

Humor Levado a Sério: Análise do Quadro “Proteste Já” do Programa CQC¹

Carolina Rocha PAES²
Edna de Mello SILVA³

Universidade Federal do Tocantins, Palmas, TO

RESUMO

Este trabalho estuda a presença de elementos tradicionalmente considerados como formatos de entretenimento, como humor e dramatização, em programas jornalísticos televisivos. O objeto de estudo é o quadro "Proteste Já" do programa Custe o que Custar – CQC, transmitido há quatro anos para todo o país, em sinal aberto, nas noites de segunda-feira, pela Rede Bandeirantes de Televisão. A junção de componentes de informação, humor, ironia e dramatização poderia caracterizar o quadro como sensacionalista, no entanto, os resultados da análise indicam a possibilidade da presença de um novo paradigma jornalístico, em que diversos elementos discursivos são explorados com a finalidade de produzir uma crítica apurada dos problemas das comunidades.

PALAVRAS-CHAVE: Proteste Já; informação, sensacionalismo, humor, ironia.

INTRODUÇÃO

A cada dia são produzidos programas que têm o intuito de chamar a atenção de algum público específico, sejam eles com conteúdo educacional, informativo ou de entretenimento. Nestes casos, o que menos importa é o gênero, já que a maioria dos conteúdos veiculados pela mídia tem como intenção cativar as audiências e, consequentemente, obter maior lucro com a conquista de grandes anunciantes.

Para Guy Debord (1997) ao buscar em primeiro lugar o ganho financeiro, as empresas de comunicação acabam por deixar em segundo plano a preocupação com a qualidade e o conteúdo das informações veiculadas. Para este autor, a mídia está mais comprometida com seus próprios interesses do que com as reais necessidades da sociedade.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – VII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação do 8º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFT, email: carolrocha_18@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da UFT, email: prof.ednamello@gmail.com

Esta visão de Debord (1997) se evidencia em programas jornalísticos sensacionalistas que encenam, exploram a dor alheia e são exagerados ao dramatizar os fatos relatados, ou seja, a notícia é transformada em um verdadeiro show com o objetivo de chamar atenção do público. De fato, programas assim geralmente têm altos índices de audiências, em alguns momentos. Embora a notícia sensacionalista seja um tanto polêmica, às vezes, há um público que gosta desse tipo de informativo por acreditar que as imagens mostradas são uma verdade incontestável.

É a temática da presença do sensacionalismo e do entretenimento em programas jornalísticos que este trabalho se propõe a discutir, mas especificamente utilizando como objeto de estudo o quadro “*Proteste Já*” do Programa *Custe o que Custar (CQC)*, exibido em nacionalmente pela Rede Bandeirantes de Televisão, nas noites de segunda-feira, com reprise aos sábados à noite. Em Palmas, no Tocantins, o programa é veiculado em sinal aberto pela TV Girassol.

Desde que o programa *CQC* foi lançado no Brasil, em 2008, levantou muitos questionamentos sobre seu modo nada convencional de informar. Alguns pesquisadores destacam que o programa pertence ao gênero do entretenimento, porque faz uso do humor em suas críticas e comentários. Outros já defendem que o estilo empregado pelo *CQC* pode sinalizar uma nova vertente jornalística. Polêmicas à parte, o *CQC* está há quase quatro anos no ar, o que pode demonstrar que existe um público que assiste ao programa com regularidade.

Diante da controvérsia do sucesso do Programa *CQC* e do quadro “*Proteste Já*”, que se preocupa em denunciar de forma crítica problemas relacionados às comunidades, cobrando das autoridades uma solução para os conflitos, com o uso da ironia e do humor, porém mantendo o ritual próprio da reportagem jornalística, o problema que essa pesquisa busca entender é: “O humor usado no quadro ‘*Proteste Já*’, do programa *Custe o Que Custar – CQC*, atrelado à informação, pode ser considerado um recurso sensacionalista?”.

A hipótese inicial da pesquisa seria que, ao propor a junção do jornalismo com humor, o quadro “*Proteste Já*” do Programa *CQC* faria uso de ferramentas que poderiam ser consideradas sensacionalistas, como, por exemplo, o uso exagerado da dramatização e de recursos discursivos verbais e imagéticos para retratar as notícias.

