

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

PAOLA PAIM VEDOVELLI

HUMOR E INFORMAÇÃO NO JORNALISMO ESPORTIVO AUDIOVISUAL

CAXIAS DO SUL

2022

PAOLA PAIM VEDOVELLI

HUMOR E INFORMAÇÃO NO JORNALISMO ESPORTIVO AUDIOVISUAL

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial
para a obtenção do título de
Jornalista, pelo Curso de Jornalismo
da Universidade de Caxias do Sul.

Orientadora: Prof. Dra. Maria Luiza
Cardinale Baptista

CAXIAS DO SUL

2022

PAOLA PAIM VEDOVELLI

HUMOR E INFORMAÇÃO NO JORNALISMO ESPORTIVO AUDIOVISUAL

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial
para a obtenção do título de
Jornalista, pelo Curso de Jornalismo
da Universidade de Caxias do Sul.

Orientadora: Prof. Dra. Maria Luiza
Cardinale Baptista

Aprovado em: 06/12 /22

Banca Examinadora

Profa Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista (orientadora)
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Prof. Me. Jacob Raul Hoffmann
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Profa. Ma. Jennifer Bauer Eme
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Dedico este trabalho à minha família, que foi -e tenho certeza que continuará sendo- pilar nesta caminhada acadêmica e também a todos os estudantes de Jornalismo que, mesmo não vivendo em um país que exige formação para exercer a profissão, buscam conhecimento e sabem da responsabilidade que é informar a população.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha professora orientadora, Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista, que conduziu esta pesquisa da melhor forma para que obtivéssemos bons resultados e contribuíssemos com os estudos da área da Comunicação Social. Malu, agradeço ainda, especialmente, por compreender o ritmo acelerado da vida de quem concilia estudo e trabalho e por me ensinar a “produzir em meio ao caos”.

Aos meus pais, Ivete de Fátima Paim Vedovelli e Marcos Vinicio Vedovelli, agradeço por, desde a infância, me mostrarem que, por meio da Educação, eu poderia alcançar meus objetivos e que esse é o primeiro passo para contribuir com a construção de uma sociedade mais equitativa e humana. Obrigada mãe e pai por acreditarem em mim e me incentivarem de todas as maneiras possíveis.

À minha família agradeço por todo o amor, carinho e compreensão. Agradeço por cada almoço de domingo que sempre recarregou minhas energias. Especialmente à minha vó Alda dos Santos Paim, que acredita incondicionalmente em mim, ouve a todas as edições do programa que produzo para uma rádio da minha cidade e tenho certeza que será a maior fã do meu trabalho. À minha prima Paloma Paim Meneguzzo que enfrentou essa caminhada de final de curso superior junto comigo, trocando ideias desde assuntos relacionados às regras da ABNT até aos mistérios que existem no universo.

Meu muito obrigada também às minhas amigas pelo companheirismo de sempre e aos meus colegas de aula e de trabalho. Especialmente à minha colega de profissão Sabrina Reis, que acreditou no meu potencial e me oportunizou aplicar, na prática, os conhecimentos adquiridos durante a faculdade.

Também agradeço a todos os docentes do curso de Jornalismo da UCS e, em especial, à professora Marliva Vanti Golçalves, que me orientou durante o TCC 1.

À Deus e ao universo, gratidão pela força recebida em cada momento que eu não estava confiante o suficiente para desenvolver este trabalho.

“Viver é um rasgar-se e remendar-se”.

Guimarães Rosa

RESUMO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso trata-se da análise da utilização do humor e do infotimento como a forma de comunicação no quadro Fala Muito, do programa Esporte Espetacular, da Rede Globo de Televisão. O objetivo foi a compreensão de como se é possível informar através do humor, além de estudar o infotimento no Jornalismo e a importância de uma linguagem específica para informar com humor por meio do jornalismo esportivo. Em termos teóricos, a pesquisa associa conhecimentos das seguintes áreas: Jornalismo, história da televisão no Brasil, entretenimento, humor e infotimento, a partir de estudos dos autores Sergio Mattos (2010); Arlindo Machado (2000); Guy Debord (2003) e Fábria Angelica Dejavitte (2007). A metodologia utilizada teve orientação qualitativa, com fundamentação na Análise de Conteúdo, de Bardin (1977). A partir desse método, foi realizada a análise de produções jornalísticas no quadro Fala Muito, com atenção para a forma com que a informação é comunicada. Como principais resultados, podem ser mencionados: a compreensão da necessidade de aliar o humor ao Jornalismo e que essa é uma alternativa para tornar as produções jornalísticas mais atrativas. Além disso, a partir das análises, foi compreendido que há uma linha tênue que não deve ser ultrapassada nos conteúdos caracterizados como infotimento: o limite entre o entretenimento/humor e o espetáculo, e a informação jornalística. Foi constatado que a linguagem do humor deve ser utilizada levando sempre em consideração que essa deve complementar uma informação, dando sentido ao âmbito jornalístico.

Palavras-chave: Jornalismo; esporte; humor; infotimento; televisão.

ABSTRACT

The present Course Completion Work is about the analysis of the humor and the infotainment as a way of communication used on Fala Muito, exhibited on Esporte Espetacular, a Rede Globo's program. The objective was to understand if it is possible to inform through humor, and also studying infotainment in Journalism and the importance of a specific language to inform with humor through sports journalism. In theoretical terms, the research associates knowledges of the following areas: Journalism, Brasil's television history, entertainment, humor and infotainment, through studies of the authors Sergio Mattos (2010); Arlindo Machado (2000); Guy Debord (2003) e Fábila Angelica Dejavite (2007). The methodology used had a qualitative orientation, based on Content Analysis, from Bardin (1977). Based on this method, there was an analysis of journalistic productions of the frame Fala Muito, with special attention to the way that the information is communicated. As main results are the capacity of understanding the need to combine humor with Journalism and that this is an alternative to make journalistic Productions more attractive. Besides that, through the analysis developed, it was possible to understand there is a thin line that can not be crossed in all the infotainment's contents: the line between entertainment/humor and the show, and the journalistic information. It was realized that the humor's language must be used always with the concern that this is also about information, and not only humor, so it makes sense to the Journalism.

