

Infotimento e legitimação da opinião: estudo de caso sobre o programa Greg News¹

Leonel Azevedo de AGUIAR²

Júlia CRUZ³

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, PUC-Rio, Rio/RJ

Resumo

Este artigo visa discutir as relações entre jornalismo e infotimento na sociedade contemporânea. A partir de uma pesquisa bibliográfica que descortina uma contradição histórica constitutiva do campo jornalístico na Modernidade – a polaridade entre cumprir uma função educativa ou uma função de entretenimento –, realizamos um estudo de caso sobre um programa televisivo autodenominado “noticioso humorístico” com o objetivo de discutir, a partir de autores dos estudos em jornalismo, a estratégia do infotimento, formato híbrido contemporâneo que funde informação jornalística com entretenimento. O estudo de caso foi centrado no episódio “Refugiados” do programa Greg News, exibido no canal por assinatura HBO Brasil.

Palavras-chave: teorias do jornalismo; jornalismo; infotimento; entretenimento; Greg News.

Introdução

A proposta desse artigo é apresentar um estudo de caso sobre o programa televisivo Greg News, exibido semanalmente no canal por assinatura HBO Brasil, no qual o humorista, ator e então colunista⁴ do jornal Folha de São Paulo, Gregório Duvivier, realiza comentários sobre o noticiário. Ao ser definido por seu apresentador como um programa de “noticiário humorístico”, trafegando entre o informativo e o humorístico, levantamos a hipótese de que as estratégias do infotimento presentes na cultura das mídias podem atuar como um modo de reconfiguração do jornalismo na Contemporaneidade.

Produzido por um canal de televisão com sede nos Estados Unidos – HBO – e de propriedade de um conglomerado de mídia da indústria do entretenimento – WarnerMedia –, o programa Greg News não cultivava a preocupação de se manter dentro

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Diretor do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio, professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação da PUC-Rio, jornalista, e-mail: leonelaguiar@puc-rio.br

³ Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da PUC-Rio, professora do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio, jornalista, e-mail: juliacruz@puc-rio.br

⁴ Gregório Duvivier escreveu no jornal Folha de São Paulo durante cinco anos, até outubro de 2018 como colunista, atuando semanalmente na editoria Colunas de Convidados a partir de outubro de 2013. Ver em <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/gregoriioduvivier/>

dos parâmetros da ética profissional dos jornalistas e não leva em consideração questões éticas vinculadas ao problema⁵ da objetividade jornalística.

Com o *slogan* “Estar bem informado não é coisa do outro mundo”, Greg News é um programa de 25 minutos (em média), exibido semanalmente, toda sexta-feira, no horário noturno, e produzido pelo grupo Porta dos Fundos, notadamente uma equipe composta de especialistas em humor. A forma de contratação do programa é por temporadas anuais, tais como os seriados, o que nos remete novamente ao mundo do entretenimento. Todas as temporadas ficam disponíveis nos canais HBO e Greg News, na plataforma *YouTube*. A cada episódio, um assunto de relevância nacional é o tema central do programa que se aproxima de uma apresentação de análise crítica dos últimos acontecimentos políticos, econômicos e sociais.

O programa estreou em maio 2017, a partir de uma solicitação da emissora, que encomendou uma adaptação do programa original exibido pela HBO nos Estados Unidos, o *Last Week Tonight with John Oliver*, um gênero televisivo classificado como *late-night talk show*, no qual apresentadores – geralmente, comediantes e/ou atores – realizam entrevistas com personalidades. Neste nosso exemplo, entretanto, apenas o humorista entra em cena, que se caracteriza como apresentador de telejornal, bem próximo dos parâmetros dos apresentadores masculinos presentes na bancada dos telejornais atuais, tais como Jornal Nacional, Jornal Hoje e Bom Dia Brasil, da TV Globo, ou Jornal das Dez, da emissora Globonews. O apresentador está sempre elegantemente vestido com terno completo e gravata, além de, na segunda temporada na qual o episódio em estudo foi exibido, com cabelos bem cortados e barba feita. Há um cenário característico de programa telejornalístico sóbrio e uma bancada simples sobre um palco. Apesar do cenário e da narrativa telejornalística, Greg News não deixa de ser um programa humorístico baseado nos moldes de um *talk show* sem entrevistados, mas com uma plateia, que interage às críticas bem-humoradas e as piadas, com as típicas risadas que caracterizam este tipo de programa.

