fazer humor.

A graça das piadas da dupla de humoristas, no momento em que há essa articulação como os elementos configuradores do jornalismo se desenvolvem justamente no reconhecimento – por parte da audiência – de propriedades e características tradicionais e comuns que caracterizam o exercício do jornalismo num novo contexto.

Esse contexto é o do humor, da brincadeira e do descompromisso, o que os afasta totalmente da função que o jornalismo assume como *instituição social*, regida por valores e premissas que o alçam a essa categoria. Não há por parte dos dois mediadores analisados e nem por parte do programa, qualquer esforço em empreender o exercício do jornalismo propriamente, na construção do programa. Pelo simples fato de se tratar de um programa do humor, onde o jornalismo e seus elementos servem como material de encenação na desenvolvida pelos personagens-mediadores.

Portanto, para compreender como os mediadores em seu quadro lidam com a questão da construção social do jornalismo e com que estratégias eles convocam o reconhecimento dos elementos que configuram essa construção para desenvolver o seu humor, deve-se num primeiro momento voltar às atenções para essas premissas que constituem o jornalismo, seus valores e práticas que determinam o modo como este é socialmente construído.

Entender a construção social do jornalismo é algo suma importância para um trabalho que se propõe a enxergar a desconstrução e reapropriação dos seus elementos configuradores com pretensões de se produzir humor, por um programa não-jornalístico que faz parte da esfera do entretenimento.

A proposta do trabalho, durante o processo de análise que foi realizado no capítulo seguinte – através das situações do programa selecionadas e analisadas –, foi o de entender como e quais as funções sociais do jornalismo – atualidade, credibilidade, seriedade, relevância – além do compromisso com a verdade e com o interesse público, da noção de cobertura e de serviço no jornalismo, são utilizadas a partir da desconstrução do jornalismo e de alguns dos elementos que o configuram, no quadro analisado do programa “*Pânico na Tv*”.

Portanto, para entender o processo de análise das situações em que o quadro do “*Vesgo*” e “*Sílvio*” se apropria e desconstrói esses valores, os recursos e a linguagem telejornalística como estratégias para produção do humor e desenvolvimento de uma relação específica com seu público, é preciso que antes se realize uma discussão sobre o conceito de jornalismo. É preciso discutir sobre suas funções e propriedades, e no caso desta análise, discutir a sua relação com a esfera do entretenimento.

Há ainda, do ponto de vista da sustentação teórico-metodológica, a necessidade de fazer uma breve discussão sobre o telejornalismo e as especificidades que o caracterizam. Portanto, há que se realizar essa discussão a partir de considerações sobre a linguagem televisiva e os aspectos, elementos e situações apropriadas no objeto de análise deste trabalho, que é esse quadro do programa “*Pânico na Tv*”.

Ainda dentro de discussões que envolvem os pressupostos teórico-metodológicos desta análise, torna-se indispensável à realização de algumas considerações sobre o papel do *mediador* televisivo e sobre o *pacto sobre o papel do jornalismo*, dois dos quatro operadores analíticos que integram a metodologia desenvolvida pelo Grupo de Pesquisa Análise de Telejornalismo.

É preciso considerar aqui a noção de *performance* destes atores do universo televisivo e pontuar algumas questões a respeito da padronização da linguagem, entonação, posturas e comportamentos adotados pelos mediadores atuantes em programas do gênero telejornalístico.

As considerações sobre estes pontos serão muito importantes para compreensão de como esses dois mediadores do programa, o “*Sílvio*” e o “*Repórter Vesgo*”, em

determinadas situações propostas no seu quadro, convocam o hábito de audiência de programas telejornalísticos, desconstruindo os elementos que constroem socialmente o jornalismo, para realizar, a partir das referências partilhadas entre o público e o programa, as piadas sobre o jornalismo e sobre a televisão.

3.1 Jornalismo: premissas, propriedades e a relação com o entretenimento.

Em primeiro lugar, é importante salientar que todas as considerações feitas na análise tiveram como pressuposto a noção do jornalismo como *instituição social* (WILLIAMS, 1997). Portanto, como qualquer instituição social, o jornalismo não pode ser encarado como algo que está cristalizado, considerado imutável, indiferente às pessoas que dela participam e as diversas transformações sociais sofridas pelas sociedades.

Como muitas instituições sociais, o jornalismo conheceu muitas fases, do jornalismo como escriba a serviço dos interesses do patrão ao jornalismo como habilitação socialmente reconhecida. Do jornalismo fisiológico que se praticava até bem recentemente ao jornalismo ideológico e ao jornalismo “profissional” (GOMES, W. 2004, p.52).

Assim sendo, mesmo que se considere a padronização e reprodução de certos modelos e elementos clássicos do jornalismo, deve-se então considerar o jornalismo como um espaço em permanente processo de construção. A sua identidade, embora social e historicamente construída, se reinventa a partir de ações e definições desenvolvidas pelos atores que o integram. É claro nem todos os atores que o integram conseguem propor alguma novidade que contribua para essa reinvenção constante, mas deve-se reconhecer que um dos principais protagonistas desta trama é o próprio jornalista, profissional responsável pelo exercício e prática do jornalismo.

O modelo de jornalismo que se consagrou como uma instituição social nasceu ainda no século XIX, nos Estados Unidos e Inglaterra (CHALABY, 2003), e a sua legitimação social se estabeleceu através dos valores e funções sociais que o constituíam como campo, tais como objetividade, credibilidade, imparcialidade, autenticidade, responsabilidade social, vigilância etc.

Em consequência do crescimento da influência que os meios de comunicação têm atingido na estruturação das relações sociais, muitos pesquisadores de diversas áreas das ciências humanas têm se empenhado em investigar e compreender o papel que desempenha o jornalismo atualmente, e como ele é reconhecido socialmente. Wilson Gomes, no seu livro “*Transformações da Política na era da comunicação de massa*”, diz que:

De todo modo, chegou um momento em que o jornalismo é socialmente reconhecido como um sistema de princípios, de valores, de relações objetivas e de distribuição de reconhecimento, como um campo social. Há um campo social quando se verifica um sistema de relações objetivas que determina o lugar que cabe a cada indivíduo que aí é incluído, que estabelece cada posição, quanto cada um vale, representa e acumula prestígio e reconhecimento. (GOMES, W. 2004, p.52-53).

Portanto, quando se propõe travar uma discussão a respeito do papel desempenhado pelo jornalismo nas sociedades modernas e contemporâneas, há que se considerar o jornalismo como um campo social, que possui seus atores, que constitui um sistema de relações que define o lugar de cada um, considerando a distribuição do prestígio e do reconhecimento no campo jornalístico.

Há também muitas discussões sobre a importância da existência do jornalismo para consolidação da democracia em uma determinada sociedade, ou ainda, sobre a atuação do jornalismo, que através de um trabalho pautado na responsabilidade social, defende os interesses da população frente aos interesses pessoais, prestando serviço público à sociedade etc.

O que deve ficar claro é que o jornalismo, na medida em que é posto em exercício, que seus atores – os jornalistas – desempenham atividades jornalísticas, o contato estabelecido com a esfera civil, ou seja, a relação constituída com a sociedade, o coloca – junto com seus valores e suas premissas – em constante processo de atualização, daí se explica dizer que o jornalismo é “socialmente construído”. É dessa forma que a professora Itania Gomes, no artigo “*Telejornalismo de qualidade*”, entende que

O (tele)jornalismo, em nossa perspectiva, é uma construção social, no sentido de que ele se desenvolve numa *formação* econômica, social, cultural particular e cumpre funções fundamentais nessa formação. A concepção de que o telejornalismo tem como função institucional

tornar a informação publicamente disponível e de que o que faz através das organizações jornalísticas é uma construção: é da ordem da cultura e não da natureza do jornalismo ter se desenvolvido deste modo em sociedades específicas (GOMES, I. 2006 p.2)

Como campo social, em constante processo de construção, deve-se considerar as especificidades de cada sociedade neste processo. Assim como também se deve observar que o campo jornalístico é um campo em constante diálogo com vários outros campos – político, econômico, cultural etc. – e áreas sociais, o que demanda processos produtivos e um “*modo de fazer jornalístico*” que se diferencia, atualiza e reinventa em cada uma dessas relações que estabelece.

Com o campo político, por exemplo, através destas interfaces e imbricações que se estabelecem entre os dois campos, questões relacionadas ao interesse público, a autoridade jornalística, a esfera de visibilidade pública, são levantadas através da relação que constituída entre o campo político e o jornalístico etc.

Além do jornalismo político, existe também o jornalismo cultural, o jornalismo literário, o jornalismo econômico, jornalismo investigativo etc. E em cada campo, segmento ou área em que o jornalismo atua, este tem sempre como função produzir informação sobre questões atuais e difundi-la através dos diversos meios de comunicação existentes. Trata-se, portanto, de um sistema social que procura produzir efeito na realidade. É o que afirma Wilson Gomes:

O jornalismo como campo, por exemplo, poderia ser bem compreendido como um sistema social voltado para a produção de informação sobre a atualidade. Toda a sua distribuição de prestígio e reconhecimento está associada a capacidade, demonstrada por cada um dos seus agentes, de obter informação de qualidade, relevante, com rapidez e – grau supremo de distinção – exclusiva, de redigi-la da maneira apropriada, de publicá-la e produzir com ela um efeito na realidade. Tudo gira ao redor disso (GOMES, W. 2004, p.53).

Esta distribuição de prestígio e reconhecimento é que determina a *autoridade jornalística*, fator essencial de afirmação e legitimação do jornalismo, no que diz respeito a sua relação com a sociedade. O jornalismo como campo pode ser descrito, portanto, de forma imanente. Trata-se de um espaço social onde se busca, controla e distribui um recurso ou valor específico em função do qual as práticas e representações

se ordenam como um sistema. Esse recurso fundamental e específico está relacionado à *autoridade jornalística* e comporta prestígio, reconhecimento, fama, celebridade, lugar de fala (GOMES, W. 2004).

A autoridade jornalística é conferida aos atores no campo do jornalismo, considerando a capacidade que possuem de produzir informação com qualidade – respeitando os critérios de relevância e os modos confiáveis de apuração -, a gestão de um sistema de fontes influentes e dotadas de capital simbólico suficiente para serem consultadas, e ainda a competência para gerar repercussão social a partir do trabalho e da produção jornalística. Portanto, em concordância com o pensamento de Wilson Gomes, é possível afirmar que:

O jornalismo como sistema – ou campo jornalístico – é, então, uma arena de luta concorrencial pela *autoridade jornalística*, pela acumulação do capital jornalístico que dá ao seu portador individual ou institucional a *competência jornalística*. A autoridade jornalística é o equivalente da credibilidade, só que voltada para dentro do campo e não para os consumidores e assinantes – muito embora a credibilidade sirva para alimentar a autoridade e vice-versa (GOMES, W. 2004, p. 54).

Com isso, pode-se afirmar que todas as práticas do jornalismo seriam de alguma forma, orientadas pelo interesse básico de conquista e posse da autoridade jornalística, com os aspectos que essa conquista admite para aqueles que conseguem acumular capital simbólico em alto nível, ou seja, prestígio e celebridade no campo jornalístico.

O que se vê em determinadas situações, são os atores, isto é, os profissionais do campo jornalístico que em razão da superexposição a qual são submetidos no trabalho, ocupam, além da imagem tradicional de jornalistas, um espaço glamoroso no universo simbólico do público – e do próprio jornalismo –, revelando uma forte presença das estruturas míticas na pretensa objetividade, veracidade e imparcialidade do campo em que trabalham, deixando de ser os produtores da informação para ser a própria notícia (HAGEN, 2006).

Esta relação de dubiedade de posições, na qual os jornalistas mais conhecidos estão sujeitos – principalmente os que desempenham a função de âncora na esfera televisiva – proporciona um ponto de aproximação do jornalismo com a indústria do

entretenimento, sedenta por oportunidades de flagrar momentos da intimidade de personalidades. É o que o “*Pânico na Tv*” faz ao abordar cantores, atores de novela, e também jornalistas considerados “famosos”, a exemplo do casal de apresentadores do *jornal nacional*, William Bonner e Fátima Bernardes. E o que afirma Sean Hagen, em “*Jornalismo, Mito e Linguagem*”:

Se os telejornais passam a ocupar um espaço basilar na produção de informações, os apresentadores também ganham um novo status. Alçados à categoria de estrelas, esse jornalistas têm a vida devassada em revistas e jornais e, assim como artistas e celebridades, fazem editoriais de moda, abrem a intimidade das suas casas e festas e se tornam assíduos freqüentadores de colunas sociais e de fofocas. Deixam de ser os produtores da informação para ser a própria notícia (HAGEN, 2006, p.2).

Ainda pensando em considerações a respeito desse fenômeno, Wilson Gomes (2004) alega que:

O campo do jornalismo impresso sempre foi capaz de produzir nomes e reputações para os seus personagens mais destacados, mas o jornalista-celebridade, mais importante do que os seus entrevistados habituais, com salários comparáveis ao das outras celebridades do *jet set* televisivo, a conduzir conforme as regras do espetáculo os shows de informação, esse jornalista é uma invenção da TV (GOMES, W. 2004, p. 64).

No entanto, classificação de *estrela* ou *celebridade*, sob o viés da fama e do sucesso, não é mais um modelo ideal, segundo Edgar Morin, e sim um símbolo, uma imagem dotada de uma *sobrepersonalidade* que está em busca “[...] da verdadeira vida, da verdade da vida” (MORIN, 1987). Nesse sentido já se pode apontar uma importante aproximação do campo do entretenimento com o campo do jornalismo, que assim como o primeiro busca – obviamente considerando outros critérios, valores e premissas – também mostrar ao público a “*verdadeira vida*” – ou seja, o real – e o que há de “verdadeiro” na vida diária. Embora haja esse ponto de aproximação, cada um dos campos, é preciso que fique claro, trabalha com valores e objetivos completamente distintos.

Um dos principais problemas a serem enfrentados quando entramos no debate sobre as relações entre jornalismo e entretenimento, é saber exatamente a que estamos nos referindo quando falamos de entretenimento, em especial quando relacionado à

televisão. Ainda está por ser realizado o necessário trabalho conceitual sobre o termo, em particular em sua referência aos *media* e à televisão (GOMES, I. 2008, p.2).

Mesmo já alcunhado pela literatura especializada de *infotainment*¹³, essa aproximação entre os campos do jornalismo e entretenimento ainda suscita muitas dúvidas e questionamentos. É preciso reconhecer o *entretenimento* como um conceito ainda em fase de investigação, e que, portanto, não há ainda uma definição precisa e unânime para ele.

Consideremos, entretanto, o esforço empreendido por Itania Gomes (2008) de olhar para o entretenimento como um valor das sociedades ocidentais contemporâneas que se organiza como indústria. Por isso, o entretenimento se traduz por um conjunto de estratégias para atrair a atenção de seus consumidores. Nesse sentido, subsumir o entretenimento ora aos seus produtos, ora aos seus conteúdos, ora a sua linguagem, de modo algum permite acessar sua complexidade (GOMES, I. 2008, p.4).

No entanto, há que se considerar as transformações pelas quais passou o campo do jornalismo no século XX, momento em que adquiriu propriedades comerciais, principalmente como o advento da televisão, o que o fez se aproximar da indústria do entretenimento. Se este, de acordo com Itania Gomes, “*se traduz por um conjunto de estratégias para atrair a atenção de consumidores*”, o campo jornalístico se utiliza de estratégias que também possuem como objetivo cativar a audiência e atrair atenção para o consumo. E nessa perspectiva que Wilson Gomes considera esse momento em que:

A indústria da informação, entretanto, não poderia manter-se apenas com a venda de informações ao consumidor. Foi aí que entrou o outro elemento do jogo: o anunciante. A economia em escala massiva precisava tornar conhecidos os seus produtos e serviços e o setor da informação tinha justamente a mercadoria mais preciosa: a atenção pública. É razoável supor, então, que surge realmente uma indústria da informação, apenas quando esta passa a vender a mercadoria “atenção pública” ou “audiência” aos anunciantes (GOMES, W. 2004, p.50-51).