A linha metodológica adotada na pesquisa em proposição transita entre a pesquisa de natureza bibliográfica, descritiva e qualitativa, já que na revisão de literatura diversos autores serão mencionados na contextualização do tema proposto e houve a busca constante

de descrever, qualificar e enquadrar o estudo nas teorias existentes no campo da comunicação social e, mais especificamente, no ambiente jornalístico.

Quanto aos objetivos, esta pesquisa se classifica como exploratória pois, como afirma Rodrigues (2007, p. 28), este tipo de estudo tem a finalidade de “descortinar o tema, reunir informações gerais a respeito do objetivo”:

A pesquisa exploratória destina-se a esclarecer do que se trata, a reconhecer a natureza do fenômeno, a situá-lo no tempo e no espaço, a inventariar suas manifestações variadas. É uma operação de reconhecimento, uma sondagem destinada à aproximação em face do desconhecido (RODRIGUES, 2007, p. 28).

A natureza da pesquisa também é descritiva, pois tem o objetivo de analisar os quadros do “Proteste Já” vinculados pelo CQC, além de avaliar as teorias e os conceitos sobre o tema exposto. A abordagem qualitativa também se faz presente, pois buscou-se constatar se no quadro existem aspectos sensacionalistas e se pode ser intitulado como tal. Dessa forma, considera-se a visão de Bardin (2011, p. 165) que argumenta que na pesquisa qualitativa pretende-se “avaliar a elaboração, na dedução específica sobre um acontecimento ou uma variável de uma inferência precisa”.

A análise de conteúdo, segundo Wilson Corrêa da Fonseca Júnior (2005, p. 284) é válida porque permite ao pesquisador analisar um produto jornalístico, como um telejornal, e atribuir valor ao que foi observado por intermédio da inferência:

Na análise, a inferência é considerada uma operação lógica destinada a extrair conhecimentos sobre os aspectos latentes da mensagem analisada. Por meio da inferência procura-se, por exemplo, adivinhar as intenções militantes que estão por trás dos discursos de propaganda estrangeira ou por em evidência as avaliações de um indivíduo, a partir de seus enunciados. O melhor exemplo dessa tendência é a definição de Krippendorff (1990, p. 29) para quem “a análise de conteúdo é uma técnica de investigação destinada a formular, a partir de certos dados, inferências reproduzidas e válidas eu podem se aplicar a seu contexto”.

CUSTE O QUE CUSTAR – CQC: O PROGRAMA QUE QUEBRA PARADIGMAS JORNALÍSTICOS

O programa Custe o que Custar (CQC), teve sua primeira exibição no Brasil em 17 de março de 2008 e é exibido às segundas-feiras, às 22h15 com reprise aos sábados às 21h. O

CQC é a versão brasileira do programa Eyeworks – Cuatro Cabezas a partir do formato original argentino Caiga Quem Caiga. “O formato foi lançado primeiramente na Argentina, em 1995. O programa, que já obteve sete indicações ao International Emmy Awards, tem versões na Espanha (1996), Itália (1996), México (1997) e Chile (2002) (GUTMANN, SANTOS e GOMES, 2008, p. 6).

Na sequência os autores acima afirmam que “o CQC conseguiu dobrar, em maio de 2008, a audiência da Band nas noites de segunda-feira: seis pontos de média, com pico de oito pontos, ficando em terceiro lugar no Ibope da Grande São Paulo”. Atualmente “o programa tem [...] o segundo maior ibope da emissora, empatado com o ‘Jornal da Band’, em ranking liderado pelo ‘Brasil Urgente’”.

O CQC é formado por oito integrantes, três deles são também apresentadores. Na bancada, o noticiário é apresentado por Marcelo Tas, Marco Luque e o terceiro integrante era o jornalista Rafinha Bastos, porém com um comentário inapropriado que o jornalista fez da cantora Wanessa, ele foi suspenso do programa e definitivamente cortado da equipe. O comediante Marcelo Meirelles substitui Rafinha.

Atualmente os repórteres do CQC fazem um rodízio. A cada segunda-feira há um novo apresentador no lugar que antes pertencia a Bastos. Além deles, o programa tem a participação de Felipe Andreoli, Danilo Gentili, que também sairá do programa ainda este ano, Rafael Cortez, Oscar Filho, Monica Lozzi, e o novo integrante citado, como demonstra a Figura 1.



