

A desconstrução do telejornalismo no programa Furo MTV¹

Leonardo Machado Stürmer²

Daniel Silva Pedroso³

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, UNISINOS, Porto Alegre, RS.

Resumo

O presente artigo se insere nas discussões sobre gêneros televisivos e a compreensão das estratégias comunicacionais utilizadas para a desconstrução do telejornalismo, tendo o programa Furo MTV como objeto de estudo. O trabalho constrói seu referencial teórico amparado na questão dos gêneros no jornalismo e na televisão, abordando as categorias de informação e entretenimento, bem como os conceitos de humor e paródia, apontando alguns programas que aproximaram o telejornalismo do humor. O método que inspira a pesquisa é o estudo de caso, tendo como técnica de trabalho a análise de aspectos tecnodiscursivos que compõem o discurso televisivo com foco no telejornalismo. As considerações finais da pesquisa apontam como os elementos constitutivos do telejornal são apropriados e ressignificados pelo programa a partir do humor e da paródia, dando indícios de hibridização de formatos.

Palavras-chave

Furo MTV; Gêneros televisivos; Jornalismo; Televisão.

1 - Introdução

Mesmo com os avanços da internet e a facilidade de consumir conteúdo gerada pela tecnologia, a televisão continua sendo o principal meio de consumo de informação e entretenimento dos brasileiros, conforme apontou a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015, encomendada pela SECOM (Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República). Os resultados mostraram que 79% da população ainda utiliza a televisão para se informar e 67% como entretenimento. Entretanto, cabe ressaltar que os diferentes conteúdos ofertados pela televisão, tanto pelos canais abertos e gratuitos, quanto pelos canais segmentados e por assinatura, são divididos em diferentes gêneros e formatos que compõem as grades de programação. Gêneros que inicialmente apresentavam limites bem definidos e que, com o tempo, foram se mesclando com outros.

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

² Graduado em jornalismo pela UNISINOS, e-mail: leomsturmer@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UNISINOS, e-mail: pedroso@unisin.br

Acreditamos que esse movimento de reconfiguração problematiza a questão dos gêneros televisivos na atualidade, o que nos solicita uma nova compreensão sobre os programas televisivos. A partir dessa característica contemporânea, é possível entender que as classificações canônicas precisam ser revisadas e ampliadas para dar conta da hibridização dos gêneros e como estes vem se misturando e criando novas formas de expressão. Desta forma, esse trabalho busca construir novos olhares para os produtos da televisão, tentando perceber como os gêneros, aos poucos, foram se mesclando, trazendo novas características para si, criando novos elementos narrativos. Para a compreensão deste assunto, entendemos que se faz necessário dois movimentos: 1) ampliar a discussão sobre a questão de gêneros e formatos com base na revisão de alguns conceitos e 2) debater sobre o humor na televisão brasileira.

2 – Gêneros

Provenientes da literatura, os gêneros podem ser relacionados com origens históricas, começando com as apresentações teatrais da Grécia Antiga, onde eram divididas em “tragédias” e “comédias”, conforme aponta Ana Carolina Temer (2009). Os gêneros, num panorama geral, funcionam como categorias que têm características em comum. Assim, eles são, na verdade, uma classificação abstrata para conseguirmos distinguir recorrências similares que são abrigadas em determinadas nomenclaturas, classificação essa que nos permite compreender melhor como o discurso se organiza dentro de determinado meio, além de facilitar a identificação de características comuns entre eles.

Os gêneros também acabam estabelecendo o contrato e o vínculo com o telespectador, fazendo com que ele saiba identificar o tipo de produto que está consumindo. Yvana Fachine (2013) explica que, no meio televisual, os gêneros são como as categorias que irão nortear a indústria audiovisual com o público, onde se decide o que será transmitido na televisão e o controle institucional da programação. Assim, a autora entende que os gêneros televisivos buscam organizar o consumo da programação, reduzindo-os à categorias de classificação, onde o público será identificado para a venda do conteúdo. Já Elizabeth Duarte (2007), de outra forma, entende gêneros como o tipo de realidade que o telespectador irá construir a partir do produto consumido e, também, com o que o consumidor estará esperando a partir da proposta do produto.

