



Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira
de Iniciação Científica em
Comunicação Social*

AS NOTÍCIAS DE UM JEITO QUE VOCÊ NUNCA VIU. UMA ANÁLISE DO FURO MTV¹

LUCIANA ALVES RODAS VERA ²; ITANIA MARIA MOTA GOMES ³

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA (UFBA)

Resumo: Este artigo investiga as tensões que o programa *Furo MTV* gera entre os gêneros do humor e do jornalismo. Para a análise, adotamos os conceitos de modo de endereçamento e gênero televisivo, desenvolvidos na metodologia elaborada pela Professora Itania Gomes. Concluimos que o *Furo MTV* se configura como um produto humorístico que se apropria de elementos do jornalismo para desconstruí-los e assim elaborar seu estilo.

Palavras-Chave: *Furo MTV*; jornalismo; entretenimento; modo de endereçamento; gênero televisivo.

THE NEWS IN A WAY THAT YOU'VE NEVER SEEN. AN ANALYSIS ABOUT THE FURO MTV

Abstract: This article investigates the tensions that the program *Furo MTV* causes between the humoristic genre and the journalistic genre. In order to analyse, we adopt the concepts of mode of addressing and television genre, developed by the Professor Itania Gomes's methodology. We conclude that the *Furo MTV* configures an humoristic program that uses elements of journalism in order to deconstruct them and to create a style.

Keywords: *Furo MTV*; journalism; entertainment; mode of addressing; television genre.

¹ Como a concepção deste artigo teve origem em discussões realizadas durante a disciplina ministrada, no segundo semestre letivo de 2009, na graduação em Comunicação / UFBA, na turma de COM106 – Comunicação e Cultura Contemporâneas, ele teve colaboração de Danielle Villela, Gabriela Teixeira, Guilherme Lopes, Ida Sobral e Maria Paula Almada.

² Luciana Alves Rodas Vera é graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal da Bahia (UFBA) e ex-bolsista de Iniciação Científica do CNPq. E-mail: lu.alvesvera@gmail.com.

³ Itania Maria Mota Gomes é Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA e professorado Departamento de Comunicação na UFBA. E-mail: itania@ufba.br.



Introdução

“*Está começando o Furo MTV, o programa que mostra as notícias que você não viu porque o monólogo do Pedro Bial fez todo mundo dormir*”. Com esta frase, a apresentadora Dani Calabresa iniciou a primeira edição do programa *Furo MTV*, levada ao ar no dia 2 de março de 2009, pela emissora Music Television Brasil (MTV Brasil). Desde a sua estréia, o *Furo MTV* deixa clara a sua proposta de desconstruir o modelo e as normas do jornalismo clássico, através de chamadas como “o programa que vai acabar com a chatice dos telejornais” e “apresentar as notícias do dia de uma maneira que, com certeza, você nunca viu”.

As características do cenário, o posicionamento e o figurino dos apresentadores, bem como os temas tratados, podem até levar a uma primeira impressão de que o *Furo MTV* se trata de um programa telejornalístico. Contudo, no decorrer de sua exibição, ao olharmos para as desconstruções destes aspectos, vemos que o *Furo MTV* nos leva ao posicionamento contrário: ele é um programa de humor que se apropria de elementos do telejornalismo para fazer suas piadas.

É desta discussão que parte a nossa análise do *Furo MTV*. Esta pesquisa estará centrada na observação das tensões que o programa gera entre os gêneros do humor e do jornalismo, tendo como referencial teórico a corrente dos estudos culturais, especificamente a noção de gênero desenvolvida por Barbero (1987). Para esta observação, buscamos identificar pistas da forma como o programa configura uma maneira específica de se relacionar com o seu público. Como metodologia de análise, utilizamos o conceito de modo de endereçamento proposto por Gomes (2007) e seus operadores - *mediador, contexto comunicativo, pactos sobre o papel do jornalismo e organização temática* – através dos quais buscaremos responder nossas questões.

A pesquisa também não pode deixar de considerar o contexto cultural, social e histórico em que o *Furo MTV* é produzido e veiculado. A reflexão sobre o tensionamento dos gêneros é



acentuada em um momento de questionamento nas sociedades contemporâneas do modelo de jornalismo moderno, com seus paradigmas de imparcialidade e objetividade. Neste sentido, assim como o *Furo MTV*, diversos outros programas televisivos têm colocado os gêneros do jornalismo e do humor em diálogo, no Brasil e no exterior.

