

Humor e Jornalismo nas entrevistas de *Last Week Tonight with John Oliver*¹

Ana Carolina de MELO²

Karine Moura VIEIRA³

Escola Superior de Propaganda e Marketing, Porto Alegre, RS

RESUMO

O artigo tem como objetivo apresentar os modos de endereçamento nas entrevistas do humorístico norte-americano *Last Week Tonight with John Oliver*. A análise de uma amostra de cinco entrevistas das três primeiras temporadas do programa foi feita a partir dos operadores da Metodologia de Análise de Telejornalismo, apoiada pela revisão bibliográfica de conceitos sobre o campo jornalístico, sobre o humor e sobre o infotimento. Dessa forma, foi possível observar a articulação de recursos do humor, a fim de gerar proximidade com o entrevistado e de facilitar o entendimento do público, em um formato essencial do jornalismo, resultando em um produto híbrido de informação e entretenimento.

PALAVRAS-CHAVE: entrevista; jornalismo; humor; infotimento.

INTRODUÇÃO

Last Week Tonight with John Oliver é um humorístico americano exibido pela HBO que, semanalmente, discute de maneira cômica um assunto que esteve em pauta na mídia. Apresentado pelo comediante John Oliver, ele teve início em 2014 e, atualmente, está na quarta temporada. O programa ganhou repercussão por sua abordagem diferenciada, que articula elementos do jornalismo e do humor em uma abordagem humorística, aprofundada e híbrida. O programa conta com diferentes quadros, dos quais se destacam, no que tange a aproximação com o jornalismo, o que denominamos segmento principal e a entrevista. Esta última é o tema deste artigo, pois se trata de um formato essencial ao jornalismo, do qual *Last Week Tonight with John Oliver* se apropria em uma narrativa cômica.

Assim, a fim de analisar o formato, discutiremos, primeiramente, como os campos do jornalismo e do humor, aparentemente contraditórios, podem ser articulados em um produto de infotimento. Abordaremos valores e princípios do *ethos* jornalístico (TRAQUINA, 2005), (TRAQUINA, 2008), o conceito de verdade (ALSINA, 2009), as finalidades da profissão (REGINATO, 2016), a função social e

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

² Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da ESPM-Sul, email: acm.anamelo@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da ESPM-Sul, email: karinemourav@gmail.com.

crítica do humor (ALBERTI, 2002), (DRIESSEN, 2000), (POLK; YOUNG; HOLBERT, 2009), (POSSENTI, 2010) e suas características (BERGSON, 1940), além de noções sobre o entretenimento (GABLER, 1998) e de que maneira informação e entretenimento se articulam para formar produtos híbridos (GOMES, 2009). Em seguida, trataremos da entrevista como formato jornalístico, incluindo seus conceitos e tipos (CHARAUDEAU, 2006), (MORIN, 1973), (REZENDE, 2010), (VOGEL, 2012) e problematizando a questão da objetividade e da subjetividade nela (ARFUCH, 1995). Apresentaremos, ainda, o programa, seu histórico, seus quadros e suas características, a fim de contextualizar o objeto de estudo. Por fim, analisaremos o formato da entrevista em *Last Week Tonight with John Oliver* a partir dos operadores da Metodologia de Análise em Telejornalismo (2005), utilizando cinco episódios, que contemplam as três temporadas já concluídas, como amostra.

JORNALISMO, HUMOR E INFOTENIMENTO

Para compreender a articulação entre jornalismo e humor em *Last Week Tonight with John Oliver*, é necessário, primeiramente, discutir o que diferencia e assemelha os dois campos. Oliveira (2007), ao retomar a filosofia de Platão, relaciona essa diferença à dualidade entre o sério e o não-sério – este se referindo ao diferente, incompleto, ambíguo e emotivo, e aquele, à razão, à objetividade e à literalidade.

Em relação ao campo jornalístico, a objetividade é, de fato, um dos valores fundamentais (TRAQUINA, 2008). Uma abordagem mais maniqueísta poderia afirmar que o jornalismo visa à objetividade em detrimento da subjetividade – uma primazia de fatos, não de opiniões. Contudo, como apontou Sousa (2002), sabe-se que os fatos transmitidos no jornalismo passam pela interpretação dos jornalistas, de sorte que seu relato não se trata de uma “verdade” objetiva, que reflete a realidade ou os fatos, mas sim, de uma interpretação dentre outras possíveis. Não obstante, os jornalistas recorrem a algumas estratégias para garantir a suposta objetividade, como apresentar claramente fontes, provas e dados, usar aspas e isolar opiniões dos fatos (ALSINA, 2009, p. 249). Para Traquina, essas estratégias são úteis como guias, pois “forçado pela exigência de rapidez, o jornalista precisa de métodos que possam ser aplicados fácil e rapidamente” (2005, p. 141). Todavia, Alsina (2009, p. 250) argumenta que elas “reforçam erradamente a convicção de que os ‘fatos falam por si mesmos’”, quando, na verdade, seriam uma forma de defesa do jornalismo, fingindo isenção.

