

A cobertura televisiva nos programas que unem entretenimento e informação: estudo do *Proteste Já* do CQC

PAULA REGINA PUHL

Feevale - Brasil - paulapuhl@feevale.br
Jornalista, Mestre e Doutora em Comunicação pela PUCRS.
Professora de Telejornalismo e do Mestrado em Processos e Manifestações Culturais na Universidade Feevale/RS.

ALINE STRECK DONATO

Feevale - Brasil - alline.donato@hotmail.com
Jornalista pela UNIPAMPA e mestranda em Processos e Manifestações Culturais na Feevale e bolsista Capes Prosup/Cursos Novos.

Resumo:

A finalidade dessa discussão é verificar como é apresentada a cobertura jornalística em programas de televisão que unem informação e entretenimento. Dessa forma, será analisado o quadro *Proteste Já* do programa CQC, da Rede Band de Televisão, do mês de agosto de 2011. A escolha justifica-se por apresentar critérios de noticiabilidade. Acredita-se que esses novos formatos de programas que unem diferentes gêneros influenciam na produção da cobertura televisiva que se utiliza de recursos como a opinião e a proximidade entre jornalista e fonte. A cobertura é caracterizada pelo modo de atuação do repórter na condução da reportagem e também da legitimação da sua fala a partir de recursos videográficos. O artigo discute até que ponto programas com essas características realizam uma cobertura seguindo os preceitos do jornalismo.

Palavras-chave: cobertura televisiva; telejornalismo; *infotainment*; CQC; *Proteste Já*.

Abstract

The purpose of this discussion is to see how the media coverage is presented on television programs that unite information and entertainment. Thus, will be analyzed the framework “Proteste Já” of august 2011 from Band Network Television’s TV Show CQC. The choice is justified by presenting noticiability criteria. It is believed that these new formats of programs that combine different genres influence the production of television coverage that uses features such as opinion and proximity between journalist and source. The coverage is characterized by the mode of action of the reporter in driving the story and also the legitimacy of his speech from videographic resources. The article discusses to which extent programs with these characteristics perform a cover storie following the precepts of journalism.

Keywords

TV media coverage; telejournalism; *infotainment*; CQC; *Proteste Já*.

Artigo recebido em 09/03/2013

Aprovado em 29/06/2013

A participação da televisão na vida dos brasileiros não é mais novidade e, sim, uma constatação. De acordo com o *Mídia Dados* do ano de 2011, a situação do meio TV no cenário brasileiro segue bastante confortável, e não apenas por ser a mais privilegiada na divisão das verbas publicitárias, com 63% do bolo publicitário. O perfil dos consumidores também foi traçado e pode-se observar que é composto por 53% de mulheres e 47% de homens. A faixa etária que mais consome produtos televisivos é entre 20 e 29 anos, seguida pelos indivíduos com 30 a 39 anos. O alcance da televisão nas regiões do Brasil está organizado da seguinte forma: a região que mais possui aparelhos de televisão é a Sudeste, presente em 97,7% das residências. É seguida pela região Sul (96,8%), Centro-oeste (95, 4%), Nordeste (91, 6%) e Norte (88,3%).

Atualmente é percebida na programação da televisão brasileira aberta a veiculação de programas que mesclam os critérios de notícia, mas os apresentam a partir de linguagens oriundas de produtos voltados ao entretenimento, como humor, *quiz show*, enquadramentos e iluminação utilizada pelos filmes, fala mais coloquial, necessidade de mostrar o que está por trás das câmeras etc.

Essa constatação estimulou a produção deste artigo com esse foco, ou seja, verificar de que forma esses programas produzem uma cobertura jornalística televisiva e se eles consideram os preceitos do jornalismo.

A preocupação em definir o que faz um fato tornar-se notícia na TV tem despertado o interesse de diversos pesquisadores, como Vizeu (2005), que acredita que o conjunto de elementos que definem a noticiabilidade do acontecimento estão relacionados conforme os processos rotineiros das práticas produtivas das redações. Os componentes da noticiabilidade para o autor são os valores-notícia que definem as características mais interessantes e significativas do fato para serem transformados em notícia. Ou seja, como explica Vizeu (2005), as diferentes relações e combinações que se dão entre os diferentes valores-notícia são fatores determinantes na seleção de um fato.

Vizeu (2005) destaca que os valores-notícia são dinâmicos e podem se modificar quando ocorrem mudanças na esfera normativa, como as mudanças técnicas junto aos equipamentos de captação e edição, e aqui acrescenta-se a influência do gênero do

programa informativo, que poderá modificar a rotina produtiva da notícia, podendo ou não trazer novos significados ao processo de construção da notícia, o que irá afetar a forma e o conteúdo da cobertura televisiva.

