

**Da informação ao entretenimento:
a apropriação humorística do jornalismo em *Last Week Tonight with John Oliver*¹⁸**

**From information to entertainment:
the humorist appropriation of journalism in *Last Week Tonight with John Oliver***

Ana Carolina de MELO¹⁹
Karine Moura VIEIRA²⁰

RESUMO

Este artigo é decorrente de uma pesquisa homônima, realizada a partir do Projeto de Iniciação Científica (PIC) da Escola Superior de Propaganda e Marketing, entre 2016 e 2017. Utilizando a Metodologia de Análise em Telejornalismo (GOMES, 2005), o estudo analisou o programa *Last Week Tonight with John Oliver*, identificando aspectos do entretenimento, como piadas e esquetes, e de caráter informativo, como investigações e checagem de fatos.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; humor; infotenimento; narrativa; gêneros.

ABSTRACT

This article is based on an homonymous research which was conducted through Escola Superior de Propaganda e Marketing's Scientific Initiation Project. Using Telejournalism Analysis Methodology (GOMES, 2005), the study analysed the show *Last Week Tonight with John Oliver* and was able to identify some aspects of entertainment, such as jokes and sketches, and of journalism, such as investigations and fact checking.

KEYWORDS: journalism; humour; infotainment; narrative; genres.

1. Introdução

Com início em 2014, *Last Week Tonight with John Oliver* é apresentado semanalmente pelo canal HBO e trata, de maneira satírica, mas aprofundada, de assuntos que estiveram em

¹⁸ A pesquisa que deu origem ao presente artigo foi financiada pela Escola Superior de Propaganda e Marketing Sul (ESPM-Sul), por meio do Projeto de Iniciação Científica (PIC) da instituição, realizado pela autora entre março de 2016 e março de 2017.

¹⁹ Estudante do Curso de Jornalismo da ESPM-Sul, e-mail: acm.anamelo@gmail.com.

²⁰ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da ESPM-Sul (até maio de 2018), e-mail: karinemourav@gmail.com.

pauta na imprensa. A figura do apresentador é central ao programa, e Oliver, com carreira de humorista, utiliza estratégias do entretenimento, incluindo piadas, comparações e esquetes²¹, para tornar a narrativa mais atrativa. Não obstante, o programa ganhou repercussão significativa e foi diversas vezes comparado ao jornalismo devido a seu investimento em checagem de fatos e em investigações próprias, bem como aos temas complexos abordados, incluindo a pena de morte e a espionagem do governo americano.

Dessa forma, a pesquisa de iniciação científica que deu origem a este artigo se dedicou a estudar o programa a fim de responder o seguinte questionamento: Como *Last Week Tonight with John Oliver* se constitui em um espaço transversal de informação e entretenimento, a partir da apropriação de referenciais jornalísticos para a construção de uma narrativa humorística? Definimos como objetivo geral identificar e compreender a apropriação dos referenciais jornalísticos para a constituição da narrativa humorística do programa. Para isso, limitamos, como objetivos específicos, identificar e compreender quais os referenciais jornalísticos apropriados pelo programa; compreender a construção da narrativa humorística a partir da utilização de elementos do jornalismo; e analisar e compreender a construção do programa como um produto televisivo de infotainment.

Nesse artigo, portanto, apresentaremos os principais resultados deste estudo. Começaremos discutindo o campo jornalístico, a fim de compreender de que formas *Last Week Tonight with John Oliver* se apropria de seus elementos e em que aspectos o programa se aproxima ou se diferencia do jornalismo. Para isso, trabalharemos com conceitos de Alsina (2009), Traquina (2005), Reginato (2016) e Charaudeau (2016). Em seguida, abordaremos o humor e o entretenimento, destacando suas características e sua função na sociedade, a partir de Gabler (2000), Minois (2003) e Lipovetsky (2005). Ainda, apresentaremos uma contextualização do programa e de seus segmentos²² e, por fim, a análise de sua narrativa a partir dos operadores da Metodologia de Análise em Telejornalismo (GOMES, 2005).