⁵O conceito de objetividade está inserido no processo de consolidação da Modernidade e de seus ideais, não sendo, evidentemente, exclusividade do jornalismo. Nessa perspectiva, o problema da objetividade faz parte da história da epistemologia, aparecendo, primeiro, nas ciências exatas e, depois, aplicado às ciências humanas. No jornalismo, a objetividade está diretamente relacionada com a modernização da imprensa e com a invenção da notícia. Objetividade e notícia encontraram na imprensa norte-americana sua institucionalização paradigmática, influenciando muitas escolas jornalísticas mundo afora. Cf. AGUIAR; NEDER, 2010.

O episódio “Refugiados” do programa Greg News foi escolhido como unidade de análise através da metodologia do estudo de caso com a proposta de discutir teoricamente as relações entre jornalismo e entretenimento na sociedade contemporânea. A metodologia foi escolhida como a mais adequada para este trabalho seguindo Goode e Hatt (*apud* DUARTE, 2011, p. 216), que definem “o estudo de caso como um método para olhar para a realidade social”. Já de acordo com Merriam (*apud* DUARTE, 2011, p. 217), a principal característica dessa metodologia é o “particularismo”, ou seja, “o estudo se centra em uma situação, acontecimento, programa ou fenômeno particular, proporcionando assim uma excelente via de análise prática de problemas da vida real”. Yin (2015) ressalta que essa metodologia pode ajudar a explicar porque uma série de decisões são tomadas, implementadas e com quais resultados. Segundo ele, o “estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo (o “caso”) em profundidade e em seu contexto de mundo real” (YIN, 2015, p. 16). A análise empreendida toma por base, principalmente, as ideias de autores e conceitos advindos da teoria do jornalismo. A proposta é contribuir para o debate sobre a noção de infotainment.

O triunfo do entretenimento

O entretenimento triunfa na mídia contemporânea, com os recursos das imagens evocando um imaginário sensorial impulsionado pela visão. Mesmo nos produtos notadamente jornalísticos, como os noticiários televisivos, em que a informação é a “matéria-prima”, o apelo às sensações ou emoções se mantém altamente valorizado. Nos programas televisivos, a união entre informação e entretenimento – que dá origem ao termo *infotainment* – atende aos interesses comerciais das empresas corporativas de comunicação, pois o *infoteinment* tem a capacidade de capturar interesse do público, conseguindo assim “vender” o produto televisivo a ser consumido.

A cultura da mídia promove espetáculos tecnologicamente ainda mais sofisticados para atender às expectativas do público e aumentar seu poder e lucro. As formas de entretenimento invadem a notícia e a informação, e uma cultura tabloide, do tipo infoentretenimento, se torna cada vez mais popular. Novas multimídias – que sintetizam as formas de rádio, filme, noticiário de TV e entretenimento – e o crescimento repentino do domínio do ciberespaço se tornam espetáculos de tecnocultura, gerando múltiplos sites de informação e entretenimento, ao mesmo tempo em que intensificam a forma-espetáculo da cultura da mídia (KELLNER, 2004, p. 5).

Neste trecho, Kellner traz reflexões importantes sobre mídia e jornalismo. Notícia é a “matéria-prima” de um produto vendável, fabricado dentro de uma linha de produção (pós) industrial inserida em uma economia capitalista e que, portanto, visa ao lucro. Tuchman (1993) nos dá uma clara sinalização de que o processo noticioso é uma rotina de linha de produção. A socióloga descreve como o curto tempo que um profissional no jornalismo diário tem para executar sua tarefa dentro do contexto de uma redação profissional afeta o produto final. Geralmente, o processo de produção da informação jornalística envolve vários jornalistas que desempenham diversas atividades, que vão do repórter ao editor. Essa mesma lógica produtiva se aplica para as diversas mídias jornalísticas, pois em todas há um tempo e espaço determinados para atuar; no fim, o objetivo da corporação midiática é manter um padrão produtivo cujo objetivo é garantir um processo lucrativo.