Ainda utilizando as ideias de Vizeu (2005), a produção diária da informação está estruturada pela captação, seleção e apresentação. Em cada uma dessas fases a observação deve estar com foco nos seguintes aspectos da informação: nas fontes utilizadas, processo de produção e a apresentação que está interligada com o formato escolhido pela empresa jornalística e o tom que a mesma utiliza para se diferenciar de outros programas informativos.

Nesse sentido, esse artigo, vai abordar como ocorre a captação, produção e apresentação da notícia em coberturas televisivas em programas que unem entretenimento e informação. Porém é importante esclarecer que “cobertura televisiva” será entendida de acordo com Brasil e Emerim (2011, p. 4), que a conceituam: "cobertura corresponde ao trabalho de reportagem a ser realizado no local da ocorrência de um fato a ser noticiado" e, além disso, os autores completam:

na atualidade, é comum nas redações designar cobertura praticamente todo o trabalho de reportagem que apresenta um tema sob diferentes abordagens, ou seja, que aprofunde, desenvolva ou diversifique o tema central (Brasil; Emerim 2011, p. 4).

Por intermédio dessas conceituações, vamos refletir sobre o nosso objeto de estudo, o programa *CQC*, principalmente sobre o quadro *Proteste Já*. Para isso é necessário fazer uma breve incursão sobre a influência do gênero e do formato na prática jornalística televisiva, para, em seguida apresentar mais detalhadamente o objeto e assim proceder à análise.

O gênero e o formato como guia da notícia: o programa *CQC*

Além dos critérios de noticiabilidade, é necessário estar atento ao gênero do programa televisivo e ao formato adotado. Por esse motivo, esse estudo irá adotar os conceitos de Souza (2004) acerca dessas nomenclaturas e de seus significados na televisão brasileira. O autor ressalta que os estudos sobre os gêneros devem ser relacionados com aspectos históricos e culturais. Eles podem ser entendidos como

estratégias de comunicabilidade, fatos culturais e modelos dinâmicos, articulados com dimensões históricas. Sobre formato, o autor aponta que é o meio para identificar a forma e o tipo de produção de um gênero. Os gêneros de programas que trabalham com a informação e a notícia, como o debate, jornais e entrevistas, receberam novos formatos na televisão, respeitando o que esse veículo oferece de diferente em relação ao rádio e à mídia impressa, que é a imagem. Segundo Souza (2004), existem três categorias que abrangem a maioria dos gêneros: entretenimento, informativo e educativo.

Na categoria informação, que está relacionado ao nosso objeto, conforme Souza (2004), vamos encontrar o debate, o documentário, a entrevista e o telejornal, sendo que esse último tem a notícia como produto principal. O autor lembra que os programas da categoria informação poderiam estar representados pelo telejornalismo, onde, cada vez mais, encontramos a união das linguagens vindas do entretenimento.

Sob esse viés, de acordo com os estudos de Gutmann, Santos e Gomes (2008), essa ação pode ser vista pelo conceito de *infotainment*, considerado um neologismo que une informação e entretenimento e tem aparecido em diversos programas da televisão brasileira. Para Gutmann, o uso do *infotainment* serve como captador da audiência por usar técnicas da linguagem audiovisual voltada à ficção para chamar a atenção do telespectador.

França (2009), por sua vez, diz que a união das categorias “informação” e “entretenimento” está se combinando de forma cada vez mais justaposta, o que significa que o traço de diversão e descontração é tão forte na televisão que ultrapassa gêneros que eram antes bem demarcados. Por se tratar de um tipo de programa que foge um pouco à lógica tradicional da informação, pode, por muitas vezes, ser mal visto pelos olhos de alguns autores da comunicação. A este propósito, França (2009, p. 34) afirma que “tal posição, preconceituosa, é marcada por um moralismo puritano, mostrando-se opaca às potencialidades cognitivas e criativas da descontração, do ócio, do bem-estar”.

Vale ressaltar que o *infotainment* é o resultado dos anseios do telespectador atual, que consegue receber informações, mesmo as de caráter mais “duro”, pelo uso do humor. Gomes (2009) aponta que o *infotainment* despontou no cenário global nos anos 80 e 90 do século XX, fruto da consolidação de grandes conglomerados de mídia que

exigem cada vez mais audiência e lucro na indústria da cultura, e, dessa maneira, ocupam-se na produção de entretenimento e informação. A autora complementa que, no caso específico da televisão, o contexto atual tem implicações diretas sobre a produção, distribuição e consumo de produtos televisivos, consolidando quatro tendências básicas: desregulamentação, ampliação de concorrência, convergência de tecnologias e o embaralhamento entre fronteiras da mídia e das indústrias culturais.