Dito de outro modo, a noção de gênero, em televisão, deve ser compreendida (...) como um feixe de traços de conteúdo da comunicação televisiva que só se atualiza e realiza quando sobre ele se projeta uma forma de conteúdo e de expressão – representada pela articulação entre subgêneros e formatos, esses, sim, procedimentos de construção discursiva que obedecem a uma série de regras de seleção e combinação, (DUARTE, 2007, p. 16).

Nos telejornais, por exemplo, o público consegue identificar o conteúdo pelo horário de televisão, devido às mudanças da estrutura narrativa, sendo geralmente mais sérios nas edições noturnas, com as notícias que são evitadas nos jornais matinais, que tendem a ser mais leves, com mais notícias sobre serviços que informam o público antes de sair de casa.

Os programas de televisão, dentro da grade de programação das emissoras, são alguns exemplos que ajudam na construção de um gênero. Aronchi de Souza (2004) cita que “quando falamos sobre a idéia de gênero, assumimos que as categorias realmente existem e sabemos o que são elas” (2004, p. 50). Para Souza (2004), os elementos da indústria cultural, como a padronização de conceitos e elementos identificáveis, são importantes na classificação de gêneros, como no caso de telejornais, onde a bancada é um elemento que os telespectadores identificam como sendo de um programa de caráter jornalístico.

Dentro de uma grade de programação, então, os gêneros acabam tendo peculiaridades e características em comum, o que vai ajudar o público a entender o que está consumindo. Ou seja, os gêneros possibilitam a identificação de regularidades dentro dos programas, que podem ser evidenciados tanto em elementos visuais quanto nos elementos discursivos. No caso desta pesquisa, do ponto de vista do telejornalismo, nos chama atenção um conjunto de regularidades que nos permitem reconhecer o telejornal enquanto tal, são elas: a) a performance de apresentação; b) a edição e enquadramento; c) os elementos visuais; e d) o espelho do programa. Essas regularidades que caracterizam o gênero funcionaram mais adiante como nossas categorias de análise.

3 – Humor na televisão

Quando chegou ao Brasil por meio de Assis Chateaubriand, dono da TV Tupi e Emissoras Associadas, a televisão importou diversos modelos do que era feito no rádio, como os telejornais, que inicialmente contavam apenas com a notícia lida pelo apresentador, mas que, com o avanço da tecnologia, possibilitou a inserção de imagens

combinadas ao texto. Assim como os produtos jornalísticos, os programas humorísticos também estão presentes nas emissoras brasileiras desde o início e sofreram o mesmo processo, vindo do rádio e dependendo do avanço da tecnologia para conseguir provocar mudanças significativas em seu formato. Os humorísticos, por serem caracterizados como programas de entretenimento, são descritos por Arthur Rocha (2015) como uma forma de acordo e demonstração do senso crítico por parte dos produtores de conteúdo e do público que tem capacidade de interpretá-lo e consumi-lo. O autor explica que

Rimos do que nos parece ridículo, do que é irreverente, inusitado, do grotesco, do esdrúxulo. O senso de humor é uma característica humana construída individualmente ao longo da vida, através da percepção e conhecimento de mundo, a partir das experiências e das referências culturais e cognitivas. (ROCHA, 2015, p. 3-4)

Dentro do humor, temos a forma de humor paródia, que é explicada por Maria Cristina Brandão (2010) como um texto transformado ironicamente a fim de trazer um efeito cômico. Na televisão brasileira, os programas humorísticos – especialmente as paródias – podem ser destacadas nos trabalhos do Núcleo Guel Arraes, surgido no ano de 1981 na TV Globo. Este núcleo importou do cinema e da antropologia elementos que ajudaram a criar novas linguagens para o meio, utilizando as novas tecnologias e criando uma nova forma de construção de programas de televisão.

