

Jornal da Massa

jornalismo ou programa de humor?

Mirella Santos Freitas

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

FREITAS, MS. *Jornal da Massa: jornalismo ou programa de humor?* In: GOMES, IMM., org. *Gênero televisivo e modo de endereçamento no telejornalismo* [online]. Salvador: EDUFBA, 2011, pp. 243-262. ISBN 978-85-232-0797-7. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.



All the contents of this chapter, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial-ShareAlike 3.0 Unported.

Todo o conteúdo deste capítulo, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença Creative Commons Atribuição - Uso Não Comercial - Partilha nos Mesmos Termos 3.0 Não adaptada.

Todo el contenido de este capítulo, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.

Jornal da Massa: jornalismo ou programa de humor?

Mirella Santos Freitas

Boa noite, Brasil, estamos começando neste sábado mais um Jornal da Massa pra todo o Brasil. O que é que o Jornal da Massa é? Mostramos um montão de coisas e fazemos um resumo do que foi importante na semana. É assim que funciona o Jornal da Massa. A gente põe o nome de jornal, mas não é jornal. É uma mistura de nada com coisa nenhuma, entendeu? É isso aí...

Carlos Massa, Jornal da Massa, 11 de agosto de 2007.

INTRODUÇÃO

O *Jornal da Massa* foi inicialmente exibido de segunda a sexta-feira, às 21h45min, com meia hora de duração. Em maio de 2007, passou a ser apresentado apenas aos sábados com 1h de duração, porém mantendo a mesma proposta inicial, de ser um telejornal irreverente, com características variadas, que trata de temas diversos, como saúde, educação, cotidiano, trânsito etc. e está sempre a serviço do telespectador, conforme anuncia o site oficial do programa¹.

O programa é apresentado por Carlos Massa, conhecido popularmente como Ratinho. O apresentador foi contratado pelo SBT no final dos anos 90, para dirigir, inicialmente, o *Programa do Ratinho*², representando para a emissora um considerável aumento de audiência no horário. Este pro-

1 SBT. *Jornal da Massa*. Site oficial do programa. Disponível em: <<http://www.sbt.com.br/jornalismo/jornaldamassa>>. Acesso em: 28 dez. 2008.

2 O Programa Ratinho Livre estreou na TV Record em 1977, chegando a alcançar picos de audiência de 50 pontos no IBOPE. Os principais assuntos abordados no programa envolviam brigas familiares, testes de paternidade (DNA), casos de adultério, entre outros. Em 1998, o programa passou a ser exibido no SBT, recebeu o nome *Programa do Ratinho* e conservou a mesma estrutura do anterior, explorando os mesmos temas e competindo com as telenovelas da Rede Globo. (AMARAL, 2006, p. 46)

grama pautava-se nos dramas do homem comum, explorando a estética do grotesco, a partir da criação de uma tensão entre os participantes com um apelo de tornar o trágico algo risível. (SODRÉ; PAIVA, 2002, p. 28)

Apesar da alta audiência do programa, as críticas de grupos e entidades que se preocupam com a ética na comunicação³ contribuíram para que o programa saísse do ar em agosto de 2006. Cinco meses depois, em janeiro de 2007, estreia o *Jornal da Massa*, um programa dividido em dois blocos e construído em torno de pautas que se limitam, basicamente, aos acontecimentos do Estado de São Paulo e versam sobre política, fatos do cotidiano e curiosidades, sendo a abordagem humorística um traço marcante em todas as suas editorias.

Os quadros que compõem o programa são: *Vamos Girar*, *No Mundo das Celebidades*, *Tá Maluco?*, *Presidente*, *Notícias da Semana* e *Território Selvagem*. Este último é produzido pela veterinária e jornalista Emanuela Hochmann que, a cada reportagem, traz curiosidades sobre um animal diferente, relatando acerca de seu *habitat* e características.

Além destes quadros, existem algumas entrevistas no estúdio, com cantores e artistas, principalmente. Neste ponto, o programa traz um formato interessante, o ator convidado está sempre representando seu(s) personagem(s) enquanto é entrevistado por Carlos Massa. Alguns chegam a fazer parte da programação semanal, como a atriz Daniela Calabresa, a “Pedrina”, que vestida de servente aparece no programa limpando a mesa do apresentador e se anuncia como “caixinha de banheiro” do SBT.

Pedrina – “Tudo bom seu Ratinho, aquele menino alí ó (aponta para alguém) mandou eu entrar pra passar um paninho, eu não sabia que as máquinas fotográfica tavam funcionando não”.

Ratinho – “Não é máquina fotográfica, é câmera [...]”

Pedrina – “Num tira foto minha não que eu num gosto [...]”

Ratinho – “Não é foto não. Você faz o quê?”

3 A campanha “Quem financia a Baixaria é contra a Cidadania”, lançada em 2003, teve apoio de mais de 50 entidades da sociedade civil, o que acabou inviabilizando comercialmente o *Programa do Ratinho* devido à falta de anunciantes e à queda brutal de audiência.

Pedrina – Eu sou caixinha de banheiro aqui do SBT. Eu sou, num sou artística não gente. É que a pessoa faltou, aí eles mandaram eu entrar e sentar. É tudo improvisado, eu nem ganhei lanche, mas eles mandaram eu entrar... Darfine e Mariane você grave minha filha. Chame Maitê Melissa e mande apertar o REC pra vocês me ver na VHS depois⁴.