Keywords: Journalism; sports, humor; infotainment; television.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Avaliação de como as pessoas percebem o humor no contexto social através da MSHS.....	28
Figura 02 – Tirinha Mafalda de cunho político.....	30
Figura 03 – Tirinha Mafalda com tom irônico.....	31
Figura 04 – Tirinha Mafalda com análise crítica da conjugação verbal.....	31
Figura 05 – Charge sobre o futebol em relação com a situação do país.....	32
Figura 06 – Charge sobre ação social de time de futebol.....	32
Figura 07 – Charge sobre a apropriação da camisa da Seleção Brasileira.....	33
Figura 08 - Anúncio da empresa de televisores Empire.....	41
Figura 09 - Mudanças do sinal analógico para o digital.....	51
Figura 10 – Estrutura da notícia.....	64

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Decupagem do 1º Fala Muito.....	70
Quadro 02 - “Clássicos regionais marcam as oitavas de final da Copa do Brasil”. Exibido em 19/06/22, com duração de 6’.....	80
Quadro 03 - “Fala Muito! Fim do Carnaval marca o início da Libertadores de verdade”. Exibido em 01/03/20, com duração de 4’.....	87
Quadro 04 - “Fala Muito: Lucas Gutierrez relembra 20 anos do mundial do Corinthians”. Exibido em 12/01/20, com duração de 6’.....	93
Quadro 05 - Esporte Espetacular. Programa exibido em 03/04/22, com duração de 2h (decupagem da abertura do programa, de 7’40”, que foi o quadro Fala Muito “Depois do sorteio dos grupos, já estamos em clima de Copa do Mundo”.....	98

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	12
2.	ASPECTOS METODOLÓGICOS	17
3.	HUMOR, INFORMAÇÃO E TELEVISÃO	22
3.1	DESCOBRINDO O HUMOR	23
3.2	COMO USAR O HUMOR A FAVOR DA INFORMAÇÃO	29
3.2.1	Das Charges e Tirinhas aos Memes	30
4.	JORNALISMO, TELEVISÃO E INFOTENIMENTO	35
4.1	TELEVISÃO: A HISTÓRIA DESTE MEIO NO BRASIL E A RELAÇÃO COM O JORNALISMO.....	37
4.2	JORNALISMO ESPORTIVO AUDIOVISUAL	53
4.3	A RELAÇÃO DO HUMOR COM A TV BRASILEIRA.....	57
4.4	INFOTENIMENTO.....	60
4.4.1	Entretenimento no conteúdo esportivo audiovisual: a linha tênue entre o espetáculo e o infotenimento	63
5.	HUMOR NO QUADRO FALA MUITO, DO PROGRAMA ESPORTE ESPETACULAR	67
5.1	ESPORTE ESPETACULAR: REFERÊNCIA E TRADIÇÃO NO JORNALISMO ESPORTIVO	67
5.2	FALA MUITO: DE QUADRO A PROGRAMA E DE PROGRAMA A QUADRO.....	69
5.2.1	Do texto à edição: características do quadro Fala Muito.....	75
5.3	ANÁLISE DE EPISÓDIOS DO QUADRO FALA MUITO	77
6.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	108

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho traz uma reflexão sobre a associação do esporte, o Humor e a informação, por meio do Jornalismo. A proposta envolve discutir de que forma a informação sobre o esporte pode ser repassada aos telespectadores, com humor, e até que ponto o humor contribui para o bem informar. Nesse sentido, o objetivo geral é analisar a utilização do humor e do infotimento, como forma de comunicação no quadro Fala Muito, do programa Esporte Espetacular, da Rede Globo de Televisão.

Dentre os fatores que contribuíram para a escolha desse tema, um dos que se destaca é a minha vontade de fazer com que o Jornalismo seja cada vez mais atrativo. É importante, para mim, que as pessoas se informem porque gostam, não por mera obrigação. Por isso, comunicar com humor e utilizar o infotimento são ações que se apresentam como possibilidade para alcançar esse objetivo. Trata-se de uma forma de aproximar o Jornalismo do grande público e o fidelizar.

Outro importante fator para a realização desta pesquisa foi o gosto pelo futebol. Colorada desde o berço, por influência do avô, fui para a rua com seis anos, para comemorar o Mundial do Internacional, em 17 de dezembro de 2006. Foi lá que a paixão começou. A atmosfera do futebol me encantou, assim como a capacidade de despertar tantas emoções e movimentar uma nação inteira. Não sou grande conhecedora da sua técnica. Sou torcedora e me interessa por conhecer as mais variadas formas, por meio das quais esse esporte é comunicado, diariamente, pelo Jornalismo. Destaco, neste sentido, que, para mim, é o Jornalismo um dos grandes responsáveis pelo sucesso do futebol no Brasil, ponto que vou justificar com fatos históricos, no decorrer dos próximos capítulos.

Unindo humor, futebol e Jornalismo, cheguei ao foco de estudo do meu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Conheci o **Fala Muito** em uma aula da faculdade, quando ainda era um programa do canal fechado SportTv. Segui acompanhando e agora chegou a hora de transcrever o quadro, analisar e

entender se a forma com que o humor é empregado resulta em uma comunicação eficaz.

Para chegar a uma conclusão, esses tópicos serão desmembrados. Antes mesmo de falar sobre o foco de análise em si, será abordada a história da televisão brasileira. Considerando que as explicações para quase todas as perguntas estão no passado e que eu mesma retornei ao passado, para entender a escolha desse tema, um resgate histórico é importante para compreender o contexto atual.

Ao refletir sobre a importância do Jornalismo, originou-se e justifica-se a relevância de abordar a temática deste presente Trabalho de Conclusão de Curso: o infotainment e o humor no jornalismo esportivo audiovisual. Em outras palavras, ou melhor, nas palavras que Zagalo proferiu, após o título histórico da seleção brasileira, na Copa América em 1997: "Vocês vão ter que me engolir". Não tem escapatória, é imprescindível discutir a forma com que o esporte é comunicado no jornalismo audiovisual, por diversos motivos.

A mim, como pesquisadora e futura jornalista, importa que o Jornalismo seja visto. É relevante que as pessoas entendam a necessidade do Jornalismo e que esse tenha credibilidade e seja interessante, objetivos possíveis de alcançar com profissionais graduados atuando. Além disso, defendo que o Humor possa ser tratado como coisa séria no Jornalismo. Como Fredrik Backman (2020) escreveu em *Anxious People*, "o humor é a última linha de defesa da alma e, enquanto estamos rindo, estamos vivos". Logo, o humor é assunto sério, ainda mais quando atrelado à informação.

Fazer rir é algo complexo, assim como também é informar através do humor. Logo, por este motivo, e sendo o humor uma forma de comunicação efetiva no Brasil, justifica-se a importância de aliá-lo ao Jornalismo. Para isso, é necessário entender como é utilizado nesse meio, em um programa específico.

Partindo dessa problematização, os **objetivos específicos** do presente trabalho são:

- Compreender de que forma o humor pode informar e captar a atenção do telespectador;

- Analisar a importância do infotimento no âmbito jornalístico;
- Estudar a forma de linguagem utilizada para informar com humor no jornalismo esportivo audiovisual;
- Analisar o quadro Fala Muito, do Esporte Espetacular.

Em suma, este TCC é desenvolvido com a intenção de abordar humor, informação, televisão, infotimento, jornalismo esportivo e analisar o humor como linguagem para informar no quadro Fala Muito, do programa Esporte Espetacular, da Rede Globo.

O caráter metodológico utilizado será o da Pesquisa Qualitativa. Um dos objetivos deste caráter metodológico é o aprofundamento dos detalhes como estilo de pesquisa. Segundo Cardano (2017), “a pesquisa qualitativa responde de forma específica a uma exigência geral que recobre o inteiro domínio da pesquisa social, aquela de guiar a complexidade dos fenômenos em estudo”.

Logo, dessa forma é que será respondida a questão-problema: “Como o Esporte Espetacular utiliza o humor e o infotimento como forma de comunicação no quadro Fala Muito?”.

O método que será utilizado para desenvolvimento da pesquisa é o de Análise Conteúdo. Segundo Laurence Bardin (1977), é possível defini-la como “um conjunto de técnicas de análise das comunicações”, que tem como objetivos a ultrapassagem da incerteza e o enriquecimento da leitura. A autora divide esse método, organizando-o em três fases: pré-análise, na qual serão decupados programas selecionados do quadro Fala Muito; exploração do material; tratamento dos resultados obtidos e interpretação.

