

As Interseções entre Jornalismo e Humor no Programa Pânico na Band

JUNIOR, Edson Francisco Leite
Universidade Federal de Goiás, UFG, Goiânia-GO

Resumo

Este trabalho pretende analisar os pontos de interseção entre Jornalismo e Humor no programa Pânico na Band. Na televisão, o infoentretenimento tem ganhado novas roupagens que tornam cada vez mais difícil a definição de gêneros e a demarcação de uma linha reta que divida o que é jornalismo e o que não é. É por isso a importância do estudo da hibridização dos gêneros que, em nome da busca pela audiência, vem transformando a forma de se transmitir informação e gerar conhecimento. No caso do programa analisado, a empatia com o público se dá pelo humor e, ao se apropriar do formato jornalístico, contribuiu para a perpetuação de preconceitos e dos valores dominantes. E ao transformar fatos em diversão e tratá-los pela ótica do humor, o programa em questão pode ser definido como de gênero híbrido, ou seja, um produto midiático que mescla elementos tanto do (tele)jornalismo quanto da comédia.

Palavras-chave: jornalismo; humor; gêneros jornalísticos; infoentretenimento.

Abstract

This paper intends to analyze the points of intersection between Journalism and Humor in the program Pânico na Band. In television, infotainment has gained new ways that make it increasingly difficult to define genres and to demarcate a straight line that divides what is journalism and what is not. It is the cause of the importance of the study of the hybridization of genres that, in the name of the audience, has been transforming the way to transmit information and generate knowledge. In the case of the program analyzed, empathy with the public is given by humor and, appropriating the journalistic format, contributed to the perpetuation of prejudices and dominant values. And by transforming facts into fun and treating them from the viewpoint of humor, the program in question can be defined as a hybrid genre, that is, a media product that mixes elements of both television journalism and comedy.

Keywords: journalism; humor; journalistic genres; infotainment.

Introdução

Beatriz Becker afirma que “num momento em que assistimos à fusão das indústrias de informação e de entretenimento, e a agenda noticiosa não é mais a única maneira de dar conta da realidade” (BECKER, 2012, p. 237). Para ela, o aperfeiçoamento da prática jornalística é essencial para o próprio jornalismo se desenvolva como serviço público de construção e distribuição de informações de qualidade sobre a experiência social cotidiana.

No entanto, este trabalho toma como ponto de partida o programa Pânico na Band, rotulado pela grande mídia apenas como um programa humorístico. Dessa forma, por meio da técnica da análise televisual, a partir das contribuições de Becker, o objetivo é identificar se e de que forma o referido programa se apropria do formato (tele)jornalístico.

Além disso, um dos pressupostos deste trabalho é que o riso é um caso muito sério para ser deixado apenas para os comicos (MINOIS, 2003). Afinal, é fato que hoje estamos inseridos em uma sociedade humorística (LIPOVETSKY, 2005). E, se as lágrimas levam à alienação, ao contrário disso, o riso, por sua vez, pode levar à reflexão.

Esses pressupostos validam ainda a suspeita de que o programa Pânico na Band não seja meramente humorístico, mas, ao mesmo tempo, dificulta ainda mais a tentativa de definição de gênero deste programa. Temer e Tondato confirmam essa posição ao afirmarem que a tela da TV torna a realidade um simulacro.

Os acontecimentos não têm mais necessidade de existir porque as imagens existem sem eles. Criam-se dramas, ou espetáculos dramatizados, nos quais a informação ocupa um espaço secundário. A constante dramatização e a intencional confusão entre o que é real e o que é ficcional funciona como uma estratégia para conquistar e manter cativa a audiência, em uma tentativa de minimizar a necessidade dos receptores de preencher as suas vidas com mais emoção e encantamento. (TEMER e TONDATO, 2009, p. 17)

99

O riso, o humor e a comédia

Para Aristóteles (2003), em sua 'Arte poética', a diferença entre drama e comédia está no fato da primeira tratar de heróis, que seriam homens superiores, enquanto a segunda fala do povo, dos homens comuns. O pensador grego ainda decreta que o ridículo está presente na comédia, que, para ele, é a imitação de maus costumes, mas não de todos os vícios.