Dentro da brincadeira, que faz parte da construção do programa, o apresentador, após tecer um diálogo bem humorado com a atriz, anuncia a peça que está em cartaz em São Paulo.

Ratinho – “Eu tô aqui conversando com uma atriz maravilhosa que é a Daniela [...] e essa personagem que você está fazendo agora comigo você faz no teatro não é?”

Alguns personagens são criados pela produção do programa para deixá-lo ainda mais descontraído e engraçado. Na edição do dia 14 de julho, antes que Carlos Massa desse o “Boa Noite” de abertura do programa, aparece uma voz dos bastidores chamando o apresentador para entregar-lhe uma encomenda. É o “seu Zé”, um ator contratado para fazer pequenas interrupções no programa, e provocar risos. Ele assume o papel de um funcionário do SBT, uma espécie de *office-boy* desajeitado que entra no meio da cena para entregar uma cesta de presente que enviaram para Carlos Massa. Após entregar a encomenda, seu Zé pega o cartão para ler e, como ele, aparentemente, ainda está sendo alfabetizado, sua leitura é soletrada trazendo um tom cômico à cena.

Seu Zé – “Tem um negócio aqui para lhe dar, é lá de Piráçu-pirá... é, é, c-o-co-co-p-l-e-comple-xo”.

A forte presença do humor no programa aliado a alguns depoimentos divulgados na imprensa, bem como ao posicionamento do próprio apresentador Carlos Massa levantaram o questionamento central deste artigo: a definição do gênero.

Na edição do dia 09 de junho de 2007, o apresentador Carlos Massa encerra o jornal com a seguinte frase:

4 *Jornal da Massa*, programa exibido em 26 de maio de 2007.

Ratinho – E o *Jornal da Massa* vai ficando por aqui, eu queria agradecer a audiência de vocês e espero que vocês continuem porque vem aí um **jornal sensacional**, vem aí um *jornal de verdade* mesmo, vem aí o SBT Brasil, jornal de verdade⁵.

Ao enfatizar que o programa a seguir é um jornal de verdade, Carlos Massa estaria questionando o seu próprio programa. Em edição posterior, do dia 11 de agosto do mesmo ano, o mediador deixa claro a ideia que tem do programa que apresenta.

Ratinho – O que é que o Jornal da Massa é? Mostramos um montão de coisa e fazemos um resumo do que foi importante na semana. É assim que funciona o Jornal da Massa. **Agente põe o nome de jornal, mas não é jornal.** É uma mistura de nada com coisa nenhuma, entendeu? É isso aí⁶.

De acordo com o diretor de jornalismo do SBT, Paulo Nicolau, em entrevista à *Folha Online*, em 10 de maio de 2007, o “*Jornal da Massa* é mais para a gente se divertir fazendo, entendeu? É muito divertido, a gente dá muita risada”. (MUNIZ, 2007) Com essa afirmativa, o diretor destaca apenas o apelo humorístico do programa, o que aguça ainda mais a necessidade de uma análise que permita classificar o seu gênero.

Uma matéria publicada na *Folha de São Paulo*, em 03 de janeiro de 2007, pela jornalista Laura Mattos, faz uma crítica ao programa *Jornal da Massa*, classificando-o como “um programa *trash*” e considerando o que ele faz como um “pseudojornalismo” – para usar as palavras da jornalista. Esta mesma matéria traz um depoimento de Luiz Gonzaga Mineiro, diretor de jornalismo contratado em 2005 para reimplantar o jornalismo no SBT. Segundo a *Folha*, Luiz Gonzaga Mineiro admitiu que o *Jornal da Massa* não é um telejornal, embora carregue esse nome. (MATOS, 2007)

Partindo destes posicionamentos, este artigo propõe uma discussão sobre o gênero do programa, a partir da análise dos modos de endereçamento, observando a maneira como o *Jornal da Massa* dialoga com al-

5 *Jornal da Massa*, programa exibido em 9 de junho de 2007.

6 *Jornal da Massa*, programa exibido em 11 de agosto de 2007.

gumas premissas básicas do jornalismo e o modo como estabelece uma relação com sua audiência. O artigo toma como *corpus* de análise nove edições do programa veiculadas durante cinco meses (março, abril, maio, junho e julho de 2007).

Gênero é aqui entendido como uma estratégia de comunicabilidade que funciona como um mediador do sistema produtivo e seus usos e, a partir dele, é possível indicar modos culturalmente estabelecidos e reconhecidos tanto pelo emissor como pelo receptor. Através dos códigos culturais contidos no gênero e conhecidos pela recepção, a audiência consegue, mesmo que de forma inconsciente, decodificar e incorporar o sentido daquilo que assiste. De acordo com Itania Gomes (2004, p. 238),

[...] os gêneros são formas reconhecidas socialmente a partir das quais se classifica um produto dos media [...] colocar a atenção nos gêneros implica reconhecer que o receptor orienta sua interação com o programa e com o meio de comunicação de acordo com as expectativas geradas pelo próprio reconhecimento do gênero.

Para compreender o gênero, Martín Barbero (1997) propõe que se analise não aquilo que acontece no texto, mas o que se constrói pelo texto. Citando Itania Gomes (2004), “[...] os gêneros permitiriam entender o processo comunicativo não a partir das mensagens, mas a partir da ‘interação’”. Dentro deste processo comunicativo é importante também considerar, para a análise do gênero, que a negociação entre emissores e receptores a partir das mediações está articulada a dimensões históricas de seu espaço de produção e apropriação de sentido. Assim, “[...] não podemos entender o sentido dos gêneros senão em termos de sua relação com as transformações culturais na história [...]” (BARBERO apud GOMES, 2004, p. 208)

Portanto, para iniciar uma análise do *Jornal da Massa* e desenvolver uma discussão sobre gênero, é interessante compreender a presença desse programa dentro da grade de programação da emissora, a partir de sua contextualização histórica.

CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DO SBT

O Sistema Brasileiro de Televisão foi ao ar, pela primeira vez, em 19 de agosto de 1981, inaugurando sua programação com a transmissão da assinatura de contrato entre o empresário e radialista Senhor Abravanel, popularmente conhecido como Silvio Santos, o Governo Federal, representado pelo então presidente Ernesto Geisel, e o Ministro das Comunicações, Euclides Quandt de Oliveira. A programação incluía filmes, desenhos, um pouco de jornalismo, além de programas como *Silvio Santos*, *Povo na TV*, *Moacyr Franco Show*, dentre outros, que fizeram a emissora alcançar 24% de audiência no primeiro ano de operação. (HISTÓRIA..., 2009)

Desde o seu início percebe-se um forte direcionamento para o popular. Mas foi entre 1983 e 1987 que o SBT se consagrou como uma emissora genuinamente popular, ao exibir os programas de Flávio Cavalcanti, Lolita e Airton Rodrigues, e Hebe Camargo, bem como a série *Joana*, com Regina Duarte, e a minissérie *Pássaros Feridos*. Logo após este período, passaram a ser apresentados os programas *Aqui Agora*⁷ (1990), *Programa Livre* e *A Praça é Nossa*. Em 1993, estreia mais um programa popular *Domingo Legal* apresentado por Gugu Liberato. Em 1994, firma-se o núcleo de dramaturgia da emissora, com a novela *Éramos Seis*.

A contratação de profissionais como **Boris Casoy**, que comandava o *TJ Brasil* e que marcou sua passagem no jornalismo com o bordão “Isso é uma vergonha”; o humorista e escritor **Jô Soares**, **Carlos Alberto de Nóbrega**, Alberto Tamer e Hermano Henning, atual apresentador do *Jornal do SBT - Edição Manhã*, entre 1988 e 1990, sinalizou a preocupação da emissora em fortalecer o jornalismo. Ao longo da década de 80, quatro telejornais foram ao ar: *Cidade 4*, *24 horas*, *Noticentro* e *Últimas Notícias*. Em 1991, o *TJ Brasil* ganha a sua 2ª edição, transmitida às 21h20min, pela jornalista Lílian Witte Fibe.

7 Este programa foi trazido do rádio e se tornou um marco no telejornalismo popular. O programa *Aqui Agora*, apresentado pelo radialista Gil Gomes, foi um dos programas populares de maior audiência na TV brasileira, chegando a ter duas edições em 1992 e permanecendo no ar até 1997. O sucesso desse programa inspirou outras emissoras a investirem em telejornais populares.

A partir da década de 90, alguns telejornais populares estrearam nas outras emissoras de TV, promovendo um *boom* de programas do gênero na TV, como *Repórter Cidadão* (Rede TV), *Cidade Alerta* (Rede Record), *Brasil Urgente* (Rede Bandeirantes) e *Linha Direta* (Rede Globo). É nesse contexto que se justifica a contratação do apresentador Carlos Massa pelo SBT no final dos anos 90 para dirigir, inicialmente, o *Programa do Ratinho* (exibido até agosto de 2006). O retorno de Carlos Massa à TV, em janeiro de 2007 (cinco meses depois), para liderar o *Jornal da Massa* garantiu ao SBT recuperar a vice-liderança de audiência que há dois meses pertencia à Record. Logo no primeiro mês de estreia, o *Jornal da Massa* obteve média de 6,5 pontos contra 5,4 da Record, que exibia no horário o desenho animado *Pica-pau*. (MATOS, 2007) Ainda no primeiro mês de estreia, o *Jornal da Massa* chegou a marcar 9 pontos, com picos de 10 e 15% de participação, ficando em terceiro lugar de audiência (Globo: 29 pontos; Record: 14 pontos; Rede TV: 4 pontos)⁸. Entretanto, esta posição não se manteve nos meses seguintes forçando a emissora – em maio do mesmo ano, três meses após sua estreia – a limitar a exibição do programa apenas aos sábados e, em menos de 1 ano de exibição, tirá-lo do ar.

A saída do *Jornal da Massa* da grade de programação do SBT, em menos de um ano de exibição, devido, principalmente, à baixa audiência que o programa vinha tendo, pode ser também pensada a partir da problemática gerada em torno do gênero e citada no início do texto. O desencontro de opiniões e posicionamentos por parte dos seus produtores acerca do gênero do programa pode ter comprometido a construção de uma relação de credibilidade entre o programa, enquanto telejornal, e a sua audiência.

A análise do modo de endereçamento do programa ajudará a compreender a relação estabelecida entre o *Jornal da Massa* e o telespectador, bem como fornecerá elementos importantes para entender a construção do gênero do programa.

8 Dados consultados no site <<http://audiencia.uniblog.com.br/164789/jornal-da-massa-bem-no-ibope.html>>. Acesso em: 28 dez. 2008.