O diretor Guel Arraes tem sua história ligada ao cinema e à televisão. Destacou-se especificamente no meio televisivo e continua a se destacar pelos trabalhos desenvolvidos dentro do gênero humorístico, principalmente por trabalhos que se diferenciam, que buscam conceitos como inovação, arte e criatividade no mundo televisual. Alguns falam até que ele traz para a TV uma linguagem pertencente mais ao cinema e à literatura [...]. (SAMPAIO, Leonardo Oliveira de 2006, p. 43)

Segundo Fachine (2003), Guel Arraes tinha duas características recorrentes em sua participação dentro da emissora: o primeiro era “o apelo à paródia dos produtos e processos de produção da própria TV, num exercício profundo e permanente de metalinguagem” (2003, p. 4) e o segundo era “a preocupação em explorar a função cultural da televisão, sem perder de vista sua profícua intertextualidade com outros meios (cinema, teatro, literatura, artes performáticas)” (2003, p. 4). Assim, Guel Arraes trabalhava de forma independente com a televisão, fazendo programas que utilizavam outros elementos da própria televisão, fazendo uma “crítica aos meios e modos”, conforme destaca Fachine (2003).

Ele foi responsável por trazer programas humorísticos que falavam da linguagem televisiva e da própria emissora dentro de seus quadros, especialmente quando se tratando de telejornalismo. Dentro dos programas de humor desenvolvidos pelo núcleo, nos chama a atenção estes esquetes que parodiavam o telejornalismo. No caso do programa “TV Pirata”, que ficou no ar na TV Globo entre 1988 até 1992, havia o quadro “Plantão Farmácia Central”, que enfatizava características e gestos comuns do jornalismo, como a seriedade dos repórteres. Além deste quadro, também havia o “Casal Telejornal”, em 1988, que mostrava Regina Casé e Luiz Fernando Guimarães como um casal de jornalistas apresentando as notícias da cozinha de seu apartamento. João Batista Cardoso (2008) comenta sobre o quadro utilizando o Dicionário da Rede Globo (2003 *apud* Cardoso, 2008) e diz que:

“tudo fazia lembrar um noticiário normal: enquadramento, o cenário, a roupa e a postura dos dois âncoras (Regina Casé e Luís Fernando Guimarães), mas quando a câmera abria um pouco, era possível perceber que os dois apresentadores não estavam num estúdio, e sim em lugar insólito, como a cozinha de sua própria casa (DICIONÁRIO DA TV GLOBO, 2003, *apud* CARDOSO, 2008, p. 13)

Outro programa foi o “Casseta & Planeta, Urgente!”, que ficou no ar entre 1992 e 2010, e brincava com o gênero já no lema, que era “Jornalismo mentira, humorismo verdade”, fazendo, assim, diversos quadros paródias com o telejornalismo. Um destaque para o programa foi por ter levado os atores às ruas para entrevistar pessoas comuns sobre assuntos abordados no contexto dos episódios.

Fora da Rede Globo e das criações de Guel Arraes, programas de outras emissoras também podem ser destacados por parodiarem às formas de jornalismo. Pânico na TV estreou na RedeTV em 2003 e, assim como os primeiros humorísticos da televisão brasileira, foi importado do rádio, dez anos após a sua estreia radiofônica. A autora Lorenza Mariano Cabral (2014) define o Pânico na TV como um programa “descompromissado, em que predominava o humor ácido, escrachado, com ironias e sarcasmos nas participações dos ouvintes por telefone ou com celebridades no estúdio” (2014, p.8).

Assim, a discussão sobre o humor na televisão brasileira se torna um ponto de destaque na construção de novos formatos e na desconstrução do telejornalismo. Os programas e quadros como os citados acima, onde o jornalismo vira subsídio para o humor, acabam sendo de suma importância para compreensão das características de um telejornal e como este gênero é construído, levando em conta que a paródia, devido ao

seu estilo, destaca alguns pontos fortes que, normalmente, podem passar em branco por quem assiste aos telejornais.