Fundamentação Teórica

Tomando como base conceitual a concepção de Barbero (1987), consideramos *gênero* como a estratégia de comunicabilidade usada na relação entre os produtos midiáticos e sua audiência, fruto da interseção das quatro categorias que configuram o *mapa noturno*⁴ - lógicas de produção, formatos industriais, competências de recepção e matrizes culturais. Estas últimas seriam o elemento contextualizador de todo o processo, que por sua vez é permeado pelas relações entre comunicação, cultura e política.

Uma abordagem complementar é elaborada por Mittel (2004), para quem o *gênero televisivo* é uma categoria cultural que opera através da relação dos textos com as indústrias midiáticas, com o público, a política, a crítica e o contexto histórico. Desta forma, os gêneros são considerados como processos ativos, capazes de apontar os modos como a mídia colabora e forma a cultura. Além disso, este autor destaca que os gêneros estão em um processo contínuo de formação, sendo categorias em fluxo constante, cuja análise deve ser situada historicamente.

O *gênero televisivo* é caracterizado também por Gomes (2007) como a capacidade de situar a audiência em relação ao programa, em relação aos assuntos tratados e aos modos como o produto televisivo se destina ao seu público. A autora elabora o conceito de *modo de endereçamento*, que “na medida em que diz do modo como um determinado programa se re-

⁴ Em *Dos meios às mediações*, Barbero (1987) propõe o uso, para analisar produtos midiáticos da cultura contemporânea, de um “mapa noturno”: um esquema através do qual é possível observar as relações entre cultura, comunicação e poder existentes no produto midiático na contemporaneidade.



laciona com sua audiência a partir da construção de um estilo” (GOMES, 2007, p. 15) permite ao analista observar como as relações históricas e sociais que definem o gênero se dão em um objeto específico.

De acordo com Morley & Brundson (1978), o conceito de modo de endereçamento pode ser entendido como o conjunto de características e práticas comunicativas presentes na relação entre um programa e sua audiência que identificam e diferenciam o programa do resto de produtos ofertados na grade televisiva. Assim, para Gomes (2007), é através da análise associada entre gênero e modo de endereçamento que é possível entender quais as expectativas dos receptores diante de certos programas e como estes acessam suas matrizes culturais.

Desta forma, para o estudo do modo de endereçamento de programas jornalísticos televisivos, a autora estabelece quatro operadores de análise, que consideram a articulação dos elementos semióticos com elementos discursivos, sociais, ideológicos, culturais e propriamente comunicacionais. Ao observar os operadores – mediador, contexto comunicativo, organização temática e pacto sobre o jornalismo – de forma articulada entre si, o analista é capaz de acessar o modo de endereçamento de um programa específico. Segundo Gomes (2007), os operadores são os “lugares” para onde o analista deve olhar, não o fim último do esforço analítico.

Os *mediadores* correspondem aos apresentadores, comentaristas, repórteres, produtores e editores, ou seja, todos aqueles que produzem o programa. É fundamental para o modo de endereçamento do programa a percepção do vínculo que os mediadores estabelecem com os telespectadores no que diz respeito à sua performance, trajetória no campo jornalístico, à familiaridade, à credibilidade que possuem e carregam para o programa.



O *contexto comunicativo* corresponde ao contexto em que o programa televisivo atua, compreendendo o emissor, o receptor e as circunstâncias espaço-temporais em que o processo comunicativo se dá.

A *organização temática* corresponde à forma como o programa organiza a apresentação de seus temas, representando uma aposta - por parte da emissora e daqueles que constroem o produto televisivo - em determinadas competências e interesses do telespectador.

Sobre o *pacto sobre o papel do jornalismo*, podemos dizer que a relação entre programa e telespectador é regulada por um pacto sobre o papel do jornalismo na sociedade e é a partir dele que o telespectador guiará suas expectativas a respeito do programa. Para sua compreensão, é fundamental a análise de como o programa atualiza valores, normas e convenções que constituem o jornalismo como instituição social.