O **referencial teórico** é composto principalmente por autores que são jornalistas. As obras são datadas desde 1999 até os dias atuais, abrangendo diversos contextos históricos e sociais, conforme se mostrou necessário para falar com precisão sobre a evolução da linguagem no jornalismo de infotimento.

Para explicar a **história da televisão no Brasil e a introdução do esporte nas programações**: TV no Brasil do Século XX, de Othon Jambeiro (2002); Telejornalismo: da história às técnicas, de Gilvan Ferreira de Araújo (2017); História da Televisão Brasileira, escrito por Sergio Mattos (2010); além do livro História da Televisão no Brasil, organizado por Ana Paula Goulart Ribeiro, Igor Sacramento e Marco Roxo (2010); História Social dos Meios de Comunicação, escrito por Rosa Maria Cardoso Dalla Costa (2020) e ainda, A Televisão Levada a Sério, de Arlindo Machado (2000).

As obras Jornalismo Esportivo, de Paulo Vinicius Coelho (2011) e Manual do Jornalismo Esportivo, de Heródoto Barbeiro e Patrícia Rangel (2006), ajudaram a compreender o jornalismo esportivo. Para falar sobre entretenimento, humor e espetáculo: A Sociedade do Espetáculo, do escritor Guy Debord (2003); Showrnalismo: a notícia como espetáculo, de José Arbex (2001); A Notícia light e o jornalismo de infotenimento, de Fábria Angélica Dejavitte (2007) e A diversão que informa ou a informação que diverte?, escrito por Luís Mauro Sá Martino e José Augusto Mendes Lobato (2011).

Para desenvolver a **metodologia e a aplicação de técnicas para análise** dos programas que são o *corpus* nesta pesquisa, foram importantes os livros Análise de Conteúdo, de Laurence Bardin (1977); O sabor do saber científico: TCC no Serviço Social, escrito por Jussara Marques de Medeiros e Valdeslei Sviercoski (2020) e Manual de pesquisa qualitativa, de Mario Cardano (2017), além do artigo intitulado Pesquisa qualitativa tipos fundamentais, escrito por Arilda Schimidt Godoy (1995).

Este estudo resultou em quatro capítulos, além da introdução e dos aspectos metodológicos, nos quais abordo Humor, Informação e Televisão; Infotenimento e Jornalismo; Linguagem e Humor no Jornalismo Esportivo Audiovisual e A Relação do Humor com a TV Brasileira. Os últimos capítulos são as considerações finais, referências bibliográficas e os apêndices e anexos.

No capítulo seguinte, intitulado Aspectos Metodológicos, será apresentado de que forma e com quais métodos foi desenvolvida esta pesquisa. Trata-se de um mapa, mostrando os caminhos tomados para, ao final deste TCC,

responder “Como o Esporte Espetacular utiliza o humor e o infotimento como forma de comunicação no quadro Fala Muito?”.

2 ASPECTOS METODOLÓGICOS

O alinhamento do foco deste TCC com os diversos níveis e percursos da pesquisa, bem como a definição dos aspectos metodológicos que seriam utilizados teve como base a estratégia metodológica Matrizes Rizomáticas, criadas por Baptista (2017; 2022). Este foi o passo inicial, no processo de produção da Monografia, no segundo semestre de 2022, o que possibilitou transformar um projeto em um TCC.

Como houve uma mudança de orientadora, no início do semestre, houve a rediscussão do projeto com a nova orientadora e foram buscadas as sínteses do processo e a verificação da coerência interna da pesquisa, o que é possível com a utilização das Matrizes Rizomáticas. Com o processo realizado, para o alinhamento e coerência da narrativa da pesquisa, foi possível perceber e corrigir a falta de foco, que apareceu ao longo do projeto, e a partir disso redefinir objetivos específicos que correspondem aos desdobramentos do objetivo geral e da questão de pesquisa e, então, abordá-los nos capítulos.

O caráter metodológico utilizado neste TCC foi o da Pesquisa Qualitativa. Para Mario Cardano (2017), a forma mais fácil de explicar sobre o que se trata a pesquisa qualitativa é diferenciá-la do outro caráter metodológico existente, o da pesquisa quantitativa. Nesse sentido, ele explica que:

[...] no campo da pesquisa quantitativa usam-se os números, a matriz de dados, a estatística, no da pesquisa qualitativa pode-se dispensar isso. A maior qualidade desse gênero de definição é a parcimônia, a qual talvez se deva o seu relativo sucesso (CARDANO, 2017, p.14).

Um dos objetivos deste caráter metodológico é o aprofundamento dos detalhes como estilo de pesquisa, o que permitiu avaliar com precisão a linguagem do humor empregada no Fala Muito, quadro do Esporte Espetacular. Esse foi o caminho trilhado para alcançar os objetivos previstos para este trabalho.

Por meio desta escolha metodológica, a da pesquisa qualitativa, é possível, segundo Cardano (2017), responder de forma específica a uma

exigência geral, que recobre o inteiro domínio da pesquisa social: aquela de guiar a complexidade dos fenômenos em estudo. “Esta complexidade, ao menos em parte, pode ser atribuída à proximidade ontológica entre observador e objeto observado” (CARDANO, 2017, p.25).

Avançando na construção da parte operacional da pesquisa, um dos procedimentos utilizados foi o da Pesquisa Bibliográfica. Essa é constituída a partir de estudos já realizados, buscando embasar e fundamentar o projeto. Para isso, foram estudados autores que previamente discutiram a história da televisão no Brasil, o humor, o infotenimento e o jornalismo esportivo, a fim de realizar uma reflexão ainda mais profunda e para alcançar os objetivos propostos.

Vale ressaltar que, ao utilizar o procedimento citado acima, houve um cuidado no desenvolvimento dos capítulos, para que a construção não se tornasse uma “colcha de retalhos”, conforme alerta Tozoni-Reis (2009) apud Jussara Marques de Medeiros e Valdeslei Sviercoski (2020).

Ela tem também o objetivo de articular os estudos revisados com o estudo proposto e com o problema de pesquisa. É importante que o pesquisador busque nessa etapa do trabalho as diferentes posições teóricas conceituais relacionadas ao seu objeto. Após análise e interpretação, possa assumir conceitos próprios, construindo toda a fundamentação teórica necessária ao processo de conhecimentos (TOZONI-REIS, 2009, p. 90-91, apud MEDEIROS e SVIERCOSKI, 2020, p. 172).

Além da pesquisa bibliográfica, o estudo também envolveu a Análise Conteúdo. Segundo Laurence Bardin (1977), é possível defini-la como “um conjunto de técnicas de análise das comunicações”, que tem como objetivos a ultrapassagem da incerteza e o enriquecimento da leitura. A autora divide esse método, organizando-o em três fases:

a) pré-análise: trata-se da organização da pesquisa. É a reunião de todos os documentos submetidos à análise durante os estudos. Esta fase é flexível; entretanto, requer precisão. Além da escolha dos documentos, há outras duas missões, que são a formulação dos objetivos e a elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final.