Antes de Aristóteles, na Grécia antiga, o riso era tido como uma marca dos deuses que foi passada para os mortais. Platão chegou a condenar moralmente quem ri por considerar que este ato mescla, ao mesmo tempo, dor e inveja. Para Sócrates, rir das mazelas de algum amigo chega a ser injustiça, o que não ocorreria no caso do objeto do riso ser um inimigo. Mas o riso e o comico são indispensáveis para o conhecimento do mundo e para a apreensão da realidade plena (ALBERTI, 2002).

O riso é, portanto, a experiência do nada, do impossível, da morte – experiência indispensável para que o pensamento ultrapasse a si mesmo, para que nos lancemos no “não-conhecimento”. Ele encerra uma situação extrema da atividade filosófica: permite pensar (experiência refletida) o que não pode ser pensado. (ALBERTI, 2002, p. 14)

Minois (2003) conta-nos ainda que, também na Antiguidade Clássica, no Império Romano, Cícero resume que aquele que deseja ser um bom “gracioso”, ou seja, aquele que tem a intenção de provocar o riso alheio, deve encarnar o papel do ridículo. E ele cita algumas técnicas eficazes na provocação do riso, como enganar a expectativa dos ouvintes, zombar dos defeitos das pessoas, caçoar até mesmo dos próprios defeitos, recorrer à caricatura ou ironia e se passar por ingênuo.

Nesse mesmo período, César acreditava que o riso tinha utilidade para o orador, apesar de ser necessário o estabelecimento de limites no seu uso. No período do Império Romano a sátira assumiu ainda nova roupagem com o costume de se ridicularizar a morte do imperador para glorificar o sucessor (CARDOSO, 2008).

Com o surgimento e ascensão do Cristianismo, o riso passa, então, a carregar consigo uma carga de negatividade. O pecado original - que é quando Eva, após ser convencida pela serpente, oferece a maçã a Adão e ele a come – liga o riso à imperfeição e à corrupção, tornando-o diabólico (MINOIS, 2003). Na verdade, não só o riso, mas o prazer carnal do homem de uma forma geral.

Mesmo despertando tanto receio, o riso não é totalmente controlado pela Igreja, mas sim, limitado em seus momentos de aparição em sua legitimidade. Ou seja, percebendo que não podia excluir o riso da sociedade, até mesmo porque se constitui em uma capacidade humana advinda do pecado original e, portanto, colocado como uma característica do homem decaído, a Igreja procura se adaptar e passa a domar o risível, aceitando-o em determinadas circunstâncias, sobretudo para zombar do mau e se alegrar com o bem. A atitude da Igreja caminha conjuntamente com o mundo medieval, pois nesse momento a sociedade procura o riso como forma de paródia dos valores e hierarquias. Essa procura se dá, entretanto, não para contestar, mas para reforçar, por meio da inversão ritual que o riso proporciona. (CARDOSO, 2008, p. 29)

De fato, na Idade Média, o riso teve sua função: a de desprender o homem medieval de seus costumes e tradições religiosas, tão fortes naquela época. Além disso,

o riso possui uma relação direta com o senso comum, ou seja, com a sabedoria popular. Assim, neste período, o riso opôs-se à mentira, à adulação e à hipocrisia.

O riso não é forma exterior, mas uma forma interior essencial a qual não pode ser substituída pelo sério, sob pena de destruir e desnaturalizar o próprio conteúdo da verdade revelada por meio do riso. Esse liberta não apenas da censura exterior, mas antes de mais nada do grande censor interior, do medo do sagrado, da interdição autoritária, do passado, do poder, medo ancorado no espírito humano a milhares de anos. (BAKHTIN, 2002, p. 81)

Ainda fazendo uma breve retrospectiva histórica da história do riso e do humor, foi na Renascença que o eles ganharam a conotação de visão de mundo, deixando de ser encarado, portanto, apenas como diversão, mas como reflexão da condição humana (BAKHTIN, 2002).

Em uma perspectiva mais psicológica do humor, para Freud (1995), o riso funciona como uma válvula de escape, o que seria, basicamente, a necessidade de fuga da realidade. Além disso, traz benefícios para saúde física e mental, inclusive. Freud (1995) divide ainda as piadas em dois tipos: inócuas ou tendenciosas.