Além disso, outro aspecto importante do campo é a noção do jornalismo como “Quarto Poder” ou “cão de guarda”, isto é, defendendo o cidadão e vigiando outros poderes (TRAQUINA, 2005). Mais do que na literatura, percebe-se essa noção do campo, também, em filmes sobre o jornalismo, como o recente *Spotlight: Segredos Revelados*, vencedor do Oscar 2016 na categoria de melhor filme. Nesse sentido, Reginato (2016) identifica, a partir da análise das percepções de veículos, jornalistas e leitores, doze finalidades do jornalismo:

a) informar de modo qualificado; b) investigar; c) verificar a veracidade das informações; d) interpretar e analisar a realidade; e) fazer a mediação entre os fatos e o leitor; f) selecionar o que é relevante; g) registrar a história e construir memória; h) ajudar a entender o mundo contemporâneo; i) integrar e mobilizar as pessoas; j) defender o cidadão; k) fiscalizar o poder e fortalecer a democracia; l) esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade. (REGINATO, 2016, p. 214)

Embora a autora ressalte que nem sempre os produtos jornalísticos cumpram todas essas finalidades ao mesmo tempo, elas são importantes, pois ajudam a compreender as expectativas que se tem a respeito do campo.

Discutimos, até aqui, a concepção que se tem acerca do jornalismo, relacionada ao “sério” na dualidade apontada por Oliveira (2007). Para entender o outro lado, é necessário discutir, agora, os conceitos e as funções do humor. A fim de compreender sua relevância social, é necessário, primeiramente entender o que caracteriza o risível.

Henri Bergson (1940) ressalta três características essenciais do riso: é algo próprio do ser humano, é acompanhado de insensibilidade e existe a partir de relações com outras pessoas. Ou seja, o cômico tem um papel muito importante por abordar justamente a humanidade, incluindo as culturas de cada sociedade, seus modos de pensar e suas relações de poder. Por meio de uma linguagem leve e descontraída, ele pode ser utilizado como uma ferramenta da crítica e de reflexão, ou uma “psicanálise social”, como coloca Minois (2003, p. 623). Para isso, é necessária a insensibilidade que Bergson (1940, p. 3) destaca, pois, como coloca o autor: “o maior inimigo do riso é a emoção”. Utiliza-se, portanto, a desfamiliarização e o rompimento do senso comum a fim de gerar um estranhamento no público, estratégia que, como aponta Henk Driessen (2000), remete ao campo antropológico.

Essa estratégia permite ao humor a função de crítica social que mencionamos anteriormente. Para Alberti (2002, p. 12), “o riso e o cômico são literalmente

indispensáveis para o conhecimento do mundo e para a apreensão da realidade plena”. Isso pode ser explicado porque, como ressalta Possenti (2010), o humor remete frequentemente a acontecimentos – conceito que resgata de Foucault – de diferentes tipos e durações, como um fato do dia, uma campanha eleitoral, um governo, ou mesmo algo atemporal, como aspectos da sexualidade ou de alguma profissão. Ele é usado, portanto, como uma ferramenta de persuasão, tornando a história e quem a conta mais atrativos e os argumentos, mais eficientes (POLK; YOUNG; HOLBERT, 2009). Dessa forma, ao fazê-lo, o humor, como narrativa, cria uma realidade própria, passível de distorções. Driessen (2000, p, 257) ressalta que enquanto piadas étnicas, por exemplo, podem ter pouca semelhança com a realidade, muitas piadas políticas “estão firmemente arraigadas na realidade social e política das sociedades envolvidas”. Ou seja, a partir de uma abordagem cômica, é possível questionar e criticar problemas da sociedade, como questões políticas.