4 - O Furo MTV enquanto objeto de pesquisa

Com uma proposta de televisão destinada ao público jovem, a emissora MTV surgiu originalmente nos Estados Unidos em 1981, focada em uma programação musical. No Brasil, este canal segmentado chegou através da Editora Abril no ano de 1990, seguindo originalmente os moldes da emissora americana. Devido ao público do país ser diferente, aconteceu o que já vinha acontecendo com as demais MTVs ao redor do mundo, e a programação foi se moldando conforme o que o brasileiro gostava. Aos poucos, o canal começou a investir mais em programas de entretenimento, muitos deles ainda assim ligados à música, e, por meados de 2008, os programas de teor humorístico tomaram de vez conta da casa brasileira.

Com o surgimento destes programas dentro do canal, surgiu a oportunidade da criação do Furo MTV, telejornal destinado ao humor, que ficou no ar de 2009 a 2013, quando a emissora fechou suas portas como sendo da Editora Abril. A apresentação ficava a cargo de Dani Calabresa, formada em Comunicação Social com âmbito em publicidade pela Belas Artes e por Bento Ribeiro, filho do escritor João Ubaldo Ribeiro, formado ator pela Casa de Arte das Laranjeiras, do Rio de Janeiro. Desde o início, o programa já começou sendo sucesso de audiência da emissora, o que fez com que o seu tempo de duração dobrasse no segundo ano, passando, assim, a ter 30 minutos e a ser exibido no horário nobre das 22 horas.

Enquanto objeto de pesquisa o Furo MTV ganha relevo a partir da sua estrutura e organização de seus elementos discursivos, inspirados no gênero telejornalístico. Nesse processo é possível perceber as estratégias de desconstrução do modelo do telejornalismo. Os dois primeiros blocos sempre eram os de maior duração dentro do programa. O primeiro bloco, com duração aproximada de nove minutos, sempre iniciava com o “Top 5”, sendo seguido da escalada de quatro ou cinco chamadas de matérias presentes naquela edição. Na sequência, era exibida a vinheta de abertura do programa que, ao retornar, contava com os apresentadores conversando antes de dar “boa noite” aos telespectadores, momento este que era seguido do anúncio de uma editoria e da apresentação das notícias relacionadas. Neste bloco, apenas duas editorias

eram apresentadas, cada uma com uma matéria, que era chamada pelos apresentadores em meio a piadas e esquetes. Ao final do bloco, era exibido o quadro “Giro Brasil”.

No segundo bloco, também com duração aproximada de nove minutos, a estrutura seguia praticamente igual ao bloco anterior, o diferencial ficava por conta do quadro “Aspas do Dia”, exibido na abertura. Após o quadro, eram apresentados assuntos referentes a outras duas editorias, como no bloco anterior. Ao final do segundo bloco, o quadro “Giro Mundo” era exibido, como no bloco inicial. No terceiro e último bloco, a volta do intervalo seguia igual, com conversa entre os apresentadores, que precedia o quadro “Você Não Pode Dormir Sem Saber”. Em seguida, próximo a finalização do programa do dia, o quadro “Furo do Dia” era exibido, seguido pelo “Pensamento do Dia”, que finalizava todos os programas antes dos créditos subirem.

5 - Processos Metodológicos

O método utilizado para este trabalho foi o estudo de caso, que nos permite conhecer os objetos e fenômenos que nos cercam, nos convidando a entender as suas estruturas, regularidades e modos de funcionamento, conforme explicado por Yin (2001). Aliado a isso, foi aplicada a ferramenta de análise tecnodiscursiva dos aspectos que compõe o programa numa articulação de texto e imagem. Apresenta-se, como objetivo geral, compreender as estratégias que o programa utiliza para a desconstrução do gênero telejornalístico. Nossos objetivos específicos têm o desafio de descrever e analisar as marcas destas estratégias de comunicação.