Otto Groth, em seu clássico livro sobre as características centrais do jornalismo, já alertava para a “racionalização progressiva da vida sociocultural dominada pela concorrência na ordem econômica capitalista” (GROTH, 2011, p. 161) e demonstra como essa racionalização levou os jornais e as revistas a se periodizarem cada vez mais rigorosamente. Evidentemente que há um contexto histórico em que se dá essa transformação do produto noticioso em um produto que ganha um valor agregado dentro dos moldes capitalistas para além do trabalho intelectual oriundo de uma classe de trabalhadores específica. Vale lembrar que com o desenvolvimento da industrialização na Modernidade, os jornais são transformados em produtos comerciais fabricados por empresas capitalistas, nas quais os jornalistas passam a atuar profissionalmente. Ao mesmo tempo, o aperfeiçoamento das instituições democráticas promove o discurso sobre a responsabilidade social dos meios de comunicação de massa e a definição de uma nova ética profissional: o antigo paradigma de que o jornal é um instrumento de luta política e ideológica cede lugar ao paradigma da notícia como informação.

A outra reflexão aborda a questão do *infotainment*, visto por Kellner como cada vez mais presente no cotidiano midiático da sociedade contemporânea. Entretanto, novamente vale recordar o momento da história do jornalismo em que surgiu a *penny press*, jornal tabloide, mais popular e também mais acessível à população, tanto pelo preço barato quanto pela linguagem que já comungava informação e entretenimento. Esse momento da *penny press* pode ser visto como um divisor na história do jornalismo, com

a ruptura do publicismo e a criação de um “novo jornalismo” no século XIX, o jornalismo informativo. A chamada *penny press* acabou contribuindo para consolidar o novo conceito de jornalismo, que separou e valorizou o fato em detrimento da opinião, o que ajudou a efetuar a passagem de um jornalismo de opinião para um jornalismo de informação. Dentro desta nova ótica do *ethos* jornalístico que separa o jornalismo de opinião do jornalismo de informação está um questionamento: discutir qual o problema político em produzir um noticiário que desperte o interesse do leitor e ainda possa entretê-lo. Até que ponto, mesmo o jornalismo classificado como de informação não atua também dentro do campo do entretenimento ao lançar mão de estratégias comunicacionais que servirão como fator de atração do interesse do público, a partir do jocoso e engraçado ou mesmo despertando sensações, como a curiosidade?

Se o fator “entretenimento” é medido como um valor essencial para a construção da notícia e para manter o interesse do público-leitor pela mercadoria “informação”, quais os motivos que levam certos autores a desqualificarem a informação jornalística que tem, como marca, a capacidade de entreter o público? Se o jornalismo que hoje conhecemos, com suas origens no século XIX, apresenta como característica o paradigma do jornal de informação – superando o antigo paradigma do jornal de opinião –, qual o problema político em produzir um noticiário que desperte o interesse do leitor e ainda possa entretê-lo? (AGUIAR, 2008, p. 16).

Ao levar essa discussão para um campo mais amplo que envolve a cultura das mídias na Contemporaneidade, Kellner destaca que a cultura do espetáculo já foi incorporada às formas contemporâneas de entretenimento produzindo novas formas de cultura espetaculares, tais como o ciberespaço, a multimídia e a realidade virtual.

O entretenimento sempre foi o principal campo do espetáculo, mas na atual sociedade do infoentretenimento, entretenimento e espetáculo entraram pelos domínios da economia, política, sociedade e vida cotidiana por meio de formas inovadoras e importantes. A partir da tradição do espetáculo, as formas contemporâneas de entretenimento, desde a televisão até o palco, incorporam a cultura do espetáculo a seus empreendimentos, transformando o filme, a televisão, a música, o drama e outras áreas da cultura, produzindo novas formas de cultura espetaculares tais como o ciberespaço, a multimídia e a realidade virtual (KELLNER, 2004, p. 7).

Diversos estudos sobre *newsmaking* destacam que são várias as influências que recaem sobre o momento em que o jornalista aplica o conceito valor-notícia como quesito

de escolha entre os fatos do dia que merecem tornarem-se produto final da indústria jornalística e que podem potencialmente afetar a questão da objetividade imputada ao exercício da profissão. Cabe ressaltar que, durante o processo produtivo da notícia, os requisitos de relevância agem de forma difusa. Em nossa compreensão, os valores-notícia são as qualidades da construção jornalística dos acontecimentos e funcionam como “óculos” (BOURDIEU, 1997, p. 25) através dos quais os jornalistas operam uma seleção e uma produção discursiva daquilo que é selecionado. Ou seja, são as condições de possibilidades de ver e dizer sobre a realidade social que estão estratificadas na comunidade interpretativa