Nesse sentido, é possível considerar que algumas das finalidades do jornalismo apontadas por Reginato (2016) se coincidem entre os dois campos. Nos dois casos, ainda que a partir de estratégias e de valores diferentes, existe uma interpretação da realidade, ajudando o público a compreender o mundo. Contudo, a autora salienta que o compromisso do entretenimento “não é com a informação” (REGINATO, 2016, p. 25) e que, ainda que o jornalismo possa incorporar algumas elementos de outros campos a fim de tornar o conteúdo mais atraente, “isso não significa que o propósito do jornalismo seja entreter e ‘fazer o público dar risada’” (REGINATO, 2016, p. 216).

Assim, é dessa forma que surge o infotainment, neologismo que se refere à articulação entre informação e entretenimento. Gomes (2009) explica o fenômeno

pelos grandes mudanças ocorridas no sistema global de comunicação, devido a dois fatores articulados: a consolidação do neoliberalismo como opção política hegemônica no final do século XX, o que teve como uma de suas consequências a desregulamentação dos sistemas nacionais de comunicação, e a acentuada ampliação das possibilidades tecnológicas de produção, distribuição e consumo da cultura midiática. Estes dois fatores, conjugados, formam o cenário que denominamos como globalização da cultura midiática. (GOMES, 2009, p. 198)

De forma semelhante ao que a autora discute, Gabler (1998, p. 96) ressalta que, no final do século XX, a mídia transformou todo seu conteúdo em entretenimento, forçando os produtos seguintes a se aproximarem do entretenimento para chamar atenção dessa indústria. Embora isso possa, em alguns casos, tornar os produtos mais

superficiais, há também um lado positivo. Informação e entretenimento podem se articular fortalecendo suas similaridades, isto é, as funções sociais que podem ter em comum, e compensando suas diferenças. Enquanto elementos do entretenimento podem tornar o conteúdo jornalístico mais atrativo, alguns valores e recursos do jornalismo podem acrescentar informação a produtos essencialmente humorísticos.

Até aqui, abordamos os campos do jornalismo e do humor e como ambos podem se juntar em produtos de infotainment. Em seguida, vamos discutir de que forma essa articulação se dá em entrevistas e, para tal, o que caracteriza o formato.

ENTREVISTA

Mais do que uma ferramenta essencial para a apuração de informações, a entrevista tem um papel de destaque no jornalismo como formato próprio. No entanto, ela é, também, utilizada em outros campos de conhecimento, incluindo psicologia e ciências sociais. Dessa forma, ainda que todas as áreas compartilhem alguns pontos em comum, a entrevista jornalística se destaca porque, além do entrevistador e do entrevistado, tem uma terceira parte a ser considerada: o público.

Charaudeau (2006, p. 214) explica que a entrevista jornalística se diferencia pelo contrato midiático existente entre entrevistador, entrevistado e público, referindo-se ao último como o “terceiro-ausente”. Assim, há uma preocupação dos dois primeiros não só um com o outro, mas também com quem está assistindo, em uma relação que Vogel (2012) compara com a chamada quebra de quarta parede no teatro. Para a autora, porém, a entrevista vai além: “É lançar a cena no imaginário social, com sua gama infinita de apropriações e ressignificações” (VOGEL, 2012, p. 110). Retomando Magaldi (1991), ela compara o entrevistado a um ator, mas cujo papel é de si mesmo, produzindo uma “ficcionalização do eu” (VOGEL, 2012, p. 111). Ou seja, considerando a participação da audiência, tanto entrevistador quanto entrevistado desempenham determinados papéis, conforme o propósito da entrevista, colocando-se em diferentes status (CHARAUDEAU, 2006).

Nesse sentido, acerca do entrevistado, Arfuch (1995) destaca que seu papel é ora relacionado a seu fazer, ora a seu ser. O fazer se refere, por exemplo, a uma profissão, como no caso dos especialistas, que são convidados para discutir determinado assunto justamente por seu trabalho. Já o ser se refere a algo inerente ao indivíduo, de sorte que ele é convidado a falar sobre si mesmo e sua experiência como membro de um grupo

específico. Por sua vez, supõe-se do entrevistador um papel de questionador, com o objetivo de “procurar fazer falar seu convidado para revelar uma verdade oculta” (CHARAUDEAU, 2006, p. 214). As estratégias que usa para tal, porém, variam a partir dos diferentes tipos de entrevistados, os quais abordaremos a seguir.

Rezende (2010), ao retomar Jaspers (1998), cita dois tipos de entrevista – factual e empática – cujos propósitos, respectivamente, são “comprovar a veracidade do relato jornalístico” e “revelar aspectos da personalidade do entrevistado” (REZENDE, 2010, p. 292). Já na classificação de Charaudeau (2006, p. 215-216), elas são divididas em cinco tipos, considerando o papel do entrevistado e do entrevistador: política, de especialista, de testemunho, cultural e de estrelas.