O PAPEL DO MEDIADOR NO JORNAL DA MASSA

O lugar do mediador é fundamental para a análise deste programa, visto que o apresentador Carlos Massa desempenha um papel determinante no endereçamento do programa. Popularmente conhecido como Ratinho, Carlos Roberto Massa⁹ assume uma postura contestadora e polêmica dentro do programa. Características já conhecidas pelo público a partir da história do apresentador dentro do campo midiático. É ele quem media a relação entre o programa, os telespectadores, os convidados, os repórteres e os demais profissionais envolvidos. Desse modo, o programa constrói-se na condição de posicionar o radialista e apresentador Carlos Massa como uma figura central dentro do *Jornal da Massa*; ele é aquele que conduz as entrevistas, as matérias, as intervenções humorísticas e quem primeiro estabelece um pacto¹⁰ com a audiência. “Tem que falar, porque o povo tem que entender, tem que parar de falar conversa fiada... peraí eu tenho que falar pô, o homem fica aí falando bobagem!” Carlos Massa grita com gestos agressivos para a câmera e tenta transmitir para o telespectador que ele tem um compromisso com a verdade¹¹. “Eu quero dizer ao Brasil que agora vamos resolver muito mais, que agora estou com autorização pra resolver muito mais pelo povo brasileiro” –posicionando-se como alguém que está do lado do povo para ajudar a resolver os problemas da população, seja delatando abusos e cobrando providências dos poderes públicos, seja proporcionando ao povo esperança, ao tentar ajudar alguma família em situação difícil¹². “Vem cá dona de casa, aqui

9 Radialista e apresentador de televisão, Carlos Roberto Massa também foi deputado federal pelo PRN na década de 90. No SBT, foi apresentador do *Programa do Ratinho*, *Show do Ratinho*, *Você é o Jurado* e participou do especial humorístico *SBT Palace Hotel*. Na Rede Record, apresentou o *Ratinho Livre* e *Ratinho Show*. E na CNT conduziu o programa *190 Urgente*. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Carlos_Roberto_Massa>. Acesso em: 04 jun. 2009

10 O pacto é estabelecido entre o programa e sua audiência, por meio de uma série de acordos tácitos que irão orientar o telespectador sobre o que ele pode esperar do programa. (GOMES, 2004) Esses acordos são construídos a partir de uma relação entre o gênero do programa jornalístico e com as especificidades de cada subgênero. No *Jornal da Massa*, são analisadas as relações que o programa estabelece com algumas premissas básicas do jornalismo (verdade, objetividade, relevância, serviço público, responsabilidade social etc.).

11 *Jornal da Massa*, programa transmitido em 12 de março de 2007.

12 *Jornal da Massa*, programa transmitido em 16 de junho de 2007.

comigo, aqui comigo, dona de casa”, interpela o apresentador enquanto a câmera se aproxima até focar o seu rosto. “Sabe quanto é que o Brasil vai gastar esse ano com as medalhas? Aquelas medalhas de honra ao mérito pra botar no cangote do povo aí? Gastou 30 milhões de reais, só com medalha e com a festa da medalha [...]”¹³.

O texto verbal do apresentador Carlos Massa interpela determinado perfil de público e indica quem o programa pensa ser sua audiência. Analisando o texto verbal do mediador é possível perceber que existe pouco cuidado com o uso do português correto, o emprego de gírias e a incorporação de termos e expressões como “cangote”¹⁴, “Hoje eu tô soltando fogo pela venta”¹⁵ “vai ser burro assim no inferno”; “o de lá ficou com o fiofó encostado”¹⁶, compõem um repertório direcionado para um público que está familiarizado com esse tipo de linguagem, considerada aqui como “popular”. Além disso, sua fala possui mudanças bruscas de entonação, muitas vezes o apresentador grita, mostra irritação na voz e faz uso de gestos exagerados, levantando e abrindo os braços, balançando as mãos enquanto fala e apontando o dedo para a câmera, quando o assunto permite um tom mais incisivo. Esta postura de apresentação tem sido comum em programas que seguem a linha mais popular e que ganharam destaque na mídia brasileira, a partir da segunda metade da década de 90. Por programas populares considera-se,

um conjunto de programas distintos com características peculiares [...] todos esses programas se assemelham ainda por uma preocupação com índices de audiência a todo custo, o que significa alterar o que for necessário, interromper subitamente determinado quadro, trocar personagens, temas, formatos ou horários, etc. [...] voltados de forma primordial para a busca de popularidade. (ARAÚJO, 2006, p. 47, 49)

13 *Jornal da Massa*, programa transmitido em 26 de maio de 2007.

14 *Jornal da Massa*, programa transmitido em 26 de maio de 2007.

15 *Jornal da Massa*, programa transmitido em 12 de março de 2007.

16 *Jornal da Massa*, programa transmitido em 12 de março de 2007 – comentando um vídeo enviado pela internet.

Ainda segundo o autor, a exploração da vida privada, como a intimidade de pessoas famosas (celebridades) ou de pessoas comuns, é também muito presente nos programas de característica popular¹⁷. E a presença deste último grupo (pessoas comuns) nos programas populares de TV é percebida a partir de cinco situações-modelo¹⁸ (ARAÚJO, 2006, p. 53, 55):

O circo: a pessoa passa por uma situação engraçada ou constrangedora no ar, ou vai para exibir características físicas bizarras (doenças, anormalidades) [...]. Tribunal/divã: a pessoa leva seus problemas pessoais e os expõe no programa [...]. Máquina dos sonhos: a pessoa vai ao programa para ver se algum desejo é atendido[...]. Games: pessoas comuns participam de gincanas, torneios, disputas das mais variadas naturezas, com o objetivo de conseguir o prêmio oferecido ao vencedor [...] Vítimas: pessoas expressam seu sofrimento ou revolta em relação a casos de assassinato, estupro, seqüestro e outros atos praticados por criminosos, em depoimentos, muitas vezes, emocionados.