Figura 1: Equipe do CQC (Fonte: Google, 2012)

Embora o sítio do programa continue inalterado e veicule os nomes dos mesmos apresentadores e repórteres, a troca dos integrantes na bancada e no próprio programa é notada desde o mês de outubro, quando Rafinha Bastos foi afastado.

Apenas três dos integrantes CQC são, de fato, jornalistas: Rafael Cortez, Rafael Bastos e Felipe Andreoli. Marcelo Tas, porém, é o que mais teve vivência na área televisiva

– o que justifica ele ser o principal intermediador do telejornal.

Tas já trabalhou com algo semelhante ao CQC e ficou conhecido justamente por causa do personagem Ernesto Varela, repórter que ironizava personalidades com perguntas desconcertantes – o que é característico do programa CQC. Já os outros integrantes têm uma ligação forte com o teatro, a música e a comédia, sendo que cinco deles, Danilo Gentili, Rafinha Bastos, Marco Luque, Monica Lozzi (formada em Artes Cênicas) e Oscar Filho fazem apresentações de Comédia do gênero *Stand Up*.

A comédia *Stand Up* tem fortes raízes norte-americanas. Teve o seu apogeu no século 19 e está diretamente ligado ao entretenimento das grandes massas. Possui forte tradição circense, pois este tipo de comédia busca ironizar situações do dia-a-dia para atrair o seu público, como os palhaços do circo. O grande diferencial do *Stand Up* em comparação com o circo é que esse não caracteriza o comediante, por isso, alguns chamam esse gênero de ‘comédia de cara limpa’.

Uma das características principais do *Stand Up* é o uso de tiradas rápidas e piadas que geralmente abusam do humor sombrio e sátiras, seja falando sobre política ou assuntos banais como o atendimento de *Call Center* das empresas de telefonia. Tudo pode ser usado para satirizar temas corriqueiros que passam despercebidos, mas que, de alguma forma, incomodam a sociedade.

No Custe o que Custar há uma linha tênue que separa o jornalismo do entretenimento, pois a proposta do programa é fazer jornalismo da forma não tradicional e, assim, chamar a atenção da sociedade e do poder público para os problemas que acontecem no país.

A sátira é um dos elementos principais do CQC, e podemos observar isso em seu símbolo principal, que é uma mosca. Esse símbolo busca demonstrar a todos que os integrantes do programa estarão em todos os lugares, a qualquer hora, para incomodar e bisbilhotar aqueles que, por algum motivo, estiverem na mira da mídia. Essas características podem ser vistas no site do programa, em que uma das descrições dadas por eles é que o CQC faz a cobertura de qualquer assunto e que faz questão de incomodar a todos. “Não importa, onde houver notícia ou fato relevante, o “Custe o que custar” também estará. A mosca do CQC, símbolo mundial do programa, já incomodou muita gente importante. Presidentes, autoridades religiosas, políticos, e artistas em geral estão entre as “vítimas” preferidas (CQC, 2012).

Embora Bucci (2004) tente enquadrar programas do estilo do CQC, ele não se preocupa com isso, pois como cita Gutmann, Santos e Gomes (2008, p. 15) há uma mistura de elementos que perpassa por todo o programa, tanto elementos tradicionais do

telejornalismo, como os de programas humorísticos.

O embaralhamento entre jornalismo e entretenimento ocupa todos os momentos do programa. Por exemplo, há uma bancada, elemento típico da maioria dos telejornais, há apresentadores usando terno e gravata. No entanto, eles usam óculos escuros; no entanto, o fundo do cenário simula o visual dos videocliques da década de 80; no entanto, na abertura do programa, os apresentadores não estão sentados na bancada, mas chegam até ela em meio a um jogo de câmeras que reveza planos e movimentos estranhos ao telejornalismo, de modo acelerado e em diagonal, com cortes enviesados e uma música que em muito se aproxima do gênero rock (guitarra distorcida, base de bateria e baixo em alto volume), além dos sinais sonoros que presentificam uma plateia.