A partir desta consolidação de uma indústria da informação, e da existência em paralelo de uma indústria do entretenimento, que passam a conviver juntas e integrando esse mar

¹³ Ver GOMES, 2008.

de complexidade que é o ambiente televisivo, muitas interfaces entre esses dois segmentos surgem para complicar ainda mais a compreensão de como o gênero telejornalístico se atualiza constantemente. Principalmente com o surgimento de telejornais que articulam estratégias oriundas da esfera do entretenimento que acabam configurando o seu endereçamento e vice-versa. No entanto, é preciso que fique claro que essa articulação não extingue os modelos anteriores de telejornalismo, que conservam a perspectiva tradicional do “*modo de fazer jornalismo*”, como aponta Jussara Maia:

As particularidades de cada programa só podem ser identificadas dentro de uma estrutura comum aos outros textos do mesmo gênero que permite, por um mecanismo de comparação, perceber e atualizar o ‘modelo de escritura’ e o ‘horizonte de expectativa’, dentro de um endereçamento novo. É novo porque algo anterior permanece e porque a novidade opera na relação com o que é conservado (MAIA, 2005, p. 51).

No entanto o jornalismo, mesmo com todas essas transformações e complexidades relacionadas à esfera televisiva, consegue, através do uso dos princípios da *autoridade jornalística*, preservar o capital simbólico que o coloca na condição de *instituição social* que prestadora do serviço público de levar informação a sociedade, pautada nos critérios de verdade e relevância.

As noções de verdade e relevância são bons parâmetros de qualidade porque sobre elas se sustenta a confiança que a sociedade deposita no jornalismo e é com base nelas que essa confiança pode ser quebrada. Essa confiança supõe a possibilidade de conhecimento verdadeiro e a capacidade de julgamento de relevância dos fatos e supõe também a credibilidade dos jornalistas e das organizações jornalísticas. (GOMES, I. 2006 p.5)

O jornalismo, portanto, ainda que tenha sofrido algumas transformações com o desenvolvimento e a expansão de uma indústria da informação, conserva a aplicação de um conjunto de regras de produção que inicia pela inserção de um acontecimento na pauta, isto é, pela seleção de uma informação como noticiável (DUARTE, E. 2006, p.2). Esse processo de produção da notícia conserva – ou pelo menos deveria conservar – a credibilidade da informação oferecida, a partir do uso dos critérios e valores clássicos do jornalismo como neutralidade, imparcialidade, atualidade, objetividade etc. Só que

essa credibilidade, na perspectiva de Wilson Gomes, passa justamente a integrar as propriedades comerciais do jornalismo:

O jornal, por outro lado, precisava cativar a audiência que afiança ao anunciante possuir – anunciante que, por outro lado, paga-lhe justamente por ela. A credibilidade – que se conquista com isenção, honestidade, verdade, atualização, objetividade etc. – passa a ser uma das propriedades comerciais do jornalismo (GOMES, W. 2004, p. 51).

Assim, editoriais, problemas, áreas e assuntos são escolhidos a partir desse critério, o que leva a que aquelas editoriais, assuntos etc., com menor taxa de projeção sejam consideradas secundárias, mas, ao mesmo tempo, faz com que assuntos com intensa competição possam ser preteridos em função da baixa taxa de valor simbólico gerado quando repartido por aqueles que tiveram sucesso. Portanto, são sempre as perspectivas de lucro que definem estrategicamente as decisões, escolhas e preferências dos agentes no campo (GOMES, W. 2004, p.55).

Portanto, o jornalismo se estabelece na esfera televisiva, conciliando os seus valores e princípios que o alçam a condição de *instituição social* com novas propriedades, principalmente do ponto de vista comercial, além da notável aproximação que estabelece com a indústria do entretenimento. Essas especificidades que configuram e reconfiguram o gênero telejornalístico, são atualizadas ao passo que novos telejornais, novas estratégias e conseqüentemente novos modos de endereçamento surgem.

O “*Pânico na Tv*” é um programa da indústria do entretenimento que procura observar essas novas configurações que atualizam o gênero telejornalístico, para compor as suas estratégias de construção, e utilizando o princípio de atualidade, reconfigura a sua estrutura e se reconstrói a partir da observação dessas mudanças. Por isso, observando programas telejornalísticos de outras emissoras, aproveita para construir suas paródias pautadas na desconstrução do jornalismo socialmente construído e reconhecido pela sua audiência, como observa Elizabeth Duarte:

O SBT lançou, em 2003, um telejornal que se chamava *SBT Manhã*, recheado de notícias requentadas e apresentado por Cíntia Benini, jornalista e atriz, e Analice Nicolau, modelo e atriz, participantes da *Casa dos artistas*. As duas integrantes do reality show não se restringiam à bancada; caminhavam pelo platô de mini-saia, exibindo

suas pernocas, e fazendo comentários tolos. Foi, sem dúvida, uma forma de apatifar com o tom de *seriedade* tradicionalmente conferido aos telejornais, contra o que a RedeTv! reagiu no humorístico *Pânico na Tv*, com uma paródia, apresentada em 03/07/03 em que as protagonistas, Sabrina Sato e Tânia Oliveira, de microssaias, cruzavam as pernas, de forma exagerada, mostrando as calcinhas (DUARTE, E. 2006, p.5)

Isto posto, permite perceber que o “*Pânico na Tv*”, dentro da sua lógica específica de construção como programa de humor, considera a atualidade dos discursos dos textos televisivos e dos programas desta esfera, para se reinventarem e seguirem esse fluxo de atualização do universo televisivo, mostrando que acompanham e se reconfiguram dialogando com novidades – ligadas a programas, personalidades e acontecimentos – que surgem no meio televisivo, bem como mostra que há um constante processo de atualização do próprio gênero televisivo.

3.2 Telejornalismo: particularidades no universo televisivo

Em “*Television*”, Raymond Williams (1997) considera a televisão não só como uma tecnologia, mas também, e principalmente, como uma forma cultural dotada de determinados usos e práticas sociais. Paralelamente a isso, Williams argumenta que o jornalismo é uma instituição social (Idem, p. 22). Como *instituição social*, devemos considerar, portanto, que ele está em constante processo de transformação, e que se deve considerar sua historicidade e os fatores sociais que concedem essa dimensão de constante transitoriedade ao jornalismo.

O Grupo de Pesquisa Análise de Telejornalismo, desde 2003, tem-se empenhado em estabelecer uma metodologia de análise para programas jornalísticos a partir da observação de programas diversos: telejornais locais, nacionais e internacionais, programas de entrevistas e programas temáticos. (SILVA, 2006, p.18). É nesse sentido, portanto, que a metodologia do grupo considera o telejornalismo: como uma instituição social atrelada a fatores histórico-culturais que possibilitam a criação de novas formas e funções sociais.

Os telejornais, geralmente, se apropriam dos formatos correspondentes à função informativa de forma bastante convencional, seguindo as normas dos manuais de redação. As matérias são o formato privilegiado por esses programas por relatarem os acontecimentos de maneira concisa mostrando os agentes implicados no acontecimento e

suas repercussões. O espaço para a introdução de comentários – o que significa o ingresso do gênero opinativo – é marcado por um local diferenciado no estúdio e/ou por um personagem específico para isso. (SILVA, 2008, p.15)

Portanto, os formatos correspondentes aos programas telejornalísticos seguem normalmente de construção, e à sua função informativa, através da produção das matérias e reportagens telejornalísticas, se fundamenta em normais de manuais de redação, tal como podemos observar no livro “*jornalismo de Tv*” de Bistane & Bacellar (2006):

Na televisão, a matéria pode e deve começar das mais diferentes maneiras. Em alguns casos, o melhor para abrir o VT pode ser uma boa imagem de impacto. Ou, quem sabe, um barulho revelador. Ou, ainda, uma declaração importante, poética ou completamente inusitada. Tudo vai depender do assunto abordado, e também da ‘sacada’ do observador. Pode parecer subjetivo, e é. (BISTANE & BACELLAR, 2006, p. 13-14)

No entanto, na perspectiva de Bistane & Bacellar (2006) essa convencionalidade não implica necessariamente em repetição. Em alguns casos o programa jornalístico pode até somente se pautar na reprodução de formatos e recursos considerados “*clássicos*” do telejornalismo. Mas há uma dimensão de subjetividade, nas possibilidades que o gênero telejornalístico possui para explorar e experimentar.

É claro que esse viés de experimentalidade não é um elemento que exclui a questão da padronização, antes pontuada aqui neste trabalho. Há possibilidade do gênero se atualizar e reinventar, conservando as premissas que regem o jornalismo e mantendo certos padrões referentes a condutas, posturas e entonações. A prova disso, é a experimentação feita com incorporação de recursos originários do *videoclipe*, uso de trilha sonora (cinema), da literatura, da poesia etc.

O próprio gênero telejornalístico, quando surgiu importou elementos do jornalismo radiofônico para se constituir como novo modelo de produção jornalística, como aponta Elizabeth Duarte (2006), argumentando que:

Desde o início da história da televisão no Brasil, o telejornal é um subgênero com presença e audiência garantida na programação televisiva. Importado do jornalismo radiofônico, a televisão dele se apropriou de forma descarada, adotando inicialmente até mesmo o

nome do noticiário mais famoso na época o *Repórter Esso* (DUARTE, E. 2006, p.2).

No entanto Duarte (2006) pondera que:

Tal apropriação, não obstante, trouxe, como é natural, implicações na construção de seu texto, que até então se caracterizava como um relato oral de notícias, utilizando como principal recurso retórico a impostação de voz dos apresentadores: fez com que ele passasse a se estruturar a partir da articulação entre imagens e sons, entre linguagens visuais e sonoras, sobredeterminadas pelos meios técnicos de produção, circulação e consumo dos produtos televisivos (DUARTE, E. 2006, p.2).

Portanto a inauguração do gênero telejornalístico ao passo que se apropria de recursos pré-existentes em outros meios da esfera jornalística para se constituir, por se consolidar num novo gênero acaba necessariamente tendo que desenvolver novos recursos para articulação dos valores e premissas que constituem o jornalismo como *instituição social* nesse novo contexto.

Além disso, ao passo que esse novo gênero se estabelecia, em contrapartida cada programa que surgia buscava diferenciar-se inaugurando novas formas de produção e de realização do telejornalismo De acordo com Itania Gomes (2007), um telejornal sempre apresenta definições dos seus participantes, dos objetivos e dos modos de comunicar, explicitamente ('você, amigo da Rede Globo', 'para o amigo que está chegando em casa agora', 'esta é a principal notícia do dia', 'Agilidade, dinamismo e credibilidade é o que queremos trazer para você', 'você é meu parceiro, nós vamos juntos onde a notícia está) - ou implicitamente - através das escolhas técnicas, do cenário, da postura do apresentador (GOMES, I. 2007, p.19).

Portanto, essas escolhas, novidades, reinvenções e criações sobre a construção dos programas telejornalísticos fazem - até hoje - com que o gênero se reinvente constantemente. São essas características específicas da constituição do gênero telejornalístico - que é interessante reiterar que está em constante processo de atualização -, associadas a premissas e valores que regem o exercício do jornalismo em qualquer meio ou suporte, que o programa "*Pânico na Tv*" desconstrói, através da atuação dos seus dois mediadores, aqui analisados. O "*Sílvio*" e o "*Repórter Vesgo*"

convocam em seu quadro, o hábito de audiência do gênero telejornalístico, como estratégias de elaboração e desenvolvimento do humor, em algumas situações por eles vivenciadas.

3.3 Mediadores e a figura do repórter: A padronização inspira a *performance*

De acordo com o trabalho desenvolvido por Itania Gomes (2006), o modo de endereçamento, em Hartley, se refere ao *tom* ou *estilo* de um telejornal, àquilo que o distingue dos demais. Portanto, nesse sentido, a aplicação do conceito numa análise sobre um programa telejornalístico nos leva, não apenas à imagem ou perfil da audiência de cada programa, mas, sobretudo, ao seu *estilo* e às suas características específicas. Ou seja, marcas que são comuns e caracterizam o *telejornalismo*, mas que ao mesmo tempo, são particulares e se articulam de um modo específico em determinados programas, diferenciando assim, um programa do outro.

Desta forma, embora o foco desta análise não seja definir o *modo de endereçamento* do “*Pânico na Tv*”, este conceito servirá como uma espécie de procedimento metodológico para o desenvolvimento do trabalho. O Grupo de Pesquisa Análise de Telejornalismo tem se empenhado em estudar esse conceito, e para isso desenvolveu quatro operadores analíticos, que são: *Mediador*, *pacto sobre o papel do jornalismo*, *contexto comunicativo* e *organização temática*.

O objetivo do trabalho, na análise realizada sobre o quadro, não é o de entender o modo de endereçamento, até porque se trata de um quadro e não do programa em si. Mas dois desses operadores de análise, o *mediador* e o *pacto sobre o papel do jornalismo*, contribuem para olhar o quadro com mais precisão e detalhamento, em especial o primeiro deles.

A análise proposta neste trabalho tem, portanto, como elemento norteador a figura do *mediador*. Entender a importância da atuação desses dois personagens, o “*Silvio*” e o “*Repórter Vesgo*”, torna-se uma questão fundamental para desvendar os detalhes e os elementos que constituem a desconstrução do jornalismo como estratégia de produção do humor no programa, pois é no quadro desta dupla, objeto de análise deste trabalho, que essa desconstrução se estabelece. Isso acontece em algumas das situações que a

dupla vivencia em seu quadro humorístico, a partir da *performance* desenvolvida por esses dois personagens.

A noção de *performance*, tal como utilizada no teatro, tem sido um importante recurso descritivo para este operador analítico. A noção põe em relevo o caráter interpretativo do desempenho dos atores, dos mediadores televisivos: o ator representa a partir de seu próprio corpo, de suas próprias características, mas ele desempenha um *papel* (GOMES, I. 2007, p.18-19).

Isto posto, nos facilita perceber que a dupla de humoristas do “*Pânico na Tv*”, travestidos dos seus respectivos personagens, desempenham um *papel* – no sentido teatral do termo – a partir da utilização de determinados recursos interpretativos, pautados em grande parte das vezes em técnicas de improviso – caras ao trabalho de qualquer humorista – e consolidam marcas que caracterizam esta *performance*, e com elas constroem a sua relação com a audiência. Em “*A arte da performance*”, Roselee Goldberg (2006) diz que:

A história da performance no século XX é a história de um meio de expressão maleável e indeterminado, com infinitas variáveis, praticados por artistas impacientes com as limitações das mais estabelecidas e decididos a pôr sua arte em contato direto com o público. Por esse motivo sua base tem sido sempre anárquica. Por sua própria natureza, a performance desafia uma definição fácil ou precisa, indo além da simples afirmação de que se trata de uma arte feita ao vivo pelos artistas. (GOLDBERG, 2006, p. IX)

Elaborando suas considerações iniciais sobre “*a arte da performance*” Goldberg (2006) ainda argumenta que:

Qualquer definição mais exata negaria de imediato a própria possibilidade da performance, pois seus praticantes usam livremente quaisquer disciplinas e quaisquer meios como material – literatura, poesia, teatro, música, dança, arquitetura e pintura, assim como vídeo, cinema *slides* e narrações, empregando-os nas mais diversas combinações. De fato, nenhuma outra forma de expressão artística tem um programa tão ilimitado, uma vez que cada *performer* cria sua própria definição ao longo de seu processo e modo de execução. (GOLDBERG, 2006, p. IX)

Contudo, mesmo considerando essas infinitas variáveis que possam caracterizar uma *performance*, os momentos e situações que interessam e serão considerados no desenvolvimento deste trabalho, são justamente aqueles em que a encenação proposta

por esses dois mediadores – que gozam de plena liberdade de atuação tal como aponta Goldberg (2006) nas suas considerações sobre *performance* – dialoga e se apropria da retórica, dos valores ou de recursos próprios do jornalismo com a intenção de produzir humor, resignificando esses elemento num novo contexto.