A primeira proporcionaria prazer apenas por causa das técnicas utilizadas para produzi-la. Entre essas técnicas estariam os jogos de palavras, a representação pelo oposto e a condensação, por exemplo. Já as do segundo tipo seriam aquelas que tendem a cumprir alguma finalidade. E o seu fim último é o mesmo que o dos sonhos: a satisfação de desejos inconscientes. Dessa forma, as piadas e o riso decorrente delas seriam uma forma de nos libertar de nossas inibições para expressar instintos agressivos, sexuais ou cinismo, por exemplo.

A partir daí, pode-se fazer, inclusive, um paralelo entre o pensamento freudiano e Foucault, principalmente no que diz respeito à relação do riso com o desconhecido, que Freud chama de inconsciente.

O não-sério, ou o não lugar da linguagem, seria então o lugar onde as palavras não significam as coisas e “jogam” entre si como nos jogos de infância – uma ausência de sentido que torna esse lugar inacessível ao pensamento. Para Foucault, o riso daí resultante provém da impossibilidade clara de pensar aquilo. Para Freud, contudo, esse riso tem razões psíquicas: é a expressão de um prazer original reencontrado, ao qual tivemos de renunciar quando a razão nos impôs o sentido. O riso continua assim vinculado a um não-lugar do

pensamento, mas a um não lugar passável de explicação no sistema teórico de Freud. (ALBERTI, 2002, p. 19)

Mas, apesar disso, o riso também liberta. Quem ri é detentor de seu próprio juízo de valor e tem sua moral, convicções e segue determinadas convenções sociais. No entanto, o ato de rir propicia a descoberta da existência da contradição daquilo que quem ri crê (PROPP, 1992).

E não há limites para o riso. Mesmo assim, o cômico tem seu valor: é ele o responsável pela quebra de protocolo e pelo combate ao pudor exacerbado. “Pela ironia e pela caricatura, o texto leva o julgamento de valor a encontrar-se com o conhecimento e, assim, produzir um efeito de desvelamento grotesco da realidade” (SODRÉ e PAIVA, 2002, p. 97).

Só que não se pode ser tão inocente a ponto de não acreditar há uma segunda intenção no cômico. O humor carrega consigo construções de modelos mentais repletos de ideologias e dificilmente vai ter somente a intenção de fazer rir.

De um lado os personagens da vida real só podem ser cômicos se estiverem sobre um palco encenando; por outro lado, o riso, o prazer do cômico não depende tão somente de um princípio estético puro, desligado do mundo, mas está a este sutilmente relacionado, como que possuindo uma ‘segunda intenção’, segunda intenção essa que está relacionada à necessidade de humilhar, de corrigir, ao menos externamente. É nesse sentido que é permitido dizer que a comédia, em contraste com a tragédia, está bem mais próxima da realidade. (PEREIRA, 1997, p.18)

102

Diante de tudo o que já foi exposto, pode-se dizer que a representação humorística, de fato, se esforça desmascarar o real e captar o indizível (SABALIBA, 2002). Até porque o riso é um fenômeno cultural e uma prática social com características próprias, detentora de códigos e rituais específicos.

De acordo com a sociedade e a época, as atitudes em relação ao riso, a maneira como é manifestado, seus alvos e suas formas não são constantes, mas mutáveis o riso é um fenômeno social. Ele exige pelo menos duas ou três pessoas: uma que provoca o riso, uma que ri e outra de quem se ri. (LE GOFF, 2000, p. 65)

O entretenimento está sempre presente na televisão, independente do gênero televisivo. E isso não ocorre por acaso. O envolvimento pela diversão é sedutor ao telespectador, que encontra nessa possibilidade um momento de relaxamento.

Da mesma forma como o telejornalismo incorporou técnicas e meios com características do entretenimento para seduzir seu público, o material voltado para o entretenimento também buscou inspiração no material jornalístico. Nos últimos anos, tem proliferado na televisão uma série de programas que, mesmo sendo eminentemente voltados para o entretenimento, não podem ser simplesmente caracterizados como material não ficcional. Muitos destes conteúdos são recriações de formatos antigos, alguns importados do jornalismo impresso – como é o caso das revistas de variedade – e que adquiriram personalidade própria na televisão. Outros igualmente já presentes em outros meios, se destacaram por se auto-entitular material jornalístico. Esse é o caso, por exemplo, do colunismo social. Aliás, em muitos casos, esses são gêneros ou formatos que se situam na linha divisória entre o material informativo e o entretenimento. (TEMER e TONDATO, 2009, p. 12)

Se a natureza do jornalismo está do desconhecido (PENA, 2005), essa também é a raiz do espetáculo, onde até o imprevisível pode ser previsível.