O programa tem duração de duas horas e possui cinco quadros fixos, o Top 5, CQTeste, Grupo Escolar, Identidade Nacional e o Proteste Já – quadro em análise neste trabalho.

O CQC é transmitido ao vivo e propõe fazer um resumo semanal de notícias em que são abordados temas como: “política, atualidades, celebridades, esportes, entre outros, com humor, sátira, ironia, oferecendo uma leitura jornalística e humorística dos acontecimentos” (GUTMANN, SANTOS e GOMES, 2008, p. 6).

O que torna o CQC um programa diferente dos demais é o fato dele brincar com a seriedade dos acontecimentos e os explorar humoristicamente para obter a atenção e o entusiasmo dos telespectadores:

O programa recorre a estratégias humorísticas para construir relatos sobre acontecimentos do campo cultural, econômico, social e, principalmente, político. Entre as principais marcas estão às reportagens performáticas, o jogo de sentidos criado por manipulações videográficas, o modo irônico como discute os fatos cobertos pela grande imprensa, a sátira feita a personalidades públicas e a paródia das produções e processos televisivos, num jogo de permanente intertextualidade (GUTMANN, SANTOS, GOMES, 2008, p. 6).

Nas reportagens os repórteres abusam da sátira, da personificação e da comédia, já que a maioria são, também, comediantes. Dessa forma, como aponta Gutmann, Santos e Gomes (2008, p. 8), em todas “as reportagens, utilizam-se de recursos do entretenimento, seja se fantasiando, como o apresentador Rafinha Bastos faz no quadro ‘Proteste Já’, seja usando o humor”. Para os autores uma das vantagens do CQC é saber aliar jornalismo e entretenimento sem perder a qualidade inerente que se espera de um telejornal.

Esses recursos do entretenimento são aliados pelo CQC aos recursos do jornalismo, participando da construção da informação, e atendendo aos valores inerentes ao jornalismo como instituição social tais como relevância, pertinência,

interesse público, factualidade, responsabilidade social, liberdade de expressão, atualidade, atentos aos deslocamentos e significados que eles adquirem na sociedade atual.

No “Proteste Já” os repórteres tem bastante liberdade de expressão para apurar os fatos como acharem conveniente. Eles personificam as matérias para que elas tenham esse contexto chistoso que o programa CQC gosta de passar para os telespectadores. Neste contexto fica claro que embora tenham o compromisso em relatar fatos de interesse público, de relevância social, eles jamais perdem a piada, como ilustra a Figura 2.



Figura 2: Repórteres do CQC no “Proteste Já” - roupas diferentes para enfatizar fatos (Fonte: Google, 2012)

Na primeira imagem da figura 2 o repórter Oscar Filho se veste com faixas e aparece com algumas ataduras para denunciar e ironizar a falta de passarela em rua movimentada na cidade de Paulínia – o que é perigoso, já que trata-se de uma das ruas mais movimentadas da cidade, situada no o km 121 da Rodovia Professor Zeferino Vaz (SP-332), em frente ao Condomínio Okinawa. Ao se vestir como uma pessoa que está gravemente ferida, o repórter demonstra o quão perigosa é a situação dos pedestres.

Na segunda imagem o repórter Rafinha Bastos se personalizou de detento para demonstrar como a população de Indaiatuba vivia trancada na própria vila onde mora, pois o local não tem espaço para o trânsito de carros, apenas uma pequena rua para as pessoas passarem. Dessa forma o repórter se mune da sátira e dá ironia para chamar a atenção dos governantes daquele município.

Já na terceira imagem Rafinha Bastos usa Cocar e toca tambor para fazer a dança da chuva e trazê-la à região, já que nos bairros de bairros Picerno e Matão, em Sumaré-SP, o abastecimento de água era precário. Não há dúvidas que esses recursos são usados para chamar a atenção tanto das autoridades, quando dos telespectadores.

Em ultima instância, para Gutmann, Santos e Gomes (2008, p. 12) o INFOtenimento aplicado no programa “não é, necessariamente, um elemento desfigurador do jornalismo. No CQC, o entretenimento serve para ressaltar características que certos produtos do

‘jornalismo sério’ deixam passar em branco”:

O Custe o Que Custar consegue aliar jornalismo a humor sem perder de vista premissas e valores que constituem o jornalismo como instituição social - ainda que essas premissas e valores sejam reconfigurados. Encontramos, no CQC, a construção da credibilidade jornalística; o recurso às noções de imparcialidade, objetividade, atualidade, interesse público, responsabilidade social, cão de guarda e furo jornalístico; a independência do campo político e um modo muito interessante de lidar com o campo econômico.