Portanto, será através da apropriação do conceito de modo de endereçamento e da metodologia elaborada por Gomes (2007) para a análise de programas jornalísticos televisivos que nos será possível interpretar o modo como o *Furo MTV* constrói a sua relação com seus espectadores. Apesar de se tratar de um programa humorístico, de entretenimento, a consideração do operador “*pacto sobre o papel do jornalismo*” é válida, uma vez que o discurso do *Furo MTV* é de desconstrução do modelo de jornalismo moderno. Desta forma, ao ironizar e fazer chacota com suas normas e paradigmas, o *Furo MTV* se propõe a desconstruir o pacto vigente nas sociedades contemporâneas.

Análise

Para analisar o modo como o *Furo MTV* configura uma maneira específica de se relacionar com o seu público, foram selecionadas as dez primeiras edições do programa, entre os



dias 2 e 13 de março de 2009, e quatro edições entre os dias 26 e 30 de outubro⁵. O *Furo MTV* é exibido pela Music Television Brasil (MTV Brasil), de segunda a sexta-feira às 22h15, com reprises diariamente às 14h45 e também aos sábados e domingos. Com duração de 15 minutos, o programa é apresentado pelos atores Dani Calabresa e Bento Ribeiro em um cenário com elementos que remetem à estética de um telejornal.

“Notícias, fatos, amenidades e futilidades, você vê em dez segundos”

A proposta de chacota e desconstrução do modelo tradicional de jornalismo já é evidenciada no próprio nome do programa. A alusão ao furo jornalístico, jargão utilizado para designar a informação publicada em um veículo antes de todos os demais, torna-se um elemento de sátira do *Furo MTV*, uma vez que a proposta do programa não é fornecer informações em primeira mão e sim utilizá-las como ponto de partida para as piadas.

A vinheta de abertura do programa, em formato de animação, também não deixa de fazer referência à disputa dos jornalistas em conseguir de forma mais rápida os melhores fatos e as fontes exclusivas. Assim, a animação desconstrói este modelo de produção da notícia, em um contexto de disseminação cada vez mais rápida de informações, que torna cada vez menor o valor conferido ao furo jornalístico.

O *Furo MTV* não exhibe reportagens, nem tem repórteres apurando e produzindo notícias. Enquanto programa humorístico, o *Furo MTV* se apropria de acontecimentos e fatos do cotidiano para a construção de piadas e formulação de críticas. Assim, na edição do dia 12 de março, a própria apresentadora Dani Calabresa evidencia a proposta do programa: “*A gente tá aqui fazendo comédia*”. O programa começa com um plano geral do estúdio, de forma a mostrar todos os elementos apropriados da estética de um telejornal: o casal de apresentadores aparece sentado em uma bancada, com seus respectivos laptops. Ao fundo, dois televisores de

⁵ Programas disponíveis em <http://mtv.uol.com.br/furo/naintegra> [acessado dia 02/12/2009]



plasma são utilizados para indicar o nome das editorias (como política, economia, internacional, entre outros) nos momentos em que Bento Ribeiro e Dani Calabresa são enquadrados em primeiro plano para apresentar as “notícias”.

Estas características, que a rigor compõem a ambiência de um telejornal, são desconstruídas através de outros aspectos do cenário. Ao contrário das cores sóbrias utilizadas nos estúdios dos programas jornalísticos, a identidade visual do *Furo MTV* é composta por cores quentes e vibrantes, como amarelo, vermelho e laranja. Além disso, o estúdio em que o programa é gravado parece pequeno e é possível perceber que não há grandes investimentos em produção de cenário. Ao contrário de uma bancada metálica em um mezanino acima de uma redação, o que temos no *Furo MTV* é uma simples bancada cinza opaca.

Percebemos, desta forma, que os elementos da estética do subgênero telejornal são apropriados pelo *Furo MTV* no processo de construção do seu próprio estilo. As características típicas de um programa jornalístico televisivo, entretanto, são reconfiguradas em uma ambiência divertida, que remete à estética de animações (desenhos animados) e ao estilo pop do formato de videoclipes. Estes aspectos podem ser observados não apenas no cenário do *Furo MTV*, mas também nas imagens que ilustram as “notícias” apresentadas.

De modo geral, as matérias não têm produção externa, com exceção das reportagens produzidas por Didi Ferreira – com temas de entretenimento e curiosidades, abordados de modo informal. No momento em que Bento Ribeiro ou Dani Calabresa apresentam a notícia, a imagem deles é cortada do vídeo para dar lugar a uma fotomontagem referente ao assunto abordado. Políticos e personalidades citadas aparecem em poses engraçadas, fazendo caretas ou gestos comprometedores, o que potencializa a sátira e a piada. As fotomontagens e infográficos apresentados seguem uma identidade visual simples, com elementos de animação e grafismos.