É importante destacar que, apesar dos diferentes papéis que podem ser desempenhados, as entrevistas são marcadas por uma expressão de emoções do entrevistado ainda que, como destaca Alonso (1998), possam ser fingidas. Assim, percebe-se que a subjetividade é uma característica importante desse formato, já que se busca, justamente, uma contribuição individual ao relato jornalístico. Entretanto, Arfuch (1995, p. 24) salienta que essa subjetividade contribui para a credibilidade do relato, por meio de estratégias típicas da ficção, de maneira que “su ‘objetividad’ puede derivar curiosamente de la puesta en escena, a veces exarcebada, de la subjetividad⁴”.

Além disso, vale ressaltar o diferencial da entrevista televisiva, permitido pelo audiovisual, que é a transmissão além do conteúdo verbal (REZENDE, 2010). Pode-se perceber expressões faciais, corporais, figurino e entonações, que reforçam os “papéis” do entrevistado e do entrevistador. Além disso, Morin (1973) salienta que no rádio e na televisão os próprios entrevistadores podem se destacar na entrevista mais do que os convidados. Esse fenômeno é bastante recorrente nos Estados Unidos, com os *talk shows*, e, como destaca o autor, requer do entrevistador uma grande capacidade de provocar simpatia, ao mesmo tempo, no público e no entrevistado.

Ainda, outra particularidade da entrevista televisiva, bem como da radiofônica, é o problema da credibilidade, destacado por Charaudeau (2006). O autor salienta a previsibilidade das perguntas e respostas no subgênero político, que torna a entrevista menos credível. Ele destaca, também, que, as entrevistas de testemunho são “mais pretextos do que prova” (CHARAUDEAU, 2006, p. 217), ou seja, as fontes e as respostas são escolhidas a partir do interesse do entrevistador. Outra dificuldade

⁴ Sua objetividade pode derivar, curiosamente, da encenação, às vezes exacerbada, da subjetividade.” (Tradução nossa)

apontada por Charaudeau é a de explicar fenômenos complexos neste meio já que, por um lado, entrevistas breves costumam ser demasiado superficiais, enquanto, por outro, trechos longos dispersam mais facilmente o interesse do público.

O PROGRAMA

O humorístico americano *Last Week Tonight with John Oliver*, objeto de estudo desta pesquisa, é um programa exibido pelo canal de televisão HBO às 23 horas (horário leste dos Estados Unidos) aos domingos. No Brasil, o programa vai ao ar às 19 horas (horário de Brasília) no canal HBO Plus. A primeira edição foi exibida no dia 27 de abril de 2014, e, atualmente, o programa já teve 89 episódios, tendo concluído sua terceira temporada. Apresentado pelo comediante John Oliver, o programa tem duração de trinta minutos e apresenta um olhar satírico das notícias, da política e dos eventos da semana. (HBO⁵)

Sobre o apresentador, é importante salientar a origem de John Oliver na própria mídia, mesmo que como comediante. Charaudeau (2006), ao abordar os gêneros de informação midiática, ressalta a importância da instância enunciativa do autor, ou seja, sua origem na própria mídia ou fora dela. Essa origem, segundo ele, “é marcada pela maneira pela qual é identificado o autor do texto (escrito ou oral) e pelo lugar da mídia onde está inserido” (CHARAUDEAU, 2006, p. 206-207). Assim, John Oliver iniciou sua carreira como comediante de *stand-up* político no Reino Unido, com aparições na televisão. Em 2007, ele escreveu e estreou a série *John Oliver’s Stand Up Show* por quatro temporadas. Ainda, Oliver se juntou à equipe do *talk show The Daily Show with John Stewart* como correspondente em 2006 e, em 2013, apresentou o programa como convidado. Ele fez trabalho como repórter no programa, fazendo entrevistas na rua com tom satírico, semelhantes às de quadros do programa brasileiro *Custe o Que Custar* (CQC). Ademais, ele teve também um papel recorrente na série de comédia *Community*. (HBO⁶)

O programa ganhou forte repercussão na mídia devido a seu aspecto híbrido, o qual discutiremos mais detalhadamente na análise a seguir. Esse caráter é reforçado ao se analisar as premiações que o programa recebeu. Enquanto o *The Writers Guild Awards* e o *Producers’ Guild Awards* reconheceram o programa como comédia ou

⁵ Disponível em: <http://www.hbo.com/last-week-tonight-with-john-oliver/about/index.html>. Acesso em: 15 mar. 2016.