Na edição do dia 14 de março de 2007, o programa exhibe o vídeo de uma mulher com problemas de obesidade andando numa esteira e vestida apenas de calcinha e sutiã. Na tela aparece a seguinte frase escrita: “será que tem jeito?”. Durante a exibição do vídeo, o apresentador, que está ao lado do cantor Genival Lacerta (entrevistado do programa), faz comentários pejorativos. Uma situação claramente identificada dentro da categoria de “circo”, citada por Araújo.

Embora o mediador esteja na maior parte do tempo sentado atrás da bancada¹⁹ de onde apresenta o *Jornal da Massa*, ele se desloca, anda pelo

17 Araújo apropria-se das definições de Goffman para falar sobre *fundo e fachada*. Sendo *fundo* tudo aquilo que é sigiloso e *fachada* o que é exposto. No caso dos programas populares, o autor indica a preferência por expor o *fundo* ao invés da *fachada*.

18 Esta classificação feita por Araújo partiu da análise de 18 programas com características populares das quatro principais emissoras do País (Globo, SBT, Band e Record).

19 O cenário do *Jornal da Massa* é constituído por uma bancada e uma TV de plasma ao fundo, onde são exibidas as matérias. Esta estrutura de cenário corresponde à estética comumente usada em telejornais.

estúdio e se aproxima da câmera, quando quer atribuir mais ênfase a algum assunto. Em alguns momentos, chega a apontar o dedo para a câmera e gritar no estúdio, mostrando para o telespectador sua indignação com determinadas situações. Envolve-se com os fatos noticiados e transmite para o telespectador seus sentimentos de raiva, tristeza e revolta, sofrendo com as mesmas angústias que atormentam o telespectador. Com esse posicionamento, o apresentador tenta mostrar que está do lado do povo e em busca de medidas que solucionem os problemas que afligem a sociedade. “Esse tipo de coisa me corta o coração [...] pra você que muitas vezes reclama de pouca coisa olha o sofrimento dessa mulher”, apresenta a história de duas garotas gêmeas que se alimentam através de sondas. Após exibição da matéria, o apresentador com os olhos vermelhos e lacrimejados faz um apelo: “Prefeito, eu gostaria muito de chegar aqui segunda-feira e dizer aqui pro meu público que [...] o senhor arrumou uma ambulância pra levar”. (referindo-se à locomoção diária dessas duas garotas de casa para o hospital)²⁰.

Na edição do dia 23 de março, é mostrada a discussão no congresso sobre o “apagão” aéreo. Após a exibição da matéria, o apresentador, em um tom de voz exaltado, tece comentários sobre a situação aeroportuária. Nesse momento, a câmera está focada no rosto de Carlos Massa, registrando sua expressão de indignação e revolta e convocando a atenção do público para o que está sendo dito.

Ratinho – Tá uma palhaçada esse negócio do apagão aéreo, tá uma palhaçada, viu?! Faz 300 anos que nós temos aviação aérea e agora que ficou ruim?! De um mês pra cá, dois meses pra cá que tão inventando essa história de apagão?! Tem que saber o que está acontecendo, o que está acontecendo! Como é que de repente, quando nunca teve problema, que o problema começou a ficar depois que caiu aquele avião com 150 pessoas... tem que ver o que está acontecendo. Tão com medo de quê?! Tão com medo da polícia descobrir pra onde vai o dinheiro da Infraero?! É isso que vocês tão com medo?! VAMO ABRIR A CAIXA PRETA!²¹

20 Programa transmitido em 14 de março de 2007.

21 *Jornal da Massa*, programa exibido em 23 de março de 2007.

No dia 06 de março, o programa exhibe uma matéria sobre a atuação da Força Nacional no combate aos traficantes que invadiram o Complexo do Alemão. A matéria chama a atenção para os armamentos usados pelos traficantes e para a situação dos moradores diante da troca de tiros com a polícia. Após a exibição da matéria, o apresentador comenta.

Ratinho – Até os traficantes tão tirando um sarrinho dessa Força Nacional que, aliás, tá virando uma piada. Essa ‘forseca’, essa ‘forseca’ realmente não resolveu. E eu falei desde o primeiro dia que isso era pra inglês ver, era pra jornal bater foto, é pra Globo colocar no Jornal Nacional, é pro SBT colocar no SBT Brasil, e eu não coloquei aqui porque eu não vou fazer esse papel, eu num vou fazer! Eu sabia que não ia dar certo, eu sabia. Querem 40 dias para treiná, pra entrar na favela, oi lá?! E o traficante ainda abusa: – vem ‘forseca’, vêm cá! Olha a arma dos traficantes! mostra aí. É pra derrubar helicóptero, ainda bem que a Força Nacional não tem helicóptero... e o Lulu? O nosso querido presidente finge que não é com ele. – Não é comigo. Esse negócio de segurança, não é comigo²².

O apelo retórico e argumentativo presente nos comentários do apresentador, associado à sua habilidade enquanto orador e ao uso de uma linguagem comum, popular e incisiva, aparece como uma estratégia de estabelecer uma relação de credibilidade com o telespectador. Além disso, Carlos Massa, em sua fala, posiciona-se ao lado do povo, preocupado em ajudar a resolver os problemas da maioria da população que não se vê assistida, nem ouvida. O mediador estaria se posicionando como um porta-voz do povo, disposto a intervir em nome da população. Esse posicionamento em prol do povo ajuda na construção de uma relação de empatia e confiança entre o mediador e o telespectador.