Com relação ao figurino, os trajes dos apresentadores adotam o estilo dos demais âncoras do telejornalismo, ou seja, terno e gravata para Bento Ribeiro e terninhos e blusas fechadas para Dani Calabresa. Na edição do dia 6 de março, no entanto, os apresentadores debocham do padrão, ao aparecer no estúdio vestidos de maneira formal da cintura para cima e de bermuda, saia curta e chinelo da cintura para baixo. Na ocasião, Bento diz: “*É assim que eu me visto na verdade*” – o que se configura como mais um elemento de chacota e desconstrução.

“As notícias pertinentes faladas de um jeito impertinente”

Outro elemento apropriado do telejornalismo é a escalada, presente na maioria das edições analisadas do *Furo MTV*. Bento Ribeiro e Dani Calabresa se revezam na tela através de uma montagem rápida, em que cada um deles é enquadrado em primeiro plano e anuncia uma notícia de cada vez. A partir da narração de um fato, os apresentadores partem para a crítica e a improvisação flui livremente entre eles.

Durante o período analisado, percebeu-se ainda que a organização temática do *Furo MTV* aposta sempre em um começo de programa similar ao dos telejornais tradicionais: os temas envolvendo política e economia foram sempre os primeiros a terem notícias comentadas. Em seguida, são abordados assuntos envolvendo cotidiano, celebridades e ciência, além do Giro de Notícias, uma espécie de compilação de notas.

Em entrevista a internautas do portal UOL, os apresentadores afirmaram que o roteiro do programa é elaborado com base em uma espécie de reunião de pauta, em que as notícias mais pitorescas e polêmicas são selecionadas dos jornais do dia de acordo com a sua possibilidade em gerar piadas. A apresentação é coloquial e os apresentadores falam sempre de forma bastante expressiva: dão risada, batem palmas, gesticulam e se movimentam muito, sobretudo opinando e fazendo expressões de indignação (principalmente, quando se trata de notícias



sobre política). Obviamente, não encontramos em Bento Ribeiro e Dani Calabresa o olhar de seriedade e compromisso perceptível nos apresentadores de telejornais tradicionais. A relação entre eles é de intimidade, informalidade e brincadeira, não sendo contida, tampouco discreta.

A interação entre Bento Ribeiro e Dani Calabresa é um elemento muito importante na análise do *Furo MTV*. O programa sempre começa com os apresentadores conversando entre si e olhando um para o outro, mostrados em um plano geral que abarca todo o cenário. O diálogo é uma espécie de paródia dos diálogos entre apresentadores de programas jornalísticos. Mas ao contrário do que acontece com os telejornais, o telespectador pode ouvir a conversa de Dani Calabresa e Bento Ribeiro, na maior parte das vezes envolvendo assuntos pessoais ou amenidades. Após um breve diálogo, os dois fingem que se dão conta de que o programa está no ar e começam a escalada, incluindo o telespectador no contexto comunicativo. A estratégia é simular o início de uma apresentação desengonçada de telejornal ou como a própria Dani Calabresa define, “fazer tudo de um jeito que a Fátima Bernardes nunca faria”. As primeiras frases do programa geralmente seguem o mesmo estilo: “*Está começando mais um Furo MTV*”, “*Começou este programa*”, “*Putá que pariu começou*”.

No momento de convocação do espectador, Bento Ribeiro e Dani Calabresa costumam atribuir alguma adjetivação ao *Furo MTV* para potencializar a proposta de sátira e deboche dos telejornais, bem como fazer humor transformando as notícias em idéias absurdas. A linguagem utilizada busca estabelecer uma intimidade com o público, através da inclusão dos telespectadores no contexto comunicativo pelo uso do vocativo “você”. Partindo do pressuposto de que o público acha o jornalismo chato, a alusão é sempre a um “você” que não assiste telejornais, “*jovem alienado*” ou “*alguém que não tem mais o que fazer*”. As frases “*Furo MTV vem com as notícias que você não leu porque ficou no banheiro entrelaçado com revistas picantes*” (04.03.09) e “*O Furo MTV traz as notícias que você não viu de manhã porque acordou à uma da tarde*” (09.03.09) são alguns exemplos de interpelação.