Esse contexto está pautado basicamente na produção do humor, com estratégias imediatamente assimiláveis à ficção e à diversão, portanto, responsável pela desconstrução e a resignificação do gênero telejornalístico. Então, a partir desta desconstrução – dos valores, recursos e termos caros ao jornalismo *socialmente reconhecido* –, a dupla de humoristas, e conseqüentemente o programa, estabelece sua relação de modo bem particular com os seus telespectadores.

Dannilo Duarte (2007) argumenta que de acordo com Martín-Barbero (2003, p.306) é comum a televisão recorrer a dois intermediários fundamentais: “um *personagem* retirado do espetáculo popular, o animador ou apresentador, e certo *tom* que fornece o clima exigido, coloquial”. O apresentador-animador está presente tanto nos noticiários, quanto nos concursos, nos musicais, nos programas educativos e até nos “culturais”. Desta forma, ele é mais do que um mero transmissor de informações, “é na verdade um *interlocutor*, ou melhor, aquele que interpela a família convertendo-a em seu interlocutor. Daí que seu tom *coloquial* e a simulação de um diálogo que não se restringe a um arremedo do clima ‘familiar’” (MARTÍN-BARBERO¹⁴, 2003, p.306 *apud* DUARTE, D. 2007).

No “*Pânico na Tv*”, tanto o “*Sílvio*” quanto o “*Repórter Vesgo*” são mediadores que atuam como *interlocutores*, fazem mais do simplesmente “transmitir uma informação”. Uma prova disso é o texto desenvolvido pela fala dos dois personagens que contém frases como “*você vai ver agora*”, “*o que você acha disso?*”, “*você deve estar se perguntando aí em sua casa*”, “*olhem que coisa absurda*”, “*preste atenção na roupa desse cidadão*” etc.

¹⁴ MARTÍN-BARBERO. Jesus. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

Mas a questão fundamental a ser discutida aqui é, considerando esse contexto e esse modo de dirigir-se ao público, de que forma é feita essa ressignificação e desconstrução do gênero telejornalístico através da atuação dos dois personagens-mediadores do programa.

Para compreensão deste processo, é importante considerar alguns critérios, procedimentos, entonações e posturas que constituem uma *padronização* do gênero telejornalístico, que assim como o próprio gênero e também como elemento constituidor deste, se atualiza e se modifica acompanhando o fluxo de transformações do universo telejornalístico.

Nesse sentido perceber a postura e o comportamento dos apresentadores, nos quais as emissoras investem, através do tom de *seriedade* que podem conferir à fala desses mediadores, pode servir como uma importante pista para identificarmos momentos em que os mediadores do “*Pânico na Tv*” reproduzem isso. Sobre esse tom de *seriedade* e o uso de recursos que padronizam o formato telejornalístico, Elizabeth Duarte (2006) fala que:

Muitas vezes, a apresentação é feita em dupla, que, em princípio, deve ter uma justificativa que ultrapasse o modismo ou a estética da carinha bonita na tela. Essa *seriedade* tem como formas de expressão a aparência física, a postura corporal, o penteado, o vestuário, o comportamento contido, a voz pausada, o uso impecável da linguagem verbal por parte desses apresentadores, etc. Enfim, há toda uma gama de mecanismos expressivos que imprimem um tom de *seriedade* ao que é dito ou mostrado (DUARTE, E. 2006, p.5).

Esse tom de *seriedade* que atribui sentido jornalístico ao que é “dito ou mostrado” não é o tom comumente usado pelos dois personagens de que estamos falando, pois se sabe que se tratam de duas figuras que estão inseridas em contexto de produção de um programa regido por uma linha humorística de construção. A piada sobre o tom de *seriedade* conferido ao jornalismo, ressalta aos olhos do telespectador, portanto, justamente nessa contraposição.

São nos momentos em que a dupla lançam mão dessa *postura corporal*, do *vestuário*, do *comportamento contido*, da *voz pausada* e do *uso impecável da linguagem verbal* que piada funciona. É nesse momento em que a dupla traz esses elementos para um

contexto que tem sua natureza configurada pelo humor, pelo escracho e a comédia, e os reconstrói dentro dessa lógica, é que esses elementos legitimadores do tom jornalístico num determinado texto verbal viram estratégias de elaboração da piada e de construção de uma estética do humor particular por parte do programa.

Em se tratando dos processos de enunciação na esfera telejornalística, Elizabeth Duarte (2006) argumenta que em processos comunicativos como o televisivo, a conferência de um tom é cuidadosamente planejada, exatamente porque não existe essa possibilidade de retificação (DUARTE, E. 2006, p.11). No caso dos mediadores de programas telejornalísticos esse tom pode definir se a informação é positivamente transmitida ou no caso de haver algum deslize ela pode causar má impressão para os telespectadores.

Para os mediadores do “*Pânico na Tv*” não há essa preocupação. O “*Sílvio*” e o “*Repórter Vesgo*” desenvolvem o seu quadro no contexto de um programa televisivo, da esfera do entretenimento, que os permite ter plena liberdade no uso de uma linguagem coloquial. O tom de *seriedade* é apropriado no momento em que para eles é interessante ser utilizado, na perspectiva da realização das piadas, convocando do público essa referência que se tem a respeito dos elementos que configuram o discurso jornalístico.

O jornalismo traz certamente uma forma de conceber o mundo e, por conseguinte, as relações que nele se dão. Portanto, a figura do repórter assume um papel importantíssimo no processo de concretização e atualização do gênero telejornalístico. O desafio de olhar e narrar, no entanto, talvez seja no jornalismo algo cada vez mais urgente, sob o risco da banalização, da repetição e da indiferença.

Portanto, como uma instituição socialmente reconhecida – a considerar suas premissas e propriedades – o jornalismo enfrenta a tarefa de ter que se reinventar, atualizando os seus elementos e reforçando o critério da *autenticidade* no trabalho de produção jornalística. Nesse sentido, alguns profissionais do campo jornalístico conseguem destacar-se, atribuindo *originalidade* a seu trabalho e *personalizam* o que produzem, desenvolvendo o seu olhar, pautado na sua visão de mundo, no trabalho de apuração.

Todavia, apesar de em alguma medida este gênero está em constante processo de transformação, ainda se vê no jornalismo, através da sua rede de profissionais, mesmo com a chegada de novas gerações, o reaproveitamento de fórmulas e textos pré-fabricados.

E é se baseando nessa reprodução e nessa padronização, que em determinadas situações a dupla de mediadores “*Sílvio*” e “*Repórter Vesgo*”, no seu quadro do programa, convoca do telespectador o hábito de audiência de programas jornalísticos. Com isso, eles se apóiam nesse repertório que o público possui para que sejam reconhecidos os elementos que configuram o jornalismo como *instituição social*, para que estes sejam desconstruídos e reapropriados nesta nova lógica proposta pelo quadro da dupla de personagens.

Sem dúvida, em qualquer formato de programa jornalístico televisivo da atualidade, o apresentador ou apresentadores são figuras centrais. O apresentador é quem desempenha o papel de mediar à relação entre o programa, os telespectadores e os demais profissionais envolvidos na elaboração do programa, além do contato com entrevistados. Normalmente, o apresentador é quem representa a ‘cara’ do programa e é quem primeiro estabelece um pacto com a audiência (DUARTE, D. 2007).

Para compreender o modo de endereçamento, é fundamental analisar quem são os apresentadores, como se posicionam diante das câmeras e, portanto, como se posicionam para o telespectador. Mas o modo de endereçamento diz respeito também aos vínculos que cada um dos mediadores (âncoras, comentaristas, correspondentes, repórteres) estabelece com o telespectador no interior do programa e ao longo da sua história dentro do campo, à familiaridade que constrói através da veiculação diária/semanal do programa, à credibilidade que constrói no interior do campo midiático e que “carrega” para o programa, ao modo como os programas constroem a credibilidade dos seus profissionais e legitimam os papéis por eles desempenhados (GOMES, I. 2007, pág.18).

No quadro – do programa “*Pânico na Tv*” – analisado neste trabalho de conclusão de curso, os dois humoristas, através da *performance* que realizam com seus dois personagens, desempenham um papel muito importante na construção do endereçamento do programa, pela forma como essa familiaridade estabelecida entre o

comportamento da dupla e a audiência é semanalmente construída, a partir da veiculação do quadro da dupla.

No entanto, diferentemente de programas jornalísticos, o “*Pânico na Tv*” não tem a pretensão de construir uma relação pautada na *credibilidade jornalística*, isso não interessa para as estratégias que orientam o desenvolvimento do quadro da dupla de mediadores. Os vínculos estabelecidos se pautam em outros critérios, como a construção de uma relação de *intimidade* e de *cumplicidade* com o público, para que eles partilhem de todas as ações – em muitas ocasiões, geradora de conflitos, polêmicas e confusões – desenvolvidas pelo “*Sílvio*” e o “*Repórter Vesgo*” na construção do quadro deles a cada edição do programa.

Para base de compreensão no que diz respeito às estratégias utilizadas pelo “*Pânico na Tv*”, de se utilizar de aspectos caros a linguagem e recursos telejornalísticos em alguns momentos, através da atuação dos seus personagens – O “*Sílvio*” e o “*Repórter Vesgo*” –, o foco e o desenvolvimento de uma discussão mais atenta sobre o operador *mediador*, torna-se necessário.

4. ANALISANDO O QUADRO DO “SÍLVIO” E DO “REPÓRTER VESGO”

O “*Pânico na Tv*” é declaradamente um programa de humor, que se sustenta em uma série de recursos de construções articulados dentro desta linha humorística de produção para construir e consolidar sua relação com a audiência. Para isso o programa utiliza como estratégia, a apropriação de programas, quadros, personalidades de outras emissoras, que estão em evidência na esfera pública.

Além disso, o programa constrói a sua linha humor, realizando piadas sobre o próprio ambiente televisivo, e no caso do quadro dos personagens “*Vesgo*” e “*Sílvio*” há esse diferencial em relação aos outros quadros, pois a dupla desconstrói a linguagem, os recursos e alguns valores caros ao reconhecimento social do jornalismo e usa esses elementos, reinseridos nessa nova lógica, como substrato para produção do humor.

Acompanhado destas sátiras e paródias desses programas, quadros e personalidades de outras emissoras, o programa continua com um processo constante de criação de novos personagens para compor os novos quadros. A representação realizada por esses mediadores e as construções dos seus respectivos personagens traduz-se numa experiência real de apropriação das características e informações de pessoas que existem e que são conhecidas publicamente.

Essas apropriações, que se realizam a partir da construção das personagens, que na maior parte das vezes se tratam de caricaturas inspiradas em figuras da nossa realidade, é feita em ambiente experimental, já que à medida que novas matérias são gravadas novas experiências e descobertas são feitas.

Embora estejam sempre surgindo novos personagens, à medida que o “*Pânico na Tv*” inova a sua programação e incorpora novos quadros, alguns personagens acabam conquistando lugar cativo no programa, e a sua presença sempre garantida independe desse movimento constante do “*Pânico na Tv*” de mudar a programação e sempre trazer novidades para os telespectadores.

Os personagens escolhidos para serem analisados – o “*Sílvio*” e o “*Repórter Vesgo*” – são os dois principais mediadores. Assim são considerados pelo público, pela imprensa e dentro do próprio programa, que sempre anuncia o quadro da dupla como a sua “*principal atração*”. A escolha desses dois personagens para a realização da análise, e conseqüentemente o seu quadro, se explica pelo fato desta ser única a dupla no universo de humoristas e personagens do “*Pânico na Tv*” que lida com essa questão do reconhecimento do *jornalismo socialmente construído* e desconstroem os elementos responsáveis por essa construção com o objetivo de criar a piada, de causar graça, e ainda de construir um caminho de atuação específico para esses dois personagens.

4.1 Os mediadores

O “*Sílvio*” e o “*Repórter Vesgo*” são os dois personagens de maior notoriedade no “*Pânico na Tv*”. A imagem desses dois personagens já está tão diretamente associada à imagem do programa, que os personagens têm um quadro fixo e garantido em todas as edições, e em quase todas elas, a “*matéria*” realizada pelos dois é anunciada como a grande atração da noite.

Os dois personagens são criações dos humoristas Wellington Muniz (“*Sílvio*”) e Rodrigo Scarpa (“*Repórter Vesgo*”), conhecidos e adorados por estarem sempre perturbando a paz e azucrinando a vida de celebridades da música, moda e televisão, em casamentos e aniversários de famosos, ou em grandes eventos promovidos pelas emissoras concorrentes.

O “*Repórter Vesgo*” pode ser considerado um personagem com modo de atuação bem particular, já que o humorista que o criou, o Rodrigo Scarpa, é o único da equipe do programa que (quase) nunca está presente diante do auditório, no estúdio de gravação do programa na Rede TV!. O “*Repórter Vesgo*” só aparece nas matérias gravadas, junto ao seu fiel companheiro de cena, o “*Sílvio*”.

O quadro dos dois é realizado sempre em externas, como se eles fossem repórteres do programa, e assim os dois se comportam, cobrindo eventos de uma maneira nada convencional para o “*Pânico na Tv*”. O “*Sílvio*” e o “*Repórter Vesgo*” cobriram o “*Live Earth*” (evento criado por Kevin Wall, o produtor executivo mundial do *Live 8*, que reuniu um dos maiores públicos da história para combater a pobreza), foram a Alemanha cobrir a copa do mundo de 2006, cobriram o Pan-americano no Rio de Janeiro, além de estarem sempre presentes em festas de lançamento de novelas, aniversários e casamento de famosos etc.



Fig.4 - A dupla no Pan-americano do Rio de Janeiro, em 2007.

Além disso, grande parte dos mediadores do programa, a exemplo dos dois que aqui foram analisados – o “*Sílvio*” e o “*Repórter Vesgo*” – incorporam personagens para estabelecer a sua relação com o público, lançando mão de estratégias ligadas a *performance* e a jogos de encenação para estabelecer essa relação.

A dupla de humoristas, incorporados nos seus personagens, persegue, provoca e em momentos oportunos chegam até a humilhar ou ofender algumas das celebridades que se aventuram a desafiá-los. Na edição do dia 09 de dezembro de 2007, por exemplo, a dupla foi devidamente trajada (de *smoking*) a cerimônia de entrega do *Prêmio Extra de Televisão*.

Como de costume, eles não possuíam credencial da imprensa – já que são humoristas e não jornalistas – para entrar no evento e realizar uma possível cobertura jornalística do mesmo. Então a dupla se posicionou na porta e esperou que os convidados começassem a chegar. Em meio a abordagens nada respeitosas, eles se deparam com a atriz Lília Cabral, que na legenda eles põem “Lília Colombo”, fazendo um trocadilho com o sobrenome da atriz da rede Globo.

Em seguida eles comentam com ela que o “*Pânico*” está concorrendo ao prêmio de *melhor programa humorístico* e que concorre com outros quatro programas, sendo que todos os outros pertencentes a Globo. O “*Vesgo*” ainda chama atenção para o fato do jornal *extra* pertencer também as organizações Globo. Então eles perguntam a atriz: “*you acha que a gente vai ganhar concorrendo com quatro programas da rede Globo?*”, e a atriz responde com certo ar de vergonha e acanhamento: “*Não...*”.

O quadro da dupla é quase sempre colocado no último bloco, e vai sendo anunciado repetidamente ao longo do programa como a grande atração, demonstrando ser uma estratégia para segurar a audiência. E em muitos casos a história ou reportagem exibida é interrompida bem no seu ápice, prometendo uma continuidade e constituindo uma verdadeira saga dos dois personagens, para que a curiosidade do público seja provocada e para tentar garantir que audiência acompanhe-os na edição seguinte.