2. O campo jornalístico

²¹ Cenas de curta duração, em geral cômicas, utilizadas em peças de teatro, filmes, programas de televisão, entre outros.

²² Utiliza-se, aqui, o termo “segmentos” para definir os diferentes quadros do programa, isto é, determinadas seções que mantêm as mesmas características em vários episódios.

A fim de compreender de que maneiras *Last Week Tonight with John Oliver* se aproxima e se distancia do jornalismo, é necessário identificar os principais valores que diferenciam o campo dos demais. Alsina (2009, p. 264) aponta que o jornalismo pode ser comparado às ciências sociais, uma vez que ambos podem ser considerados “intérpretes da realidade social”. No entanto, como salienta Medistch (1997), ele se diferencia, sobretudo, pelo público, pelos critérios de seleção dos assuntos e por reproduzir o conhecimento de outras instituições.

Além disso, o jornalismo também se destaca pelo papel social atribuído à profissão, sendo considerado, segundo Traquina (2005), como um “quarto poder”, que vigiaria os demais. Essa responsabilidade também é apontada por Reginato (2016, p. 214), que identifica doze finalidades do jornalismo, incluindo “informar de modo qualificado”, selecionar o que é relevante” e “defender o cidadão”. Assim, ainda que a autora ressalte que nem sempre os produtos jornalísticos cumpram todas essas finalidades ao mesmo tempo, elas são relevantes para compreender as expectativas que se tem a respeito do campo.

Ainda, outra noção central do campo jornalístico é a objetividade. Sousa (2002) questiona essa ideia ao apontar a subjetividade intrínseca ao relato jornalístico, que se trata de uma das interpretações possíveis. Já Alsina (2009, p. 249), ao retomar Tuchman (1980), acrescenta que os profissionais utilizam algumas estratégias que visam a alcançar uma suposta isenção, incluindo a “apresentação de provas adicionais e posteriores” e o “isolamento da opinião e dos fatos dos comentários”. Contudo, como ressalta Alsina (2009) a noção de objetividade entrou em crise com o chamado novo jornalismo, que ganhou força a partir dos anos 1960, nos Estados Unidos. O novo modelo trouxe reportagens mais literárias e subjetivas e se opôs às regras tradicionais do jornalismo, como o formato do lide, além de apresentar maior envolvimento do jornalista (PICCININ, 2012). Assim, é nesse contexto, de um jornalismo mais subjetivo, que se destaca, também, o infotainment – neologismo que caracteriza produtos que articulam informação e entretenimento.

Ainda que a união desses campos diferentes possa parecer contraditória, ela pode ser útil tanto para agregar mais conteúdo e informação a programas essencialmente de entretenimento quanto para tornar mais atrativos programas focados na informação. Assim, a narrativa diferenciada seria uma solução para dois dos desafios dos gêneros de informação citados por Charaudeau (2006): espetacularização e inteligibilidade. Este se refere ao tratamento das notícias e ao trabalho da encenação verbal, visual e auditiva, que visam a tornar

o conteúdo acessível. Já aquele é o desafio de “trabalhar essas diferentes encenações de tal maneira que, no mínimo, elas suscitem interesse e, na melhor das hipóteses, emoção” (CHARAUDEAU, 2006, p. 213). Assim, para entender como ocorre esse processo, é necessário abordar o humor e o entretenimento.

3. Humor e entretenimento

A função do entretenimento na sociedade pode ser analisada de diferentes formas. Por um lado, uma versão mais crítica, como a de Gabler (2000), pode percebê-lo como alienante; mas, por outro, ele também pode ser entendido a partir das sensações que provoca nos consumidores. Nesse sentido, Gomes (2009, p. 203) cita dois principais usos do entretenimento: como “um valor das sociedades” e como “uma indústria que se dedica à produção de uma mercadoria ao mesmo tempo econômica e simbólica”. Da mesma forma, o humor – que é a principal forma de entretenimento que nos interessa aqui – pode ser pensado como um instrumento de crítica social ou como algo superficial, dependendo da maneira como é usado.