Durante a decupagem minuciosa dos quatro programas que fizeram parte do corpus de pesquisa, emergiram quatro categorias de análise. Essas categorias são elementos constitutivos do gênero do telejornalismo e nos chamaram atenção na estrutura do Furo MTV, pela sua recorrência. Como comentado anteriormente, são eles: a) a performance de apresentação, b) a edição e enquadramento, c) os elementos visuais e d) os espelhos do programa. É justamente nestes elementos que percebemos, a desconstrução do gênero telejornalístico, que é operado com base no humor e, em especial, na paródia, mesclando formatos oriundos de operações que são características tanto da categoria de informação quanto do entretenimento.

a) Performance de apresentação: Na categoria de apresentação, pode-se destacar a interação entre os apresentadores, sempre de forma muito bem-humorada e debochada, com conversas informais, numa forma de deboche às conversas de

telejornais, além de gestos, toques, muitas vezes se levantando e até utilizando objetos cênicos em alguns momentos do programa, indo ao oposto da seriedade que geralmente é apresentada nos telejornais noturnos. O tom de apresentação dentro dos telejornais, segundo Duarte (2007), é o que reproduz os “efeitos de sentido de verdade, confiabilidade, credibilidade ao que está sendo noticiado” (2007, p. 46). A autora afirma que, além da seriedade, outros tons complementares acabam sendo agregados, como a formalidade, contração e profundidade. Esquetes com fundos em *chroma key* também podem ser destacadas, visto que os apresentadores faziam atuações humorísticas relacionadas com a notícia dada anteriormente. Alguns dos esquetes em *chroma key* eram simulações de correspondentes ao vivo que, na verdade, eram os próprios apresentadores fantasiados.



Figura 1 - Apresentadores andando pelo estúdio. Captura de tela, MTV/Abril, 2012.

b) Edição e enquadramento: A edição do programa era bastante padronizada em questão de enquadramentos de câmera, aproximação dos planos e inserções de imagens e das notas cobertas. Foi justamente nesse elemento que percebemos marcas estéticas que aproximam o Furo MTV dos telejornais sérios. Quando os apresentadores davam as notícias, a câmera alternava mostrando os dois ou enquadrando apenas o que estava falando, característica fundamental do telejornalismo, como é possível identificar nas figuras abaixo.



Figura 2 – Enquadramentos do programa. Captura de tela, MTV/Abril, 2012.

A câmera também aparecia em movimentação no início e no final de cada bloco, quando se aproximava ou afastava dos apresentadores e da bancada, como ocorre nos demais telejornais, geralmente ao final do programa. Ao serem inseridas imagens para cobrir as notas, elas sempre surgiam pelo lado direito da tela e saíam pelo lado esquerdo, com um fundo personalizado com o mesmo padrão das vinhetas e elementos visuais do programa. Percebemos que, do ponto de vista da estratégia de edição e dos movimentos de câmera, o Furo se assemelha muito aos demais telejornais.

c) Elementos visuais: O cenário, geradores de caracteres e vinhetas do programa são elementos que fazem parte da estrutura visual do programa, ocorrendo em todos os episódios com certa regularidade dentro da estrutura do programa, que contava com o mesmo estilo de elementos gráficos. Aqui encontramos também marcas das estratégias de desconstrução do gênero telejornalístico, uma vez que tanto as cores quentes quanto as vinhetas animadas e o próprio cenário são elementos carregados de humor que parodiam a estrutura narrativa clássica dos telejornais.

O cenário do programa era laranja ao fundo, com um “furo” no meio, fazendo referência ao nome do programa e ao “furo jornalístico”. As cores utilizadas eram laranjas fortes e azuis escuros, o que vai de contraste a demais telejornais noturnos, como o Jornal da Band, que utiliza das cores escuras para dar seriedade ao programa. Assim, o cenário do Furo MTV acaba utilizando uma cor complementar à dos demais telejornais, visto que, em um círculo de cores, o azul e o laranja seriam opostos, trazendo diferentes sensações

Os geradores de caracteres do programa utilizavam cores azul e vermelha, com as letras brancas, na aparição do nome dos apresentadores e em branco e azul, com as letras pretas, ao aparecerem durante as notícias. Em relação aos demais telejornais, as cores utilizadas pelo Furo MTV eram parecidas, trazendo cores simples, sem chamar tanta atenção, mas com tons mais claros.