⁶ Disponível em: <http://www.hbo.com/last-week-tonight-with-john-oliver/cast-and-crew/john-oliver/index.html>. Acesso em: 15 mar. 2016.

entretenimento (respectivamente, nas categorias *Comedy/Variety (including Talk)* (2015⁷) e *The Award for Outstanding Producer of Live Entertainment & Talk Television* (2016⁸), o programa também foi premiado como *Outstanding Achievement in News and Information* pela *Television Critics Association Awards* (2015⁹). Além disso, *Last Week Tonight with John Oliver* recebeu, também, um *Emmy* na categoria de *Outstanding Interactive Program* (2015¹⁰).

Além disso, os resultados práticos que o programa obteve a partir do segmento principal também são destaque nas repercussões da imprensa americana. Após os assuntos serem abordados por John Oliver, o tempo de licença maternidade/paternidade aumentou nos Estados Unidos, uma bolsa acadêmica para mulheres engenheiras recebeu 15% da média de suas doações anuais em três dias após a exibição do programa e oficiais de alto escalão da FIFA foram julgados por corrupção, para citar alguns. (BOBOLTZ, 2015). Foi devido a esse impacto do programa, chamado de “Efeito John Oliver” (LUCKERSON, 2015), que o apresentador foi escolhido como o 30º líder mais influente do mundo na lista de 50 da revista americana *Fortune*, na edição de 2016.

ANÁLISE

Para a análise das entrevistas de *Last Week Tonight with John Oliver*, tomamos como amostra cinco episódios: dois da primeira temporada, dois da segunda e um – a única entrevista da terceira. Para uma melhor compreensão da amostra, organizamos os cinco episódios no quadro abaixo:

Convidado	Assunto	Data de exibição	Duração	Visualizações (Youtube)
General Keith Alexander	Imagem da NSA após vazamento de informações de Snowden	27 abr. 2014	9min25s	+2,8 milhões
FNU Mohammad	Dificuldade de tradutores do exército americano de voltar ao seu país	19 out. 2014	3min30s	+7,6 milhões

⁷ Disponível em: <<http://awards.wga.org/wga-awards/previous-nominees-winners>>. Acesso em: 16 mar. 2016.

⁸ Disponível em: <<http://www.producersguild.org/blogpost/923036/237237/Results-Producers-Guild-Awards-2016>>. Acesso em: 16 mar. 2016.

⁹ Disponível em: <<http://tvcritics.org/the-television-critics-association-announces-2015-tca-awards-winners/>>. Acesso em: 16 mar. 2016.

¹⁰ Disponível em: <<http://www.emmys.com/downloads>>. Acesso em: 16 mar. 2016.

Edward Snowden	Vigilância do governo	5 abr. 2015	18min28s	+12 milhões
Bilal Chatman	Preconceito contra ex-presidiários no mercado de trabalho	8 nov. 2015	4min20s	+5 milhões
Steve Israel	Financiamento de campanhas eleitorais de congressistas	3 abr. 2016	6min52s	+ 4,6 milhões

Organizaremos a análise a partir de seis operadores da Metodologia de Análise em Telejornalismo, ampliada pelo Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo (2005). Criado em 2001, o grupo faz parte do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia e tem a coordenação de Itania Gomes. A proposta de análise do grupo é estudar programas de telejornalismo a partir da “perspectiva teórico--metodológica dos cultural studies, em associação com os estudos de linguagem”, conforme explica Gomes (2011, p. 7). Assim, a metodologia propõe uma análise dos modos de endereçamento de um produto a partir de nove operadores, dos quais utilizaremos seis a seguir, sendo os outros os recursos técnicos a serviço do jornalismo; recursos da linguagem televisiva; e formatos de apresentação da notícia. Optamos por não utilizar estes três por não se adequarem à análise proposta por essa pesquisa, devido ao formato do objeto de estudo.

a. Relação com as fontes de informação

As entrevistas em *Last Week Tonight with John Oliver* se destacam por serem o único momento do programa em que há fontes primárias, uma vez que, no segmento principal, fontes e dados são trazidos, em geral, por meio de trechos de telejornais. Dessa forma, é importante analisar qual a finalidade do uso dessas fontes, bem como sua relação com o apresentador.