Em relação ao primeiro caso, o humor pode ser comparado ao jornalismo por se tratar de uma interpretação da realidade, ainda que por meio de estratégias e valores diferentes. Assim, vale ressaltar uma diferenciação importante sobre as finalidades dos dois campos, como aponta Reginato (2016). Embora o humor possa ter algumas finalidades em comum com o jornalismo, tais como interpretar e analisar a sociedade, a autora destaca que o compromisso do entretenimento “não é com a informação” (REGINATO, 2016, p. 215). Ademais, como aponta Driessen (2000), o humor também tem um aspecto antropológico, uma vez que utiliza-se, no cômico, a desfamiliarização, com o intuito de gerar um estranhamento no público. Ainda, o jornalismo pode incorporar estratégias de entretenimento para tornar o conteúdo mais atraente, mesmo que seu objetivo principal não seja entreter (REGINATO, 2016).

Por outro lado, em relação ao segundo uso, Lipovetsky (2005) critica o uso do humor na sociedade contemporânea, na qual este não teria mais uma função subversiva e crítica tão forte. O autor denomina essa atualidade de sociedade humorística, marcada pelo hedonismo, de sorte que o humor passa a ter um fim em si mesmo, e o cômico e o cerimonioso se confundem (LIPOVESTSKY, 2005). Além disso, a mídia foi um dos fatores que levaram a essa sociedade, uma vez que, como pontua Gabler (2000), essa indústria, no final do século XX, levou todos os produtos a se transformarem em entretenimento para atrair mais atenção. Atualmente, essa

atmosfera lúdica também pode ser percebida em diferentes meios, dos quais se destaca a televisão, já que o audiovisual permite explorar o caráter sensorial do entretenimento. Assim, é nesse cenário que se insere o objeto de estudo, que apresentaremos a seguir.

4. O programa: *Last Week Tonight with John Oliver*

Last Week Tonight with John Oliver teve início em abril de 2014 e atualmente está na quarta temporada. Com duração de trinta minutos, o programa vai ao ar aos domingos, às 23 horas (horário leste dos Estados Unidos), no canal americano HBO; e, no dia seguinte, alguns segmentos são disponibilizados no canal oficial no YouTube. O mediador é a figura principal do programa e apresenta uma abordagem satírica de assuntos que estiveram em alta durante a semana na imprensa dos Estados Unidos. Por isso, vale ressaltar a carreira de comediante de Oliver, que trabalhou como *stand-up*; como repórter e apresentador convidado de *The Daily Show with John Stewart*; e como ator na série de comédia *Community* (HBO, 2014?).

A partir da análise de nossa pesquisa, identificamos quatro quadros que compõem o programa: segmento principal, entrevista, *web exclusive*²³ e variados – sendo os dois primeiros o foco deste estudo, por mais se aproximarem do jornalismo. O segmento principal, com duração média de dezessete minutos e doze segundos²⁴, é o mais recorrente, tendo se consolidado a partir da segunda temporada. Tanto a duração quanto a abordagem aprofundada, ainda que cômica, são contra intuitivas às convenções prevaletentes da televisão e, mais ainda, do jornalismo (CARR, 2014), reforçando o caráter híbrido do programa – isto é, a presença de elementos de diferentes campos, no caso, jornalismo e entretenimento, em sua narrativa e em seu formato. Além disso, o segmento é apresentado em uma bancada, e o programa utiliza vários dados e entrevistas de noticiários, aspectos que também remetem ao jornalismo.

Entretanto, é nas entrevistas que *Last Week Tonight with John Oliver* tem maior aproximação com o campo, uma vez que elas são um elemento essencial do jornalismo, tanto para apuração quanto como formato próprio. É também a partir delas que o programa traz fontes primárias²⁵, pois, nos demais segmentos, são utilizados apenas trechos de reportagens de telejornais. As entrevistas ocorrem ora no próprio estúdio, ora em um à parte, dependendo do

²³ Episódios veiculados apenas no canal oficial do programa no Youtube.

²⁴ Dados coletados pela autora, referentes às três primeiras temporadas do programa.