103

A busca pelo desconhecido vem norteando o ser humano desde quando este descobriu que viver em comunidade significa trocar experiências e ajudar ao próximo. Para isso, fingir ser outra pessoa, brincar, se comunicar de outras formas, disfarçar, conhecer e reconhecer-se, seja no ritual religioso ou profano, da magia até a primeira imitação da natureza, tais ritos ganharam vida e tamanho próprios. Foi a partir daí que o teatro passou a ter um papel importante, inclusive para transmitir fatos e acontecimentos para outros lugares. (BOMBO e DEBÉRTOLIS, 2009, p. 3)

Há mais em comum entre o teatro e o (tele)jornalismo, mais especificamente, do que se supõe, geralmente. Não é à toa que a técnica do teatro-jornal (BOAL, 1984) pode ser enquadrada ao Pânico na Band. A finalidade pode ser tanto de inovar o método de transmissão da notícia, quando uma tentativa de se fazer um humor ousado, midiático e atual. Assim, o telespectador é retirado de sua zona de conforto a partir do momento em que não recebe algo com o qual já está acostumado.

O teatro-jornal é a realidade do jornalismo porque apresenta a notícia diretamente ao espectador, sem o condicionamento da diagramação. Algumas de suas técnicas [teatro-jornal], como o improvisado são a

realidade mesma: aqui não se trata de representar uma cena, mas de vivê-la de cada vez. (BOAL, 1984)

Outro apontamento que pode ser destacado é que a inovação na forma de se transmitir a notícia pode fazer com que o receptor a receba de forma reflexiva. Ao colocar o fazer jornalístico em xeque, o que se propõe é justamente mostrar uma nova forma possível de se fazer jornalismo, que possa vir ao encontro do real objetivo dessa profissão, que é informar e formar opinião.

E a formação da opinião não é simplesmente a imposição de conceitos pré-estabelecidos. É preciso levar o outro à reflexão, inclusive deixando o receptor com vontade de pesquisar outras fontes, para, então, poder formar sua própria opinião.

Além disso, a partir do momento que a informação traz o ouvinte para a realidade daqueles acontecimentos, fazendo-o entender que aquele fato tirou a vida de alguém ou fez pessoas sofrerem e que isso é de verdade e não ficção, ele também pode pensar sobre a maneira como está guiando a própria vida. Podendo, dessa forma, identificar-se com o caso que saiu no jornal. (BOMBO e DEBÉRTOLIS, 2009, p. 11)

No entanto, o público possui expectativa com cada gênero televisivo que lhe é apresentado, e isso exerce influência na forma como o receptor interpreta a mensagem que lhe é enviada.

Há um conjunto de expectativas relacionadas a cada gênero televisivo, por exemplo: em jornalismo esperam-se notícias, verdade, apuração dos fatos, interpretação da realidade; em dramaturgia esperam-se ficção, entretenimento, emoções; em programas especiais esperam-se música, novidades, curiosidades; em programas de compras e publicidades esperam-se destaque para as qualidades dos produtos, demonstrações de uso e incentivo ao consumo. As expectativas dos receptores, quando deparados com determinados gêneros televisivos são diferentes, bem como a maneira de absorção do conteúdo também são alteradas. A credibilidade de programas como telejornais e documentários é muito diferente de programas como paródias, humorísticos e sensacionalistas. A confiabilidade e a atenção despendida para cada gênero dependem, muitas vezes, da identificação prévia o programa a ser visto. (TEMER e NORMANDO, 2009, p. 10)

Apesar disso, o processo de globalização que se vive na pós-modernidade fez que com os gêneros televisivos se tornassem híbridos para se atualizarem com o mundo e com as inovações tecnológicas que também foram responsáveis por essa mudança.