Gomes (2005) aponta dois tipos de fontes em programas jornalísticos: autoridade / especialista e cidadão comum. Enquanto a primeira é usada para atribuir credibilidade ao relato, a segunda o humaniza e, em alguns casos, pode servir como comprovação, a partir de uma testemunha. Dentre os entrevistados nos episódios da amostra, é possível identificar três do primeiro tipo – Gen. Alexander, Snowden e Israel – e três do segundo – Mohammad e Chatman. Ainda, na classificação de Charaudeau

(2006), as entrevistas de Gen. Alexander e Snowden podem ser consideradas de especialista, a de Mohammad e de Chatman, de testemunhas e a de Israel, política. A diferença, segundo o autor, se dá a partir da maneira como entrevistador e entrevistado se relacionam, exercendo determinados papéis.

No caso dos especialistas, o mediador se mostra mais incisivo. Na entrevista de Edward Snowden, por exemplo, Oliver questiona quantos dos documentos vazados o entrevistado realmente leu. Ao receber uma resposta evasiva, o apresentador diz que "there's a difference between understanding what's in the documents and reading what's in the documents" e ironiza: "cause when you're handing over thousands of NSA documents, the last thing you want to do is read them". Já nas entrevistas de testemunha, há uma maior preocupação em se aproximar do convidado e mostrar suas emoções. Com Chatman, isso se percebe desde o início: ao cumprimentar o convidado, Oliver o agradece por ter ido ao programa e reconhece a hesitação dele em participar da entrevista, dado o assunto delicado.

b. Temática, organização das editorias e proximidade com a audiência

Acerca deste operador, Gomes (2005, p. 4) salienta a importância de analisar "a aposta em certos interesses e competências do telespectador". Dentre os episódios dessa amostra, percebe-se uma aposta do programa no tema da vigilância do governo, tema de grande relevância nos Estados Unidos. De forma semelhante, a entrevista de Israel trata de um tema de grande destaque na mídia, já que foi feita em 2016, ano em que ocorreram as eleições americanas. Por outro lado, a temática das entrevistas de cidadãos-comuns não são pautadas diretamente por notícias atuais, mas sim, pelos casos das próprias fontes.

c. Mediador

John Oliver, enquanto apresentador, é a figura central do programa, de sorte que é essencial analisar sua postura, seu posicionamento e sua relação com os entrevistados. Nas entrevistas analisadas, pode-se observar que ele se utiliza de diversos recursos, tanto jornalísticos quanto de entretenimento, que vão ao encontro do principal objetivo do entrevistador: "procurar fazer falar seu convidado para revelar uma verdade oculta" (CHARAUDEAU, 2006, p. 214).

Em alguns momentos, Oliver usa elementos da ficção, por exemplo, encenando algumas situações para reforçar seu argumento ou contrariar algo que o entrevistado fala. Um exemplo disso é quando o apresentador questiona por que as pessoas deveriam acreditar na NSA, e Alexander ressalta que a agência defende os Estados Unidos. Oliver o contrapõe, apontando que o principal argumento do convidado vem de seu próprio código moral. O apresentador fala que ele próprio ficaria tentado a abusar do poder e pesquisar informações sobre pessoas conhecidas.. Alexander responde explicando que todos os funcionários passam por um treinamento, e, enquanto ele fala, o apresentador atua como se fosse um dos candidatos procurando informação sobre sua ex. Assim, essa estratégia do humorista vai ao encontro do que destacamos anteriormente, de como a subjetividade pode, de certa forma, reforçar a objetividade e a credibilidade (ARFUCH, p. 24).

Além disso, ao abordar aspectos mais técnicos sobre o assunto, percebe-se uma preocupação de Oliver de simplificar para um melhor entendimento do público. Para tal, o apresentador representa um papel de ignorante, para que o entrevistado explique melhor, – estratégia comum em entrevistas de especialistas (CHARAUDEAU, 2006). Isso se evidencia, sobretudo, na entrevista com Snowden, em que, ao discutir o acesso do governo a documentos da população, Oliver utiliza o exemplo de fotos íntimas, questionando se os programas de vigilância da NSA seriam capazes de vê-las.