Furo MTV: “O único telejornal escrito por publicitário”

Uma pesquisa geral sobre as trajetórias e o posicionamento dos mediadores nos permite constatar que o *Furo MTV*, claramente, não se encaixa no gênero programa jornalístico televisivo e tampouco no subgênero telejornal, por conta de marcas autorais deixadas no produto televisivo por profissionais com trabalhos voltados para comédia stand-up, publicidade e produção de histórias em quadrinhos e desenhos animados. O *Furo MTV* se identifica muito mais com o gênero televisivo programa de humor que satiriza a estética de um modelo bem acabado de telejornalismo.

Inicialmente, é importante destacar que nenhum dos apresentadores é jornalista. Dani Calabresa⁶ é atriz comediante e passou a ter reconhecimento na televisão depois de participar dos programas *Sem Controle* do SBT e *Pânico na TV* da RedeTV!. Sua carreira na MTV Brasil começou em 2008, quando participou do *Quinta Categoria*, atração de comédia stand-up. Atualmente, além de apresentadora do *Furo MTV*, ela atua no sitcom *Furfles* (também exibido na MTV), e realiza apresentações de stand-up comedy no espetáculo *Comédia Ao Vivo* em São Paulo.

Assim como sua colega, Bento Ribeiro é ator e participou de novelas da Rede Globo de Televisão, como *Páginas da Vida*, *Da Cor do Pecado* e *A Favorita*. Além disso, ele atuou no programa *Faça sua História* e escreveu, dirigiu e atuou na peça teatral *Zapeando*. Atualmente, além do *Furo MTV*, Bento também participa da série de humor *Furfles*, em que atua como comediante stand-up.

Através da observação da performance dos apresentadores e de suas trajetórias, é possível perceber a forte influência da stand-up comedy na linguagem adotada pelo programa. Este gênero teatral se caracteriza pela interpretação humorística de acontecimentos cotidianos

⁶ Dani Calabresa é o nome artístico de Daniella Maria Giusti Barra.

e pela utilização de observações do dia-a-dia para a construção de piadas. É a chamada *comédia de cara limpa*, visto que os atores costumam se apresentar sem a caracterização de um personagem. O gênero tem sido bastante desenvolvido no Brasil, não apenas nos palcos como também na televisão.

Além de Bento Ribeiro e Dani Calabresa, um dos roteiristas do programa, Bruno Motta⁷ é bastante conhecido por seu trabalho com a comédia stand-up, sendo autor dos espetáculos “Nany People salvou meu casamento” e “ImproRiso”. Além disso, o roteirista possui formação em Publicidade e Propaganda, o que pode exercer uma influência nos modos como o *Furo MTV* é construído. Na edição do dia 5 de março, por exemplo, Bento Ribeiro afirma que o *Furo MTV* é “o único telejornal escrito por publicitário” e Dani Calabresa completa “Por isto que é tão curto o programa, publicitário escreve aquelas coisinhas de trinta segundos”. Assim como Bento Ribeiro, Dani Calabresa e Bruno Motta, os outros produtores do programa – o roteirista Álvaro Campos⁸ e a diretora Flávia Boggio⁹ - não são jornalistas.

Desta forma, ao mesmo tempo em que o *Furo MTV* se apresenta sob o discurso do telejornal que irá apresentar as notícias de modo totalmente novo, percebemos que o programa não tem pretensões de ser propriamente jornalístico, não assumindo compromissos com as normas e convenções do jornalismo. Como disse Dani Calabresa, no episódio do dia 26 de outubro, “nós não temos nenhuma responsabilidade sobre este jornal”. O *Furo MTV* não está

⁷ Bruno Motta realizou mostras de seu trabalho como comediante em algumas participações em programas como *Altas Horas*, *Programa do Jô* e *Zorra Total*, exibidos pela Rede Globo, e *Show do Tom*, transmitido pela Rede Record.

⁸ Álvaro Campos é criador da editora Vilania Comics (projeto que tem o objetivo de permitir a publicação de histórias em quadrinhos independentes gratuitamente na Internet), roteirista da websérie *Os Buchas*, exibida no site Canal Oi, e da série de humor *Furfles*, transmitida aos sábados pela MTV.