O estudo de caso

Para este estudo de caso, foi selecionado o episódio “Refugiados”, exibido em 20 de abril de 2018, no canal HBO. Na plataforma *YouTube*, o programa foi visualizado por mais de 360 mil pessoas e curtido por mais de 28 mil pessoas enquanto outras 2,5 mil não gostaram (*dislike*). Para efeito de análise, o conteúdo do programa foi categorizado em quatro tipos de narrativas: narrativas jornalísticas, narrativas humorísticas, narrativas opinativas e narrativas audiovisuais. Para a categorização “informativo” foi destacado todo conteúdo que carrega características comuns ao que é definido como notícia, ou seja, informação veiculada por meio de um texto com estrutura jornalística. Em um texto clássico, Sodré e Ferrari ressaltam que a notícia possui a função essencial de “assinalar os acontecimentos, ou seja, tornar público um fato (que implica em algum gênero de ação), através de uma informação (onde se relata a ação em termos compreensíveis)” (SODRÉ e FERRARI, 1986, p. 17).

Nossa hipótese é de que há um claro uso das narrativas jornalísticas ao longo dos 24 minutos de duração do episódio “Refugiados”. O programa Greg News resgata notícias que foram veiculadas em outros meios de comunicação para exemplificar ou consolidar a opinião defendida pelo programa e seu apresentador. São fragmentos de matérias que comprovam a teoria desenvolvida especificamente em cada programa sobre o tema em questão. Há uma apropriação da narrativa jornalística para embasar e respaldar a narrativa opinativa.

Neste caso, são usados fragmentos de notícias que potencialmente foram absorvidos pelo telespectador, provavelmente sem um compromisso maior com uma perspectiva crítica pelas mais diversas mídias nas quais navega. A forma como é

conduzida a narrativa jornalística em conjunto com a narrativa opinativa levanta outra hipótese: o programa adota uma linha editorial que parte do princípio de que, na Contemporaneidade, o fluxo informativo leva o espectador a não adotar uma postura crítica e a estratégia do infotainment estaria cumprindo a função de resgatar o papel de atuação crítico da mídia na sociedade contemporânea. Conectada 24 horas sete dias por semana por meio de dispositivos eletrônicos, principalmente nas mídias sociais, para os sujeitos da sociedade contemporânea tornou irrelevante saber distinguir o que há de interesse público no fluxo informativo.

Na categoria “conteúdo opinativo”, especificamente para este estudo, observamos que a narrativa empregada pelo programa Greg News transita entre dois estilos jornalísticos, o editorial e o artigo. Há uma demonstração clara de opinião e posicionamento sobre as questões políticas e sociais no roteiro do programa. Uma definição para a narrativa de perspectiva editorial enfatiza ser o lugar no qual se registra o posicionamento da empresa de comunicação ou do periódico.

O editorial expressa o ponto de vista de dos produtores do programa e isto ocorre na narrativa opinativa do programa Greg News. Por outro lado, como o nome do programa se funde com próprio nome do apresentador, toda opinião emitida durante o programa é também atribuída a Gregório Duvivier. Mais uma forma de narrativa que, neste caso, pode se tornar híbrida e próxima a ideia de artigo jornalístico. O apresentador sempre comenta uma notícia a partir de determinada fundamentação, mas sem prescrever uma solução para a questão em pautas.

O programa adota um viés opinativo presente em toda a veiculação, que se fundamenta com as inserções de fragmentos de matérias jornalísticas ou outros tipos de textos informativos. O conteúdo informativo dá suporte ao conteúdo opinativo como ocorre comumente nos textos de editoriais ou artigos opinativos, quer sejam escritos por especialistas ou não. Com a existência de um único personagem em cena, cujas características se assemelham a um apresentador típico de programa jornalístico, dotado de uma imagem de credibilidade e idoneidade, há a impressão para o público de que a opinião é de autoria do ator/comediante em cena, cuja identidade se funde com a do apresentador, consolidando assim como um programa opinativo – não de um coletivo – mas de um indivíduo: o Gregório Duvivier, na figura de apresentador e “dono” do “programa”.

Os conteúdos audiovisuais também entram como categorizações, pois são utilizados como documentação no decorrer da apresentação da notícia central de cada programa, representando como sistemas didáticos. Esses recursos audiovisuais, na maior parte do tempo, são também fragmentos de matérias, reproduzidos dos da mídia jornalística empresarial, e, em alguns casos, são vídeos obtidos via redes sociais.