²⁵ Isto é, fontes entrevistadas pela própria equipe do programa.

tipo de fonte – este sendo usado para especialistas e autoridades, e aquele, para cidadãos comuns (GOMES, 2005). Assim, as aproximações e os distanciamentos do jornalismo em ambos os formatos foram abordados na análise da pesquisa, que será apresentada em seguida.

5. Metodologia e análise

Para esta análise, optamos pela Metodologia de Análise de Telejornalismo (GOMES, 2005) – própria para a compreensão de produtos híbridos –, que foi desenvolvida pelo Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo, da Universidade Federal da Bahia (UFBA), coordenado pela professora Itania Gomes. Trabalhando com conceitos de estrutura de sentimento, de gêneros jornalísticos e de modos de endereçamento, esse método propõe nove operadores para análise: 1) O mediador; 2) Temática, organização das editorias e proximidade com a audiência; 3) O pacto sobre o papel do jornalismo; 4) O contexto comunicativo; 5) Os recursos técnicos a serviço do jornalismo; 6) Recursos da linguagem televisiva; 7) Formatos de apresentação da notícia; 8) Relação com as fontes de informação; e 9) O texto verbal (GOMES, 2005). Entretanto, optamos por não utilizar os itens 5, 6 e 7, que não se adequam à proposta dessa pesquisa, devido ao formato do objeto de estudo. Ademais, selecionamos quinze episódios como amostra – dez do segmento principal e cinco entrevistas –, contemplando as três primeiras temporadas²⁶ do programa. A escolha foi feita a partir do número de visualizações dos episódios, da relevância do tema abordado e dos elementos de jornalismo utilizados.

Para a análise da primeira temporada, selecionamos os episódios *Death Penalty* (4. mai 2014), *FIFA and the World Cup* (8 jun. 2014) e *Miss America Pageant* (21 set. 2014). Ao decorrer desse primeiro ano do programa, já é possível observar o uso de alguns elementos que, nas temporadas seguintes, se consolidam como características do segmento principal, bem como algumas diferenças, sobretudo no uso do humor. O posicionamento do mediador – o qual Gomes (2005, p. 4) descreve como a “cara” do programa – é um dos aspectos que se mantêm constantes durante as temporadas. Desde o primeiro episódio, Oliver faz comentários com posicionamento claro e é bastante subjetivo. Vale, também, salientar sua encenação, incluindo

²⁶ A primeira temporada foi veiculada de abril a dezembro de 2014; a segunda, de fevereiro a novembro de 2015; e a terceira, de fevereiro a novembro de 2016.

gestos e expressões faciais que contribuem para essa narrativa subjetiva. Mas, apesar do tom humorístico que o mediador adota em vários momentos, sua fisionomia também muda ao abordar um assunto mais sério.

Ainda, outro ponto importante é a construção do pacto sobre o papel no programa, que já pode ser percebida desde o primeiro episódio do segmento principal, sobre a pena de morte, quando Oliver comenta que o programa se dedica a cobrir as maiores notícias da semana. Essa afirmação cria uma expectativa no público sobre o humorístico e se refere, também, a outro operador dos modos de endereçamento, que Gomes (2005, p. 4) denomina “Temática, organização das editorias e proximidade com a audiência”, que se refere à “aposta em certos interesses e competências do telespectador”.

Já na segunda temporada, foi possível perceber um maior investimento tanto na apuração dos dados quanto no aspecto humorístico. Os três episódios analisados – *Tobacco* (15 fev. 2015), *Sex Education* (9 ago. 2015) e *Televangelists* (16 ago. 2015) – mantêm as características do mediador e do texto verbal já observadas na primeira temporada e assemelham-se em alguns outros pontos. Nos três casos, no final do segmento, há o uso de um esquete ou de um vídeo cômico, que retomam elementos que foram introduzidos ao longo da fala de Oliver e reforçam o posicionamento do programa enquanto humorístico.