Nesse sentido, além da explanação sobre os conceitos que envolvem o tema desta pesquisa, realizou-se um estudo e um resgate histórico, através de diferentes autores, de questões pertinentes ao Jornalismo, à televisão, ao humor e ao infotimento. Houve um aprofundamento e um melhor direcionamento do conteúdo apresentado no Projeto do Trabalho de Conclusão de Curso.

Nesta etapa, foram assistidos episódios do quadro Fala Muito, bem como o programa de mesmo título que esse, que deu origem ao quadro em TV aberta, e atualmente é exibido no Esporte Espetacular:

- “Leitura de comentários” feitos na internet sobre o programa. Exibido em 15/05/19, com duração de 3’19”;
- “Fala Muito: Lucas Gutierrez relembra 20 anos do mundial do Corinthians”. Exibido em 12/01/20, com duração de 6’;
- “Fala Muito! Fim do Carnaval marca o início da Libertadores de verdade”. Exibido em 01/03/20, com duração de 4’;
- “Clássicos regionais marcam as oitavas de final da Copa do Brasil”. Exibido em 19/06/22, com duração de 6’;
- Esporte Espetacular, programa exibido em 03/04/22, com duração de 2h. Analisar o abre do programa (7’40”), que se utiliza de uma linguagem e dos recursos de imagem e edição que são característicos do quadro Fala Muito.

A partir desta pré-análise é que foram selecionados os episódios para serem decupados e analisados em profundidade nas fases seguintes. Esta etapa foi importante, pois se trata de um contato amplo com a linguagem utilizada no quadro e uma percepção geral da performance do apresentador. É uma preparação para a próxima fase, funcionou como uma pirâmide, as análises foram ficando mais específicas até chegar ao desfecho final.

Os episódios escolhidos foram de variadas temáticas relacionadas ao assunto futebol. Além disso, foram escolhidas exibições realizadas em diferentes anos e épocas de cada ano. Isso justamente para analisar com mais profundidade e não cometer equívocos, por avaliar apenas quadros exibidos em

um período de tempo muito próximo ou que tratassem apenas sobre um mesmo campeonato.

Dessa forma, houve um parâmetro de comparação entre um quadro e outro, sendo possível avaliar se houve ou não mudança ou evolução em aspectos da linguagem utilizada e se, por exemplo, os traços de humor foram atualizados, conforme o que era novidade para o período e se novos elementos foram apresentados.

b) exploração do material: uma fase depende da outra para a aplicação deste método. Tendo a anterior sido bem executada, a exploração do material funcionou como a “administração sistemática das decisões tomadas”. Nesta etapa, a partir das análises iniciais, foi possível selecionar o material relacionado no item a para a decupagem, com base nos seguintes critérios, conforme apontado por Bardin (1977):

- a exclusão mútua: condição que estipula que cada elemento não pode existir em mais de uma divisão;
- a homogeneidade: indica que um único princípio de classificação deve governar a sua organização;
- a pertinência: deve refletir as intenções da investigação, sendo que as questões do analista devem corresponder às características das mensagens;
- a objetividade e a fidelidade: mesmo sendo submetidas a várias análises, as diferentes partes de um mesmo material devem ser codificadas da mesma forma;
- a produtividade: será produtivo se fornecer resultados férteis, ou seja, possibilitando índices de interferência, hipóteses novas e dados exatos.

Com base nessas indicações de Bardin, as seguintes categorias foram escolhidas para análise dos programas relacionados: o texto, com análises sobre a linguagem, referências e jargões utilizados; a imagem para verificação de questões como enquadramento, planos de câmera e cenário, além do humor.

c) tratamento dos resultados obtidos e interpretação: dá sentido e significado à pesquisa. A terceira e última fase consistiu na interpretação dos resultados e dados obtidos nas anteriores. Assim, foi possível validar as análises

realizadas, dando significado e também gerando uma reflexão que pode vir a ser utilizada em nova pesquisa.

Essa foi a dinâmica investigativa utilizada para responder como o Esporte Espetacular apresenta o humor e o infotimento como forma de comunicação no quadro Fala Muito, do programa Esporte Espetacular. Para que as análises realizadas fossem precisas, o estudo iniciou por campos mais amplos, compreendendo conceitos de forma individual para após analisar como são aplicados no âmbito do Jornalismo. Logo, no capítulo a seguir, há a conceituação e o contexto histórico em que humor, informação e televisão se encontraram.

3 HUMOR, INFORMAÇÃO E TELEVISÃO

Neste capítulo são apresentados os conceitos, a contextualização histórica e como se deu a relação entre o humor, a informação e a televisão. O objetivo é compreender esses três pilares do presente trabalho, a fim de refletir sobre como esses elementos são utilizados na linguagem do quadro Fala Muito.

Além disso, ao falar sobre a televisão no Brasil, sua chegada, expansão e o início da relação com o esporte, será abordado ainda, especificamente, a Rede Globo de Televisão. Isso, por ser a emissora de alguns dos mais antigos e consolidados programas do jornalismo esportivo, inclusive o que transmite o quadro analisado neste TCC.

Para dar início à descoberta das razões pelas quais é relevante unir humor e informação na televisão, é necessário compreender a história do humor e a sua relevância para a sociedade.

Antes disso, para que faça sentido dedicar parte deste trabalho à compreensão do que é o humor, é importante explicar o porquê de inseri-lo no Jornalismo. Segundo aponta Dejavite (2007), uma das razões é porque, nas últimas décadas, aumentou a preocupação em satisfazer os interesses do receptor, do público que consome as notícias jornalísticas, e o humor é uma forma de tornar a notícia mais “*ligh*”, ou, traduzindo, mais leve.

O público (com os seus novos princípios de receber a informação) exige que a notícia – independente do meio em que estiver inserida – informe, distraia e também lhe traga uma formação sobre o assunto publicado. Se as informações jornalísticas não tiverem essas características, não vão chamar a atenção da audiência. Agora, a notícia tem que ser *light* (DEJAVITE, 2007, p.4).

Se a notícia tem que ser *ligh* para, assim, alcançar maior público e possibilitar ampla compreensão, um dos caminhos para isso é o humor. Fato esse que, ainda segundo Dejavite (2007, p. 4), “transformou as dinâmicas de criação das notícias”. Daí então a necessidade de compreendê-lo para poder analisar se seu uso no Jornalismo está sendo bem aplicado.

3.1 DESCOBRINDO O HUMOR

O humor busca o riso. O riso é fruto do humor. Logo, não há como explicar um, sem antes falar do outro. Fazer rir exige habilidade, inteligência e rapidez de raciocínio do orador. O humor analisado de forma isolada já é algo complexo. Para compreendê-lo, é necessário recorrer a filósofos de séculos passados, que já estudavam esta arte para começar a conversa.

Logo, essa é a proposta para que, ao longo deste capítulo, seja possível entender como ele pode complementar o Jornalismo e o infotimento. Também se reflete aqui sobre até que ponto o humor facilita a compreensão de uma informação e os cuidados necessários para utilizá-lo em um programa jornalístico esportivo. Em síntese, é preciso estudar o humor, separadamente, para, depois, poder analisá-lo no âmbito jornalístico.