Análise do episódio

Extraindo o tempo decorrido com as vinhetas e o texto de abertura e o de despedida, além do tempo decorrido com aplausos da plateia, o episódio “Refugiados” do programa Greg News, exibido em 20 de abril de 2018, tem 22 minutos de conteúdo analisado e distribuído entre narrativas jornalísticas, humorísticas, opinativas e audiovisuais/vídeos. Verificou-se que, no caso específico do episódio, coube a disponibilidade de mais tempo às narrativas jornalísticas e humorísticas, quase na mesma medida, e menos tempo foi dispensado às narrativas editoriais e audiovisuais/vídeos, também quase na mesma proporção.

As narrativas jornalísticas ocuparam 6 minutos e 43 segundos do total de 22 minutos estudados. As narrativas humorísticas receberam 6 minutos e 8 segundos. Já para as narrativas opinativas foram destinados 4 minutos e 59 segundos, enquanto que para as narrativas audiovisuais/vídeos, 4 minutos e 10 segundos. Transformando os dados em porcentagem, as narrativas foram divididas na seguinte proporção: jornalísticas (30%), humorísticas (28%), opinativas (23%) e audiovisuais/vídeos (19%).

Ao debruçar sobre uma análise numérica representante do conteúdo veiculado pelo programa percebemos a forte presença do infotimento como questão central do objeto estudado. Dentro dos 19% destinados à apresentação de vídeos, sob um olhar não apenas numérico, mas diante de uma observação do conteúdo oferecido sob o formato de audiovisual, é apresentado ao espectador um *mix* de vídeos humorísticos, em menor proporção, e informativos dentro de uma narrativa considerada jornalística. Sendo assim, teremos 77% do objeto estudado dedicado ao infotimento, a união da informação com o despertar de sensações, que, neste caso, mais expressivamente do humor. É dentro desse viés que o programa se “vende”: o humorístico que é jornalístico.

Há toda uma caracterização jornalística tanto na apropriação da narrativa jornalística quanto da apresentação do programa, que inclui um cenário bem característico de uma bancada de telejornais, com um apresentador vestido a caráter e símbolos como

caneta e papéis, que representariam o *script*, sobre a mesa. Há também recursos utilizados no jornalismo televisivo: os selos e infográficos, artes e animações.

Há uma espécie de apropriação da simbologia que o aproxima de um programa jornalístico, consolidada pela apresentação dos fragmentos de notícias já veiculadas em diversas mídias, além de vídeos também jornalísticos apresentados. Todo este conjunto de narrativas jornalísticas concede ao espectador do programa Greg News uma sensação de que estaria diante de um telejornal dentro de rigorosos moldes jornalísticos. O apresentador parece encenar o conceito de objetividade – este que é instituído a partir da adoção do *lead*, consolidando um novo conceito de jornalismo: de um “jornalismo de opinião” para um “jornalismo de informação”, em que a objetividade passa a ser o fundamento do *ethos* da profissão jornalística.

O roteiro, apesar de ser redigido para um programa humorístico, segue características de um programa jornalístico, especificamente no que Traquina denomina “saber de narração”: conjunto de saberes destacados no exercício da competência jornalística, ou seja, “consiste na capacidade de compilar todas essas informações e empacotá-las numa narrativa noticiosa, em tempo útil e de forma interessante” (TRAQUINA, 2008, p. 41). É dentro desta “fórmula” que o programa apresenta seu conteúdo, enquadrado em um formato jornalístico, unindo entretenimento, informação e opinião.

O saber de narração também implica a capacidade de mobilizar a linguagem jornalística, o chamado jornalês, com suas regras estilísticas, como uma síntese direta e concisa, as palavras concretas, a voz ativa, a descrição detalhada, a precisão do pormenor (TRAQUINA, 2008, p. 43).

Mesmo com todas as características de um noticiário jornalístico, mantém-se muito claro para o espectador que ele está diante de um humorista no comando de um programa televisivo típico do gênero *late-night talk show* satírico. A sátira é a sensação que carrega o espectador e o mantém fiel durante os quase trinta minutos de duração do programa. A dosagem entre as quatro narrativas – informação, humor, opinião e vídeos – , que são entregues ao público em pequenas doses intercaladas, parece ser a captura do desejo do espectador em consumir infotainment. O programa Greg News leva ao consumidor outro elemento que afasta o programa da classificação de objetividade jornalística, atribuída ao jornalista como o elemento da imparcialidade, cuja presença se faz obrigatória como atestado de qualidade do que é resultado da produção intelectual do jornalista no relato da notícia.