Quem tá perdendo com essa história toda é o povo [...] Quando é pobre e negro realmente o povo esquece muito mais rápido do que quando é branco e rico [...] nós temos que crescer o número de manifestação que é pra dizer: olha senhor presidente, nós estamos insatisfeitos!²³

22 *Jornal da Massa*, programa exibido em 6 de março de 2007.

23 *Jornal da Massa*, programa transmitido em 12 de março de 2007.

Carlos Massa grita para as câmeras, mostrando irritação e indignação à falta de segurança que levou à morte uma garota vítima de uma bala perdida num confronto entre a polícia e os bandidos no subúrbio de São Paulo.

O mediador assume o papel, não só de enunciar os VTs e matérias, mas também o de comentar todos os assuntos apresentados no programa. Esse discurso opinativo é acompanhado por uma linguagem sensaciona- lista e popular:

Ratinho – Vocês viram aí esse menino de 7 anos comprando coca- ína e munição. Quer dizer, eu sempre tenho falado, quando você, quando o pai não cuida do filho e o Estado não tem tempo pra cui- dar ou não liga pra cuidar, quem é que cuida? O traficante adota. Esse menino já foi adotado por algum bandido porque a mãe não cuida, o pai não cuida, a escola não cuida, o Estado não cuida... a obrigação primeira é da família cuidar²⁴.

O mediador convoca a audiência através do uso da primeira pessoa do singular (eu) em seu texto verbal e, assim, fala diretamente com o pú- blico, estabelecendo uma maior aproximação com o telespectador. “Eu sempre tenho falado”²⁵; “faço aqui essa convocação mesmo, vamo ter que acabar com essa violência no Brasil, eu tô aqui fazendo essa guerra”²⁶. “Vem cá dona de casa, aqui comigo, aqui comigo, dona de casa”²⁷. “Vamo lá, vamo aqui... essa quem mandou foi o Felipe Camargo de Pernambuco, vamo encher a telona vai” –valorizando a participação da audiência no programa²⁸.

O apresentador também interage com os bastidores do programa e faz piadas com os câmeras e os auxiliares de estúdio, demonstrando grande intimidade com a equipe de produção: “você gosta de biscoito

24 *Jornal da Massa*, programa transmitido em 26 de maio de 2007

25 *Jornal da Massa*, programa transmitido em 12 de junho de 2007.

26 *Jornal da Massa*, programa transmitido em 14 de março de 2007.

27 *Jornal da Massa*, programa transmitido em 26 de maio de 2007.

28 *Jornal da Massa*, programa transmitido em 26 de maio de 2007.

de polvilho?”²⁹ (para introduzir uma matéria que mostra como é feito o biscoito de polvilho); “como é que chama aquele treco que põe na canela Humberto? (falando com o operador de câmera no estúdio); “Como é que é o nome do galã aí do lado? Ô Valdeco é platina num é Valdeco?... Valdeco é o Valdecão nas horas vagas”³⁰ (brinca com algum câmera ou auxiliar que está no estúdio, mas que não aparece na cena). Em alguns momentos, o apresentador solicita a presença de Pedrina, a atriz que faz o papel de caixinha de banheiro do SBT, chamando-a no estúdio para conversar sobre as matérias que serão veiculadas. O apresentador atribui um caráter informal e de improviso ao programa, transmitindo para o telespectador a ideia de que o programa é “ao vivo”. “Pára, pára, pára, pára, tira esse negócio de ioiô. Quem quer saber de ioiô? Eu não quero saber de ioiô!” (interrompe o vídeo que acaba de exibir sobre o ‘rei do ioiô’, um homem que faz truques com o brinquedo³¹).

OUTROS ELEMENTOS PRESENTES NA CONSTRUÇÃO DO PROGRAMA

O quadro *Presidenciáveis* apresenta elementos interessantes para a análise do programa. Neste quadro, a figura do presidente Lula é usada para satirizar a política e a atuação do governo, através de críticas ao atual sistema de educação³², à impunidade de Vavá, irmão do presidente,³³ à declaração da ministra Marta Suplicy “Relaxe e goze, pois depois você esquece todos os transtornos”³⁴, às acusações contra Renan Calheiros³⁵, dentre outras. Um ator caracterizado como o presidente Lula e imitando a sua voz e o seu jeito de falar, comenta sobre algum tema.

Lula (ator) – Olha companheiros e companheiras, companheiro Ratinho, é preciso que se diga que nunca em nenhum governo fez

29 *Jornal da Massa*, programa transmitido em 23 de junho de 2007.

30 *Jornal da Massa*, programa transmitido em 12 de março de 2007.

31 *Jornal da Massa*, programa transmitido em 12 de março de 2007.

32 *Jornal da Massa*, programa transmitido em 14 de julho de 2007.

33 *Jornal da Massa*, programa transmitido em 16 de junho de 2007.

34 *Jornal da Massa*, programa transmitido em 16 de junho de 2007.