No entanto, para que o *infotainment* tenha validade para a interpretação dos processos midiáticos e seus produtos, é necessário que se faça algumas ressalvas quanto ao termo. Primeiramente, para Gomes (2009), não é um conceito, mas um neologismo que se constrói pela justaposição entre informação e entretenimento. Outra abordagem feita pela autora aponta que o termo carrega um sentido suficientemente amplo de informação para se restringir somente à informação jornalística, o que permite que se utilize *infotainment* também para produtos que não possuem relação com o jornalismo.

A terceira ressalva assinalada por Gomes (2009) se refere ao entretenimento, que, para a autora, define-se como um valor das sociedades ocidentais contemporâneas que se organiza como indústria e se traduz por um conjunto de estratégias para atrair a atenção dos consumidores. Por fim, a autora diz que é necessário avaliar o *infotainment* como um novo gênero televisivo, pois é através dele que a audiência se situa em relação a um programa, um assunto nele tratado e sua relação com o público.

CQC: informação e humor em um único gênero

O objeto de estudo deste artigo, o programa *Custe O Que Custar*, da Rede Bandeirantes, é um exemplo de uma forma alternativa de produto televisivo. O CQC, como é conhecido, é transmitido pela Band nas segundas-feiras, a partir das 22h15, e com reprise aos sábados às 21h.

Conforme o site da Band, o formato é uma criação da Eyeworks-Cuatro Cabezas, já fazia sucesso em outros países e conquistou também os brasileiros pela irreverência e o humor inteligente. Trata-se da versão brasileira do programa argentino *Caiga Quien Caiga*, que em uma tradução livre pode ser interpretado como “que caia quem tiver de cair”. Na Argentina, o programa está no ar há mais de dez anos. No Brasil, sua estreia foi em março de 2008.

A versão brasileira, a exemplo do modelo original, busca confrontar e questionar as pessoas, sempre fazendo uso do humor, abordando os entrevistados com perguntas fora do padrão estabelecido para reportagens e entrevistas jornalísticas.

Conforme Luiz (2010), não se trata apenas de um programa de humor, o *CQC* faz jornalismo também. Ou seja, o programa alia a crítica e a veiculação de assuntos de interesse social com a irreverência do cômico. Segundo revela, isso confere ao *Custe O Que Custar* uma face peculiar e alternativa.

Já para Acselrad e Faço (2010), o grande diferencial do *CQC* é apresentar os fatos políticos, artísticos e esportivos da respectiva semana com pitadas satíricas e humorísticas, brincando com as informações. Conforme relatam, o programa é fruto de tempos hipermodernos, exibindo uma maneira bem humorada de discutir os acontecimentos do país. Para eles, com isto, é possível despertar o interesse para a vida social e política, fazendo com que o cidadão volte a debater e a participar ativamente da política.

O quadro de características diferenciadas do *CQC* é ampliado com a contextualização dos autores Gutmann, Santos e Gomes (2008). Para eles, entre as principais marcas estão as reportagens performáticas, o jogo de sentidos criado por manipulações videográficas e o modo irônico como discute os fatos cobertos pela grande imprensa. O que também chama a atenção é o uso da sátira feita com personalidades públicas e a paródia das produções e processos televisivos, num jogo de permanente intertextualidade.

Estas referências citadas pelos autores aparecem logo na abertura do programa. Eles destacam que isso pode ser percebido por meio de diversas associações a conceitos da cultura pop. A espontaneidade é outra característica forte, usada em diferentes momentos pela equipe. Além disso, nas reportagens, os apresentadores do *CQC* utilizam recursos do entretenimento, como por exemplo, a fantasia e o humor. Por outro lado, características do jornalismo também são encontradas nos quadros do programa, como por exemplo, assuntos relevantes e de interesse público.

Para Antônio Brasil (2008), o apresentador Marcelo Tas e a versão do *CQC* comprovam que ainda é possível fazer uma TV inteligente e ousada. Ele destaca que o programa é certamente mais do que um mero programa de humor. Segundo o autor, em

um mundo pós-moderno onde tudo se mistura, tudo se confunde e nada faz sentido, talvez ali esteja o futuro dos telejornais.