⁹ Flávia Boggio atua como roteirista e diretora há cerca de nove anos na MTV, período em que foi responsável pela criação, roteiro e direção de diversos programas como o *Tempo MTV* (2000), *Piores Clipes* (2002), *Top Top* (2005). Destaca-se, na trajetória de Flávia o trabalho de criação e roteiro de programas de animações como *A Megaliga de VJ's Paladinos* (2003-2006) e *Fudêncio e seus amigos*, que se encontra em exibição desde 2005. Atualmente, Flávia é roteirista do talk-show misturado com animação, *Infortúnio com Funéria*, em que dubla Funéria, a personagem que conduz as entrevistas.



preocupado com características do jornalismo tais como imediatividade, novidade e revelação pública (FRANCISCATO, 2003) e inclusive zomba delas. Afinal, seus apresentadores brincam, em alguns episódios, de que as notícias do *Furo MTV* podem ser até do ano anterior a depender da vontade do roteirista.

Apesar disso, os internautas se referem constantemente ao *Furo MTV* como um jornal, a exemplo da postagem do internauta Fernando¹⁰, que descreve o programa como “o melhor jornal que tem”. Outros exemplos dessa “confusão” dos telespectadores, dada pelo embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento, podem ser vistos nas perguntas feitas pelos internautas durante um bate-papo com os apresentadores no site do UOL¹¹.

Contextualização

Uma das questões importantes que deve ser observada para entender como é possível a existência do programa *Furo MTV* é o contexto cultural em que ele se encontra inserido. Neste caso, usaremos as noções de Matrizes Culturais e Competências de Recepção propostas por Barbero (1987). Acreditamos que a primeira nos auxiliará a observar quais outros programas na mesma linha do *Furo MTV* já foram realizados (ou quais programas podem ter influenciado a construção do *Furo MTV*), além de nos permitir ver o momento social em que o programa ocorre. Por sua vez, a segunda categoria nos permitirá entender para qual público a MTV está falando e qual é o estilo habitualmente usado pela emissora em seus produtos (ou seja, podemos observar o que o público pode esperar do programa).

Dentro da linha de programas que unem humor e jornalismo, existe nos Estados Unidos desde meados da década de 90 uma série de produtos conhecidos como “Fake News” (notícias falsas) ou “Satire News” (Sátira de Notícias). Trata-se de programas que têm por objeti-

¹⁰ O post está disponível em: <http://mtv.uol.com.br/furo/blog>. Acessado em 18/11/2009, às 14h25.

¹¹ Entrevista disponível em: <http://tc.batepapo.uol.com.br/convidados/arquivo/televisao/ult1760u438.jhtm>



vo fazer humor a partir do formato tradicional de telejornalismo, apresentando os assuntos de maior visibilidade do momento sob um ponto de vista cômico. No ar desde 1996, no canal Comedy Central, famoso por veicular programas de humor ácido e mal-comportado, o programa *The Daily Show* se apresenta como um dos exemplos de maior sucesso neste segmento¹².

Já na televisão brasileira, programas como o *Pânico na TV*, veiculado pela Rede TV! desde 2003, se apropriam de informações veiculadas através de meios jornalísticos para fazer piadas e reafirmar seu estilo próprio¹³. Também aliando humor e jornalismo, mas com uma maior preocupação quanto ao valor jornalístico do programa, aparecem produtos recentes como o *Custe o Que Custar (CQC)*, transmitido pela Rede Bandeirantes desde 2008, que tem como principal característica realizar matérias e entrevistas irreverentes, com senso de humor e engajadas politicamente. Segundo Gomes, Guttman e Ferreira (2008), o *CQC* reconfigura as premissas e valores do jornalismo ao aliá-lo ao humor.

Este questionamento a respeito dos valores do jornalismo parece permear não só as produções midiáticas brasileiras como também diversos setores sociais. Prova é que uma das maiores discussões existentes no ano corrente quanto à profissão de jornalista é a necessidade de diploma específico para exercê-la, principalmente depois de o Supremo Tribunal Federal ter derrubado a obrigatoriedade do diploma¹⁴.

Quanto à importância da MTV na criação e formatação do *Furo MTV*, podemos observar a tradição que a emissora têm de produzir programas com uma identidade bem humorada sempre voltados para o entretenimento. De acordo com Lusvarghi (2002), desde a sua fundação no Brasil, em 1990, a MTV trabalha com um perfil de público formado principalmente por jovens de 15 a 30 anos das classes A, B e C. Em todo o mundo (a MTV tem afilia-

¹² Ver WARNER, J. 2007; BREWER, P.R. e MARQUARDT, E. 2007.