A historiadora, professora e escritora Verena Alberti (1994), ao ter como objeto do estudo o riso, afirma que o “dualismo razão x paixão” marca boa parte da história do pensamento sobre o riso. Os estudos acerca do riso são antigos e evidenciam a relevância desse para a comunicação, pois é um processo carregado de significado e trata-se de uma resposta a uma mensagem.

Ainda no século XVI, o médico Laurent Joubert desenvolveu o “Tratado do Riso”. Levando em consideração especificamente esse tratado, Alberti (1994) afirma que toda a argumentação de Joubert se sustenta no fato de o riso ser uma das “maiores maravilhas do mundo”.

O riso tanto é um milagre que, se não fosse tão comum, todo mundo se surpreenderia ao ver o corpo sacudir violentamente em um instante. De um lado, essa idéia está na base da justificativa do tratado: Joubert justifica seu estudo dizendo que vai se dedicar a um assunto alto e profundo. De outro lado, a idéia do riso como maravilha é o fundamento de todo seu elogio do riso: o riso é prova da excelência da razão divina, da superioridade da alma sobre o corpo e finalmente da imortalidade da alma — no que Joubert procede, aliás, a uma espécie de conciliação do homem com seu 'próprio', na medida em que o riso cessa de marcar a diferença do homem em relação a Deus (ALBERTI, 1994, p.7, grifos do autor).

Em partes, Joubert corrobora com os estudos de Aristóteles, no sentido de que o riso é algo exclusivo do homem.

O que prova que, quando ele recebe calor, o diafragma manifesta assim que ele experimenta uma sensação, é o que se passa no riso. Com efeito, se fazemos cócegas em alguém, ele se põe a rir logo em seguida, porque o movimento ganha rapidamente essa região, e mesmo se o movimento a esquentar levemente, o efeito é sensível, e o pensamento se põe em movimento contra a vontade. Se o homem é o único animal passível de cócegas, isso vem, primeiro, da fínura de sua pele, mas também do fato de que ele é o único animal que ri (ARISTOTELES, 350 a.C. apud ALBERTI, 1994, p.18).

Com a evolução dos estudos porém, o pensamento de Joubert vai de encontro ao de Aristóteles, pois, enquanto este afirma que o riso e as cócegas são equivalentes, o médico classifica, de acordo com Alberti (1994, grifos do autor), “o riso provocado pelas cócegas como riso 'bastardo', já que não concerne à faculdade apetitiva 'sem toque'”. Alberti (1994) destaca, por fim, outra forma de descontrole, que relaciona diretamente o riso ao conhecimento e ao poder que tem para digerir as informações passadas.

Trata-se de provocar o descontrole da razão, de ultrapassar seus limites, única forma de ainda filosofar. "Rir de si mesmo, como se deveria rir, para sair de toda a Verdade!", prega Nietzsche nas primeiras páginas de sua *Gaia ciência* (1882) — ciência que ele pretende seja a única a existir no futuro, quando o 'riso' se tiver ligado à 'sabedoria'. E em *Zaratustra*: "Que seja tida como falsa toda verdade em que não houve sequer uma risada!" (III, 23). Bataille também é muito claro nesse sentido: o riso é, para ele, "o dado central, o dado primeiro, e talvez até o dado último da filosofia" (*Oeuvres*, VIII: 220). Há outros autores, outros textos, que mostram que o riso passou a ter um papel-chave no esforço filosófico de apreender aquilo que ultrapassa a finitude da Razão, da Verdade e do Ser (ALBERTI, 1994, p. 22, grifos do autor).

Embora seja relevante abordar o “riso bastardo”, também conhecido como “falso riso”, o que importa ao presente TCC é o chamado por Joubert como o “verdadeiro riso”, esse que requer atividade cognitiva. Nesse sentido, Dejavite (2007) explica que o riso legítimo pressupõe, portanto, o cumprimento de uma atividade cognitiva, inserindo-o na "disputa" entre o cérebro e o coração.

Esse riso é, ao mesmo tempo, voluntário e involuntário. Voluntário, porque é necessária capacidade cognitiva para entender a mensagem que vai produzir o riso, e involuntário, pois, uma vez compreendida, é automático que o riso seja produzido.

Além do “Tratado do Riso”, vale destacar que, ainda à época, diversos outros médicos e também filósofos já se interessavam pela temática e, assim, fortaleciam a importância do riso.

No momento, quero me limitar a falar dos filósofos e chamar a atenção para o grande destaque conferido ao tema por muitos dos maiores expoentes da nova filosofia na geração seguinte. Descartes analisa o lugar do riso entre as emoções em sua última obra, “As Paixões da Alma” (ed. Martins Fontes), de 1648. Hobbes trata de muitas das mesmas questões em “Os Elementos da Lei” e, novamente, em “Leviatã”. Espinosa (1632-1699) defende o valor do riso no livro 6º de a “Ética”, e diversos seguidores declarados de Descartes manifestam um interesse especial pelo fenômeno, sendo um exemplo notável deles Henry More, em seu “Account of Virtue” (Descrição da Virtude) (SKINER, 2002, grifos do autor)¹.

Tendo tomado conhecimento sobre o que é o riso, é possível também perceber que esse (o verdadeiro) muito depende do humor. Ele é um produto do humor.

Para entender melhor o uso do humor, faz-se necessário compreender que, para alcançar o efeito objetivado, ele depende da produção, mas também da forma de recepção desse efeito cômico.

O autor Klabyr Wanderson Cristóvão de Jesus (2019, p. 205), explica, no livro *Linguística Textual Princípios Teóricos e Básicos*, que o efeito do humor, de forma geral, não está explicitamente marcado na materialidade do texto. “Por um lado, depende da capacidade intencional de produzir a graça e, de outro, da condição de aceitação e competência de reconhecimento de tal feito”.

Rafael Sbeghen Hoffo (2018), ao analisar o humor empregado em conteúdos audiovisuais, constatou que o riso, como resposta fisiológica, espiritual e intelectual ao estímulo de algo cômico, engraçado, está associado diretamente a fatores sociais e culturais. “Sem reconhecer os elementos a que se refere a piada, a paródia ou a imitação, não haveria riso” (HOFFO, 2018, p.25).

¹ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mas/fs0408200204.htm>>. Acessado em 28/06/22.

Embora as maneiras de alcançar o riso sejam inúmeras, uma vez que o humor é plural, é necessário ressaltar que esse só será atingido se a comunicação for eficaz. Não basta apenas uma piada para fazer rir, é necessário que o público a compreenda. Para isso, é preciso saber quem é o público, até onde vai seu conhecimento acerca de causas sociais, culturais e históricas.

A partir disso, tem-se então um dos primeiros pontos em comum entre o humor e o Jornalismo. Uma notícia é inútil, se não for comunicada levando em consideração o público-alvo. O jornalismo é um exercício de traduzir fatos, levando-os ao conhecimento da população. Tanto o humor quanto o jornalismo dependem do seu público para que o ciclo se complete, ou seja, para que o resultado da comunicação seja a informação e o riso.

O humor é plural. Dentre as formas de produzir conteúdo humorístico estão a piada, a charge, a tira humorística, o chiste e, mais recentemente, o meme, originado no mundo online.