Contudo, em alguns casos, o posicionamento do apresentador o distancia do jornalismo. Isso se percebe, por exemplo, em algumas perguntas que Oliver faz na entrevista com o General Alexander: “Do you think that the NSA is suffering from a perception problem with the American people at the moment, bearing in mind that the answer to that is yes¹¹”. O entrevistador mantém uma postura séria, mas a maneira como a pergunta é formulada induz explicitamente a resposta do convidado, o que vai de encontro à noção da suposta objetividade jornalística. No entanto, Alexander mantém a seriedade na resposta, e concorda com a opinião de Oliver.

d. Texto verbal

O texto verbal de John Oliver é marcado pelo uso do humor, e, nas entrevistas, ele se dá em perguntas e em comentários cômicos. A partir da análise dos episódios selecionados, é possível identificar duas funções principais do humor no programa: para

¹¹ “Você acha que a NSA está sofrendo um problema de percepção com a população americana atualmente, tendo em mente que a resposta é sim?” (Tradução nossa.)

reforçar um argumento e/ou facilitar o entendimento do público; e para aliviar a conversa e/ou gerar proximidade com o entrevistado.

Em relação ao primeiro caso, um dos exemplos mais evidentes do uso do humor para facilitar o entendimento é na entrevista com Edward Snowden, como já citamos anteriormente. O segundo caso, do humor como maneira de gerar proximidade com o entrevistado, ocorre principalmente nas entrevistas de “cidadão comum”, em que a conversa já é mais descontraída, embora também seja utilizado nas de autoridade a fim de aliviar a conversa. Com Chatman, por exemplo, Oliver pede para o convidado contar coisas sobre si mesmo que não envolvam seu tempo na prisão. Quando o entrevistado diz que planta tomates, o apresentador brinca com o fato, dizendo que é muito mais interessante do que ele parece pensar ser.

e. Pacto

Gomes (2005, p.4) destaca que é o pacto sobre o papel do jornalismo que “dirá ao telespectador o que deve esperar ver no programa”. Logo na primeira entrevista, no primeiro episódio do programa, a do General, Oliver afirma, em *off*, que o convidado já foi entrevistado por oficiais de alto escalão e que, agora, enfrenta justamente o oposto. Ou seja, a fala do apresentador aponta para um pacto de um programa humorístico. No entanto, *Last Week Tonight with John Oliver* constrói sua credibilidade por meio de estratégias semelhantes às utilizadas por jornalistas para reforçar a noção de credibilidade (ALSINA, 2009), isto é, a partir das perguntas, das escolhas de entrevistados e da postura incisiva do mediador.

f. Contexto comunicativo

Além das questões do pacto do programa com o público e da postura do mediador, que já discutimos nos itens anteriores, outro aspecto importante do contexto comunicativo de *Last Week Tonight with John Oliver* é o cenário, já que ele também transmite, implicitamente, informações sobre o programa. As entrevistas de testemunho são situadas em salas fora do estúdio do programa, que remetem ao cenário de programas tradicionais de jornalismo, como o americano *60 minutes*. Essa escolha dá à entrevista um tom mais formal, com entrevistador e entrevistado sentados frente à frente. Já nas entrevistas dos cidadãos comuns, o cenário é no próprio estúdio do programa, em uma mesa, de maneira mais descontraída.

CONSIDERAÇÕES

A partir dessa análise, foi possível identificar pontos comuns às entrevistas selecionadas que apontam características importantes dos modos de endereçamento de *Last Week Tonight with John Oliver*. Em relação ao mediador, devido à liberdade proporcionada pelo gênero humorístico, percebe-se, em vários momentos, um posicionamento maior do que se veria, em geral, em um programa tradicional de jornalismo. Grande parte disso deve-se a suas perguntas e seus comentários cômicos, que são marcas de seu texto verbal, e a suas encenações, elemento próprio da ficção. No entanto, o uso dessas estratégias não é apenas pelo entretenimento, pois, como apontamos anteriormente, é possível identificar duas funções principais de seu uso do humor nessas entrevistas: para reforçar um argumento e/ou facilitar o entendimento do público; e para aliviar a conversa e/ou gerar proximidade com o entrevistado.

Ainda, acerca da relação do mediador com as fontes, observou-se que Oliver assume diferentes papéis, dependendo do tipo de convidado. Retomando a classificação de Gomes (2005), o programa teve os dois tipos de fontes identificados pela autora: a autoridade/o especialista – General Keith Alexander, Edward Snowden e Steve Israel – e o cidadão comum – FNU Mohammad e Bilal Chatman. Todas as entrevistas de autoridade analisadas ocorreram fora do estúdio principal, em um cenário que, como destacamos, se aproxima dos utilizados no programa tradicional de jornalismo *60 Minutes*. Ao adotar esse cenário já conhecido, que remete à credibilidade de programas do gênero, o humorístico reforça a credibilidade e a seriedade da entrevista. Percebe-se isso, também, pelo tom de John Oliver, que é bastante incisivo, fazendo perguntas que rebatem os argumentos dos entrevistados. Já nas entrevistas com cidadãos comuns – ou de testemunho, segundo a classificação de Charaudeau (2006), o papel de Oliver é mais de aproximação e colaboração com o entrevistado, o que se percebe, também, pelo cenário do próprio estúdio. Há um apelo às emoções e uma tentativa de humanizar o relato.