Os dois mediadores analisados, com a construção de seus respectivos personagens, convocam da audiência referências para o reconhecimento de duas figuras clássicas do contexto televisivo: a do *apresentador* e a do *repórter*.

O humorista Wellington Muniz – também conhecido como “Ceará” – cria o “Sílvia” inspirado naquele considerado pela imprensa brasileira como o maior apresentador da história da televisão brasileira: Sílvia Santos. O apresentador, também proprietário da emissora de televisão, o SBT, é uma das pessoas mais notórias do universo televisivo.

Por isso ao escolher esta figura como inspiração para composição do personagem, o humorista do “*Pânico na Tv*” consegue enriquecer e tornar ainda mais complexa essa “*teia*” *auto-referencial* ao universo televisivo que sustenta e constitui o programa. Além disso, o “*Sílvia*” convoca da audiência em todo momento a referência aos ambientes

dos programas de auditório e ao seu apresentador mais consagrado, embora fique claro que no jogo de encenação proposto pela dupla, ele atua como repórter.

Do outro lado está o “*Repórter Vesgo*”, que convoca da audiência as impressões socialmente construídas sobre a figura e o papel do repórter de telejornal. Só que diferente do “*Sílvio*”, que procura incorporar e reproduzir as características do apresentador que o inspirou, o “*Vesgo*” assume mais claramente o papel do repórter, tanto que carrega no nome do personagem este termo proveniente do universo jornalístico.

O que se percebe nas apresentações do “*Repórter Vesgo*” é que ele desconstrói totalmente os critérios de *seriedade* e *credibilidade* que configuram o papel do repórter de telejornal. Para isso ele aparece diante da câmera em algumas situações usando tênis, bermuda, o terno rasgado e uma coisa que se tornou a marca da composição do personagem: ele usa a sua gravata amarrada na cabeça, como se fosse uma faixa.

Na edição do dia 29 de abril de 2007, na festa de lançamento da minissérie Amazônia da Rede Globo, o “*Repórter Vesgo*” aborda, entre outros famosos, o cantor Latino e lhe faz o seguinte comentário: “... *Cada vez eu me surpreendo mais com as ‘tosquices’ das músicas que você inventa, cara... Você acha que o Chico Buarque agora na casa dele, deve tá orgulhoso de você? ... Eu teria vergonha de fazer uma música dessa, você tem orgulho mesmo dessas músicas?*”.

O cantor, um tanto desconsertado ainda tenta esboçar uma reação, formulando uma resposta em tom de seriedade, tentando se defender: “*Cara eu faço... pelo entretenimento...*”, mas o “*Sílvio*” e o “*Repórter Vesgo*” logo o interrompem e caem na gargalhada diante da câmera, tirando a oportunidade de defesa e deixando o cantor completamente sem reação.

Ainda não satisfeitos com a situação desagradável causada diante do cantor, o “*Sílvio*” assumindo todos os trejeitos do apresentador que o inspirou, se dirige mais uma vez ao cantor: “*É melhor você assumir aqui, eu faço para ganhar dinheiro porque o povo gosta disso... Fala!*” e o “*Repórter Vesgo*” completa o comentário chegando bem perto

da câmera como se estivesse falando pelo Latino com o telespectador: “*Eu faço só para ganhar dinheiro porque você adora porcaria...*”.

O “*Sílvio*” é um dos personagens do programas que foram construídos através da inspiração em pessoas públicas, famosas, conhecidas pelo povo brasileiro. Essa construção se sustenta num processo de caricaturização desses famosos, que é realizada pelos humoristas que integram o “*Pânico na Tv*”.

O humorista Wellington Muniz é o único humorista no Brasil que possui autorização do próprio Sílvio Santos para imitá-lo. O humorista lança mão de uma série de gestos característicos ao Sílvio Santos e reproduz perfeitamente o tom de voz do empresário e apresentador, que é, além disso, o dono do SBT¹⁵.

No caso do “*Pânico na Tv*”, esses papéis desempenhados pelos mediadores do programa vêm acompanhados por um refinamento na construção desse relacionamento com o público. Esse refinamento está pautado num trabalho de construção de vários personagens, que são criados pelos humoristas que hoje fazem parte do elenco que compõe o programa. Cada um deles, com exceção do Rodrigo Scarpa que faz o “*Repórter Vesgo*”, cria e incorpora mais do que um personagem.



Fig.5 - Os dois humoristas na premiação do VMB, edição 2007.

¹⁵ O “Sistema Brasileiro de Televisão”, mais conhecido como SBT, é uma rede de televisão criada no dia 19 de agosto de 1981 pelo empresário Sílvio Santos. A emissora ofereceu em 2005 uma proposta de contrato ao Pânico na TV, para que o programa migrasse da Rede TV! para o SBT, mas as partes não chegaram a um acordo.

Dentro desse espectro de personagens criados no “*Pânico na Tv*”, sem dúvida, o “*Repórter Vesgo*” e o “*Sílvio*” são os mais notórios, e por consequência os mais comentados e discutidos, tanto pela imprensa como pelos seus telespectadores. A prova disso é que a dupla foi convidada pela MTV Brasil para participar da premiação do VMB, versão 2007, já foi entrevistada pela jornalista e apresentadora Marília Gabriela em seu programa etc.



Fig.6 - Os dois humoristas com Marília Gabriela, em 2006.

A notoriedade desses dois personagens foi conquistada, em parte, pelo comportamento subversivo – em relação aos elementos que configuram o reconhecimento social do jornalismo – que sustenta a encenação proposta pela dupla, apoiada pelo reconhecimento que o próprio programa dá eles, chamando-os sempre de: “*os repórteres do Pânico na Tv*”.

Então, neste jogo de encenação que os personagens mediadores estabelecem com a retórica, a linguagem e as técnicas do jornalismo, eles convocam da audiência esses elementos que caracterizam o reconhecimento social do jornalismo e os utilizam como substrato para fazer humor. A análise do quadro do “*Repórter Vesgo*” e do “*Sílvio*” realizada neste trabalho selecionou de uma forma diversa, momentos em que essa

reapropriação e desconstrução do gênero telejornalístico pela dupla podem ser observados.

4.2 O interesse público e a desconstrução da retórica e de técnicas jornalísticas

Na edição do dia 29 de janeiro de 2006, o “*Sílvio*” e o “*Repórter Vesgo*” aproveitam o momento em que se comenta o lançamento do livro “*O doce veneno do escorpião*”, escrito por *Bruna Surfistinha*, uma ex-garota de programa que relata na obra as suas experiências durante os três anos que trabalhou como prostituta. A abertura da “matéria” tem a câmera enquadrando a página de uma revista (*Veja*) que mostra que o livro aparece na lista dos dez livros mais vendidos na categoria “não-ficção”.

Em seguida, aparecem no enquadramento o “*Repórter Vesgo*” – segurando uma edição da revista *Época* com a foto de *Bruna Surfistinha* na capa – e o “*Sílvio*”, ambos olhando para a câmera, com olhar direcionado ao espectador, com o objetivo de explicar em que consiste aquela “reportagem”.

O “*Repórter Vesgo*” fala “*Sucesso em todos os lugares, revista Época (mostrando a revista), em todos os sites...*”, contextualizando e demonstrando que não é só eles que estão cedendo espaço a *Bruna Surfistinha*, que eles estão fazendo isso como vários outros veículos de comunicação, de uma forma inusitada e diferente, que eles mostrarão logo na seqüência da matéria.

Continuando a apresentação o “*Repórter Vesgo*” fala que “*... Vai ter um chá, um chá da tarde, com todas as pessoas, todos os membros, todos os imortais da Academia Paulista de Letras, que é tipo a Academia Brasileira de Letras...*” e então o “*Sílvio*” revela o que eles estão planejando fazer: “*Será que nós iremos conseguir colocar sentadinha, Bruna Surfistinha em uma cadeira da Academia Paulista de Literatura?*” e o “*Vesgo*” o interrompe: “*É Letras! Burro!*” .

Então, em seguida, aparece a imagem da fachada do prédio que eles apresentam como “*O flat em que a moça costumava receber clientes no tempo em que era garota de programa*”, a imagem vai percorrendo o prédio, até focar a portaria e mostrar algumas pessoas na entrada. O “*Sílvio*” aproveita para fazer a primeira piada: “*Olha só, tem dois*

clientes saindo...”, tem um novo corte e a imagem seguinte já enquadra os dois personagens com a *Bruna Surfistinha* na entrada do *flat*.

O “*Repórter Vesgo*” se posiciona ao lado da garota e fala em tom carregado de seriedade “*Olha só Sílvio Santos, estamos agora com Bruna Surfistinha, a nova revelação da literatura brasileira...*”. A câmera se aproxima e enquadra apenas o rosto da entrevistada e o microfone do repórter – seguindo os padrões tradicionais de enquadramento em reportagens de TV – e os dois personagens começam a entrevistá-la fazendo perguntas “sérias” do tipo “*quantos livros já foram vendidos?*” ou “*you sonha em entrar para academia brasileira de letras?*”, até o momento em que começam a fazer brincadeiras, piadas e perguntas capciosas do tipo “*Bruna, você como uma grande escritora do Brasil, qual foi o último livro que você leu*” e algumas brincadeiras de cunho sexual, como por exemplo, a pergunta: “*Se entrar você vai gostar?*”, quando comentavam sobre a hipotética (e impossível) possibilidade do ingresso da moça na Academia de Letras.

Após uma seqüência razoável de piadas e brincadeiras com a moça, o “*Repórter Vesgo*” fala “... *A gente ta brincando mas a matéria é séria, muda a trilha, muda a trilha...*” Num ato metalingüístico, orientando a edição da matéria, como se ele quisesse reforçar o ar de seriedade naquele momento, mesmo que esteja óbvio para o telespectador que isso tudo faz parte do jogo cênico construído pela dupla.

Então ele continua a falar olhando para a câmera: “... *Não é festa, você não vai ver artistas, você não está vendo artistas, nesse momento... Você está vendo a escritora... A nova Paula Coelho do Brasil*”. E eles ficam na porta do prédio da Academia Paulista de Letras tentando convencer os escritores membros a deixá-la ingressar na Academia.

Depois de algumas tentativas frustradas de entrar no prédio onde funciona a Academia, de muitas piadas, e de abordar as pessoas que entram e saem do lugar, eles reproduzem uma espécie de paródia do que se conhece no telejornalismo como *passagem*¹⁶.

¹⁶ *Passagem*: É o momento que o repórter aparece na matéria. É um dos vários elementos de composição da reportagem telejornalística que dá credibilidade ao que está sendo veiculado. A passagem pode ser usada para descrever algo que não temos imagem, para destacar uma informação como a mais importante para o entendimento da reportagem, para unir duas situações, destacar um entrevistado etc.

A câmera então foca no nome "Academia Paulista de Letras" e desce até o "Repórter Vesgo" que está posicionado na porta de entrada do prédio e fala "...Só porque a gente trouxe o livro da Bruna Surfistinha, que hoje é uma revelação da literatura nacional, é uma pessoa renomada, e fecharam! Que coisa absurda! Olha... Que coisa absurda, só porque é uma ex-garota de programa?", e ele fala isso se dirigindo ao porteiro da Academia, que o está olhando por detrás da porta fechada.

Todo o jogo de encenação e a criação de sátiras praticada pelos dois personagens criados no "Pânico na Tv" já começa na escolha do nome de um deles – "Repórter Vesgo" – e se prolonga no comportamento deles, na postura que assumem como "repórteres", que ora encenam a atitude e os procedimentos característicos que o repórter deve assumir numa reportagem, ora esquecem de reproduzir esses hábitos e posturas para transgredir ao máximo diante das câmeras. São os momentos que eles gritam com o entrevistado, fazem piadas de duplo sentido, pulam, correm, se jogam no chão etc.

Na edição do dia 09 de março de 2008, o quadro da dupla "Sílvio" e "Vesgo" começa com imagens do que parece ser a cantora americana Britney Spears saindo de um restaurante em *Los Angeles*, Califórnia, com seguranças aos gritos pedindo que as dezenas de repórteres e fotógrafos se afastem da cantora. Os seguranças gritam e empurram os jornalistas, gritando ostensivamente as palavras "faster", "turn around" e "move", exigindo que os profissionais abram passagem para Britney.

O enquadramento da câmera do "Pânico na Tv" ao registrar aquela situação, aqueles *flashes* fotográficos, evoca da audiência referências do gênero telejornalístico, que em diversas ocasiões mostram uma grande quantidade de repórteres, com seus respectivos microfones e câmeras fotográficas tentando arrancar alguma informação ou registrar uma imagem de uma pessoa pública, considerada "famosa".

Em seguida aparece "Sílvio" e "Vesgo", como se fossem repórteres realizando o que seria uma abertura para a "matéria". O fato deles se referirem ao quadro como uma matéria jornalística faz parte de todo o jogo de encenação proposto pela dupla de

personagens, que se apropria dos termos, recursos e valores do telejornalismo sempre que convém convocar o reconhecimento desses elementos da audiência no desenvolvimento e na construção do seu quadro no programa.



Fig.7 – O “Vesgo” em Los Angeles abordando a cantora Britney Spears.

O enquadramento que situa os dois personagens realizando essa “abertura de matéria” tem ao fundo o *Monte Lee*, onde está situado o famoso letreiro em letras brancas de *Hollywood*¹⁷. Importante ressaltar que neste caso, o quadro da dupla reproduz algo que é tradicionalmente feito no jornalismo, sempre que o assunto tratado lhe permite esse recurso: o enquadramento do repórter situado em um local público que seja facilmente reconhecido pelo telespectador, como um fator legitimador para o trabalho jornalístico realizado.

O assunto nesta edição é a cantora Britney Spears, considerada celebridade nos EUA e no mundo. A cantora vive em *Los Angeles*, onde está situada *Hollywood* e a famosa cidade de *Beverly Hills*¹⁸, local conhecido por abrigar mansões milionárias de celebridades americanas. Por isso a dupla de humoristas abre o quadro desta forma, com o *Monte Lee* ao fundo, usando este recurso caro a *reportagens telejornalísticas* que

¹⁷ Hollywood é um distrito da cidade de Los Angeles, Califórnia, EUA, notável pela concentração de inúmeras empresas ligadas à indústria cinematográfica e delas dependentes. Informações extraídas em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Hollywood>, acesso em 11/05/08.

¹⁸ Beverly Hills é uma cidade localizada no Estado americano de Califórnia, no Condado de Los Angeles. A sua população é de 33 784 habitantes. A cidade foi fundada em 1868, e incorporada em 28 de janeiro de 1914. Muitos famosos vivem em Beverly Hills em suas mansões milionárias, como o caso da cantora Pop Britney Spears. Informações extraídas em http://pt.wikipedia.org/wiki/Beverly_Hills_California, acesso em 14/05/08.

busca situar o telespectador naquele contexto. Assim faria um jornalista correspondente de Paris, trazendo notícias relacionadas à França, ao falar o texto com a *Torre Eiffel* ao fundo, ou o correspondente de Londres, trazendo informações relacionadas à Inglaterra, usando o *Big Ben* como pano de fundo para realizar uma abertura, passagem ou encerramento de uma reportagem.



Fig.8 - Os dois humoristas em frente ao Monte Lee, nos Estados Unidos.