Entre os autores estudados e, também considerando o senso comum, a definição de humor que mais aparece é que esse se trata de um estado de espírito. José (2010), menciona ainda que o humor é “como uma expressão de sentimentos que produzem bem-estar numa pessoa”. Zilles (2003) aprofunda o significando dizendo que “o humor parte de uma abertura da pessoa em relação às coisas sensíveis, de uma entrega ao claro-escuro dos sentimentos, de uma percepção perspicaz da ambiguidade da existência”.

O que é um consenso entre os autores relacionados neste TCC, é que o significado de humor passou por uma evolução. Conforme explica Akkari (2020), “na antiguidade greco-romana, o termo relacionava-se a líquidos e fluídos. A evolução de seu significado desenvolveu-se em direção a ‘estado de espírito’”.

Para este trabalho, o humor será analisado como uma linguagem, levando em consideração o enquadramento técnico desenvolvido por Helena José e Pedro Pereira, no artigo Adaptação para Português da Escala Multidimensional do Sentido de Humor (MSHS)² (2008). Para os autores, o humor como “um modo de expressão que diz outras coisas para além daquilo que parece exprimir. Joga

² Disponível em <<https://www.redalyc.org/pdf/3882/388239953001.pdf>>. Acessado em 20 de outubro de 2022.

com as palavras, fazendo-as portadoras de mensagens que são mais facilmente entendidas do que pela linguagem ‘normal’.

Como exemplo disso tem-se o chiste. Esse que é de origem alemã, onde o Witz, significa “gracejo”. A autora Anelise Scheuer Rabuske (2011) recorre a Freud para bem explicar o chiste. Ela afirma que o criador da Psicanálise “o define como uma espécie de válvula de escape de nosso inconsciente, utilizado para dizer, em tom de brincadeira, aquilo que verdadeiramente se deseja”.

Já mencionei no decorrer deste trabalho que o humor é capaz de tornar um conteúdo jornalístico mais leve e prazeroso de se consumir, pensamento que vai ao encontro do que diz Rabuske sobre o próprio humor. Para exemplificar isso ela recorre à seguinte piada:

Dois grandes amigos, parceiros de jogos de futebol nos finais de semana, por tanto se gostarem, resolvem fazer uma promessa – aquele que morrer primeiro deve voltar para visitar o outro e contar se no céu é possível jogar futebol, tanto era o apego de ambos pelo esporte. Acontece que certo dia, um deles morre em um acidente. O outro fica muito triste e espera ansiosamente o momento em que o falecido retorne para contar como é no céu e se lá se joga futebol. Num sábado à noite, acontece o esperado: aquele que morreu retorna em uma visão para o amigo e diz: Cara, lá no céu é muito legal!!! Jogamos futebol todos os dias, é uma beleza. Amanhã terá uma partida super importante, só com os melhores, vai ser um jogo e vim aqui para te comunicar que tu fostes convocado para a posição de centroavante.

O humor une extremos e brinca com a realidade. Transforma em graça um tema que é a causa de angústias. Corrobora com essa afirmação a autora Dejavite (2008), que ao falar sobre conteúdos “sérios e não sérios”, cita o humor, empregado através de uma charge, por exemplo, como uma possibilidade de ligar um extremo ao outro.

Ainda ao estudar a MSHS, referida anteriormente, tem-se noção da importância do humor para o convívio social. As avaliações consideram como o uso do humor como positivo. A avaliação da escala a ser mostrada a seguir compreendeu, segundo José e Pereira (2008), uma amostra de 208 pessoas incluindo estudantes universitários, profissionais de saúde, clientes de um café,

de um cabeleireiro, frequentadores de uma sociedade recreativa e alunos de uma Universidade da Terceira Idade.

Figura 01 – Avaliação de como as pessoas percebem o humor no contexto social através da MSHS

Item	Amplitude de variação	Média	Desvio Padrão
1. Eu sou visto pelos meus amigos como uma pessoa com sentido de humor	1-5	3,54	0,95
2. Eu consigo dizer as coisas de um modo que faz as pessoas rir	1-5	3,40	0,92
3. Os meus ditos inteligentes divertem os outros	1-5	3,16	0,95
4. As pessoas olham para mim, para que diga coisas engraçadas	1-5	2,47	1,03
5. Eu uso o humor para entreter os meus amigos	1-5	3,04	1,14
6. Estou confiante de que consigo fazer outras pessoas rir	1-5	3,13	1,06
7. Outras pessoas dizem-me que eu digo coisas engraçadas	1-5	3,19	1,01
8. Às vezes vêm-me à cabeça piadas ou histórias engraçadas	1-5	3,56	1,00
9. Eu consigo surpreender e pôr as pessoas a rir à gargalhada	1-5	2,92	1,08
10. Eu consigo aliviar uma situação de tensão dizendo algo engraçado	1-5	3,33	1,01
11. Eu até consigo ter algum controlo sobre um grupo, quando uso humor	1-5	2,94	1,03
12. O humor ajuda-me a lidar com as coisas	1-5	3,76	1,02
13. Piadas inteligentes ou uso de humor ajudam-me a gerir situações difíceis	1-5	3,58	1,03
14. Lidar com as coisas com humor é uma elegante forma de adaptação	1-5	3,87	0,92
15. Tentar gerir situações através do uso do humor é realmente estúpido*	1-5	4,31	1,01
16. O humor é uma péssima forma de lidar com as coisas*	1-5	4,33	1,06
17. Usar o humor ajuda-me a sentir mais à vontade	1-5	3,66	0,94
18. Eu consigo usar piadas inteligentes para me ajudar a adaptar a muitas situações	1-5	3,09	1,08
19. Eu aprecio as pessoas que geram humor	2-5	4,37	0,74
20. Eu gosto de uma boa piada	2-5	4,53	0,64
21. Chamar a alguém "comediante" é um verdadeiro insulto*	1-5	4,25	1,00
22. Eu não gosto de cómicos*	1-5	4,02	1,26
23. Pessoas que dizem piadas são maçadoras*	1-5	4,23	1,05
24. Fico desconfortável quando alguém está a dizer piadas*	1-5	4,25	1,14

* itens invertidos.

Fonte: JOSÉ; PARREIRA, 2008, p.12.

A Figura 01 é relevante para este trabalho pois, através deste estudo da escala do humor, percebe-se a importância que ele tem na sociedade. A amostragem utilizada pode ser facilmente considerada também como pessoas que compõem o público-alvo do Jornalismo.

Pela análise do quadro 1, constatamos uma variabilidade de respostas em quase toda a amplitude da escala. O item 19 'Eu aprecio as pessoas que geram humor' (4,37) e o item 20 'Eu gosto de uma boa piada' (4,53) são os que apresentam valores médios mais elevados, indiciando uma boa aceitação e apreciação do humor (JOSÉ; PARREIRA, 2008, p.6).

Com essa análise, acentua a relação do Humor e do Jornalismo, considerando que a amostragem utilizada pode ser facilmente considerada também como pessoas que compõem o público-alvo do Jornalismo. Logo, a

abordagem através do Humor é importante para o potencial público consumidor de notícias.

Logo, tendo sido compreendido o que é o humor e como ele se apresenta como uma forma de linguagem, é agora necessário associá-lo diretamente à informação e ao Jornalismo.

3.2 COMO USAR O HUMOR A FAVOR DA INFORMAÇÃO

Ao conceituar o humor e perceber a relevância dele para a sociedade já há séculos, agora é necessário entender como ele pode ser um aliado da informação.