Em *Tobacco*, após criticar anúncios de cigarros, o apresentador apresenta uma nova mascote criada pelo programa: Jeff, o pulmão doente em um chapéu de caubói. Em *Sex Education*, o episódio termina com um vídeo produzido pela equipe do programa, que imita aqueles exibidos nas escolas em aulas de educação sexual. Já em *Televangelists*, de modo semelhante, é exibido um vídeo que remete aos programas televisivos religiosos, anunciando uma Igreja criada pelo programa, chamada “Our Lady of Perpetual Exemption” (Nossa Senhora da Isenção Perpétua). Nesses casos, apesar do formato cômico, o humor tem como função reforçar os argumentos do segmento principal de maneira mais atrativa. Além disso, o investimento em elementos de entretenimento não diminui o caráter informativo do programa. Pelo contrário, nos três episódios há um trabalho maior de investigação e apuração, trazendo dados levantados pela própria equipe do programa.

Por fim, na terceira temporada, as características se mantêm constantes, porém há uma peculiaridade em relação à temática, por se tratar de ano de eleições presidenciais. O programa exibiu nove episódios sobre esse tema, dos quais selecionamos três para a análise: *Donald*

Trump (28 fev. 2016) – o episódio mais assistido de todos do programa –, *Scandals* (25 set. 2016) e *President Elect Trump* (13 dez. 2016). Porém, além do enfoque das eleições, optamos por analisar, também, o episódio *Journalism* (7 ago. 2016), já que o apresentador discute justamente assuntos pertinentes a essa pesquisa.

Acerca da abordagem das eleições, é importante salientar a transparência no posicionamento do apresentador – prática que, embora já seja utilizada por alguns jornais dos Estados Unidos, como *The New York Times*, vai de encontro à noção tradicional de objetividade que discutimos anteriormente. No episódio *Donald Trump* Oliver, aborda durante todo o segmento, os principais argumentos utilizados para apoiar o então candidato e apresenta informações para contrapô-los, com posicionamento explícito. Já em *Scandals*, a abordagem é diferente – por discutir, além de Trump, a candidata democrata à eleição, Hillary Clinton – e aponta, mais uma vez, para o caráter híbrido do programa. Isto é, por um lado, existe uma preocupação de informar o cidadão, de filtrar as informações importantes em meio a várias notícias falsas e de mostrar “os dois lados”, que são características típicas do jornalismo. Todavia, por outro, o posicionamento explícito contra do apresentador, que se opõe a Donald Trump, vai de encontro à suposta imparcialidade.

Quanto às entrevistas, analisamos duas da primeira, duas da segunda e uma da terceira temporadas: General Keith Alexander (27 abr. 2014), FNU Mohammad (19 out. 2014), Edward Snowden (5 abr. 2015), Bilal Chatman (8 nov. 2015) e Steve Israel (3 abr. 2016). As características percebidas são constantes em todas as temporadas e vão ao encontro do que discutimos sobre o segmento principal, com a ressalva de que, à medida que o programa foi consolidando os aspectos que definiram o segmento principal e ganhando repercussão positiva na mídia, as entrevistas se tornaram menos frequentes. Além disso, é importante apontar que o formato se destaca no programa por ser o único momento em que são utilizadas fontes primárias, o que também é uma aproximação com o jornalismo.

De acordo com a classificação de Gomes (2005), essas fontes podem ser enquadradas em duas categorias: cidadão comum e autoridade ou especialista. Dessa forma, a partir do tipo de entrevistado, Oliver assume um papel diferente. No primeiro caso, o entrevistador colabora bastante com o entrevistado, mantém um tom mais leve e utiliza o humor para criar proximidade. Já no segundo, ele se mostra incisivo, em uma postura próxima da de jornalistas, e utiliza o humor, muitas vezes, para confrontar o entrevistado e reforçar um argumento.