Com uma edição que alterna as imagens do conflito entre repórteres e seguranças e a imagem da dupla de humoristas em plano médio, dirigindo-se a câmera em tom de seriedade – encenando o papel de “repórter ao iniciar uma matéria” – falando frases como: “*são momentos de loucura*”, “*são momentos de histeria*”, “*são momentos de confusão mental*” e por fim “*Britney Spears, você vai ou não receber o tão misterioso presente do Pânico?*”. A música de tensão então é trocada por uma música da cantora e começa uma narração em *off*, que tem como objetivo falar da biografia da cantora, citando – de forma divertida e quebrando padrões narrativos de uma reportagem de telejornal – os momentos mais marcantes da sua trajetória como cantora e as polemicas em que se envolveu na sua vida íntima:

“Era uma vez, uma princesinha pop chamada Britney Johnny Spears. Esta história poderia ser um lindo conto de fadas, não tivesse tão pouca chance de ter um epílogo feliz. Tudo começa com uma simpática menininha que aos 10 anos brilhava no programa ‘Clube do Mickey’. Com 15, Britney grava seu primeiro cd e debutando em grande estilo se torna a mais jovem cantora da história no primeiro lugar da revista ‘Billboard’. Aos 17, a primeira polêmica... de calçola e sutiã na capa da ‘Rolling Stone’. Aí o grande sucesso: 80 milhões de discos vendidos, recorde de vendas,

videoclipes vitalícios no topo das paradas, campanhas comerciais ‘biliardárias’, capas de revistas de celebridades, shows ao redor do mundo, nada era o bastante. A fama só crescia, o beijo em Madonna, a sua virgindade, tudo era motivo de acalorados debates. Ela é gay? Virgem? Foi o Justin Timberlake quem inaugurou o parquinho de Britney? Após 4 anos de namoro com o sexy bad boy, o fim, e o casamento com bailarino Kevin Federline. Tudo muda...”.

Nesse momento da narração, as imagens de clipe, campanhas e shows da cantora são substituídas por imagens de Britney flagrada bêbada, com a cabeça raspada, chorando. As músicas de fundo, que antes eram músicas da cantora mudam para uma trilha que cria o efeito de tensão e suspense na narração que segue:

“Britney, antes associada ao sucesso, vira sinônimo de escândalo. A separação, a perda da guarda dos filhos, calcinhas a mostra em cada aparição pública, o álcool em doses cavalares, drogas [...] Britney virou o alvo predileto dos paparazzi, os escândalos continuam, as baladas com Paris Hilton e Lindsay Lohan. Suas calcinhas, exaustivamente exibidas pela imprensa, deixam de fazer parte do seu vestuário. Outro casamento, e 55 horas depois, a separação. Trote capilar em si mesma, sua silhueta rechonchuda, o fiasco no ‘Video Music America’, uma desajeitada zumbi atinge o patético ápice de sua decadência. E a imprensa atrás dela. Todos querem saber de Britney! Todos querem falar com Britney! Todos querem chegar perto de Britney...”.

Nesse momento da narração, voltam às imagens do início, com os seguranças da cantora tentando afastar os fotógrafos e jornalistas. É possível ouvir a voz do “Repórter Vesgo” gritando: “Britney! Britney!”. E a narração segue com imagens de “Sílvia” e “Vesgo” correndo pelas ruas dos Estados Unidos:

“Mas, somente os destemidos repórteres do ‘Pânico na Tv’ conseguirão esta proeza”. Ao fim da narração, acompanhada das imagens da dupla de personagens correndo pelas ruas americanas, já há uma primeira intervenção do “Repórter Vesgo”: “A caçada a Britney Spears começa aqui no ‘Pânico na Tv’.” Interessante observar que além do fato de um deles já se auto-intitular como *repórter*, o próprio programa também os referenciam ao público desta forma, não fazendo isso com nenhum outro personagem do programa além dessa dupla.

O “*Sílvio*” e o “*Vesgo*” fazem parecer que a sua reivindicação de querer tornar a ex-garota de programa “*Bruna Surfistinha*” membro da academia paulista de letras e a saga para entregar um misterioso presente à cantora Britney Spears são trabalhos realizados por dois “repórteres” – pois assim são chamados pelo programa e assim se auto-referenciam – que servem ao interesse público.

Nesse jogo de encenação, a dupla busca atribuir essa idéia de que estão oferecendo “informação pertinente e significativa”, através das posturas e recursos apropriados do gênero telejornalístico, quando na verdade sabe-se que não há o menor critério de relevância em nenhum dos dois casos.

A proposta da dupla de mediadores é então evocar essas marcas do jornalismo, seus recursos e sua retórica, aliados a essa encenação de que há um trabalho que serve ao interesse público. Os dois personagens fazem com que esses elementos, uma vez reconhecidos pela audiência como configuradores da construção social do telejornalismo, atuem essencialmente como substrato para produção do humor no quadro do “*Sílvio e Vesgo*”.

Na edição em que eles iniciam a “*saga em busca de Britney Spears*”, há a apropriação tanto de termos como de recursos técnicos caros ao reconhecimento social do reconstruídos neste contexto de um programa de humor. A narração em off que traça o perfil da cantora Britney Spears e explica a razão da dupla estar ali para entregar um presente, refere-se a dupla como “repórteres” e chama o quadro de “matéria”.

Durante o quadro, nas edições dos dias 09, 16 e 23 de março – que constituíram a “*saga em busca de Britney Spears*” – para compor essa idéia de que havia um trabalho de reportagem telejornalística, apareciam legendas na parte debaixo da tela com frases do tipo: “*O sonho não acabou. Vesgo e Sílvio continuam na caça por Britney Spears!*” “*Vesgo e Sílvio procuram a casa de Britney Spears...*” e “*Em instantes: Repórter Vesgo frente a frente com Britney Spears!*”.

No momento em que aparece esta última legenda é exatamente o momento em que ela cruza na frente do “*Vesgo*”, então a edição faz imagem correr em câmera lenta, como se o programa tivesse cumprido instantaneamente a promessa feita na legenda.

Importante situar, que os dois personagens “*Vesgo*” e “*Sílvio*” vão aos Estados Unidos e se propõem a realizar esta tarefa de entregar um presente não identificado a Britney Spears exatamente no auge da crise da carreira da cantora. A dupla faz parecer que sua “caça” em busca do encontro com a cantora americana, é um trabalho realizado pela dupla como o dos “*únicos repórteres que conseguirão esta façanha*” de entregar o presente a cantora.

No final da última edição dedicada à perseguição a Britney Spears, a dupla revela que o porquê de todo aquele esforço em entregar o pacote misterioso à cantora. Eles finalmente mostram aos telespectadores que o presente era uma camisa-de-força personalizada com a marca do “*Pânico na Tv*”, que é entregue ao segurança dela junto com a peruca rosa que o “*Vesgo*” usou durante as três edições dedicadas exclusivamente a realização desta missão.

A encenação proposta pela dupla, através do empenho e do risco que eles demonstram correr para atingir os seus objetivos, faz parecer que eles estão se arriscando e se dedicando a servir ao interesse público, a partir da realização daqueles trabalhos, atuando como “repórteres” que estão realizando um dedicado trabalho de “reportagem”.

No caso da Bruna Surfistinha, já se sabe desde o princípio que não há a mínima chance dela tornar-se membro da Academia Paulista de Letras. Mesmo assim eles a entrevistam e a levam a entrada da Academia, entrevistam os membros que dela fazem parte e falam ao telespectador que o “*Pânico*” conseguirá torná-la membro da “A.P.L.” por ela ser “*a nova revelação da literatura brasileira*”.

No caso da Britney, durante as três edições em que se dedicam a entregar o tal presente misterioso há o gancho de que naquele momento a cantora passava por uma grande crise pessoal e a imprensa mundial andava sedenta por informações da cantora americana. Os personagens usaram isso a favor deles, criaram a idéia do presente misterioso e

utilizaram o discurso que estavam representando o Brasil e toda uma legião de fãs brasileiros, na realização daquela tarefa.

4.3 Responsabilidade Social: lampejo de uma discussão pertinente

Na edição do dia 30 de setembro de 2007, o “*Sílvio*” e o “*Repórter Vesgo*” foram conferir a passagem dos famosos pelo tapete vermelho na abertura do “Festival de Cinema do Rio”. Como de costume eles abordaram as pessoas famosas que estiveram no evento, fazendo perguntas capciosas, chamando pessoas famosas propositalmente pelo nome errado, fazendo piada sobre o cabelo e a roupa das pessoas etc.

Os dois personagens se posicionam na entrada do teatro municipal, local onde acontece a cerimônia de premiação. Entre os vários atores, diretores, jornalistas, apresentadores, chega para o evento o ator global Guilherme Fontes e o “*Sílvio*” faz questão de apresentá-lo ao público, dizer o nome, qual trabalho o ator estava realizando naquele momento: “*Guilherme Fontes agora está em Malhação (seriado da Rede Globo), olha ele saiu agora de casa... O senhor está mascando uma asa de frango?*”.

O ator fica calado, cumprimenta o “*Repórter Vesgo*”, os dois personagens brincam falando da roupa do ator e o “*Repórter Vesgo*” emenda: “*Guilherme, e o ‘chatão’ vai ficar pronto?*”, o ator sai de uma vez se responder a provocação. O “*Repórter Vesgo*” se volta para a câmera, agora assumindo claramente um diálogo com o telespectador, repetindo a pergunta e explicando que ele se referia ao projeto inacabado do filme “*Chatô, o Rei do Brasil*”, que está em produção desde 1996.

Buscando uma forma de “legitimar”, de certo modo, a sua piada, ele aparece na imagem seguinte entrevistando alguém do “povo”, que fala “*o filme que ele não acabou*” e o “*Repórter Vesgo*” dialoga com ela: “*Tem que acabar pelo amor de Deus*” e ela responde concordando: “*Eu também acho*”. O “*Repórter Vesgo*” argumenta: “*Aliás você pagou o imposto para terminar o filme...*” e ela finaliza o diálogo falando: “*E ele gastou tudo e não deu conta*”. O diálogo demonstra um lampejo de uma discussão pautada em algo pertinente, com responsabilidade, mas não passa disso.

4.4 A encenação do “Ao Vivo”

De acordo com Itania Gomes (2007) as transmissões *ao vivo* ainda são o melhor exemplo do modo como os programas buscam o reconhecimento da autenticidade de sua cobertura por parte da audiência. Nesse sentido, a edição desse dia – cobertura do Festival de Cinema do Rio de Janeiro – do quadro do “*Sílvio*” e do “*Repórter Vesgo*” teve um momento muito interessante, é uma das suas edições. Foi quando eles encontram um repórter do SBT, acompanhado de um câmera, ensaiando uma “passagem” numa provável matéria para o SBT, sobre o Festival de Cinema do Rio.

Esse é um momento que demonstra claramente como esses dois personagens do “*Pânico na Tv*” encenam e desconstroem a linguagem, os recursos e algumas técnicas caras a construção social do jornalismo, reproduzindo de forma peculiar as noções de enquadramento, brincando com a realização de passagem de uma matéria e ainda com a apropriação das posturas e trejeitos característicos de um repórter de telejornal no exercício da profissão.

O “*Sílvio*” começa abordando o rapaz falando como se ele fosse o Sílvio Santos: “*Meu funcionário do SBT, isso é hora rapaz? Isso é jeito de se trabalhar, com calça jeans dobrada, onde é que já se viu!*” e a câmera do “*Pânico na Tv*” mostra o que uma matéria de telejornal não mostra, o repórter devidamente trajado de paletó e gravata apenas da cintura para cima, já que ele faria a sua passagem no enquadramento tradicional – em plano médio – e por conta disso, não seria necessário estar totalmente alinhado em sua vestimenta.

Ainda não satisfeito com essa brincadeira, o “*Repórter Vesgo*” consegue tomar o microfone da mão do repórter e então começa toda uma encenação do jornalismo e as suas práticas tradicionais que o caracterizam no meio televisivo. Ele se posiciona como um repórter se posiciona diante da câmera para gravar uma externa, que respeita os padrões de enquadramento tradicionais de reportagens telejornalísticas, e com brincadeiras que visam reproduzir e jogar com várias referências da linguagem de um telejornal, como a postura do repórter, a entonação da fala, jargões característicos do texto verbal etc.

O enquadramento padrão para matéria de telejornal, em plano médio, é utilizado para filmar o “*Repórter Vesgo*”, que está segurando o microfone do SBT nas mãos e está posicionado em frente a um banner do Festival como se fosse realizar de fato uma abertura, uma passagem ou o encerramento de uma matéria de telejornal.

O “*Sílvio*”, que se posiciona também no enquadramento da câmera, dividindo a atenção com o “*Vesgo*” – subvertendo a lógica de usar um plano que favoreça e centralize a figura do repórter –, através do uso da sua capacidade de improvisação cria o *off*¹⁹ na hora para que a brincadeira se materialize: “*Começa agora o jornal do SBTeta*”.

O personagem produz esse *off* com aquela voz característica de locutores de chamadas televisivas, convocando do público o hábito de audiência de programas televisivos para identificar a paródia feita pelo personagem, e o “*Repórter Vesgo*” com a entonação de voz pautada na seriedade, típica de um repórter de telejornal realizando uma externa, cobrindo algum fato de alta relevância social, mas sem seguir uma lógica de coerência textual ou desenvolver períodos mais longos e bem construídos, começa a falar: “*A cassação do Renan Calheiros... O PMDB de Alagoas está muito triste*”.

E então ele começa a brincar e a desenvolver uma série de entonações e jargões textuais costumeiramente utilizados pelos profissionais da esfera telejornalística, enquanto que o seu companheiro de cena, o “*Sílvio*”, sugere possíveis temáticas, considerando o valor da *atualidade jornalística*, pois são questões de valor noticiável que estão naquele momento sendo agendadas e discutidas nos principais veículos telejornalísticos: “*Trânsito! Trânsito!*”, grita o “*Sílvio*” e o “*Repórter Vesgo*” segue prontamente os estímulos dados por seu companheiro: “*Aqui na Marginal Pinheiros*”, “*A lavoura de Minas Gerais*”, “*O barril de petróleo continua em alta aqui na cidade de Jupiá*”.

Eis que em um determinado momento, a câmera deixa de respeitar o enquadramento padrão nesta paródia que desconstrói e insere numa nova lógica – a do entretenimento, através de um programa de humor – conceitos, termos e elementos que configuram esse jornalismo socialmente reconhecido pela audiência. Nessa hora abre-se o plano para também enquadrar os dois profissionais do SBT, o repórter e o câmera, mandados a

¹⁹ *Off* é o texto lido pelo apresentador, locutor ou repórter e é coberto com imagens.

trabalho para realizar a cobertura jornalística do *Festival de Cinema do Rio de Janeiro*, que estão assistindo (e rindo da situação) o *show* da dupla de personagens.

Ainda assim, agora com os dois profissionais do campo jornalístico em foco, o “Repórter Vesgo” continua a brincadeira: “*O caos aéreo...*”, “*O furacão Katrina está chegando*”, “*A barra de ouro está cotada em..*”, “*Essa semana o preço do cacetinho diminuiu...*” etc. E enquanto o “Repórter Vesgo” encena o lugar do repórter, a câmera do programa alterna o enquadramento entre o enquadramento padrão de reportagem de telejornal e o plano aberto para o telespectador notar o desconcerto, o nervosismo e o desespero do repórter da outra emissora.

A razão do desespero do profissional se entende pelo fato de que ele estava se preparando para entrar *ao vivo* na cobertura do evento e precisava do microfone para se aprontar e passar mais algumas vezes o seu texto. Tanto que chega a um determinado momento que o repórter quase implora ao “Repórter Vesgo” para que ele lhe devolvesse o microfone, alegando que já vai “entrar no ar”. O “Repórter Vesgo” responde: “*não, não vai entrar no ar, eu tô fazendo o meu jornal! Dá licença!*”. E o “Sílvia” percebendo o desespero do repórter fala: “*ele vai entrar ao vivo, vai entrar ao vivo...*” e então seu companheiro responde: “*Azar o dele!*”.

Interessante observar que durante o desenrolar dos fatos aparece uma legenda, comumente utilizados por esses programas considerados “populares”²⁰ como o “*Aqui agora*”, “*Brasil urgente*”, “*Cidade Alerta*” etc., com os seguintes dizeres: “*estagiário do SBT fica nervoso!*”, relegando o profissional do SBT à condição de “*estagiário*”. A brincadeira, que de algum modo desmerece o trabalho do repórter e usa outro termo que dentro da hierarquia profissional do jornalismo é bem inferior, é feita com o objetivo de provocar o riso da audiência, pois ela tem essa referência e a piada funciona.