Além disso, sobre a articulação entre jornalismo e entretenimento no programa, vale salientar que, retomando o trabalho de Reginato (2016), todas as doze finalidades do jornalismo podem ser percebidas, de alguma forma, em *Last Week Tonight with John Oliver*. Muitas delas se devem à apropriação que o programa faz do conteúdo jornalístico, utilizando-se de dados e de fontes de noticiários e selecionando pautas a

partir da cobertura da imprensa. No entanto, o humorístico se destaca realmente em três funções: investigar, verificar a veracidade das informações e selecionar o que é relevante. Isto é, há, também, um trabalho de produção no programa de buscar dados e fontes primárias, de fazer a checagem de fatos e de selecionar recortes de determinados temas ou até pautas originais.

Por fim, é importante salientar que *Last Week Tonight with John Oliver* não é um programa propriamente jornalístico: vários elementos de humor, tais como esquetes, gestos, piadas e comparações, além do posicionamento explícito e da subjetividade de Oliver vão diretamente contra alguns valores tradicionais e fundamentais do jornalismo. No entanto, seu caráter informativo atraiu um público significativo, e, diante do sucesso e da repercussão do formato deste e de outros programas, somados à crise atual da profissão, o jornalismo é desafiado a se reinventar.

A partir dessa análise de *Last Week Tonight with John Oliver* e diante do sucesso e da repercussão do formato, é importante questionar de que forma programas híbridos como este, que vêm se tornando bastante comuns no cenário contemporâneo, podem desafiar o jornalismo a se reinventar. Muitas das ideias tradicionais que se tinha acerca do campo parecem obsoletas, como a noção de objetividade e da imparcialidade, questionadas tanto por teóricos quanto pelo público. Assim, um posicionamento mais explícito – adotado por programas de entretenimento, como o objeto dessa pesquisa, e por alguns jornais, tais como o *The New York Times* – pode ser uma alternativa. Além disso, outra possível estratégia que poderia ser utilizada é o uso de elementos do entretenimento a fim de tornar a narrativa mais atraente, mesmo em formatos mais longos. É verdade que a função dos produtos jornalísticos não é, a priori, divertir ou entreter, mas em um momento em que existem tantas formas de informação concorrendo pela atenção do consumidor, é cada vez mais necessário se diferenciar.

REFERÊNCIAS

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

BERGSON, H. **O riso**: ensaio sobre a significação da comicidade. 2. ed. São Paulo: Martin Fontes, 2007. 152 p.

BOBOLTZ, S. **10 Real-Life Wins For John Oliver's Longest Segments On 'Last Week Tonight'**. Disponível em: <http://www.huffingtonpost.com/entry/john-oliver-real-life-wins_55c8e128e4b0f73b20ba171e>. Acesso em: 19 out. 2015.

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

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

GOMES, I. M. M. **Gêneros Televisivos e Modos de Endereçamento no Telejornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2011.

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

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

LUCKERSON, V. **How the ‘John Oliver Effect’ Is Having a Real-Life Impact** Disponível em: <<http://time.com/3674807/john-oliver-net-neutrality-civil-forfeiture-miss-america/>>. Acesso em: 28 mar. 2016.

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

OLIVEIRA, J. A. **The (Non) Place of Humor in Political Journalistic Discourse**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/oliveira-jair-the-non-place-of-humor.pdf>>. Acesso em: 13 mar. 2017.

POLK, J; YOUNG, D. G.; HOLBERT, L. **Humor Complexity and Political Influence: An Elaboration Likelihood Approach to the Effects of Humor Type in The Daily Show with Jon Stewart**. Atlantic Journal of Communication, 2009. Disponível em: <<https://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=a26ede3c-958e-4be1-8fad-725e7c861bd2%40sessionmgr101&hid=107>>. Último acesso em: 30 mar 2017.

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

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

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. 2 ed. Florianópolis: Insular, 2008. 216 p.

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