Essa hibridização nos leva a crer num estabelecimento de um novo tipo de contrato de leitura com o público, através do qual as mudanças giram em tornos de requisitos secundários a constituição de um produto audiovisual, mantendo as suas características principais enquanto gênero. Por causa disso, cabe lembrar que atualmente, a classificação em gêneros é mais forte na TV do que no cinema e outros audiovisuais. Ao observarmos o processo de hibridização dos meios de comunicação, em especial, do audiovisual, e mais especificamente, da televisão e do telejornal, verificamos que entre as causas desse embaralhamento nos gêneros midiáticos estão o fenômeno da globalização, o surgimento de novas tecnologias e a própria convergência tecnológica, a luta pela audiência, a proximidade e as formas de relação dos gêneros dentro da grade de programação, entre outros fatores. Assim como que a hibridização se caracterizaria também como uma forma de atualização do audiovisual, á medida que dá origem a novos gêneros, formatos e linguagens audiovisuais. (SOUZA, 2009, p.15)

E o motivo de informação e entretenimento estarem caminhando cada vez mais juntos na televisão também é explicado como fruto da globalização, potencializada pelo modelo neoliberal da economia mundial e que tanto tem influenciado o jornalismo há pelo menos dois séculos. Mas, vale ressaltar, que o infoentretenimento carrega em si uma carga negativa, se distanciando do jornalismo (GOMES, 2008). Por isso mesmo, alguns autores defendem que o infoentretenimento deve ser analisado com algumas ressalvas.

A primeira delas é que, rigorosamente, *infotainment* não é um conceito. Como neologismo, o termo se constrói sobre a junção/superposição de duas expressões que caracterizam duas áreas (até então distintas) da produção cultural, a informação e o entretenimento. A segunda delas é que *infotainment* carrega um sentido suficientemente amplo de informação para não se restringir à informação jornalística – o que permite aos autores recorrerem a *infotainment* para falar de produtos que não têm qualquer relação com o jornalismo, ainda que não se possa negar que contenham informação no seu conteúdo. Nesse sentido, quando falamos de *infotainment* não necessariamente estamos falando da relação entre jornalismo e entretenimento, ainda que a maior parte da discussão sobre o *infotainment* se interrogue sobre as estratégias de captura da audiência usadas pelos programas jornalísticos, sendo essas estratégias o que normalmente se considera como entretenimento. A terceira ressalva é exatamente a de saber o que é entretenimento, em especial quando relacionado à televisão. Nos estudos sobre comunicação e cultura, entretenimento é amplamente definido de um ponto de vista depreciativo. (GOMES, 2008, p. 6)

E, cabe dizer, o Pânico na Band é um programa que se encaixa perfeitamente na definição descrita acima, uma vez que conjuga o debate de assuntos da atualidade com recursos do entretenimento (o humor), tem como conteúdo várias formas de entretenimento e adota estratégias do jornalismo para ampliar seu capital simbólico. No entanto, Gomes (2008) não vê o infoentretenimento como gênero, mas apenas como recurso midiático no mundo globalizado pós-moderno.

Análise dos dados

A técnica da análise televisual permite avaliar de que forma a televisão produz sentidos por meio da combinação de palavras, sons e imagens além de outros elementos que possam surgir na narrativa audiovisual (BECKER, 2012). Afinal, “como se sabe, a televisão é o domínio do visual e do som, lugar da combinação de dois sistemas semiológicos, o da imagem e o da palavra” (CHARAUDEAU, 2015, p. 222).

Dessa combinação nasce um produto, talvez mais apto do que outros a fabricar imaginário para o grande público, isto é, um espelho que devolve ao público aquilo que é sua própria busca de descoberta do mundo. Mas, deferentemente do cinema, a televisão está obrigada, por contrato, a dar conta de uma determinada realidade. Assim sendo, ela não pode se apresentar como máquina de fabricar ficção, mesmo que, afinal, seja isso que ela produza. (CHARAUDEAU, 2015, p. 223)

Na primeira etapa da análise, conforme a técnica proposta por Becker (2012), foi definido como corpus deste artigo, de forma aleatória, o programa Pânico na Band exibido no dia 09/04/2017. A partir daí, parte-se para a análise de categorias quantitativas (estrutura do texto, temática, enunciadores, visualidade, som e edição) e qualitativas (dramatização, empatia, sedução, imagens e valores).