O “Sílvia” ainda aproveita o momento para se colocar como se fosse o verdadeiro Sílvia Santos, e que, portanto, sendo o dono da emissora do SBT e patrão do repórter se permite falar ao seu “subordinado”: “*Você sabe o que aconteceu com a Ana Paula*

²⁰ Para saber mais a respeito das definições de *programas jornalísticos populares* e do conceito *jornalismo- denúncia* consultar DUARTE, D. 2007.

*Padrão*²¹, né? Ta viajando pra não ficar perto de mim... eu vou fazer a mesma coisa com você”. Com esta fala, o personagem convoca mais uma vez da audiência referências e conhecimentos do mundo televisivo, pois se refere a uma jornalista do SBT, ex-contratada da Rede Globo, portanto, uma figura pública bastante conhecida.

Uma das coisas que comprovam esta estratégia do programa, de convocar referências do universo televisivo a partir da experiência e repertório do público, é o próprio fato do personagem ter recebido a alcunha de “*Repórter Vesgo*”. Nesta situação, ele consegue roubar o microfone de um repórter de uma emissora concorrente – o SBT – e encena a situação do “*ao vivo*”, recurso exaustivamente utilizado pelos telejornais como estratégia de reconhecimento da *autenticidade* e da *credibilidade* do trabalho de apuração jornalística.

A gravação ao vivo, a transmissão direta, em tempo real e simultâneo ao do acontecimento, marcas distintivas da tevê, sempre funcionaram como estratégias de garantia desse tipo de discurso. Por isso, do ponto de vista de sua expressão, os telejornais estruturam-se de forma a corresponder e sustentar esses traços. Daí toda uma tradição e cuidado que passam pelo cenário, pela escolha dos apresentadores ou âncoras, pela manutenção de posturas e comportamentos (DUARTE, E. 2006, p.4).

E incorporando os trejeitos, posturas e entonações comumente reproduzidas por repórteres de telejornal em entradas “*ao vivo*”, o personagem desconstrói esse elemento fundamental para firmar o *pacto do papel do jornalismo* enquanto *instituição social* realizadora do trabalho de apuração de fatos que possuam alguma relevância para a sociedade.

Assim como o “*Sílvio*”, que também elabora num pequeno momento a encenação do clássico e requisitado recurso do “*ao vivo*”, só que usando referências de um outro contexto, agora o do *jornalismo-denúncia*²², usando uma estratégia discursiva característica dos mediadores dos mesmos programas citados acima – “*Aqui agora*”, “*Brasil urgente*”, “*Cidade Alerta*” etc – e fala olhando para a câmera, como se

²¹ Jornalista brasileira. Trabalhou na Rede Globo de 1987 a 2005, quando logo depois foi contratada para ser âncora em um telejornal do SBT.

²² Ver DUARTE, D. 2007.

estivesse na espera de chamar uma entrada “*ao vivo*”: “*Algum turista foi assaltado agora, Rodrigo Castro*²³?”.

Esse jogo de encenação, que convoca todas essas referências e o hábito de audiência de programas telejornalísticos, são feitos com o propósito de gozar com o repórter da outra emissora, a partir dessa encenação e da apropriação deste recurso clássico e constituidor do jornalismo, que a audiência vê reproduzida diariamente em qualquer telejornal que seja. O objetivo é evocar a experiência televisiva do público, encenando o jornalismo socialmente construído, para fazer graça com ele e divertir os telespectadores.

4.5 A noção de atualidade, a cobertura jornalística e a relação com fontes oficiais

Também em setembro de 2007 a dupla de humoristas prova que o programa se estrutura e constrói suas edições considerando o critério da *atualidade* para produzir seus quadros, como faz o campo jornalístico para produzir informação. Só que este último, o faz através da publicação de fatos seguindo os critérios de noticiabilidade caros ao processo de construção e desenvolvimento do jornalismo.

Em sintonia com este processo e seguindo esse agendamento de assuntos constantemente realizado e atualizado no campo jornalístico, os dois personagens foram no mês de setembro a uma coletiva em São Paulo, em um evento beneficente que contava com a presença do governador José Serra, do prefeito Gilberto Kassab e do ex-jogador de futebol o “Rei Pelé” (considerado mundialmente como o “maior jogador de todos os tempos”).

O detalhe caro a *performance* deles, é que o “*Silvio*” e o “*Repórter Vesgo*” não foram à coletiva trajados de paletó e gravata, trajes adotados pelos repórteres de telejornal que seguem os padrões de vestimenta do jornalismo televisivo. A dupla aparece para público na abertura do quadro, antes de irem à coletiva, fantasiada: o “*Silvio*” de *dengue*²⁴ e o “*Vesgo*” vestido de *Xuxa*. Sendo que esta estratégia que a dupla adota requisita da audiência o conhecimento de algumas informações sobre a vida pessoal de

²³ Rodrigo Castro é o seu próprio parceiro, o “Repórter Vesgo”. O nome completo do humorista é Rodrigo Scarpa de Castro.

²⁴ Personagem do antigo programa infantil “Xou da Xuxa”, apresentado por Xuxa entres os anos 1986 e 1992.

Pelé, como o relacionamento amoroso que o jogador teve com a apresentadora de televisão, a Xuxa. O compartilhamento destas referências faz com que o fato deles estarem fantasiados daquelas duas figuras pertencentes ao imaginário televisivo faça sentido, para que assim, provoque o constrangimento e a comicidade no encontro com Pelé e para que isso seja reconhecido e a piada tenha efeito para os seus telespectadores.



Fig.9 - Os mediadores fantasiados para o encontro com o Rei Pelé.

Para fazer isso, é importante reiterar que o programa procura contar com a experiência e o repertório televisivo dos seus telespectadores, para a piada realizada produzir efeito sobre o público e funcionar enquanto estratégia discursiva para produção do humor pelo programa.

A brincadeira da dupla transcorre naturalmente, a presença da dupla trajada daquela maneira no evento claramente chama atenção das pessoas, eis que há um momento em que o governador José Serra está cercado por câmeras e microfones respondendo perguntas das mais variadas (dentro do espectro da política) para repórteres de inúmeros veículos de comunicação e o “Vesgo” se aproxima para juntar-se aos repórteres.

O “Repórter Vesgo” aproveita a situação para atuar como se fosse um “repórter de telejornal”, adentra aquele universo quebrando uma série de protocolos relativos ao comportamento e a conduta que guia o trabalho de um repórter de TV. Apesar de ser a única figura no meio daquela multidão que porta um microfone, fantasiado de “Xuxa”, ele encara a confusão, se enfia no meio daquele monte de gente e mergulha no mar de

microfones para, como todos os que estão inseridos naquele contexto, fazer uma pergunta ao governador José Serra.

O detalhe é que apesar dele se apresentar fantasiado de “Xuxa”, especialmente para o encontro com o Pelé, a entonação com que ele realiza perguntas é feita em um tom considerado “jornalístico”, soa ao telespectador dessa forma, por ser tão reproduzido no universo telejornalístico.

O humorista tenta preservar ao máximo a relação de respeito e todo o protocolo usado em entrevistas com fontes oficiais. Sustentando uma entonação séria, similar e sintonizada com o ambiente de coletiva jornalística com uma fonte oficial. Em um determinado momento, entre o emaranhado de profissionais que ali estão, ele consegue a chance de perguntar e logo se dirige ao governador: “*A gente quer transformar a dança do Siri num esporte nacional, você assinaria embaixo para ter a dança do Siri como esporte nacional?*”.

Aparece para o telespectador neste momento uma legenda informativa, seguindo o padrão jornalístico de alguns programas de TV e principalmente dos canais especializados de notícias (*Bandnews, Globonews, etc*) com os seguintes dizeres: “*José Serra discute termos para aprovar a lei da dança do Siri*”.

O governador responde à pergunta da mesma forma e com a mesma postura distinta de que caracteriza as autoridades políticas que usava para responder as demais perguntas feitas a ele pelo conjunto de repórteres que o cercava. Demonstrando calma e esportividade para lidar com a situação, ele responde à pergunta: “*Transformar em esporte nacional é o governo federal e o congresso nacional, a minha assinatura não pesa...*”.

Com isso, percebendo a apropriação de elementos do universo telejornalístico, os dois mediadores, através da construção desses dois personagens, através do modo como se reportam aos entrevistados, conseguem produzir seu humor característico e fazem a piada do jornalismo. Neste caso, a *performance* é encenada em um contexto jornalístico que se desenvolve e que a dupla se insere, fazendo uma pergunta sem propósito a uma

fonte oficial, usando o tom de *seriedade* característico do trabalho de apuração jornalística.

Apropriam-se da forma padrão com que os repórteres se dirigem a fontes oficiais, quebram os padrões de vestimenta do profissional do telejornalismo, além de usar o recurso da legenda para sintetizar o momento e “fornecer aquela informação” de forma “objetiva” a quem os assiste, jogando com a linguagem, os valores e recursos técnicos do telejornalismo.

A dupla entra no universo telejornalístico, evoca, para deleite do público, uma série de referências desse gênero, se apropria delas, com o propósito de fazer o humor sobre o universo televisivo. Há uma sátira a partir da crítica que feita da televisão e a partir do repertório televisivo que é convocado com o objetivo de divertir o seu público.

Mas, para que toda essa brincadeira funcione, a dupla sempre recorre a elementos caros à configuração do gênero telejornalístico. Assim eles atuam, propondo uma encenação do trabalho de um “repórter de telejornal” que está ali reivindicando uma informação que integra a esfera do interesse público, perguntando ao governador do estado de São Paulo se a *dança do siri* vai virar *esporte nacional*, algo que todos sabem inclusive o próprio “*Repórter Vesgo*”, ser algo impossível de acontecer.

Numa entrevista dada ao jornal *Folha de São Paulo* em 2005, o apresentador do programa, Emílio Surita, declarou que crê que o tipo de humor que mistura ficção e jornalismo do “*Pânico na Tv*” ainda é pouco compreendido. Ele disse ao jornal: “*Não, não temos lógica. As pessoas não entendem o espírito do programa. Não fazemos jornalismo*”.

É importante perceber essa construção que é feita pelo programa sobre o Jornalismo. Eles brincam de uma forma descompromissada e escrachada com a linguagem e com alguns elementos do gênero telejornalístico. Podemos compreender que o que eles chamam de “*matéria*” é nada mais do que um quadro do programa. Não se configura como matéria jornalística, embora os valores jornalísticos estejam em atuação, só que num outro contexto, que é o do humor televisivo.

O que se deve levar em consideração em que estes elementos estão em atuação, mas não ao modo do jornalismo, e sim como substrato para produção do humor no quadro. Os valores jornalísticos aparecem ali desconstruídos, ou ainda, reconstruídos servindo ao desenvolvimento do humor e da piada neste novo contexto.

A partir da *performance* desses dois mediadores, os elementos que configuram o reconhecimento social do jornalismo são apropriados pela dupla, a fim de convocar o repertório televisivo e o hábito de audiência por parte do público, para que a piada faça sentido. Fica claro que se trata de uma estratégia do programa se apropriar dos termos, linguagem, recursos e valores jornalísticos, em algumas situações vividas pela dupla de mediadores analisada, como estratégia de construção do humor no seu quadro do programa.

Mais do que essa apropriação, há claramente uma problematização da televisão por parte do programa. No entanto, a crítica que se faz à linguagem, aos usos e às estratégias dos programas televisivos não é retoricamente séria, já que o tom de escracho permeia todo o programa. No entanto há um viés de seriedade sim, como nessa situação em que comparecem ao evento voltado para uma causa social que reúne Pelé, o prefeito e o governador de São Paulo.

Há um modo particular que a dupla desenvolve de realizar uma crítica sobre a política. Um exemplo neste episódio que pode ser utilizado para ilustrar essa afirmação é o momento em que estão às três personalidades citadas (o governador, o prefeito e o ex-jogador) em cima do palanque e o “*Sílvio*” e o “*Repórter Vesgo*” embaixo. A dupla pede então para que o prefeito Gilberto Kassab, que está de um lado do palanque jogue uma grande bola de futebol de plástico para eles e depois pede ao governador José Serra, que no enquadramento está do lado oposto, para que faça o mesmo.

A partir do registro das duas ações, na edição do quadro eles transformam isto numa coisa só, e então fica parecendo que o governador joga a bola para os dois personagens, que por sua vez jogam para o prefeito, que devolve para eles, que jogam de volta para o governador etc. O interessante é que a música que eles põem como pano de fundo na edição é “*escravo de Jô*” atribuindo a uma idéia de ciranda, brincadeira, joguinho de criança.

Esse recurso utilizado na edição transmite de alguma forma a idéia que as duas autoridades políticas mais importantes de São Paulo, ao tratar da responsabilidade sobre os problemas da cidade de São Paulo, como numa ciranda, num jogo infantil, ficam jogando a responsabilidade um para o outro. Portanto, por mais que a crítica se sustente nesta retórica revestida de humor, o valor e a importância dela não se perdem.

4.6 A denúncia como serviço do jornalismo

Na edição do dia 06 de abril o quadro do “*Sílvio*” e do “*Repórter Vesgo*” parecia não trazer grandes surpresas, mas no desenrolar dos acontecimentos, a partir de uma brincadeira da dupla de personagens que conduz o quadro, evocou-se uma discussão muito pertinente sobre a questão do preconceito e da exclusão social.

Os personagens “*Sílvio*” e “*Vesgo*” – que mais uma vez resolveram abandonar o paletó para fazer um protesto contra a fase mais grave do surto de dengue que assolava o Rio de Janeiro naquela época – se vestiram, um deles de mosquito da dengue e o outro com aquele “traje astronauta” – roupa usada para se proteger de abelhas – e foram a caça de famosos que iriam ao musical “*Os produtores*”, dirigido pelo ator Miguel Falabella.

Na entrada do teatro a dupla esperava a chegada de famosos – atores, apresentadores, cantores e jornalistas – e os abordava para fazer brincadeiras sobre a intimidade, o nome ou qualquer assunto que pudesse render alguma piada.

Dentre as várias pessoas abordadas, estava a jornalista e atual apresentadora do “*Fantástico*” – programa dominical exibido há mais de 30 anos na rede Globo – Patrícia Poeta. A jornalista foi recebida pelo “*Vesgo*” com a seguinte pergunta: “*Qual é a sensação de puxar o tapete da Glória Maria*²⁵?”, ao ver que a jornalista não responderia, o “*Sílvio*” aproveitou para emendar outra pergunta: “*Se ela voltar, ela vai ser repórter ou vai voltar para assumir o programa lá na bancada? Não era para ser a*

²⁵ Fazendo alusão à recente substituição da ex-apresentadora Glória Maria, que apresentava o programa desde 1998, por Patrícia Poeta que já há algum tempo participava do programa em reportagens especiais e que assumiu definitivamente o posto de apresentadora do “*Fantástico*” em 06 de janeiro de 2008.

Renata Ceribeli?”. Durante os momentos em que a dupla a abordava, a edição colocou a trilha de abertura do “Fantástico” como pano de fundo.

A dupla, como de costume, continuou a realizar piadas com as personalidades que chegavam para assistir a peça, e assim o fizeram durante os 20 minutos iniciais do quadro. Até que num determinado momento, que durou apenas os seis minutos finais da edição, a dupla resolveu comprar um convite do espetáculo e dar a um catador de latas para que ele pudesse assistir ao musical.

Nesse momento, ao decidirem fazer isso, que o quadro da dupla começa tomar outro rumo e a tocar num ponto bem interessante: *Até que ponto os teatros, restaurantes e outros estabelecimentos permitem a entrada de qualquer pessoa, independente de credo, cor ou classe social?*

A dupla mostra a câmera o convite do espetáculo e o “Vesgo” após elogiar e dizer que já assistiu a peça diz: “*A gente vai pagar para uma pessoa do povo entrar lá.*”. Nesse momento o homem que diz se chamar Ivair da Silva Souza, de 38 anos, catador de “latinhas” de bebida, já está ao lado da dupla conversando com o “Sílvio” e respondendo algumas perguntas. Eis que o “Sílvio” pergunta ao Ivair: “*Você nunca assistiu um espetáculo teatral?*”, ele responde: “*Nunca*”, e o personagem do programa prontamente responde: “*Então a produção do Pânico na Tv vai realizar o seu sonho*”.