Outro elemento visual são as vinhetas do programa, que seguiam todas um mesmo padrão gráfico, o mesmo presente no logotipo do programa, o que, de certa forma, se assemelha ao que é utilizado por telejornais, como é o caso do Jornal Hoje, que tem vinhetas em quadros e séries de reportagem. Entretanto, o que se pode observar nas imagens abaixo é que o conteúdo expresso nestes elementos parodia as vinhetas dos telejornais adicionando humor e, desta forma, acabam brincando com o padrão mais sério apresentado na grande maioria dos telejornais.



Figura 3 – Cenário do programa. Captura de tela, MTV/Abril, 2012.

d) Espelho do programa: O conteúdo do programa e como ele estava estruturado dentro de blocos e quadros é outra característica fundamental. Quando começavam um novo bloco de notícias, os apresentadores diziam a qual editoria ela pertencia, o que nos fez perceber que a estratégia se assemelhava muito a estrutura dos telejornais clássicos com a divisão dos blocos, a escalada, os “a seguirem”, tudo reprisando elementos que são constitutivos do gênero do telejornal.

Entretanto, a desconstrução e a hibridização dos formatos se estabelecia justamente no conteúdo que parodiava as abordagens clássicas dos telejornais. O próprio nome dos quadros é uma marca disso, como é o caso do quadro “Você Não Pode Dormir Sem Saber”, onde eram lidas as manchetes sobre o dia a dia de pessoas públicas e celebridades. Outro quadro que segue nesta linha são as “Aspas do Dia”, com frases que famosos haviam dito, na mesma linha seguem os quadros “Pensamento do Dia”, que finalizava o programa, e o clássico “Furo do Dia”, que era, dentro do programa, a melhor matéria, ou a mais esdrúxula, muitas vezes.



Figura 4 – Vinhetas dos quadros do programa. Captura de tela, MTV/Abril, 2012.

A partir da análise dos elementos acima referidos, pudemos perceber as formas de desconstrução do gênero telejornalístico. O Furo MTV constrói as suas estratégias comunicativas ao adicionar elementos de humor e paródia aos aspectos narrativos que são constitutivos do gênero telejornal. Esse movimento leva em conta a performance da apresentação, a edição e os enquadramentos, os elementos visuais e o espelho do programa. Elementos que nos serviram como categorias de análise e que se mostram profícuas uma vez que nos ajudaram a chegar aos nossos objetivos de compreensão, descrição e análise do programa da MTV.

Essas dimensões formais, que nos permitem compreender um produto audiovisual como sendo um telejornal e que são atreladas às formas de apresentação da notícia, são componentes que estruturam o gênero e, por essa razão, foram apropriadas pelo programa que, ao reinterpreta-las a partir do humor e da paródia, chamando atenção para as características que desconstróem o modelo clássico do telejornal, ressignificam seu sentido e se aproximam, desta forma, aos gêneros das categorias do entretenimento.

Considerações finais

No cenário da televisão brasileira, considerada como o principal veículo de entretenimento e informação do brasileiro, o Furo MTV acaba trazendo uma questão importante, que é nos permitir pensar sobre o formato que o telejornalismo vem sendo feito há anos, praticamente desde que a televisão veio para o Brasil. Ao trazer a bancada e a estrutura de um telejornal e dar características humorísticas em sua estrutura, mudando características específicas do telejornalismo, o programa mostra que estamos acostumados com o mesmo formato quase imutável do telejornal e que muitas vezes é necessária uma quebra na estrutura do que estamos acostumados, podendo ser feita na mistura de gêneros, como no caso do programa, para evitar a saturação do que já conhecemos e criar novos formatos, cada vez mais necessários nesta época que nos encontramos, onde as mídias tradicionais e as novas disputam a atenção do público.