O humor deve ser tratado como assunto sério para poder ser relacionado ao Jornalismo. Só assim é que será possível fazer o público rir com informação. O humor não pode ser utilizado em vão, tem que existir um propósito, servir como uma forma de linguagem.

Para Terra (2008), através do humor é possível negociar regras com outros sujeitos, já que esse exerce papel fundamental da nossa socialização. A autora acrescenta ainda que para “a linguística, o humor se coloca como um importante desafio teórico, já que este faz com que nos deparemos com os não-literais e multifuncionais usos da língua”.

Nesse sentido, vale ressaltar a capacidade que o humor tem de abordar assuntos sérios de uma forma leve, sucinta e descomplicada. Quem comunica através do humor sabe do poder de sintetizar um assunto, explorando o vocabulário e os diversos significados que pode ter uma só palavra, dependendo do seu contexto.

Isso vai ao encontro do que diz Dejavite (2007). Ao falar sobre conteúdos “sérios e não sérios” no contexto do infotimento, ela cita o humor, empregado através de uma charge, por exemplo, como uma possibilidade de ligar um extremo ao outro. Um desses *extremos* seria a abordagem dos assuntos sérios, tais quais a política, economia ou questões de segurança pública, já o outro é o

riso, a graça. Ou seja, a autora indica o humor como a ponte que liga esses dois opostos, tendo como uma das ferramentas para isso, a charge.

3.2.1 Das Charges e Tirinhas aos Memes

Esse entendimento acerca do humor é fácil de ser comprovado, basta analisar as charges e tirinhas para entender o contexto em que estão aplicadas. Assim é possível constatar que, de fato, trata-se do humor abordando assuntos sérios de forma cômica e concisa e, além disso, utilizando de recursos linguísticos e visuais (relação direta com o que foi analisado neste TCC, o humor em um quadro do Jornalismo esportivo audiovisual, que faz uso da linguagem falada e de imagens).

A seguir há exemplos de como o humor pode tratar de assuntos que dizem respeito a toda uma sociedade. Além de divertir, ele informa e é capaz de propor reflexões sobre questões sociais em diferentes âmbitos, como é o caso das tirinhas e charges a seguir, escolhidas para mostrar, na prática, como o humor pode informar e, como já dito no capítulo anterior, unir extremos.

Figura 02 – Tirinha Mafalda de cunho político



Fonte: Reprodução/Facebook/Tirinhas da Mafalda/Veja.³

³ Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/coluna/artes-ao-redor/15-tirinhas-mafalda-quino/>>. Acessado em 28/10/22.

Figura 03 – Tirinha Mafalda com tom irônico



Reprodução/Facebook/ Tirinhas da Mafalda/veja.⁴

Figura 04 – Tirinha Mafalda com análise crítica da conjugação verbal

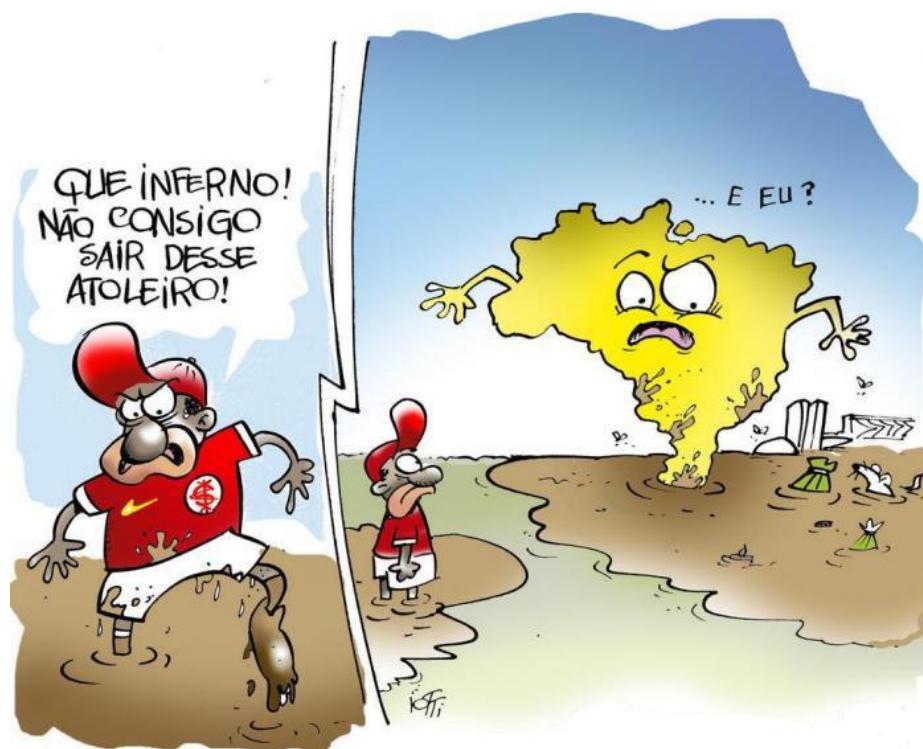


Reprodução/Facebook/ Tirinhas da Mafalda/veja.⁵

⁴ Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/coluna/arte-ao-redor/15-tirinhas-mafalda-quino/>>. Acessado em 28/10/22.

⁵ Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/coluna/arte-ao-redor/15-tirinhas-mafalda-quino/>>. Acessado em 28/10/22.

Figura 05 – Charge sobre o futebol em relação com a situação do país



Fonte: GaúchaZH (2020).⁶

Figura 06 – Charge sobre ação social de time de futebol

Devido ao frio intenso, Gigantinho abrigará moradores de rua entre sexta-feira e sábado



Fonte: GaúchaZH (2020).⁷

⁶ Disponível em: <<https://t.co/FRBVqY6a6f>>. Acessado em 28/10/22.

⁷ Disponível em: <<https://t.co/FRBVqY6a6f>>. Acessado em 28/10/22.

Figura 07 – Charge sobre a apropriação da camisa da Seleção Brasileira



Fonte: COLARES, Maíra (2018). Reprodução Instagram.

As tirinhas e charges acima falam sobre questões sociais, econômicas, expõem problemas do mundo político e ainda relatam ações no mundo do futebol. A Figura 07 utiliza, inclusive, o próprio futebol aliado ao humor para críticas sociais e políticas, ao abordar a tentativa reapropriação da camisa da Seleção Brasileira de Futebol durante os preparativos para a Copa do Mundo FIFA de 2018, mesmo ano das eleições para presidência, senado, câmara de deputados e governos estaduais no Brasil.

As práticas esportivas parecem ser ‘boas para pensar’ a vida política brasileira. Mesmo em situações difíceis, vários artistas lançam mão do esporte – com **muito bom humor** – para explicitar ainda mais o tom crítico com que vêem a conjuntura social e política (PERES, 2018).

A característica das charges, no sentido de abordarem assuntos sérios e de relevância para a população, também aparece quando o assunto é meme. Esse que é uma linguagem que se consolidou na internet e trata-se de uma forma de expressar um comportamento ou ideia com humor. O meme é produzido quando um grupo de pessoas abstrai uma fala de destaque ou uma atitude e propaga isso na internet, tornando-se um conteúdo viral, o qual milhares de pessoas consomem, absorvem e aplicam em diferentes contextos.