Gaye Tuchman (1993) diz que para jornalistas o termo objetividade, que se traduziria pela imparcialidade, funciona no meio profissional como um baluarte. Tuchman elenca quatro procedimentos estratégicos, além da verificação dos fatos, utilizados pelos jornalistas como guardiões da objetividade, que são a apresentação de possibilidades conflituais, os dois lados envolvidos na notícia; a apresentação de provas auxiliares, ou seja, fatos suplementares que corroboram uma afirmação; uso judicioso das aspas, opiniões que estão na fala dos entrevistados e não no texto original do jornalista; a estruturação da informação numa sequência apropriada, com o uso da pirâmide invertida e o *lead*.

Além desses itens, Tuchman (1993) ressalta ainda que, para garantir a objetividade, o jornalista invoca o *news judgement* (perspicácia profissional) como uma capacidade de decidir entre fatos importantes e interessantes para a sociedade sem juízo de valores, certificando assim a qualidade de imparcialidade ao jornalismo. Dentro do contexto de defesa de que o processo produtivo jornalístico atende às regras da imparcialidade, Tuchman (1993) extraiu de um editor a seguinte resposta à sua pergunta sobre a diferença entre “notícia objetiva” e a “notícia de análise”. Esse editor, refletindo os valores da cultura profissional dos jornalistas, garante que uma “a notícia de análise” revela juízo de valor, enquanto a “notícia objetiva” não pode pressupor juízo de valor.

O programa Greg News não é imparcial; ao contrário, o posicionamento político é elemento central e constantemente proferido na ordem subsequente a cada fato apresentado dentro de uma narrativa jornalística. A cada fragmento de notícia, há um comentário que revela explicitamente uma tendência, ou um posicionamento, do apresentador para o fato apresentado. Desta forma, Gregório Duvivier muda de personagem, desencarna o apresentador/narrador e incorpora outro personagem, outro profissional presente nos meios de comunicação, notadamente impressos, antes do “novo jornalismo do século XIX”, cujo conceito foi descrito por Otto Groth (2011). O ator soma, às interpretações de humorista e jornalista/apresentador, o papel de publicista, um contraponto ao técnico-jornalístico, em que o escritor deseja produzir efeitos publicamente, seja provocando diretamente os governantes ou gerando impressões na opinião pública.

O publicista pode ser definido como um escritor que, seja por iniciativa própria, seja a pedidos, mas sempre por causa da sua personalidade intelectual especial, trata das questões relevantes na ordem do dia da

coletividade em uma forma de fato básica, que verifica conexões e consequências, mas em uma descrição tática, isto é, conduzida pela intenção de influenciar intelectualmente em uma determinada direção e, com isso, intervir ativamente no decorrer dos acontecimentos (GROTH, 2011, p. 341).

É por esta perspectiva que parece estar consolidada a linha editorial do programa Greg News que, dentro da concepção de série, com temporadas, cada episódio aborda uma questão relevante à sociedade, seja política, econômica ou social, com narrativas humorísticas, informativas e opinativas. Mas, apesar de ter toda uma caracterização de programa jornalístico, bem próximo do que sugere a simbologia visual de um telejornal, o programa Greg News não apresenta no produto final uma sequência de matérias jornalísticas, elencadas conforme um noticiário televisivo.

A lógica presente na apresentação do programa Greg News é discorrer sobre um tema central e apresentar fragmentos de notícias já veiculadas anteriormente ou outros tipos de informações correlatas resgatadas do passado recente, em torno de um ano antes do programa ser exibido. No episódio analisado, são apresentados dados e informações presentes nos sites oficiais da Agência da ONU para Refugiados (UNHCR/ACNUR), Casa Civil da Presidência da República, Ministério das Relações Exteriores, IBGE, Politize, CUT e PCB. Também foram exibidos vídeos, dados, fragmentos de matérias transmitidos pelos canais de redes sociais *Twitter* e *YouTube* e pelos veículos de comunicação Folha de S. Paulo, O Globo, G1, SBT, NBR, Rede Brasil, Nexo, Carta Capital e *The Washington Post*, além das TV Senado e TV Câmara. O humor intercala essas fatias de informações dadas ao público que referendam o próximo item da camada de recheio: a opinião.