Nos dias atuais, onde o jornalismo e as pessoas vêm migrando cada vez mais para a internet e para seus dispositivos móveis, é necessário pensar nessas novas formas de apresentação dos produtos audiovisuais. A televisão, como foi dito anteriormente, é ainda um dos principais meios de entretenimento e informação da população, mas

claramente a internet vem crescendo. Mesmo que uma não substitua a outra, acreditamos que ambas irão conversar e se misturar cada dia mais. Esse processo, com certeza, trará impacto tanto para a televisão quanto para a internet, na forma como produzem e ofertam conteúdo para seus públicos, sejam eles da categoria informação ou entretenimento. Nesse sentido, a experiência da televisão na geração de conteúdo audiovisual será o elemento de partida para os desafios que a internet tem pela frente, principalmente no que tange a formatos interativos.

Referências bibliográficas

- BRANDÃO, Maria Cristina. **O discurso de efeito cômico que zomba da telenovela.** In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010, 16 p. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1124-1.pdf>>. Acesso em: 02 set. 2016.
- CABRAL, Lorenza Mariano de Oliveira. **O Limite do Humor Televisivo na atualidade e seu Contexto Histórico.** In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, 37., 2014, 14p. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-2119-1.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2016.
- CARDOSO, João Batista. Humorísticos da TV brasileira: a trajetória do riso. **Revista Lumina**, Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF, Juiz de Fora, nº 2, 2008, 16 p. Disponível em <<https://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/166>>. Acesso em: 09 ago. 2016.
- DUARTE, Elizabeth Bastos. **Televisão: entre gêneros, formatos e tons.** In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007, 14 p. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0399-1.pdf>>. Acesso em: 09 ago. 2016.
- DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de (Org.). **Comunicação audiovisual: gêneros e formatos.** Porto Alegre: Sulina, 2007. 203 p.
- FECHINE, Yvana. **Televisão, digitalização e produção de conteúdos: a importância dos gêneros.** In: SEIXAS, Lia; PINHEIRO, Najara Ferrari (Orgs). **Gêneros - um diálogo entre Comunicação e Linguística.** Florianópolis: Editora Insular, 2013, 328 p.
- FECHINE, Yvana. **Televisão e experimentalismo: o Núcleo Guel Arraes como paradigma.** In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, 26., 2003, 18p. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP07_fechine.pdf>. Acesso em: 09 ago. 2016.
- GRUPO ABRIL. **Furo MTV.** [ENEM]. São Paulo: MTV, 05/11/2012. Programa humorístico.
- GRUPO ABRIL. **Furo MTV.** [Músicas que Obama ouviu]. São Paulo: MTV, 07/11/2012. Programa humorístico.

GRUPO ABRIL. **Furo MTV**. [Piores aberturas de telenovelas]. São Paulo: MTV, 08/11/2012. Programa humorístico.

GRUPO ABRIL. **Furo MTV**. [Senhoras de Idade]. São Paulo: MTV, 06/11/2012. Programa humorístico.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **IBGE**: Brasil, 2013. Disponível em: <<http://teen.ibge.gov.br/noticias-teen/8311-televisao.html>>. Acesso em: 10 out. 2016.

ROCHA, Arthur de Oliveira. **A construção da comicidade e a prática humorística no site Sensacionalista**. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, 38., 2015, 15 p. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0650-1.pdf>>. Acesso em: 09 ago. 2016.

SAMPAIO, Leonardo Oliveira de. **Casseta & Planeta Urgente!**: do pastiche à carnavalização da televisão. 2006, 102 p., Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo. Disponível em: <<http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/2601>>. Acesso em: 22 set. 2016.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA (SECOM). **SECOM**: Brasil, 2015. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 29 set. 2016.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004. 196 p.

TEMER, Ana Carolina. Gêneros e Gêneros: apontamentos teóricos sobre o conceito e sua aplicação no jornalismo feminino. **Comunicação & Sociedade**, v. 30, p. 177-200, 2009. Disponível em <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/859>>. Acesso em: 09 ago. 2016.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2 ed. São Paulo, 2001, 164 p.