O catador hesita em levar a sua sacola que já está bem cheia de latas amassadas, mas a dupla de personagens diz a ele que ele pode perfeitamente levá-la para dentro do teatro. Ao chegarem à entrada do teatro começa o impasse, a confusão entre os dois mediadores do programa e a segurança do teatro se estabelece. A moça responsável por checar os ingressos e autorizar a entrada das pessoas fala para eles: “*Ele não pode entrar*” e o “Vesgo” logo a questiona: “*Mas ele ta com o convite, querida*”.

Começa a partir daí uma enorme discussão na entrada do teatro e a moça então diz que vai chamar o gerente, o responsável para resolver a situação. O “Vesgo” então a questiona mais uma vez: “*Mas porque ele não pode entrar? Só porque ele está mal vestido?*” e a moça responde ironicamente: “*Mal vestido não! Ele ta lindo! Ta na moda!*”. Na hora que ela responde a dupla de humoristas do “Pânico” desta forma,

Ivair, obviamente constrangido com a situação, tenta se defender pela primeira vez: *“Mas eu moro em frente à praia, pô... e tenho que andar desse jeito!”*.

O “Vesgo” continua a questionar o fato de Ivair não poder entrar, olha para a câmera e fala: *“Atenção organização da peça, não tão deixando o rapaz entrar, ele é só uma pessoa do povo...”*. E nesse momento aparece uma legenda na parte debaixo da tela com os dizeres: *“Quando o Paulinho Vilhena²⁶ vai de chinelo todo mundo acha legal, é ‘style’...”*.

Enquanto o gerente não aparece, a confusão continua. De um lado a dupla de humoristas argumentando que o rapaz nunca viu uma peça e que esse é o sonho dele, enquanto que do outro os funcionários e seguranças dizem que isso precisa ser resolvido com o gerente.

O gerente finalmente chega para saber do que se trata, e ao ser informado pelos funcionários argumenta para a dupla “Sílvia” e “Vesgo”: *“Vocês vão concordar comigo que ele não está cabível para entrar na casa”*. A câmera foca na vestimenta de Ivair, que está de camiseta, bermuda e sandálias e o “Vesgo” responde ao gerente: *“É a roupa que ele tem!”* e o Ivair complementa dizendo: *“É que eu nunca vim ao teatro...”*.

A discussão segue parecendo não ter uma solução, a legenda que aparece agora diz que o *“catador de latas é proibido de entrar no musical de Miguel Falabella”*, até que o “Sílvia” questiona se a vestimenta é o real motivo para Ivair estar sendo barrado: *“É porque ele está de bermuda? Então o produtor vai dar a calça dele para o rapaz poder entrar!”*. O “Vesgo” apóia a sugestão do colega e a câmera do “Pânico” mostra o produtor do programa tirando a roupa na frente de todas as pessoas que estão na entrada do teatro para entregá-la ao Ivair.

O produtor cede não só a calça, mas também a camisa e os sapatos para o Ivair, como diria o gerente *“estar cabível para entrar na casa”*. Enquanto se veste com as roupas emprestadas o Ivair é interpelado pelo “Sílvia” que diz *“agora coloca a camisa, você está bem vestido e vai assistir ao espetáculo que é o seu sonho... Você não tá com*

²⁶ Paulo Vilhena é um ator 29 anos, contratado da rede Globo, conhecido pela beleza e por fazer o estilo rebelde e “largado”.

dengue, com nada?” e o Ivair responde: *“Nada, que é isso! Estou cheio de saúde!”*. Após trajar-se “devidamente”, o catador de latas se encaminha para finalmente entrar no teatro.

Os funcionários e o gerente vêem o seu argumento sobre a vestimenta ser facilmente superado pela criatividade da dupla de mediadores, que deixa o produtor de cuecas para possibilitar a entrada de Ivair no musical. O catador de latas entra acompanhado do gerente e seguranças, enquanto a dupla de humoristas pede a *“imprensa credenciada”* que tire fotos do Ivair assistindo ao espetáculo. A dupla então afirma para os telespectadores que ficará até o final do espetáculo para confirmar se o Ivair assistiu mesmo ao espetáculo.

Tudo parecia estar resolvido, explicado que o que impedia o catador de latas de entrar no teatro era apenas a inadequação da sua vestimenta, problema facilmente resolvido pela dupla de humoristas que o acompanhava. Na tomada de câmera seguinte, o que parece ser alguns minutos depois, ouve-se a voz de uma mulher da parte de dentro do teatro que diz *“olha, expulsaram o cara!”*. Os dois personagens correm na direção da entrada do teatro ao encontro dos seguranças e funcionários do local e os questionam sobre essa informação, perguntando se expulsaram o Ivair só por ele ser *“uma pessoa simples”*.

Após um momento de silêncio, aquela mesma moça que os recebeu da primeira vez que eles tentaram fazer o Ivair entrar pergunta: *“Quem falou que ele foi expulso?”* e a dupla alega que *“a imprensa é quem está falando”* e aponta para os fotógrafos e repórteres que estão na parte de dentro do teatro. Começa uma nova discussão sobre “poder ou não entrar” e os funcionários focam de novo na questão da vestimenta, desviando o assunto da informação nova que chegou, de que o rapaz não havia entrado para ver a peça.

Numa nova tomada, os dois personagens conversam e consideram a possibilidade de Ivair não ter sido encaminhado à sala de espetáculo e que talvez isto possa estar sendo omitido pelo teatro. Então eles vão à outra entrada e perguntam a um segurança que ali está se Ivair entrou para ver a peça. O segurança afirma ter certeza de que o catador de latas entrou sem maiores problemas. A dúvida permanece, a dupla de mediadores sugere

ao segurança que ele permita que os dois entrem – sem a presença da câmera – para verificar se o rapaz está vendo a peça, mas ele não permite.

Em seguida, aparecem os dois personagens correndo por uma calçada mal iluminada na direção do que parece ser à entrada dos fundos do teatro. A dupla diz que chegou para eles a informação de que Ivair nem tinha chegado a entrar na sala de espetáculo e que estava sendo expulso do teatro.

Há ainda a informação de que a segurança do teatro chamou a polícia para resolver a situação. Até que chega um momento em que eles começam a gritar dizendo que acharam Ivair e pedem ao câmera que corra e registre a imagem do catador, a dupla grita como: *“aqui ele! Achei!”* e *“Olha o flagra! Flagra!”*.

A dupla corre na direção de um portão gradeado de ferro e enquadra a imagem no rosto do Ivair, remetendo claramente a idéia de que aquele rapaz está sendo injustiçado por ser *“uma pessoa simples”*. Instaure-se um clima a partir daí, que remete àquelas reportagens policiais, feitas em programas que seguem a linha do jornalismo investigativo ou de denúncia.

Desta forma que a situação é colocada, a dupla pergunta aos seguranças *“porque que ele não pode assistir?”*, mas ninguém os responde e só o Ivair fala em tom de revolta: *“me bateram aqui dentro, me ofenderam, ninguém deixou eu assistir o show, nem o show eu pude assistir com o ingresso que vocês pagaram! Agora eu vou para a delegacia porque querem ir para a delegacia e tão dizendo que eu estou errado... Me deixaram ali na chuva e o cara me engravatou, bateu em mim, este aqui... O policial veio me empurrando ali, entendeu?”*.

A câmera tenta enquadrar o segurança, que faz um sinal de negativo com os dedos negando as acusações de Ivair, mas os personagens-mediadores acreditam na versão do catador e afirmam que irão desmascarar os envolvidos. O Ivair continua reclamando e olha para a câmera falando: *“Olha aqui, ele me empurrou na grade aqui! Eu não me machuquei sozinho!”*. Um dos humoristas grita mandando mostrar e a câmera aproxima a imagem para pegar o detalhe do cotovelo ferido do rapaz.

Ivair segue reclamando que foi impedido de entrar, que trouxeram ele para os fundos do teatro pela cozinha e que foi tratado como “cachorro”. O catador alega que não viu nada do espetáculo e que naquele momento podia estar na rua catando suas latas ou em casa descansando. O “Sílvia” fala “*então vamos embora!*” e o “Vesgo” pergunta as pessoas porque o estão mantendo preso dentro do teatro, mas o quadro não se altera até a chegada da polícia.

O “Repórter Vesgo” tenta então se reportar a algum responsável para tentar esclarecer a situação e pergunta aos seguranças que estão ali parados e em silêncio: “*alguém da segurança tem alguma coisa a dizer? O chefe da segurança pode dar uma declaração a respeito disso?*”, mas ninguém responde. Os dois ainda tentam em vão pedir educadamente à segurança que liberem o rapaz, mas nada acontece até a chegada da polícia.

Nesse momento chega uma viatura da polícia militar e a dupla de humoristas tenta explicar a um dos policiais a situação: “*esse senhor, a gente pagou para ele entrar na peça, e infelizmente eles não o deixaram entrar na peça, expulsaram o rapaz e agora o deixaram preso aqui... Vai lá tenta tirar ele, porque ele é um cara do bem, é um catador de lixo...*”.

O policial consegue passar o portão pergunta a Ivair se ele foi agredido, ele confirma que sim e o policial pede que o Ivair o acompanhe. A dupla de mediadores tenta explicar que Ivair não fez nada de errado e o policial responde que não está falando que ele fez alguma coisa “*mas que ele vai para a delegacia e vai prestar queixa contra o estabelecimento enquanto cidadão*”.



Fig.10 – Ivair é encaminhado à delegacia pelo policial militar.

Uma música que sugere um ar de tensão acompanha todo o desenvolvimento da história a partir de então, e o volume aumenta no momento em que ele está entrando na viatura. A edição faz as imagens ficarem mais lentas, recurso usado para reforçar essa atmosfera de tensão e suspense, o enquadramento que permanece durante todo o tempo da narração que começa é o de Ivair dentro da viatura com os vidros fechados e uma expressão de alento, e então entra um *off* como encerramento da matéria:

“É meu querido Ivair, o sonho de assistir a estréia da peça, apesar de estar com o ingresso e roupas adequadas não se realizou. Mas você sabe, não é? Não temos outro remédio a não ser a esperança! Quem sabe os organizadores da peça não estejam assistindo o programa ‘Pânico’ agora e o convidem para ver o espetáculo na semana que vem? Sabe por que Ivair? Porque mesmo os que cometem odeiam a injustiça!”

Ao fim da narração entra um trecho da música “*apesar de você*”²⁷ de Chico Buarque e a tela então escurece sobre a imagem final de Ivair na viatura e o desfecho é contado em palavras escritas sobre a tela preta:

²⁷ Canção de Chico Buarque composta em 1970, considerada pela imprensa e por muitas pessoas como o “*hino contra a ditadura militar*”, por implicitamente lidar com a questão da falta de liberdade durante a época da ditadura. Foi proibida de ser executada pelas rádios no Brasil durante o governo Médici. Informações extraídas em http://pt.wikipedia.org/wiki/Apesar_de_voc%C3%AA. Acesso em 11 de junho de 2008.

“Ivair prestou depoimento e foi liberado em seguida. Assim como os seguranças que o barraram... Ele ainda trabalha como catador de latinhas... E assim como muitos trabalhadores brasileiros... SONHA ASSISTIR UMA PEÇA DE TEATRO”

Na notícia que foi publicada sobre o ocorrido pela *Folha On-line*, no próprio dia 06 de abril, o veículo procurou representantes do musical *"Os Produtores"* e também da casa de espetáculos *Vivo Rio* para esclarecer a situação. Segundo a matéria²⁸ *“a assessoria do musical informou que a segurança não é subordinada à produção da montagem e que quem deveria ser procurado para comentar o assunto seria a assessoria do Vivo Rio, responsável pela equipe de seguranças do evento. A assessoria da ‘Vivo Rio’ disse à Folha Online que deu um ingresso para que o catador Ivair Souza visse o musical no domingo (6), mas não admitiu falha no tratamento dado a ele na última quinta-feira. A assessoria da casa de espetáculos tentou justificar a expulsão do homem, dizendo que “ele estava atrasado e com latas nas mãos”.*

Essa edição do quadro do *“Sílvia”* e do *“Vesgo”*, que parecia ser só mais uma das características *“coberturas”* de eventos ligados a esfera televisiva e que conta com a presença de famosos, dialogou de modo consistente, na sua parte final, com a noção de *serviço público* do jornalismo, ao registrar e exibir um caso que de fato suscitou a discussão sobre a injustiça social e o preconceito.

No entanto, a impressão que se tem é que isso aconteceu por acaso. Quando os dois personagens resolveram convidar um catador de latas para ver o espetáculo, eles obviamente esperavam causar uma grande confusão, mas não esperavam que chegasse a conseqüências tão graves.

Este caso pode ser considerado diferente dos demais analisados. Pois foi o único momento em que houve uma aproximação real com o papel do jornalismo enquanto *instituição social*. Ainda que inseridos neste contexto de um quadro pertencente a um programa de humor, construído a partir deste jogo de encenação proposto pelos seus dois mediadores que incorporam seus respectivos personagens. Ainda que neste caso também tenham deslocado para o contexto do humor os elementos configuradores do reconhecimento social do jornalismo pela audiência.

²⁸ Para ler a notícia na íntegra, o link é: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u389537.shtml>

Houve uma denúncia de fato realizada pelo programa, que tratou de um ato preconceituoso realizado contra o catador de latas Ivair. Mesmo que dentro desse contexto do programa de humor, num quadro apresentado por dois humoristas, travestidos de seus respectivos personagens. O quadro mostrou que um catador de latas não pôde entrar para ver a peça, não porque ele estava mal vestido, mas porque houve efetiva discriminação por parte daquele estabelecimento no controle da entrada de pessoas a sua sala de exibição. Como deve acontecer com certa frequência, embora quase nunca seja noticiado, em vários outros lugares e estabelecimentos.

Embora a denúncia tenha surgido no quadro – pois foi a câmera do programa que flagrou a situação – e isso tenha sido exibido e veiculado nacionalmente pelo “*Pânico*”, o programa não realizou propriamente um trabalho jornalístico. Não houve apuração, como o fez a *Folha On-line* que investigou e se interessou em ouvir as demais partes envolvidas, realizou um trabalho mais criterioso e de cunho investigativo, seguindo regras caras a realização do trabalho jornalístico.

Mas há que se considerar que o quadro mostrou que o rapaz foi agredido e desrespeitado e levantou uma discussão sobre a questão da desigualdade social e conseqüentemente da desigualdade de tratamento em locais como o teatro em que todo o episódio se desenvolveu. Diferentemente das edições em que eles planejaram tornar a Bruna Surfistinha membro da Academia Paulista de Letras ou a que eles queriam entregar uma camisa de força da Britney Spears, os minutos finais do quadro neste dia 06 de abril não fez o telespectador sentir vontade de rir.

Mas a comprovação de que a preocupação fundamental do programa não era a de ampliar e aprofundar uma discussão sobre a desigualdade e o preconceito, e que não havia a menor pretensão da realização de um trabalho de natureza jornalística, vem na edição do dia 13 de abril de 2008. No domingo seguinte, “*Vesgo*” e “*Sílvio*” vão até o lugar em que o Ivair mora para apresentar as condições em que ele vive.

Só que o fazem usando as suas já conhecidas brincadeiras escrachadas, fazendo piadas com outras pessoas que moram naquele local, a exemplo do amigo de Ivair que ele os apresenta como “*Jamaica*”, que toda vez que aparece, a imagem congela e entra um

reggae como trilha sonora e aparece uma bandeira da Jamaica na tela. O que parecia ser a chance do programa de proporcionar a discussão, de que muitas vezes o que se vê são pessoas julgando outras pessoas pela aparência, acaba tomando outra direção, a dupla não insiste no caminho da denúncia ou da investigação.