O *CQC* alia entretenimento e notícias a fim de levar ao público informações do dia a dia e também propiciar descontração. Além de ter o objetivo de entreter, o programa possui alguns quadros de notícias que fazem críticas, reforçando a polêmica relação entre as possíveis aproximações entre jornalismo de televisão e entretenimento.

Devido a essas características do *Programa CQC*, entende-se que é relevante verificar quais são os critérios jornalísticos e como são produzidas e apresentadas as coberturas televisivas. Com esse intuito, escolheu-se o quadro *Proteste Já* como recorte, que será apresentado a seguir.

Cobertura televisiva no quadro *Proteste Já*

Recorte do objeto de estudo desta análise, o quadro *Proteste Já*, tem como premissa mostrar problemas gerais em comunidades de todo o Brasil, como por exemplo, obras públicas não finalizadas, transporte precário e mau atendimento. Já passaram pelo quadro os repórteres Rafinha Bastos, Danilo Gentilli, Oscar Filho, entre outros¹.

No quadro, os repórteres do *CQC* fazem cobertura de problemas diversos das cidades. Eles se deslocam até o local do fato, conversam com pessoas envolvidas, inclusive autoridades, a fim de expor o acontecimento e cobrar um posicionamento. Também fazem com que o responsável se comprometa a mudar a situação. Posteriormente, o repórter volta ao local do ocorrido para ver o que mudou. Ou seja, o *Proteste Já* apresenta, assim, aproximações com os valores-notícia, como por exemplo, responsabilidade social, interesse público e prestação de serviço.

O *Proteste Já* apresenta os fatos, busca as fontes, protesta junto às autoridades responsáveis e, ao final de cada edição do quadro, se compromete junto aos espectadores, divulgando inclusive uma data de retorno ao local do acontecimento para cobrar a solução do problema.

¹ Destacamos que os repórteres e apresentadores do programa possuem principalmente a formação de atores, sendo que alguns deles possuem a formação em Jornalismo. Informações disponíveis em: <http://cqc.band.com.br/apresentadores.asp>, acesso em junho de 2012.

Considera-se que o *Proteste Já* faz uma cobertura dos acontecimentos, de acordo com Brasil e Emerim (2011), pois nele o tema é apresentado por diferentes ângulos e abordagens, conseguindo assim aprofundar mais a notícia, constatação verificada, inclusive, pelo tempo destinado a essa cobertura que fica em torno de 10 minutos, sendo que o programa tem duração média de uma hora no total. Em telejornais de rede não é visto esse tipo de cobertura que aprofunda "sem pressa" os diversos lados da notícia.

Segundo o apresentador Marcelo Tas, em fala dita no programa, o *Proteste Já* "é um quadro sério do programa". O diferencial da sua produção e apresentação da cobertura dos fatos é estar atrelado ao seu formato, que inclui características do humor tanto no texto como no uso dos recursos videográficos utilizados na pós-produção.

Mesmo o humor e a paródia sendo usados como estratégias na construção do texto e na captação das imagens e na sua pós-produção, percebe-se nas coberturas o tom investigativo no tratamento da notícia. Como o *Proteste Já* tem como característica a investigação e a apresentação dos fatos apoiada nos recursos de edição, fica claro que as coberturas são gravadas. O repórter sempre está no local, e ao final são feitos comentários na bancada do *CQC* por Marcelo Tas, que reforça, em um estilo de nota de rodapé, o compromisso que tal autoridade assumiu junto ao repórter e, por consequência, com a comunidade. Destaca-se que as pautas que fazem parte do *Proteste Já* são enviadas por e-mail para o *CQC* e depois são selecionadas pela produção do programa. Essa informação é sempre dada ao final da veiculação do quadro para os telespectadores.

Análise da edição de 15 de agosto de 2011: Enchente no Jardim Zaira

O quadro escolhido do *Proteste Já* para exemplificar a discussão apresentada anteriormente foi a cobertura do dia 15 de agosto de 2011. Será apresentada a sinopse e, depois, serão utilizados extratos das falas (que serão colocadas em itálico para facilitar a compreensão), relacionando-as com as questões abordadas no texto no que se refere ao formato e à utilização dos critérios de noticiabilidade em coberturas televisivas em programas caracterizados pelo *infotainment*.

Quadro apresentado no dia 15 de agosto de 2011.