O programa CQC com certeza surgiu na televisão brasileira para se diferenciar dos demais telejornais. Para isso há uma equipe que produz um jornal que mescla humor com informação, com um ar irônico e muito interessado de trazer à tona, de forma bastante peculiar, os problemas do Brasil.

O intuito, como já dito anteriormente, é informar, mas jamais perder a piada. Isso se comprova em um dos quadros mais jornalísticos do programa, o “Proteste Já”, que tem o objetivo de apurar denúncias que, geralmente, são coletadas por intermédio do site do programa e, posteriormente, transformadas em matérias jornalísticas. Ante tal descrição pode-se pensar que o “Proteste Já” é como qualquer outro telejornal investigativo ou de denuncia. Seria, se não fosse pela veia cômica do quadro que visa transformar até os mínimos detalhes em uma grande piada.

Por seguir tais premissas, o tipo de jornalismo que o programa desenvolve é característico do gênero opinativo, já que um dos pontos mais fortes dos repórteres ao desenvolver uma pauta e apurá-la é demonstrar seus posicionamentos diante o fato ao explorá-lo comicamente.

No CQC percebe-se diversos elementos da dramatização que emprestam um caráter humorístico ao programa como, por exemplo, a vestimenta de toda a equipe de repórteres e âncoras. Como o programa faz uma alusão ao filme MIB Homens de Preto do diretor Barry Sonnenfeld lançado em 1997.

Como ilustra a imagem abaixo (Figura 3), o CQC não se assemelha ao filme apenas nas vestes, mas também no lado cômico ao tratar assuntos sérios de uma forma descontraída e leve.



Figura 3: Semelhanças entre MIB Homens de Preto e a equipe CQC (Fonte: Google, 2012)

Na produção em que os “heróis” salvam o planeta de seres extraterrestres é possível notar a semelhança entre as roupas usadas no filme estrelado por Will Smith e Tommy Lee Jones, com a usada pelos integrantes da bancada do CQC. Ambas as roupas são constituídas por ternos pretos com camisas brancas, o que não é de se espantar, já que esta geralmente é uma roupa padrão de um telejornal que segue a linha mais tradicional, porém um dos acessórios que acompanham tanto a roupa dos personagens do filme, quanto da equipe do CQC, são um óculos de sol (lembrando que o telejornal é noturno).

Contudo a intenção, como no filme Homens de Preto, é mostrar a sociedade que há super heróis para salvar a humanidade de seres alienígenas. Essa realidade não se adéqua exatamente ao programa, mas a linha editorial deixa claro que o CQC está no ar para incomodar e ir atrás dos problemas da sociedade para tentar, de alguma forma, solucioná-los, como os heróis do MIB, que são atrapalhados e brincalhões, mas no final, o mocinho prende o bandido.

No CQC, como já citado, o símbolo do programa é uma mosca que sempre está à espreita e em todos os lugares, são inconvenientes e indesejáveis. Em si, a imagem da mosca seria depreciativa, pois é um inseto que frequentemente é visto em lugares sujos, porém, ao mesmo tempo possui um lado cômico ao ser levada para o campo do jornalismo, porque pode denotar a insistência e a bravura para encarar situações difíceis e a falta de repulsa para enfrentar as “sujeiras” políticas.

Neste aspecto a equipe aproveita e usa, de forma parcial, toda a sua perspicácia para fazer uma crítica social arrojada, com muita ironia, sarcasmo e humor – características essas que não são encontradas nos telejornais tradicionais como, por exemplo, o Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão. Para a equipe tudo é possível e nada é proibido, pois eles têm

como respaldo o humor que, por sua vez, tem como característica parodiar e provocar o riso de situações ditas sérias.