Os dois personagens nesta edição levam Ivair para ter contato com uma realidade totalmente distante da sua. Primeiro vão a um salão de beleza e a legenda que acompanha o momento é: “*Vesgo e Sílvio levam catador de latas para fazer funilaria e pintura*”. Ivair corta o cabelo, faz hidromassagem etc. Depois vão a uma loja de ternos e o vestem com um terno alinhado e que aparenta ser bastante caro.

Em seguida providenciam uma mulher linda e bem vestida para servir de acompanhante do Ivair. A produção os leva para jantar em um restaurante caro da cidade, mandam o Ivair recitar poemas de amor para moça, até que finalmente o levam numa limusine alugada a porta do teatro. Ao chegarem à frente do teatro, a câmera acompanha Ivair entrando no musical “*Os Produtores*” normalmente.

Nesse momento a edição do quadro resgata as imagens da semana anterior, mostrando o Ivair sendo barrado e em seguida filmam o Ivair dentro da sala de espetáculo rindo e sentindo-se maravilhado com o espetáculo e com aquele momento que finalmente pôde lhe ser proporcionado.

A discussão levantada nos minutos finais da edição anterior do quadro, só volta a ser suscitada quando o Ivair sai do espetáculo e encontra com os dois personagens do “*Pânico*” na porta do teatro. O “*Vesgo*” pergunta se ele sentiu diferença de tratamento e ele responde que sim, e logo o “*Sílvio*” pede que o Ivair fale qual a conclusão que ele tirou de tudo isso e ele responde que acha que o respeitaram melhor porque ele estava bem arrumado, provando que as pessoas julgam as outras pela aparência.

Assim, os humoristas nomeiam Ivair como “*o novo crítico de arte do programa*” e dizem a ele que o “*Pânico*” o irá ajudar com o cachê sempre que ele participar. Desde então, nesses dois meses seguintes, o Ivair não reapareceu e sua história não voltou a ser mencionada. A denúncia feita pelo programa na edição do quadro do “*Sílvio*” e

“Vesgo” no dia 6 de abril, que despertou atenção da imprensa e da audiência, não voltou ser considerada e discutida pelo programa.

A maneira como foi tratada a questão naquele dia, e a forma como também o quadro foi editado, convocou algumas referências de programas pautados nesse tom de jornalismo-denúncia, como é o caso de programas como o *Cidade Alerta*, o *Brasil Urgente* etc. Foi exibido e mostrado que Ivair foi mal tratado e discriminado naquela situação, mas não houve apuração depois disso, o programa não tratou mais da questão em seguida.

Numa reportagem jornalística o caso teria um acompanhamento e uma averiguação, as fontes seriam devidamente consultadas. Porém, essas questões naquele momento não serviam para serem desconstruídas ou para seguir a linha de construção do humor do programa. Claro que a dupla não queria fazer graça com a situação do Ivair que foi agredido e mal tratado, mas ao mesmo tempo, se reconhece que os dois personagens também não queriam fazer jornalismo.

5. CONCLUSÃO

A partir da interpretação dos momentos selecionados para a análise aqui proposta, além da contextualização realizada em relação ao universo televisivo, não há a menor dúvida que este programa humorístico de auditório, que integra a esfera do entretenimento, dialoga e se articula constantemente com referências à linguagem televisiva.

Nesse sentido, essa relação auto-referencial que caracteriza o programa, inclui também os momentos desenvolvidos no quadro do programa que aqui neste trabalho foram analisados. Quadro em que os personagens que o apresentam, “*Sílvio*” e “*Repórter Vesgo*”, se apropriam do gênero telejornalístico, desconstruindo os seus valores, premissas, recursos, além da sua própria linguagem.

O objetivo dos humoristas, a partir da *performance* que realizam com seus respectivos personagens, é o de ressignificar esses elementos do gênero telejornalístico em um novo contexto: o contexto do humor televisivo.

Portanto, mesmo que a dupla de mediadores se refira ao seu quadro como “*matéria*” ou “*reportagem*” e mesmo que um desses mediadores se auto-intitule “*repórter*”, em momento algum se instaura o conflito do programa ser ou não *jornalístico*. Sabe-se em qualquer situação que ele não o é, e nem possui pretensões de ser reconhecido como tal.

É interessante observar, no entanto, a partir desses momentos que aqui foram analisados, como o trabalho permitiu identificar e apontar nos momentos selecionados esses elementos configuradores do jornalismo enquanto *instituição socialmente reconhecida*.

Valores como a autenticidade e a credibilidade no jornalismo, a noção de cobertura jornalística e de interesse público, a noção de denúncia no jornalismo, a idéia de responsabilidade social, do “ao vivo”, além de recursos técnicos e padrões relativos às posturas e a retórica telejornalística, foram reapropriadas na encenação que constituiu a *performance* desses mediadores e desconstruídos ao serem incorporados no contexto do humor televisivo.

Ao reconhecer e demonstrar que o programa convoca da sua audiência esse reconhecimento social do jornalismo, este trabalho contribui para os estudos realizados no Grupo de Pesquisa Análise de Telejornalismo. Já que em vários momentos a análise consegue demonstrar todas as nuances e variações na atuação, encenação e *performance* da dupla de personagens-mediadores do programa, com episódios que proporcionaram uma rica discussão sobre o jornalismo enquanto instituição socialmente construída e reconhecida.

O quadro analisado, que integra o programa de humor “*Pânico na Tv*”, faz ressaltar aos olhos do público esses elementos que configuram o gênero telejornalístico, inserido nessa nova atmosfera caricatural. O que esse quadro proporciona em alguns momentos é justamente uma *caricatura* do jornalismo, quando consegue evidenciar e exagerar, através da atuação dos seus mediadores “*Vesgo*” e “*Sílvio*”, os elementos mais fortes e mais facilmente reconhecidos, que constituem o jornalismo como uma instituição socialmente construída.

A apropriação que o programa faz desses elementos não precisa ser explicada ao público. É notável que em todas as situações selecionadas pela análise, não se percebeu em momento algum a situação de um dos mediadores precisar se dirigir ao telespectador para dizer algo como “*olhe, nós estamos imitando um repórter, ok?*”. A retórica das imagens que eles produzem não precisa dessa tradução, falam por si só, o reconhecimento se estabelece de forma natural.

Os mediadores, em atuação com os seus personagens, sabem que existe uma partilha de códigos e referências do universo televisivo, e ainda, dos elementos que constituem o telejornalismo e que são apropriados, desconstruídos e ressignificados pela dupla. Portanto, a certeza que se tem desse compartilhamento de referências, desse repertório comum, é que permite o bom funcionamento da piada e o livre desenvolvimento do humor produzido na *performance* da dupla.

A este contexto, se somam outros elementos de construção, como a apropriação da estética clássica de programas de auditório, tal como: a disposição dos elementos de cenário, a presença do público no estúdio, de uma banda tocando ao vivo, de dançarinas, e com seus mediadores *in loco* apresentando o programa “ao vivo” etc. Todos esses

fatores contribuem para que se constitua essa *auto-referencialidade* ao universo televisivo que caracteriza o programa.

Portanto, há a construção de um ar de *familiaridade* do universo televisivo que é passado ao telespectador que possui hábito de audiência de programas televisivos. O público consegue reconhecer aquela voz, aqueles trejeitos e àquela aparência reproduzidas pelo personagem “*Sílvio*” ao imitar o apresentador Sílvio Santos, da mesma forma com o “*Vesgo*”, por se auto-intitular como repórter e conduzir a apresentação do quadro da dupla.

Esses elementos são ressignificados nesse novo contexto proposto pelos dois personagens-mediadores no quadro e conseqüentemente pelo “*Pânico na Tv*”, que usam essas referências como estratégias de produção de sentido e da construção de uma linha humorística que caracteriza o programa.

Assim torna-se passível de compreensão, a partir do contexto em que o programa está inserido, e da forma como ele se constrói, utilizando-se de referências do universo televisivo, principalmente com elementos característicos dos programas de humor e dos programas de auditório, que o programa lança mão dessa *auto-referencialidade* da televisão para construir sua relação com o público.

No caso do “*Pânico na Tv*” as posições construídas pelos mediadores, não pretendem em nenhum momento fundamentar-se nos valores de *seriedade* e *credibilidade* tão caros a construção social do jornalismo, muito pelo contrário, já que se trata de um programa de humor, que se assume enquanto tal e que integra a indústria do entretenimento.

Há, no entanto, como observado em algumas situações aqui interpretadas, momentos em que esses valores são articulados ao jogo de encenação proposto pelos dois mediadores analisados neste trabalho, que servem como estratégias de produção de sentido e desenvolvimento do humor pela *performance* do “*Vesgo*” e “*Sílvio*”.

Por fim, foi notado que os personagens-mediadores convocaram do público, nos momentos observados, esse hábito de audiência de programas telejornalísticos, para

reutilizar alguns elementos caros ao reconhecimento destes programas na construção de uma linha humorística própria nesse quadro especificamente.

Portanto, pode-se concluir que há no quadro analisado um constante jogo de resignificação – no contexto do humor televisivo – de elementos caros à constituição do jornalismo como *instituição socialmente reconhecida*, tais como: a noção de cobertura jornalística, de serviço público, a relação com fontes oficiais, valores sociais jornalísticos como a *credibilidade* e *seriedade*, o recurso do “ao vivo” como marca do gênero telejornalístico, além do uso de recursos, posturas e entonações padronizadas tão caras a configuração do papel do repórter de telejornal.

A graça se faz presente na *performance* da dupla, justamente pelo fato de a partir da reapropriação e desconstrução de elementos do telejornalismo feita pelos humoristas, o hábito de audiência de telejornais e outros programas televisivos serem convocados dos telespectadores. Com isso, o objetivo é fazer com que esse público reconheça e identifique aqueles valores reinseridos num novo regime, que é regido aqui pela lógica do humor televisivo.

Na maior parte das vezes, como observado na análise aqui realizada, a convocação desse reconhecimento é bem sucedida e a piada funciona, mostrando haver nesse quadro do programa uma espécie de cristalização dessas marcas que constituem o reconhecimento social do jornalismo.

Portanto, os usos que são feitos dessas marcas, atuam como uma espécie de substrato para a realização do humor específico deste quadro. E isso, logicamente, diferencia a atuação, a *performance* e o jogo de encenação proposto por esses dois personagens-mediadores, não só dentro do próprio “*Pânico na Tv*”, mas também em relação aos demais programas de humor que integram o ambiente televisivo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARAÚJO, Carlos Alberto. **Dramas do cotidiano na programação popular de TV brasileira.** In FRANÇA, Vera Regina Veiga. (Org.). **Narrativas televisivas. Programas populares na TV.** 1ª edição. Belo Horizonte: Autêntica, 2006, p. 47-66;
- AZEVEDO, Reinaldo. **Notícias de uma queda.** In **Revista Bravo**, Rio de Janeiro, Editora Abril, Novembro de 2003;
- BASTIAN, Mariana. “Pânico na Tv” na TV: a (a)firmação do circo midiático. In UNIREVISTA, vol. 1, nº. 3, Rio grande do Sul. Unisinos, 2006, p.1-12;
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997;
- BISTANE, Luciana & BACELLAR, Luciane. **Jornalismo de TV**, São Paulo: Contexto, 2005;
- BRAGA, José Luiz. **‘Lugar de fala’ como conceito metodológico no estudo de produtos culturais e outras falas.** In FAUSTO NETO, Antonio & PINTO, Milton (Orgs.) **Mídia e Cultura**, Rio de Janeiro, Diadorim/Compôs, 1997, p. 105-120;
- DEUZE, Mark. **What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered.** In *Journalism*, Vol. 6(4), 2005, 442-464;
- DUARTE, Dannilo de Oliveira. **Jornalismo Policial na televisão: gênero e modo de endereçamento dos programas Cidade Alerta, Brasil Urgente e Linha Direta.** 2007. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea), Universidade Federal da Bahia;
- DUARTE, Elizabeth Bastos. **Dos telejornais: entre temporalidades e tons.** Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Produção de sentido nas mídias”, do XV Encontro da Compôs, na Unesp, Bauru, SP, em junho de 2006.
- FRANÇA, Vera Regina Veiga. **O povo na TV, o povo para além da TV.** In FRANÇA, Vera Regina Veiga. (Org.). **Narrativas televisivas. Programas populares na TV.** 1ª edição. Belo Horizonte: Autêntica, 2006, p.143-148;
- GOLDBERG, Roselee. **A Arte da Performance – Do Futurismo ao presente.** São Paulo: Martins Fontes, 2006;
- GOMES, Itania Maria Mota. **Das utilidades do conceito de modo de endereçamento para análise do telejornalismo.** In DUARTE, Elizabeth Bastos & DIAS, Maria Lília de Castro (Orgs.) **Televisão: entre o mercado e a academia.** Porto Alegre: Sulina, 2006a;
- GOMES, Itania Maria Mota. **Telejornalismo de Qualidade. Pressupostos teórico-metodológicos para análise.** in e-compôs **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, no. 6, ISSN: 1808-2599, agosto/2006b;

GOMES, Itania Maria Mota. **Questões de método na análise do telejornalismo**. In Revista “E-compós”, 2007;

GOMES, Itania Maria Mota. **O embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento e a consideração do jornalismo como processo cultural e histórico**. In DUARTE, Elizabeth Bastos & CASTRO, Maria Lília Dias de (Orgs.). **Em torno das Mídias**. Porto Alegre: Sulinas, 2008;

GOMES, Luana. **Fantástico, O Show da Vida. Gênero e Modos de Endereçamento em programas televisivos**. 2006c. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Jornalismo) - Universidade Federal da Bahia;

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004;

GOMES, Wilson. **Jornalismo e Esfera Civil: O interesse público como princípio moral no jornalismo**. In GOMES, Wilson (Org.) **Comunicação e Democracia: Problemas e perspectivas**. 2005, p. 64-76;

GOULART, Alexandre Bernardes. **Comunicação e Imaginário: Relações de auto-referencialidade em “Pânico na Tv” na Tv**. Porto Alegre, PUCRGS, 2006. (dissertação de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul)

GUTTMAN, Juliana Freire. **Jornal da MTV em três versões: gênero e modo de endereçamento como estratégia de mediação musical**. Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005.

HAGEN, Sean. **Jornalismo, mito e linguagem: uma abordagem teórica dos apresentadores-estrela**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Estudos de Jornalismo”, do XV Encontro da Compós, na Unesp, Bauru, SP, em junho de 2006.

MAIA, Jussara Peixoto. **O Jornal Nacional e o Globo Rural: as relações entre gêneros e modo de endereçamento no telejornalismo**, Salvador, UFBA, 2005 (Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas);

MORIN, Edgar. **O método III: o conhecimento do conhecimento**. Lisboa: Europa-América, 1987.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: Neurose**. 9ª edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007, p.105-109;

MORLEY, David & BRUNSDON, Charlotte. **Everyday Television: "Nationwide"**, London: British Film Institute, 1978;

SILVA, Fernanda Mauricio da. **Dos telejornais aos programas esportivos: gêneros televisivos e modos de endereçamento**, Salvador, UFBA, 2005 (dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas);

STANISLAVSKI, Constantin. **A construção da personagem**. 15ª edição. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005, p.370-396;

TAS, Marcelo. "**A minha história do Olhar Eletrônico**". In: MACHADO, Arlindo (org.), *Made in. Brazil: Três décadas do vídeo brasileiro*. São Paulo: Itaú Cultural, 2003, p.217-226;

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Sociedade: 1780-1950** (Trad. de Leônidas H.B. Hegenberg; Octanny Silveira da Mota; e Anísio Teixeira), São Paulo: Ed. Nacional, [1958]1969;

WILLIAMS, Raymond. **Television**. *Technology and Cultural Form*, 2ª, London: Routledge, 1997.