Duração total do programa: 1h10m

Duração do *Proteste Já*: 10m15s

Descrição da notícia: Oscar Filho vai até o bairro Jardim Zaíra, em Mauá, interior de São Paulo, para conferir a situação dos moradores, atingidos por enchentes em janeiro. Para expor o fato, ele conversa com várias pessoas que vivem no local e também busca informações na Prefeitura, onde é atendido pelo secretário de Serviços Urbanos, Severino Manoel da Silva.

Segundo Vizeu (2005), notícia é uma forma de ver, notar e compreender a verdade. Esta ideia é reforçada por Lage (2001) quando destaca que a notícia é a reunião de fatos e acontecimentos de interesse ou relevância aos leitores, telespectadores ou ouvintes. De acordo com o autor, refere-se a algo atual, que além de ser interessante é capaz de despertar o interesse do público.

Apoiando-se nessas afirmações, identifica-se a notícia na edição do dia 15 de agosto quando o repórter Oscar Filho fala que “*No dia 18 de janeiro deste ano, o bairro Jardim Zaíra, em Mauá, foi atingido por uma forte chuva*”. Além da relevância, outra característica de notícia é percebida neste trecho, no que se refere à linguagem clara e objetiva. Segundo Lage (1985), o uso da linguagem adequada aumenta a comunicabilidade e facilita a produção da mensagem, ainda mais na TV, em que a informação deve ser precisa e de fácil entendimento pelo fato de não existir a possibilidade de voltar e escutar novamente. Para exemplificar estes conceitos, pode-se citar o trecho em que o repórter fala sobre os problemas causados pelo grande volume de água causado pelas chuvas. “*Casas foram completamente destruídas. Muitos moradores perderam absolutamente tudo. E uma pessoa acabou morrendo.*” Com essa fala são identificados o tema da reportagem, o motivo de ser vista como notícia – devido às consequências para os moradores – e a constatação de uma morte.

A estrutura da notícia na televisão se caracteriza por uma pauta com planejamento prévio, tem texto, imagens, presença do apresentador na bancada, do repórter e de entrevistados. Ao finalizar a matéria, o assunto volta a ser analisado na bancada. Entretanto, além de fechar a informação tratada, os apresentadores da época, Marcelo Tas, Rafinha Bastos e Marco Luque, opinam sobre o tema. Esta é uma

característica do jornalismo opinativo, que pouco é explorado nos demais telejornais. Abaixo um trecho desses comentários:

“(Tas) Ai, ai, ai. Se Deus quiser, se Deus quiser é o tipo de promessa que é maravilhosa, joga logo lá pra cima, né? (Marco Luque) Ele quer gente. (Tas) Alô, alô, senhor prefeito, senhor prefeito Oswaldo Dias, o senhor podia ter recebido a nossa equipe. Aliás, é sempre assim: o responsável é o cara que nunca bota a cara. (Rafinha Bastos) Nunca se põe tão responsável assim, né?”

Outras características jornalísticas também são observadas como, por exemplo, a atualidade e a proximidade. O repórter se desloca até o local do fato a fim de apurar o acontecimento. Além disso, é possível identificar outros traços jornalísticos, como a comparação do fato com outras situações semelhantes conhecidas pelo público que também não tiveram solução, como na seguinte fala de Marcelo Tas: *“O pessoal que nas enchentes lá do começo do ano até hoje está esperando alguém fazer alguma coisa. Eu tô falando, inclusive, do morro de Niterói, que já tem mais de dois anos, eu tô falando lá da Serra Fluminense, mas nós fomos até uma cidade aqui do interior de São Paulo”*.

Também na edição do dia 15, a comparação é observada quando o repórter, para explicar a altura alcançada pela água da enchente do córrego, usa a própria altura para o telespectador ter um parâmetro do acontecimento, conforme Figura 1. *“Então, a água aqui chegou a aproximadamente 1,65 m, porque eu tenho 1,68 m. Gente, 1,65 m de altura que chegou essa água.”*



Figura 1: Imagem retirada do quadro *Proteste Já* de 15/08/2012

Na cobertura televisiva, o repórter deve ter uma condução efetiva, ou seja, para Curado (2002), o repórter precisa ser curioso. No caso da televisão, a comunicabilidade, boa dicção, postura, boa voz e empatia são fundamentais para conquistar a credibilidade na comunicação tanto com os telespectadores quanto com as fontes.