35 *Jornal da Massa*, programa transmitido em 23 de junho de 2007.

tanto para esclarecer a venda de gado, a venda da carne de vaca, como o meu governo tá fazendo. E eu queria dizer que no meu governo, vou dar nome aos bois, vou dar apelido às vacas, vou dar sobrenome pros bezerros. Isso é um governo. E hoje vamos falar desse caso, se Renan perdeu as vacas, se vendeu o boi, se a vaca foi pro brejo, isso não importa. E olha só que bucho nós arrumamos na política, inclusive quero dizer que meu amigo senador complicado, ele está fazendo das tripas coração pra sair dessa encrenca³⁶.

Lula (ator) – Companheiros e companheiras é preciso que se diga que nunca, nunca em nenhum governo se fez tanto pelos irmãos, primos, tios, pai, avós, como o meu governo está fazendo. Isso eu admito... companheiro irmão Vavá, eu tô muito chateado. Nunca nenhum outro governo ficou tão chateado como o meu ficou com o irmão Vavá. Vavá, que papo atravessado é esse Vavá, que você pediu dois mi?!³⁷

Vavá (ator) – “Ô mano, eu falei dois mi, três pamonha, dois cuzcuz, um suco de milho verde, foi isso que eu falei. Mano, por mim você pode botar as mão no fogo mano”³⁸.

Nota-se no trecho acima o uso de expressões populares, de adjetivações e de um tom irônico ao tratar dos assuntos políticos. A partir deste quadro, intitulado *Presidênciaveis*, percebe-se a sátira usada pelo programa ao abordar assuntos políticos. Este tipo de tratamento dado, entretanto, demanda um conhecimento prévio do telespectador, que só irá compreender a sátira se souber o que está acontecendo na esfera política.

Embora o *Jornal da Massa* pautasse seus assuntos em notícias da semana, não atualizando, necessariamente, com os últimos acontecimentos, o programa não deixa de negociar com a premissa da atualidade, uma vez que as discussões trazidas no *Jornal da Massa* fazem parte da *agenda-setting*, ou seja, estão em pauta na agenda dos *media*.

A vinheta de abertura do *Jornal da Massa* antecipa algumas promessas do programa. O encadeamento das imagens e o som da vinheta trazem a

36 *Jornal da Massa*, programa transmitido em 23 de junho de 2007.

37 *Jornal da Massa*, programa transmitido em 16 de junho de 2007.

38 *Jornal da Massa*, programa transmitido em 16 de junho de 2007.

ideia de agilidade e a presença do povo nas ruas sugere que o programa está direcionado para a “massa”, como o próprio nome anuncia, permitindo ainda um trocadilho com o sobrenome do mediador.

A utilização de som de hélice de helicóptero e de sirene de ambulância, bem como a velocidade com que a câmera sobrevoa as pessoas na vinheta de abertura do programa refletem um caráter de emergência e atribuem um ritmo acelerado ao programa. Na sequência de imagens, uma porta é aberta, como se estivesse abrindo caminho para o telespectador ansioso por assistir o referido jornal. Uma multidão está nas ruas dirigindo-se para o espaço onde está afixado um grande telão que exibirá o *Jornal da Massa*.

Este ritmo, sugerido pela vinheta de abertura e seguido pelo moderador, é também percebido nos quadros que preenchem a maior parte do programa, apresentando uma síntese dos principais acontecimentos do Brasil e do mundo. O noticiário é composto por curiosidades como o concurso de ioiô, o casamento do homem mais alto do mundo, a tradição de saltar um colchão com vários bebês recém-nascidos, notícias sobre celebridades, o casamento entre árvores, a comemoração do aniversário de um ano de um elefante etc. Em uma proporção consideravelmente menor, estes quadros incluem também resumos do que está acontecendo na política nacional e estrangeira.

Na edição do dia 30 de junho, é exibida uma matéria sobre um garoto que se acidenta na escola e é submetido a cirurgia. A música escolhida como fundo para a matéria tenta sensibilizar o telespectador. Em um depoimento emocionado, a mãe do garoto fala do presente que o filho pediu de aniversário e que ela não pôde dar. A diretora da escola e o médico também são ouvidos. De um lado, a família do garoto, sensibilizada com o ocorrido, e, do outro, a escola, local onde o acidente aconteceu. O texto da repórter alimentava a acusação da mãe contra a escola e a professora do menino. Na nota pé da matéria, a frase “A família quer saber a verdade” tentava trazer um sentimento de investigação e busca da verdade, ao mesmo tempo em que tratava o caso não como um acidente, mas como uma situação em que deveria haver um culpado. Além disso, no fechamento da matéria, a repórter tenta sensibilizar o médico e o teles-

pectador ao perguntar se ele sabia que, naquele dia, era o aniversário do garoto, comprovando o apelo emotivo buscado desde o início.

Após exibição da matéria, o apresentador comenta:

Ratinho – Aqui ninguém tá acusando escola nenhuma. Eu não tô fazendo nenhuma acusação [...] mas o médico disse que não é um tombo comum, foi um tombo muito violento, e agora a escola tá falando que ele caiu de um muro alto?! Antes não era muro alto, agora já é muro alto. É engraçado isso, mas enfim, tá acontecendo uma investigação e o nosso programa vai acompanhar essa investigação pra dar o resultado aqui³⁹.