O Proteste Já é um quadro jornalístico que se diferencia dos demais e esta é a proposta do CQC: ser diferente e chamar a atenção do público de forma que o telespectador fique desarmado diante da notícia. Ao fazer um jornalismo híbrido e mesclar assuntos de interesse público com humor, os editores do CQC fazem do “Proteste Já” um conteúdo interessante, engraçado e único, já que além de apurar as notícias com muita descontração são utilizados outros recursos para que a crítica e a sátira das situações apresentadas sejam mais evidentes.



Figura 4: Cortes de câmeras, roupas e efeitos visuais fogem do padrão (Fonte: Vídeos do Youtube, 2012)

Tudo no programa é diferente, as roupas usadas, os cortes de câmera, a edição, sonoplastias, efeitos visuais, como se evidencia Figura 4. Porém uma das coisas que mais se diferencia dos demais telejornais é a linguagem. Neste aspecto não só o CQC, como o próprio “Proteste Já” se desprendem totalmente da linguagem formal e apresentam uma fala ao estilo ‘CQC DIANO’ com muita gíria e coloquialismos, sem preocupação em seguir padrões, aliás, a pauta é sair do habitual e sempre tirar proveito das situações.

“Proteste Já”: Quadro Jornalístico ou de Entretenimento?

O “Proteste Já” é o quadro mais jornalístico do programa. O CQC aponta em seu site que o principal objetivo deste quadro é denunciar as irregularidades dos governos ou problemas gerais nas comunidades espalhadas pelo Brasil como: obras públicas não finalizadas ou transporte público precário, ou seja, seu foco é chamar a atenção das autoridades para as dificuldades sofridas pela sociedade e fazer com que através das reportagens os problemas sejam solucionados.

No quadro *Proteste Já*, as constantes referências audiovisuais ao processo de produção da notícia são usadas para dar ênfase ao sentido de “serviço público”, reconhecido como um valor constitutivo do jornalismo. O quadro é composto por reportagens construídas em tom investigativo, pautadas por denúncias (DEUZE, 2008 apud GUTMANN, SANTOS, GOMES, 2008, p. 11).

O “*Proteste Já*” informa, apura notícias e denúncias, coleta informações de fontes, tanto oficiais quanto de pessoas envolvidas nos fatos e estrutura a reportagem com OFF’s, Sonoras e Passagens, como uma reportagem de fato deve ser. No entanto, há muitas dúvidas quanto a considerá-lo jornalístico ou não, devido as características que apresenta.

Segundo o Manual de Telejornalismo da Rede Record de Televisão (2007), que explicita como um telejornal deve ser exposto e como o jornalista tem que se portar e agir diante da tela e da notícia, há diversas regras a seguir. Regras estas que o “*Proteste Já*” burla quase completamente. Em reação à postura e voz que um jornalista deve ter, são levados em conta que deve utilizar-se de tom de voz suave e evitar falar excessivamente. Outra postura observada no manual é o vestuário inadequado:

Conforme o Manual de Telejornalismo da Rede Record de Televisão (2007, p. 62) “o visual precisa ser limpo, nada pode chamar mais atenção do que a notícia”, essas regras são necessárias, pois de acordo com o manual isso ajuda a evitar que o telespectador perca o foco na notícia, porque a “notícia é a estrela”.

Devem ser evitadas listras, bolinhas e demais motivos geométricos. Não são permitidos ombros de fora ou roupas extravagantes, tudo que fuja do padrão pode atrapalhar o entendimento da matéria e levar o telejornal a perder sua credibilidade.

Embora a figurino padrão da equipe do CQC seja o terno preto, com camiseta branca, os repórteres não ficam presos a este visual e sempre ousam na cobertura de suas matérias. Como demonstrado nas decupagens dos quadros, pode-se observar uma constante mudança no figurino, principalmente quando os repórteres fazem a encenação do fato (Figura 5).

Em relação aos parâmetros de qualidade, o manual aponta que o repórter tem que ter uma voz adequada, além de ser um bom comunicador, ter estilo, espontaneidade e criatividade, elementos esses que são inerentes do quadro, já que os repórteres renovam, a cada quadro do “*Proteste Já*” a forma de informar o público.



Figura 5: Figurinos dos repórteres em reportagens (Fonte: Vídeos do Youtube, 2012)

Ainda conforme o manual, a postura corporal indica os gestos faciais e o uso das mãos sempre tem que estar em concordância com o que é falado, sem movimentos exagerados e também não devem ser repetitivos para não poluir a reportagem e confundir o telespectador.