Medina (2000) defende a importância do diálogo na relação entre repórter e fonte porque isto confere à entrevista mais emoção e autenticidade. Essa característica é percebida no quadro analisado. De acordo com Puhl (2010), esta é uma característica que está sendo vista em alguns programas da televisão brasileira. Para a autora, o sentimento é um diferencial na apresentação de fatos, pois se acredita que, por meio da exposição das emoções, é dito o que realmente se pensa. Um exemplo dessas questões foi visto no trecho a seguir:

“(repórter) Nesse momento eu estou no meio da cozinha da prima da dona Sônia (...) Arrancou teto, arrancou muro. Isso daqui era uma sala. Foi tudo destruído, não é dona Sônia? (fonte) Tudo destruído (...) Minha mãe estava aqui, meus sobrinhos. Minha mãe colocou meus sobrinhos em cima da cama, meu pai estava ali. Foi questão de segundos. A água veio e automaticamente a parede caiu, não comportou. Ela tombou.”

Outro exemplo dessa parcialidade e também do envolvimento do repórter com as fontes, e propriamente com a notícia apresentada, pode ser notado no trecho da matéria quando o repórter Oscar Filho toma partido e destaca que a situação necessita de uma resolução. *“(repórter apontando para a miniatura de casa de boneca) É porque assim, a gente não quer que a casa das pessoas fique assim como ficou no começo desse ano.”* O *Proteste Já* explora com facilidade a proximidade entre fonte e repórter, sendo esta apenas uma das características mais contrastantes em relação ao telejornalismo mais tradicional.

Dada a importância da TV como meio de comunicação de massa, na busca de garantir altos índices de audiência, emissoras apostam em novas alternativas para a apresentação de conteúdos. O *CQC* como um todo busca chamar a atenção do telespectador para situações do dia a dia, por meio de animações, sons e manipulações videográficas, como nesse trecho do quadro do dia 15, ver Figura 2: *“(Geny de Almeida) Subimos todos lá para cima, a família inteira. Todo mundo. Se ficasse aqui... (efeito de água na tela com peixinhos...) a água tava até aqui, né (mostrando até o pescoço). Se a gente ficasse aqui morreria afogado mesmo.”*

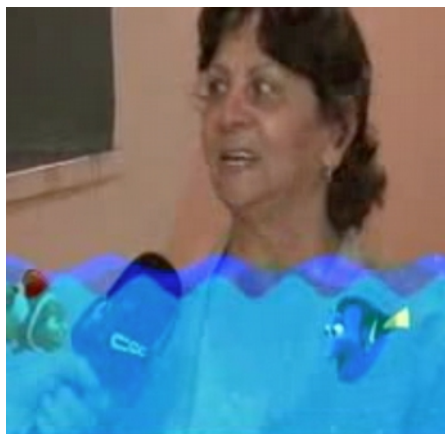


Figura 2: Imagem retirada do quadro *Proteste Já* de 15/08/2012

A utilização desses efeitos vêm de uma brincadeira, porém são usados para tratar de um assunto sério de denúncia. Eles se repetem em diversas partes da cobertura, como durante a entrevista com outra fonte, exposto na Figura 3: “(Sônia Avelaneda – enquanto fala, há um efeito de lágrimas) Promessas e promessas... Promessas que vai construir lá no CDHU, no Jardim Frical, que é um bairro próximo daqui. E até agora, nada foi feito.”



Figura 3: Imagem retirada do quadro *Proteste Já* de 15/08/2012

Para os autores Gutmann, Santos e Gomes (2008), esta articulação entre jornalismo e entretenimento pode ser importante e vista como ferramenta para a conversação política e também para a formação crítica do telespectador. Além dessas manipulações videográficas, feitas na pós-produção, o *Proteste Já* também costuma usar animações como nariz de palhaço e “fuzilamento entre olhares”, utilizado na conversa entre Oscar Filho e o secretário de Serviços Urbanos, como apresenta a Figura 4.

“(Oscar Filho) Quando isso daqui aconteceu, porque é muito chato a pessoa receber isso daqui...Aí (derrama na mesa água suja e deixa a garrafa cair – aparece uma animação do secretário fuzilando o repórter com os olhos) ... mas foi isso que aconteceu. (há vozes no fundo e também uma risada). Teve uma morte lá também, um óbito teve lá também. Eu queria saber o quanto a Prefeitura tá levando isso a sério?”



Figura 4: Imagem retirada do quadro *Proteste Já* de 15/08/2012

Como também pode ser notado neste trecho, o repórter costuma ilustrar/encenar a informação para que seja melhor compreendida, ou seja, empregar um efeito cênico, mas que tem um valor informativo para a compreensão da gravidade da situação da comunidade. Neste caso, ele levou até a secretaria uma casinha de boneca e uma garrafa pet com água suja do córrego para mostrar como a água invadiu as casas do bairro Jardim Zaira. Para Gutmann, Santos e Gomes (2008), o uso das constantes referências audiovisuais na produção da notícia se dá com o objetivo de dar ênfase ao sentido de serviço público, visto como um valor constituinte do jornalismo.