No dia analisado, o programa apresentou, no total, dez matérias, sendo que a maior teve duração de 25 minutos e 16 segundos e a menor, 1 minuto e 19 segundos. A de maior duração tinha como tema o assédio sofrido por mulheres nas ruas, enquanto a mais curta apenas mostrava pessoas assustando outras na rua, uma estratégia bastante conhecida em programas humorísticos: a piadinha.

Das dez matérias analisadas, apenas quatro não apresentaram características de infoentretenimento. Em outras seis, informação e entretenimentos se fundem a ponto de tornar nebuloso seu real objetivo: informar o receptor ou apenas divertí-lo.

Ao analisar a estrutura de texto, ficou claro, que a entrevista, matéria prima do jornalismo, também é um recurso muito utilizado pelos integrantes do Pânico da Band. Das seis matérias híbridas, uma tinha um caráter mais opinativo, que também é função do jornalismo, em que humoristas comentam assuntos que julgam como os principais da semana.

Já na análise temática, temas como política, assédio sexual, desemprego e celebridades (colunismo social) apareceram. Vale destacar que o valor-notícia de todos esses tópicos poderia colocá-los também em um telejornal tradicional. E, colocando em evidência os enunciadores, são encontradas semelhanças entre a postura dos humoristas com microfone em punho em quatro das seis matérias enquadradas como infoentretenimento.

Na matéria sobre assédio sexual, inclusive, foram utilizadas câmaras escondidas, muito comuns em reportagens de denúncia no jornalismo tradicional, evidenciando que, ao analisar a categoria visualidade, também foram encontradas semelhanças entre o jornalismo tradicional e o produto midiático produzido pelos humoristas do Pânico.

Na categoria edição, ficou constatado que a intenção era tornar as narrativas dinâmicas e sedutoras, de forma que envolvesse o receptor. O mesmo intuito foi verificado na categoria som, que é utilizado também para enfatizar trechos de matérias e oferecer sentidos específicos e provocar reações esperadas no receptor.

A dramatização, por sua vez, é encontrada em todo o programa Pânico. É inclusive, uma estratégia de sedução do telespectador. No programa, a empatia se dá pelo humor e ainda contribuiu para perpetuação de valores dominantes, carregados de atitudes preconceituosas.

Mesmo quando o assunto é assédio sexual, percebe-se uma tentativa do programa de adotar um discurso “socialmente aceito” ao invés de contribuir para a mudança social (VAN DIJK, 2015). Nesse caso específico, seria muito incoerente um programa que perpetua a noção de mulher-objeto com imagens de mulheres seminuas rebolativas em boa parte de sua programação oferecer um contra-discurso. Na verdade o que se vê, é justamente o contrário: o reforço do machismo.

Conclusão

No Pânico na Band encontramos tanto informação quanto entretenimento, que podemos chamar de infoentretenimento. E ao transformar fatos em diversão e tratá-los pela ótica do humor, o programa em questão pode ser definido como de gênero híbrido, ou seja, um produto midiático que mescla elementos tanto do (tele)jornalismo quanto da comédia. Trata-se, portanto, da já conhecida estratégia televisiva de tentar transformar a vida em espetáculo.

A televisão, por contar com o suporte da imagem e do som como forma de produção de sentidos, demonstra-se como um interessante e complexo aparato para estudos. Por contar com o suporte da imagem e do som, o meio apresenta amplas possibilidades de transmissão de informações com caráter espetacular e com características sensacionalistas. (TONDO e NEGRINI, 2009, p. 9)

Charaudeau (2015), inclusive, lembra muitos gêneros televisuais são híbridos, inclusive diversas formas televisivas básicas, como as revistas eletrônicas, *realities shows* e *talk shows*, por exemplo. Além disso, para o autor, “esses gêneros sofrem mudanças através do tempo, alguns de maneira notável, outros mais discretamente” (CHARAUDEAU, 2015, p. 231).

Tais mudanças ocorrem segundo diversos fatores. Às vezes, é a evolução da técnica (por exemplo, a leveza e a miniaturização do material) que leva a modificar os dispositivos, outras vezes são as racionalizações do mundo profissional que, impondo modas (mais ou menos passageiras), acabam por influenciar esses dispositivos. (CHARAUDEAU, 2015, p. 231)

É por isso que, cada vez mais, se torna importante o estudo das interseções entre jornalismo e humor. Não é de hoje que o (tele)jornalismo tem utilizado o humor como estratégia em seus noticiários tradicionais. A lógica da utilização dessa estratégia é simples: a busca pela audiência. Mesmo assim, é preciso estar atento para identificar os motivos que levam o jornalismo a abrir mão de formatos tradicionais ou, no caminho inverso, quando o formato jornalístico é incorporado à ficção.