A partir da análise das imagens constantes na Figura 6, pode-se observar que realmente o tipo de jornalismo proposto pela equipe do CQC é diferente do tradicional: eles apontam o dedo, usam roupas extravagantes para chamar a atenção, e a linguagem é não é nada convencional, já que eles usam gírias e expressões faciais exageradas o tempo todo.



Figura 6: Posturas corporais dos integrantes do CQC (Fonte: Vídeos do Youtube, 2012)

Teóricos como Canavilhas (2011) e Aguiar, Lazarine e Afonso (2003) consideram que este tipo de programa não pode ser intitulado jornalístico, pois as notícias têm o dever de ser formativas e informativas. Para eles, quando um programa mescla informações com entretenimento acaba negligenciando a parte formativa e veiculando conteúdos sem credibilidade e fúteis.

Aguiar, Lazarini e Afonso (2003, p. 5) sustentam que “ao tratar as informações como diversão, a TV não somente estaria vinculando conteúdos desnecessários e fúteis, como também limitando o acesso a informações formativas” – o que, segundo eles, é

altamente prejudicial à sociedade e ao próprio jornalismo, que precisa ter como princípios primordiais a credibilidade e responsabilidade para com as informações que são veiculadas.

Ao mesclar humor, ironia e informação, e acoplar isso à estruturação de uma reportagem que combina *OFF's*, *Sonoras*, e *Passagens*, vê-se que, de fato, o “Proteste Já” é munido por todas as máximas de um “bom” jornalismo, embora o faça de uma maneira nada convencional. Apesar da linha editorial ser diferente de telejornais como o Jornal Nacional, que é referência em ‘como se fazer jornalismo’, mesmo assim, o “Proteste Já” pode ser enquadrado como um produto jornalístico, já que faz a junção de informação, apuração, e produção a técnicas usuais neste meio.

Embora eles saiam do senso comum do jornalismo dito padrão, o fazem conscientes, pois tudo o que é falado e mostrado, ao mesmo tempo tem o intuito de provocar o riso e falar descaradamente o que não pode ser falado em jornais tradicionais. Como o “Proteste Já” tem o respaldo do humor, tudo pode ser encarado como uma ‘brincadeira’ séria.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com muita vontade de chamar a atenção daquela parte da sociedade que acha que o entretenimento é uma forma de divertimento e que o valorizam, foi criado o Custe o Que Custar. Deste o ano de 2008, o programa tem chamado muita atenção pelo seu modo nada convencional de fazer jornalismo. Ele conseguiu quebrar paradigmas e agregar humor, entretenimento, informação e até ironia em um mesmo programa.

Como o CQC, o Proteste Já também consegue revolucionar, por ser o quadro mais jornalístico do programa. Ele carrega consigo a responsabilidade de apurar denúncias e cobri-las em busca de uma solução. Embora esta descrição se pareça com a do jornalismo de denúncias e investigativo, é difícil classificar o quadro estudado, pois ele trabalha com instrumentos que fogem do padrão jornalístico.

No quadro há encenação, efeitos visuais e sonoros, expressões corporais e gestos extremados. Em programas policiais tais características seriam facilmente denominadas sensacionalistas, pois no “Proteste Já” tudo é transformado em show: a notícia, o repórter, os entrevistados, tudo é mostrado como um grande espetáculo para que os telespectadores consigam captar o que os repórteres querem passar.

Embora essas características sejam de programas sensacionalistas, ficou demonstrado que isso não se adequa ao “Proteste Já”, que utiliza-se do show para fazer uma crítica social do fato apurado. Ele pretende ser um representante do povo. Povo este que gostaria de falar

tudo o que os repórteres falam, mas não tem essa oportunidade. Este, porém, não é o único motivo que faz com que o programa não seja sensacionalista.

Uma das razões que fazem para que o *Proteste Já* não leve esse rótulo é apurar as notícias e fazer as reportagens usando dois elementos principais, o humor e a ironia. Com o respaldo desses dois itens o programa pode ousar e fazer das suas matérias verdadeiros shows, pois o humor tem essa característica e a ironia trás a oportunidade aos repórteres de agir com criticidade sem tornar as notícias agressivas ou demasiadamente caluniosas.