¹³ Para saber mais sobre o programa *Pânico na TV* ver FREIRE, G. 2008.

¹⁴ Ver: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u582417.shtml> [acessado dia 02/12/2009]

das em todos os continentes e está presente em 82 países¹⁵), as mais de 9 mil afiliadas da Rede MTV têm um modo peculiar de produção, caracterizado por uma linguagem irreverente e inovadora, com forte influência do formato de videoclipe em seus programas. No caso brasileiro, a MTV transmite, em sua maioria, produções nacionais ou adaptações de formatos de sucesso em outros países, o que está de acordo com a filosofia adotada pela rede em todo o mundo: “Pense globalmente, atue localmente” (LUSVARGHI, 2002).

Conclusão

Em um momento em que as fronteiras entre os gêneros jornalístico e humorístico parecem difusas, podemos compreender o programa *Furo MTV* como um produto humorístico que se apropria de elementos do jornalismo para desconstruí-los e assim elaborar seu estilo. O objetivo do programa não é informar, como seria cabível caso pertencesse ao jornalismo, mas sim divertir, fazer rir. Cabe lembrar que, de acordo com Barbero (1987) e Mittel (2004), os gêneros não são compartimentos estanques e imutáveis, mas categorias em constante negociação e redefinição.

O embaralhamento das fronteiras entre aquilo que é jornalismo e aquilo que é humor ou entretenimento ocorre em um momento de crise da idéia de jornalismo moderno e de reformulação, por parte da sociedade, dos valores que um produto cultural deve ter para poder ser considerado jornalístico. Desse modo, parece claro que vivemos um momento de reformulação do pacto sobre o papel do jornalismo.

Nesse contexto, o *Furo MTV*, mesmo sem ter a pretensão de ser um programa jornalístico (embora uma parte de seus telespectadores chegue a confundi-lo com um), contribui para o tensionamento do gênero. Isso porque, ao parodiar elementos clássicos do jornalismo mo-

¹⁵ LUSVARGHI, L. 2002

derno, o programa parece querer apontar para a idéia de que o jornalismo pode não ser única fonte de informação útil e confiável válida na sociedade contemporânea.

Referências bibliográficas

- BARBERO, Jesús Martín. "Pistas para entre-ver meios e mediações" in BARBERO, Jesús Martín. **Dos meios às mediações**. Comunicação, Cultura e Hegemonia, 4ª, Rio de Janeiro, ed.UFRJ, 2006, pg. 11-21;
- BREWER, Paul R., MARQUARDT, Emily. "Moch News and Democracy: Analyzing The Daily Show. In: **Atlantic Journal of Communication**, Vol. 15, 2007. [p. 249-267]
- FALCÃO, Márcio. **Supremo derruba exigência do diploma para jornalistas**. Folha de S. Paulo, São Paulo, 2009. [Acessado em 02/12/2009]
- FREIRE, Gabriel Camões. **Marcas do jornalismo no Pânico na TV**. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Jornalismo) - Universidade Federal da Bahia, 2008.
- GOMES, Itania Maria Mota. "Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise" in **Revista e-compos**, edição 8, abril de 2007;
(<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/126/126>)
- GOMES, Itania Maria Mota. **O embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento e a consideração do jornalismo como processo cultural e histórico**. In: DUARTE, Elizabeth Bastos & CASTRO, Maria Lília Dias(Org.). Em torno das Mídias: práticas e ambiências. Porto Alegre: Sulina, 2008, p. 95-112.
- GUTMANN, Juliana. FERREIRA, Thiago Emanuel & GOMES, Itania Maria Mota. "Eles estão à solta, mas nós estamos correndo atrás. Jornalismo e entretenimento no Custe o que Custar", **Revista e-compós**, Vol. 11, nº2 maio-agosto de 2008;
(<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/331/286>)
- LUSVARGHI, Luiza. **A MTV no Brasil: a padronização da cultura na mídia eletrônica mundial**. Dissertação de Mestrado. ECA-USP, São Paulo, 2002.
- MITTELL, Jason. **Genre and Television: from Cop shows to cartoons in American Culture**, New York, routledge, 2004;
- WARNER, Jamie. "Political Culture Jamming: The dissident Humour of The Daily Show With Jon Stewart" in: **Popular Communication Revue**. Lawrence Erlbaum Associates, 2007. [p. 17-36]