Confiante de que no imaginário social vigora o mito de que as notícias são o “espelho” da realidade – os jornalistas são mediadores que reproduzem os fatos, “guardiões” da imparcialidade dentro de uma consciência ética da atuação profissional (TRAQUINA, 2008, p.163) –, o programa apresenta recortes de matérias já publicadas como uma chancela ao posicionamento social, político ou econômico sobre o tema central apresentado em cada episódio do programa. Em uma estratégia comunicacional de utilizar a credibilidade da informação jornalística, credita a esses recortes noticiosos o lugar da verdade transparente da realidade dentro do mito da imparcialidade.

A objetividade ou, o que se aceita como seu oposto, a parcialidade são conceitos que a maioria dos cidadãos associa ao papel do jornalismo e que são consagrados nas leis que estabelecem as balizas do comportamento dos órgãos de comunicação social, em particular do setor público. Estão presentes, pelo menos de uma forma implícita, se não explicitamente, nos códigos deontológicos dos jornalistas e estão no centro de toda uma mitologia que coloca os jornalistas no papel de “servidor do público” que procura a verdade, no papel de “cão de guarda” que protege os cidadãos contra os abusos do poder, no papel de contrapoder que atua do a quem doer, no papel de “herói” do sistema democrático (TRAQUINA, 2005, p. 162).

Também neste quesito, o programa se apropria do mito jornalístico quando igualmente se coloca na posição “servidor público”, “cão de guarda”, “herói” da população ao defender um posicionamento político diante da câmera, utilizando as próprias ferramentas do jornalismo e as armas, a notícia. Os temas apresentados estão sempre no centro de debates calorosos nacionais e povoam as discussões tanto dos representantes radicais à direita ou à esquerda. Na proposta do programa, os fragmentos noticiosos legitimam e dão credibilidade ao discurso “editorializado” creditado ao apresentador, porque a narrativa, a atuação e o formato do programa conduzem o espectador a coadunar-se com o orador pela opinião exposta. No caso do programa Greg News, há uma explícita tendência a promover uma crítica mais contundente contra os defensores do radicalismo à direita, inclusive citando nomes de alguns expoentes deste segmento e apresentando vídeos com informações que são confrontadas com os fragmentos de notícias apresentados.

A sequência de apresentação das narrativas humorísticas, informativas e opinativas – complementada pela exibição de vídeos, que, por vezes, também são fragmentos de matérias televisivas – parece ter a missão de resgatar na memória do espectador fatos públicos exibidos ou dispostos em canais e redes sociais que, eventualmente, não foram interpretados ou absorvidos do modo como o programa conduz ao longo dos quase trinta minutos de exibição. Há uma intencionalidade presente no resgate dos fatos: embasar, ressaltar, consolidar a opinião assumida pelo programa por meio da identificação do apresentador, tal como seria a função de um publicista.

Considerações finais

O programa Greg News é carregado de premissas básicas contidas nas práticas do jornalismo e também atribuídas à conduta de um profissional do ramo. O modo como Greg News opta por abordar temas atuais, remete o programa à função de mediador social

delegada aos profissionais que exercem o jornalismo. Mas, por outro lado, é clara, na apresentação de Gregório Duvivier, a forma apaixonada e convicta com que o ator, travestido de jornalista e atuando no papel de apresentador, defende uma posição sobre os problemas ou acontecimentos (GROTH, 2011, p. 339), característica atribuídas por Groth ao que seria a essência do *ethos* publicista.

Publicista é o escritor que advoga a propagação de cursos universitários para camadas sociais mais amplas por motivos sociais e culturais, que professa a instauração de teatros populares ou que exige o cultivo fervoroso do drama clássico ou da “modernidade” no repertório dos palcos nacionais ou que toma a palavra para defender argumentos estéticos para um novo rum nas artes plásticas. (...) A única coisa decisiva para o publicista é o fato de que ele escreve publicamente sobre questões públicas, ou seja, que interessam e mobilizam a coletividade (GROTH, 2011, p. 340).

No episódio analisado, há uma dedicação maior de tempo para narrativas que informam e que divertem, ou seja, as notícias e o humor, garantindo que o programa comunga com a fórmula do infotimento, aliando informação e entretenimento, para capturar a atenção do público. Em terceiro lugar no quesito, surge a opinião, pincelada entre um momento de informação e outro de diversão. Cabe lembrar que o tempo dedicado a vídeos também participa da fórmula do infotimento porque, por vezes, o conteúdo é puramente informativo e, em outras, divertido.