Ante o exposto, chega-se à conclusão de que não é possível classificar o quadro como sensacionalista, pois além dele não o ser, pode ser caracterizado de outra forma. Sendo ele um produto jornalístico que faz a junção de humor, ironia e entretenimento, ele não pode ser taxado simplesmente como um quadro de INFOtenimento, pois o programa vai além de ligar informação com entretenimento. O que o quadro propõe é despertar nas pessoas uma consciência cívica dos problemas recorrentes do país, além de ajudar a população cobrando uma solução do que é denunciado. Todos do CQC sempre saem do convencional, e assim conseguem chamar a atenção da sociedade para uma reflexão mais arrojada sobre o fato.

Por falta de um gênero ou teoria que conseguisse acoplar todas as características que *Proteste Já* possui, seria relevante levar em consideração a sugestão de se realizar um futuro estudo do que denominou-se *Jornalismo Humorônico*, que, genericamente falando, seria o gênero em que a piada é uma notícia levada a sério.

No “*Proteste Já*” o padrão é sair do padrão, pois seu objetivo é usar elementos como a encenação, efeitos visuais e sonoros e linguagem coloquial para chamar a atenção e informar com inteligência e muito divertimento, já que é isso que a sociedade deseja. Ao mesmo tempo busca despertar a reflexão social através do humor e da ironia.

É usual que o telespectador desligue a televisão por achar que aquela notícia não o interessa, ou é enfadonha, mas o “*Proteste Já*” sempre tem o elemento surpresa que prende o público e o faz ficar a espera de mais uma piada ou de ser atendido o desejo inconsciente que geralmente a sociedade tem de desmascarar algum político. No quadro em questão não há rotina, pois cada fato exige dos repórteres um *insight* diferente e isto o diferencia. Não entrar na rotina nunca. Afinal, no estresse do dia-a-dia, com trabalho, casa, filhos, escola, relacionamentos, quem não quer sair da rotina às vezes? Para isso existe o CQC, em que nada é previsível a não ser o sorriso do telespectador.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Carly Batista de. LAZARINI, Luciana de Sá. AFONSO, Maria Rita. Jornalismo x Entretenimento: uma questão para mídia educação. In: **XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Belo Horizonte – MG, 2003. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP11_aguiar.pdf>. Acesso em: 20 março 2010.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**/ Laurence Bardin; tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. – São Paulo: Edições 70, 2011.

BUCCI, Eugênio, 1958- **Videologias: ensaios sobre televisão** / Eugênio Bucci, Maria Rita Kehl. São Paulo: Boitempo, 2004.

CANAVILHAS, João. **Televisão, O domínio da informação-espetáculo**. Biblioteca on-line de ciências da comunicação, 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/canavilhas-joao-televisao-espectaculo.pdf>> Acesso em: 11 mar. 2010.

DEBORD, Guy, 1931-1994. **A sociedade do espetáculo**/ Guy Debord; tradução Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997. ok

FONSECA JUNIOR, Wilson Corrêa da. Análise do Conteúdo. In: DUARTE, Jorge. BARROS, Antônio (orgs. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**). São Paulo; Ed Atlas, 2005.

GOOGLE. **Ilustrações utilizadas**. Disponível em: <www.google.com.br>. Acesso em: 10 dez. 2011.

GUTMANN, Juliana Freire. SANTOS, Thiago E.F dos. GOMES, Itania Maria Mota. 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, 2008. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/331/286>>. Acesso em: 20 out. 2011.

MANUAL DA TV RECORD DE TELEVISÃO. São Paulo: s. c. p., 2007

RODRIGUES, Rui Martinho. **Pesquisa acadêmica: como facilitar o processo de preparação de suas etapas**/ Rui Martinho Rodrigues. São Paulo: Atlas, 2007.

KRASNIEVICZ, Laura. AITA, Pricila Aparecida. CASSALI, Caroline. Domingo (nada) Legal: mapeamento do sensacionalismo em programas de auditório. **Revista Anagrama – Revista Interdisciplinar da Graduação**. São Paulo, ano 2, ed. 2, 2008/2009. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/anagrama/article/viewFile/6311/5729>>. Acesso em: 09 nov 2011.