Com essa breve exposição de alguns trechos da edição do dia 15 de agosto de 2011 do quadro *Proteste Já*, foram abordadas algumas características de como se dá a cobertura jornalística feita pelo *CQC*. Foi percebido que a temática escolhida segue alguns preceitos do jornalismo, como considerar a importância social do acontecimento, a presença tanto de fontes oficiais quanto de pessoas que presenciaram o fato. O repórter está no local, e é dedicado um tempo considerável dentro do programa *CQC* para o quadro, o que permite ao repórter ter diversos entrevistados e muitas imagens para contar o fato. Além disso, o *Proteste Já* possui um diferencial em relação ao

telejornalismo tradicional: a equipe retorna ao lugar para verificar se a promessa feita pelas entidades oficiais procuradas foi cumprida ou não. Por fim, o repórter tem papel fundamental no direcionamento e no tom da cobertura, o que colabora para que o telespectador reconheça e consiga ter um laço social com o quadro, já sabendo o que esperar quando o mesmo é anunciado na bancada, isto é, mudam as temáticas, mas não a forma de apresentação.

Algumas considerações entre gênero e formato X cobertura

O programa *CQC* não se intitula como um programa jornalístico. A partir do site do programa², o apresentador Marcelo Tas diz que o telespectador brasileiro está mais aberto para a irreverência e para humor para conseguir “digerir as notícias absurdas dos nossos dias”. Ainda no site oficial é relatado que são abordados temas como política, economia, cultura, esporte ou celebridades, ou seja, é verificada uma mistura de temas que são pauta do Jornalismo, assim como de programas de entretenimento, classificando-o assim como um programa de gênero misto, com características do *infotainment*, conforme já foi abordado nesse artigo.

As aproximações com o telejornalismo estão nas temáticas, na linguagem e até na estética. Já o diferencial se evidencia na abordagem das matérias e, sobretudo, nas entrevistas, que privilegiam o humor por meio de perguntas irreverentes e criativas. A finalidade é deixar os entrevistados constrangidos e, eventualmente, irritados.

Porém, o foco da discussão foi verificar as características da cobertura feita pelo quadro *Proteste Já*, e nela foram encontradas similaridades com os valores-notícia e com a forma de construção de reportagem com um tom investigativo. O destaque da cobertura foi o papel do repórter como agente e não somente como mediador da informação, combinando a sua fala com elementos videográficos apoiados no humor, porém com a finalidade de potencializar a notícia e chamar a atenção dos telespectadores para a sua gravidade e importância.

Essa liberdade de tratamento do conteúdo e o uso de ferramentas de edição "mais lúdicas" são permitidas tanto pelo gênero quanto pelo formato adotado pelo *CQC*, lembrando que a fórmula do programa é a mesma em diferentes países da América

2 Informações retiradas do site: <http://cqc.band.com.br/a-bagaca.asp>, acesso em 18/07/2012.

Latina, ou seja, a estrutura e o gênero fazem com que o programa seja adaptado a diversos lugares, tendo como diferencial o conteúdo que está ligado à realidade de cada um dos países que possuem o *CQC* na grade de programação.

Nesse sentido, entende-se que esse gênero e o formato proposto pelo *CQC* conseguem informar e também provocar a consciência crítica do público, tanto quanto coberturas apresentadas em telejornais ou em redes televisivas com perfil mais voltados ao Jornalismo, ou seja, a liberdade de apresentação de uma notícia ou a realização de uma cobertura está condicionada ao gênero e ao formato pelo qual se nomeia e como o programa é identificado pelo público.

Essa discussão ainda deve ser mais estudada, e somente o tempo e a presença de programas com esse estilo nas programações das televisões brasileiras poderão dar mais condições para verificar até que ponto o humor poderá ser utilizado na construção da notícia sem ferir o compromisso do jornalista, referenciado no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros³, Art. 4, que diz: "o compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, deve pautar seu trabalho na precisa apuração dos acontecimentos e na sua correta divulgação". Estamos em uma época de questionamentos, mudanças e desafios na prática de informar e de agradar aos telespectadores, mas o importante é não perder de vista a razão social do Jornalismo.