É importante observar que o programa, representado pela figura do apresentador, trata das questões da atualidade com uma parcialidade própria da atuação de um publicista. Essa postura parece resgatar a função que cabia ao jornalismo anteriormente à implementação do novo jornalismo no século XIX, com a introdução de novidades na apresentação da notícia, como o *lead* e a técnica narrativa da “pirâmide invertida”.

Gregório Duvivier interpreta, a cada episódio, o papel de jornalista de origem iluminista, o combatente, a serviço do público, característico de um jornalismo menos empresarial e mais politicamente engajado. O personagem de Gregório Duvivier retoma o lugar de fala do jornalista no passado em que o profissional era um instrumento de luta política, autor de textos opinativos; um profissional existente antes do surgimento do uso do *lead* e da narração dos fatos atendendo ao princípio da pirâmide invertida. Essa mudança ocorre no mesmo momento histórico em que foi consolidada a qualificação de informação como mercadoria diante do aperfeiçoamento da industrialização e o estabelecimento de relações trabalhistas para o profissional de jornalismo.

Com os vertiginosos crescimentos dos processos de industrialização e de expansão urbana, os jornais são transformados em produtos comerciais fabricados por empresas capitalistas, nas quais os jornalistas passam a atuar profissionalmente. (...) O jornalista deixa de ser um ativista político, autor de textos opinativos, para se tornar um mediador neutro e imparcial que observa a realidade social e produz um relato com base no método da objetividade, semelhante ao rigor metodológico do Positivismo. Este é o padrão – o modelo norte-americano e inglês de jornalismo informativo, separando as opiniões dos fatos – que, no decorrer do século XX, acaba por se tornar dominante no campo jornalístico das sociedades democráticas (AGUIAR, 2008, p. 18).

O programa Greg News não apresenta sinais de preocupação em oferecer um produto isento dentro do modelo de jornalismo informativo. Pelo contrário. Do jornalismo, o programa se apropria da simbologia característica da profissão jornalismo e de seus dispositivos produtivos, inclusive resgatando produtos já veiculados anteriormente, ou seja, notícias já consolidadas como tal. Para garantir a audiência, o programa recorre à união entre informação e humor, chamado pelo neologismo infotimento, uma velha fórmula já adotada, guardadas as proporções e temas, nos jornais sensacionalistas, que promovem o jornalismo de sensações para entreter e divulgar. O episódio analisado comunga com o fator positivo existente no jornalismo sensacionalista, como uma forma de aproximar leitor e veículo de comunicação para cumprir a função educativa de levar conhecimento ao público. Cabe ressaltar que já se apontou a importância de pensar o sensacionalismo enquanto “positividade, por ser uma forma de conhecimento que toma por base as sensações enquanto uma das condições para o entendimento e a reprodução da experiência imediata” (AGUIAR, 2008, p.17).

Em meio a essa fórmula atraente, que conjuga jornalismo e entretenimento, o programa Greg News “vende” mais do que diversão ou informação. Embrulhado entre um fato e uma risada, ou um vídeo divertido, o programa entrega ao espectador um produto comunicacional precioso neste momento em que a Contemporaneidade experimenta o combate entre os extremos: a opinião com qualidade jornalística.

Referências

AGUIAR, Leonel Azevedo de. Entretenimento: valor-notícia fundamental. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 5, n. 1, p. 13-23, 2008.

_____; NEDER, Vinicius. Objetividade jornalística: a prática profissional como questão política. **Comunicação & Sociedade**, v. 32, n. 54, p. 103-126, 2010.

DUARTE, Marcia. Estudo de caso. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2011.

KELLNER, Douglas. A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo. **Líbero**, v. 6, n. 11, p. 4-15, 2004.

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido**: fundamento da Ciência dos Jornais. Petrópolis: Vozes, 2011.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem**: notas sobre a narrativa Jornalística. São Paulo: Summus, 1986.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**. Porque as notícias são como são? Florianópolis: Insular, 2005.

_____. **Teorias do Jornalismo**. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2008.

TUCHMAN, G. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo**: questões, teorias e "estórias". Lisboa: Vega, 1993. p. 61-73

YIN, Robert K. **Estudo de Caso**: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2015.