Afinal, o jornalismo é uma constante batalha pela conquista de mentes e corações de seus receptores. E nesse campo de guerra, a única arma utilizada é a

palavra, que, no caso da TV, é acrescida de imagens e outros tipos de sons (ROSSI, 1980).

Mesmo assim, apesar de – como já foi constatado – o programa Pânico na Band se encaixar no que chamamos de gênero híbrido, mesclando informação e humor, cabe aqui ressaltar que a relação entre humor e jornalismo é – e sempre será - inversamente proporcional. Dessa forma, quanto mais jornalismo um dado programa televisivo tiver, menos humor ele deverá apresentar. E vice-versa.

Referências

ALBERTI, V. **O riso e o risível na história do pensamento**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

ARISTÓTELES. **Arte Poética**. 1ª ed. São Paulo: Martin Claret, 2003.

BAKHTIN, M. **A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais**. São Paulo: Editora Hucitec Annablume, 2002.

BECKER, B. **Mídia e jornalismo como formas de conhecimento: uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais**. In: **Matrizes**. São Paulo. Ano 5, nº 2, p. 231-250, jan./jun. 2012.

BOAL, A. **Técnicas Latino-Americanas de Teatro Popular: uma revolução copérnica ao contrário**. 2ª ed. São Paulo: Ed. HUCITEC, 1984.

BOMBO, L. da C.; DEBÉRTOLIS, K. **Áudio-notícia teatral: uma nova proposta para transmitir a informação**. In: **XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2009, Curitiba.

CARDOSO, L. S. **A saga do herói mendigo: o riso e a neopicaresca no programa Chaves**. Goiânia: UFG, 2008. (Dissertação/ Mestrado)

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2015.

FREUD, S. Os chistes e sua relação com o inconsciente. In: **FREUD, S. Obras completas**. Volume VIII. Rio de Janeiro: Imago, 1995.

GOMES, I. M. M. O embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento e a consideração do jornalismo como processo cultural e histórico. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias (Org.). **Em torno das Mídias: práticas e ambiências**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

LE GOFF, J. O riso na Idade Média. In: BREMMER, J. ROODENBURG, H. (Org.), **Uma história cultural do humor**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2000.

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

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

PENA, F. **Teoria do jornalismo.** São Paulo: Contexto, 2005.

PEREIRA, Lawrence Flores. O Cômico: comentários sobre as concepções de Propp, Freud e Bérghson. In: **Letras de hoje.** Porto Alegre. V. 32, nº 3, p. 15-28, setembro 1997.

PROPP, V. **Comicidade e riso.** São Paulo: Editora Ática, 1992.

ROSSI, C. **O que é Jornalismo.** São Paulo: Editora Brasiliense, 1980.

SABALIBA, E. T. **Raízes do riso: a representação humorística na história brasileira: da Belle Époque aos primeiros tempos do rádio.** 1ª ed. São Paulo: Companhia das letras, 2002.

SODRÉ, M. PAIVA, R. **O império do grotesco.** Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

SOUZA, K. C. N. de. Hibridização e Pós-modernidade: Novas formas de atualização do audiovisual. In: **XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2009, Curitiba.

TEMER, A. C. R. P.; TONDATO, M. P. **A televisão em busca de interatividade: uma análise dos gêneros não ficcionais.** Brasília: Casa das Musas, 2009.

TEMER, A. C. R. P.; NORMANDO, J. Gêneros híbridos: serviço ou publicidade. In: **XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2009. Curitiba.

TONDO, R; NEGRINI, M. Espetacularização e sensacionalismo: Reflexos Sobre o Jornalismo Televisivo. In: **XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2009, Curitiba.

VAN DIJK, T. A. **Discurso e Poder.** São Paulo: Contexto, 2015.

Referências audiovisuais

Programa Pânico na Band. São Paulo: Rede Bandeirantes de Televisão, Band, 09 abr 2017. Programa de TV.