Diante disso, seria oportuno questionar a relação que o *Jornal da Massa* estabelece com a verdade que se manifesta nos programas por meio da apuração da notícia e da exibição de imagens que mostram o que realmente aconteceu. Associa-se à busca da verdade, a clareza com que a notícia é apresentada ao público a partir de uma construção que considere a coerência textual. Na matéria do acidente na escola, o comentário que o apresentador Carlos Massa faz no estúdio (transcrito acima) indica uma preocupação com a apuração da notícia ao afirmar que o programa irá acompanhar a investigação. O texto da matéria, porém, favorece apenas uma interpretação, a de que existe algo que a escola ainda não revelou e que precisa ser investigado: **Repórter** – “Faz uma semana que dona Jucilene deixou o filho nessa escola municipal, mas o menino foi parar no hospital com traumatismo craniano. O que teria acontecido com o filho dela?”⁴⁰

O texto da repórter, as imagens e enquadramentos usados durante a matéria, bem como a trilha musical escolhida para trazer mais emotividade ao fato ocorrido, são posições que se colocam contrárias à postura objetiva⁴¹ que se espera da construção de uma notícia jornalística. Para ter

39 *Jornal da Massa*, programa exibido em 30 de junho de 2007.

40 *Jornal da Massa*, programa exibido em 30 de junho de 2007.

41 De acordo com Schudson (1978) o conceito de objetividade surgiu após a Primeira Guerra Mundial, no final do século XIX, como uma tentativa de resgatar a confiança da população na democracia. O autor explica que, neste período, havia um descrédito muito grande da população com relação à democracia e, especialmente, à política. Os jornalistas tinham perdido

objetividade, o jornalismo deveria se ater aos fatos e evitar reportagens interpretativas e tendenciosas. Em 1969, o dono do *Diário de Wall Street*, Sydney Gruson, já declarava “a objetividade pura não poderia existir, mas você tem que se esforçar para isto de qualquer maneira”. (GRUSON apud SCHUDSON, 1978, p. 161)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora o *Jornal da Massa* não negocie de maneira uniforme com todas as premissas do jornalismo, ele apresenta características que permitem classificá-lo como um programa jornalístico que incorpora elementos próprios do gênero televisivo e possui um forte apelo popular. Esta configuração híbrida permite que o *Jornal da Massa* utilize estratégias de humor na construção da notícia, na tentativa de produzir um determinado efeito na audiência. A análise permite perceber a importância do papel do mediador, como o condutor principal do telejornal; as estratégias de aproximação com o público, através da interpelação direta ao telespectador; o uso da primeira pessoa do singular; o enquadramento fechado da câmera no apresentador etc., e a relação de credibilidade que se busca estabelecer com a audiência, a partir, principalmente, do texto verbal e do apelo retórico de Carlos Massa, que enfatiza sua preocupação em apurar os fatos (apesar das coberturas jornalísticas serem, em grande maioria, superficiais) e estabelecer um compromisso com a verdade.

Ainda que o programa aborde assuntos sobre política e de interesse público, predomina no *Jornal da Massa* notícias que servem mais para entreter do que para informar e toda a estrutura do programa é construída a partir de um posicionamento sensacionalista, característica comum entre os programas do gênero popular.

As opiniões da imprensa, bem como o posicionamento do apresentador Carlos Massa e do diretor de jornalismo do SBT, Paulo Nicolau, acerca do gênero do programa podem ter confundido a audiência, mas os códigos/símbolos usados pelo *Jornal da Massa* como estratégia de comuni-

credibilidade e eram vistos como profissionais não sérios. A objetividade surge nesse contexto, como um ideal a ser alcançado pelo jornalismo e como uma estratégia para recuperar a crença do povo.

cabilidade são conhecidos pela recepção e reconhecidos como parte de um programa jornalístico que recebe grande interferência do gênero televisivo e que define seu estilo a partir de um forte apelo popular e uma expressiva abordagem de humor.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, Afonso de. Um outro quarto poder: imprensa e compromisso político no Brasil. *Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos*, v. 1. n. 1, p.07-37, dez. 1999.
- AMARAL, Márcia Franz. *Jornalismo popular*. São Paulo: Contexto, 2006.
- ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Dramas do cotidiano na programação popular da TV brasileira. In: FRANÇA, Vera (Org.). *Narrativas televisivas: programas populares na TV*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- BRAGA, José Luis. “Lugar de fala” como conceito metodológico no estudo de produtos culturais e outras falas. REUNIÃO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 5 1996., São Paulo. Anuais... São Paulo: [s.n.], 1996.
- DUARTE, Elizabeth Bastos. *Televisão: ensaios metodológicos*. São Paulo: Sulina, 2004.
- FRANÇA, Vera. *Narrativas televisivas: programas populares na TV*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- GOMES, Itania Maria Mota. *Efeito e recepção*. A interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os *mídia* Rio de Janeiro: E-papers, 2004.
- HISTÓRIA da televisão brasileira: Sistema Brasileiro de Televisão – SBT. Disponível em <http://www.microfone.jor.br/hist_sbt.htm>. Acesso em: 20 de abril de 2009.
- JOST, François. *Seis lições sobre televisão*. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MATOS, Laura. Ano começa mal na TV com o “novo” Ratinho. *Folha Online*, São Paulo, 03 de janeiro de 2007. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u67288.shtml>>. Acesso em: 20 abr. 2009.

MUNIZ, Diógenes. “Somos o anti-Jornal Nacional”, diz diretor de jornalismo do SBT. *Folha Online*, São Paulo, 10 maio 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u70983.shtml>>. Acesso em: 20 abr. 2009.

SCHUDSON, Michael. *Discovering the news: a social history of American newspaper*. New York: Basic Books, 1978.

SODRÉ, Muniz e PAIVA, Raquel. *O império do grotesco*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.