3 Informação retirada do site:

http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf Acesso em: 18/07/2012

Referências bibliográficas

- ACSELRAD, Márcio; FAÇO, Katiuska Macedo. Quem ri por último ri melhor? Uma análise do humor na hipermodernidade a partir do programa Custe o que Custar. Revista Famecos, Porto Alegre, v.17, p.54-64, janeiro/abril. 2010. Disponível em: <http://caioba.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/6880>. Acesso em 22 de outubro.
- ARONCHI de Souza, José Carlos. Gêneros e formatos na televisão brasileira. São Paulo: Summus, 2004. 196 p.
- BRASIL, Antônio. CQC: telejornal ou programa de humor? Comunique-se, o portal da comunicação, março. 2008. Disponível em: <http://www.comunique-se.com.br/Conteudo/NewsShow.asp?idnot=43220&Editoria=286&Op2=1&Op3=0&pid=1&fnt=fntnl> Acesso em 22 de outubro de 2011.
- CQC. Disponível em <http://cqc.band.com.br>. Acessado em 10 de outubro de 2011.
- CURADO, Olga. A notícia na TV: O dia-a-dia de quem faz Telejornalismo. São Paulo: Alegro, 2002.
- EMERIM, Cárilda. A produção da entrevista na tevê. Revista Interamericana de Comunicação Midiática, Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM, vol.7, n.13, jan-jun 2008. E4ISSN2175-4977. Disponível em: http://w3.ufsm.br/animus/animus_2008-1_art01.html, acesso em 12 de outubro de 2011.
- EMERIM, Cárilda; BRASIL, Antonio. Coberturas em Telejornalismo. Trabalho apresentado no XXXIV Congresso de Ciências da Comunicação, em Recife, PE, 2 a 6 de setembro de 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1276-1.pdf>, acesso em 10 de julho de 2012.
- FRANÇA, Vera. A televisão porosa – traços e tendências. In: FREIRE FILHO, João (Org.). A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo. Porto Alegre: Sulina, 2009, p. 27-52.
- FREIRE FILHO, João (Org.). A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- FREY, Carolina et al. CQC e o telejornalismo humorístico: mero entretenimento ou ferramenta de desalienação? Trabalho apresentado no XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, em São Paulo, SP, 12 a 14 de maio de 2011.
- GOMES, Itania. O infotainment e a cultura televisiva. In: FREIRE FILHO, João (Org.). A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo. Porto Alegre: Sulina, 2009, p. 195- 222.
- GUTMANN, Juliana; SANTOS, Tiago; GOMES, Itania. Eles estão à solta, mas nós estamos correndo atrás. Jornalismo e entretenimento no Custe o que Custar. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília, v.11, n.2, maio/ago. 2008.
- GUTMANN, Juliana Freire. Aspectos audiovisuais do infotainment: o CQC como propósito de análise. Colóquio Internacional Televisão e Realidade, 21-24 de outubro, 2008. Programa de pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia. Disponível em: <http://www.tvereadidade.facom.ufba.br/coloquio%20textos/Ju%20Gutmann.pdf>. Acesso em 12 de outubro de 2011.
- LAGE, Nilson. Estrutura da notícia. São Paulo, SP: Ática, 1985.
- _____. A Reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- LUIZ, Thiago Cury. Jornalismo e humor no CQC: estudo de caso do quadro Proteste Já. Marília: Universidade de Marília, 2010. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade de Marília, São Paulo, 2010.
- LUSVARGUI, Luiza. CQC – Custe o que Custar: o jornalismo como entretenimento e espetáculo. Revista Alterjor. ECA/USP. São Paulo, v. 1, n. 5, jan-junho de 2012.
- MEDINA, Cremilda de Araújo. Entrevista: o diálogo possível. 4. ed. São Paulo, SP: Ática, 2000.
- MÍDIA dados Brasil 2011. São Paulo, SP: Grupo de Mídia, 2011. 778 p.
- PUHL, Paula Regina. O Viver Junto no Programa Profissão-Repórter: O Afeto na Construção da Reportagem Televisiva. Revista Eco-Pós, 2010, v. 13, n. 2, pp 124- 142. Disponível em <http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php/revista/issue/view/24>, acessado em 20 de outubro.
- SITE DO CQC. Disponível em <<http://cqc.band.com.br/>>
- VIZEU Pereira Júnior, Alfredo Eurico. Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo. 4. ed. Porto Alegre, RS: EDIPUCRS, 2005. 142 p.

Este artigo e todo o conteúdo da **Estudos em Jornalismo e Mídia**
estão disponíveis em <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/index>

Estudos em Jornalismo e Mídia está sob a [Licença Creative Commons](#)