6. Considerações finais

A partir dessa análise, foi possível identificar as características dos modos de endereçamento de *Last Week Tonight with John Oliver* e de que maneiras o programa se aproxima e se afasta do jornalismo. Retomando o trabalho de Reginato (2016), é possível identificar, de alguma forma, todas as finalidades do jornalismo no humorístico. Além disso, ainda que o programa se apoie, frequentemente, em informações levantadas por veículos tradicionais, há, também, um trabalho próprio de investigação e uma preocupação com a checagem de fatos. Contudo, o programa se distancia do jornalismo, sobretudo, nas estratégias de entretenimento, utilizadas para tornar o programa mais atrativo. Porém, se, no início do programa, quando o segmento ainda não estava bem consolidado, o programa focava mais no lado do entretenimento, a relevância, a disseminação e a credibilidade conquistadas no decorrer das temporadas parecem tê-lo levado a colocar a informação em primeiro lugar.

Por fim, vale ressaltar que, por meio da análise de um programa que se apropria do jornalismo, é possível compreender melhor os valores do campo e como eles são desafiados no contexto atual, frente a novas iniciativas híbridas como *Last Week Tonight with John Oliver*, uma tendência na atualidade. Desde a conclusão dessa pesquisa, inclusive, a HBO Brasil lançou uma versão brasileira do programa apresentada pelo comediante e ator Gregório Duvivier, chamada *Greg News*. Dessa forma, estudos futuros podem analisar a aplicação desse formato de articulação entre informação e entretenimento no contexto brasileiro.

REFERÊNCIAS

ALSINA, M. R. **A Construção da Notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009. 351 p.

CARR, D. **John Oliver's Complicated Fun Connects for HBO**. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2014/11/17/business/media/john-olivers-complicated-fun-connects-for-hbo.html>>. Acesso em: 19 out. 2015.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006. 285 p.

DRIESSEN, H. Humor, riso e o campo: reflexões da antropologia. In: BREMMER, J. N.; RODENBURG, H.. **Uma história cultural do humor**. Rio de Janeiro: Record, 2000. 300 p.

GABLER, N. Life: the movie. **How Entertainment Conquered Reality**. New York: Vintage Books, 2000. 303 p.

GOMES, I. M. M. et al. **Modo de Endereçamento no Telejornalismo do Horário Nobre Brasileiro**: o Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28, 2005, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: UERJ, 2005. p. 54-72.

GOMES, Itania Maria Mota. O Infotainment e a Cultura Televisiva. In: FILHO, J. F.. **A TV em transição**: Tendências de programação no Brasil e no mundo. 1 ed. Porto Alegre: Sulina, 2009, v. 1.

HBO. **Last Week Tonight with John Oliver, 2014?** Disponível em: <http://www.hbo.com/last-week-tonight-with-john-oliver/about/index.html>. Acesso em: 15 mar.2016.

JOHN Oliver's **Our Lady of Perpetual Exemption Church**, 2015. Disponível em: <<http://www.ourladyofperpetualexemption.com/>>. Acesso em: 04 dez. 2016

LIPOVETSKY, G. **A era do vazio**: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. São Paulo: Manole, 2005.

MEDITSCH, E. **O jornalismo é uma forma de conhecimento?** Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 1997. Último acesso em: 23 jul. 2016.

MINOIS, G. **História do riso e do escárnio**. São Paulo: UNESP, 2003. 653 p.

PICCININ, F. O (complexo) exercício de narrar e os formatos múltiplos: para pensar a narrativa no contemporâneo. In: PICCININ, F.; SOSTER, D. de A. **Narrativas comunicacionais complexificadas**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2012. p. 245- 268.

REGINATO, G. D. As finalidades do jornalismo: o que dizem veículos, jornalistas e leitores. 2016. 260f. **Tese Doutorado em Comunicação e Informação** – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016.

REZENDE, G. J. de. Gêneros no Telejornalismo. In: MELO, J. M. de. **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010, p. 291-313.

SOUSA, A. de. A retórica da verdade jornalística. In: I Congresso LusoGalego de Estudos Jornalísticos. 2002, Santiago de Compostela. **Anais...** Universidade da Beira Interior: Universidade da Beira Interior, 2002.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**. Porque as notícias são como são. 2 ed. Florianópolis: Insular, 2005. 224 p.

TUCHMAN, Gaye. **Making news**: a study in the construction of reality. New York: Free Press, 1980.