No contexto das práticas comunicacionais da internet, o uso do termo abrange “ideias, brincadeiras, jogos, piadas ou comportamentos que se espalham através de sua replicação de forma viral” (FONTANELLA, 2009, p. 8).

A internet é responsável por popularizar e dar vida a milhares de memes por dia. O meme é capaz de unir o conteúdo visto na televisão ao público da internet, por exemplo, e vice e versa. Aliás, esse inverso, é o que está presente no quadro que é objeto de análise deste TCC. No Fala Muito há a presença de memes para comunicar o Jornalismo esportivo, para dar ênfase e traduzir sentimentos que, sem os memes, não ficariam explícitos.

Os exemplos de memes serão apresentados na análise deste trabalho, mostrando a função que exercem no quadro Fala Muito e como contribuem -ou por vezes atrapalham- a informação.

É necessário evidenciar que utilizar esses elementos proporcionados pelo Humor, no Jornalismo, ajuda a democratizar a informação. Uma linguagem mais acessível a todos os públicos é capaz de possibilitar amplo entendimento a cerca de um assunto. As razões pelas quais é necessário que o Jornalismo seja cada vez mais acessível ao grande público, são abordadas no capítulo seguinte, onde falaremos com a abordagem sobre o Jornalismo e o porquê ele é necessário. São trazidas também reflexões sobre a televisão e sua história e sobre como o infotimento está inserido nesse contexto e pode contribuir para aumentar o público que busca o Jornalismo de credibilidade para se informar.

4 JORNALISMO, TELEVISÃO E INFOTENIMENTO

Aliar o infotenimento ao Jornalismo na televisão é importante para que a população, além de ter acesso, compreenda a informação passada, criando vínculos com programas de televisão, por exemplo, a fim de que assistir seja, além de necessário, prazeroso. Ser informado com humor e entretenimento aproxima as pessoas do Jornalismo e torna a informação mais atrativa. Dessa forma, as pessoas passam a buscar mais pelo Jornalismo e por programas que, além de credibilidade, têm uma identidade e linguagem própria.

Por isso, tornar o Jornalismo atrativo em todos os seus segmentos - sejam conteúdos especializados ou não - é cada vez mais necessário para que se conquiste e fidelize a audiência. Os caminhos para tal são o humor, que já se provou eficaz, no que diz respeito a captar atenção da população; e o infotenimento.

Além disso, vale destacar que o infotenimento pode dar mais espaço ao jornalismo. Conforme relatos da história da televisão brasileira, a grade de programação foi pensada conforme a rotina da família, logo, alguns horários são previstos para o lazer das pessoas. Horários esses que antes eram preenchidos apenas com conteúdos de puro entretenimento e que agora, com o infotenimento, o Jornalismo passa a fazer parte, pois é possível, com um mesmo conteúdo, divertir-se, entreter-se e ficar bem informado.

É de grande relevância para a sociedade que os programas jornalísticos ganhem um lugar que antes era voltado apenas ao puro entretenimento. Ainda, conteúdos informativos comunicados com humor fidelizam o público, dada a forte relação da população brasileira com esse, e pessoas sendo informadas porque gostam e não meramente porque necessitam de informação, seja ela geral ou específica, torna o jornalismo mais atrativo.

Por que o Jornalismo precisa ser atrativo aos olhos da população?

Uma das respostas imediatas é para estreitar os laços, criar um vínculo maior das produções jornalísticas com a sociedade. Desse modo, é possível fazer com que as pessoas busquem um Jornalismo de qualidade e por produções sob a responsabilidade de profissionais formados. Um público que

consome conteúdo de credibilidade torna-se mais crítico e dificilmente aceita *fake news* sem questionamentos. Isso significa mais espaço para o Jornalismo sério (não chato, mas sério, feito com qualidade e verificação de fatos).

É preciso, nesse sentido, fazer uma reflexão sobre os recursos e dispositivos utilizados para gerar essas aproximações. O cenário atual é preocupante. De acordo com o *Repórteres sem Fronteiras (RSF)*, o Brasil ocupa atualmente a 110^a posição no *ranking* mundial de liberdade de imprensa, entre 181 países, e é o 2º local mais letal para jornalistas no continente, atrás apenas do México. Foram, ao menos, 30 assassinatos de profissionais na última década. Apenas no primeiro semestre de 2021 foram registrados 330 ataques de acordo com a RSF, um aumento de 74% em relação ao ano anterior.

Nesse contexto, para o jornalista Jamil Chade, além de expor o cenário atual e evidenciar os ataques, é necessário entender o significado por trás deles.

Nós jornalistas estamos sob ataque - isso é evidente -, mas a gente precisa entender por que somos o alvo. A imprensa é atacada porque ela faz parte justamente da infraestrutura da democracia. Portanto, quem está sob ataque não é apenas um jornal ou uma profissional: o que está sob ataque é a democracia (CHADE, 2022 apud BAPTISTA, 2022)⁸

Ainda, segundo consta no relatório de monitoramento de ataques a jornalistas no Brasil⁹, desenvolvido pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), somente em 2021, foram registrados 453 ataques contra comunicadores e meios de comunicação. Em 69% dos casos, a agressão foi provocada por agentes estatais. O presidente Jair Bolsonaro (PL), sozinho, atacou a imprensa 89 vezes no último ano, ou seja, sozinho representa 19,64% do total de ataques. Somando isso aos ataques de seus ministros, assessores e filhos com mandatos eletivos, chega-se a 55% dos ataques totais. Quando apoiadores e manifestantes em eventos favoráveis ao presidente são incluídos na soma, o número chega a 271 – 60% dos registros totais.

⁸ Disponível em:

<<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2022/06/15/jornalistas-denunciam-aumento-de-ataques-a-imprensa-durante-governo-bolsonaro>>. Acessado em 21/09/22.

⁹ Disponível em:

<<https://www.abraji.org.br/noticias/abraji-lanca-primeira-edicao-de-relatorio-sobre-ataques-contra-jornalistas-no-brasil>>. Acessado em 21/09/22.

Nesse sentido, é necessário também considerar a gravidade que é a falta da obrigatoriedade de diploma para atuar como jornalista. Fato que, desde 2013, desvaloriza e descredibiliza a profissão.

Quando o Jornalismo é posto em descrença e assim alvo de ataques, caberia não só à classe dos jornalistas defender, mas sim à toda população, uma vez que o Jornalismo é um dos pilares da democracia e que essa deve importar e ser defendida por todos. Essa é uma das razões, inclusive, pela qual é tão crucial que a população tenha fortes vínculos com o Jornalismo: as pessoas precisam buscar cada vez mais o Jornalismo de credibilidade e, em o fazendo, fortalecem-no, havendo demanda haverá cada vez mais produção de conteúdo de qualidade.

O Jornalismo é um dos pilares para a democracia de um país. Sem Jornalismo, é difícil distinguir fato de opinião. Sem Jornalismo não é possível conhecer os vários lados da verdade. Sem Jornalismo não há tradução da informação para a maioria da população e, por sua vez, se não há uma população informada, há um público fácil de ser manipulado. Através do Jornalismo, é possível manter uma população atenta à realidade de um país, cumprindo deveres e cobrando direitos.

A imprensa é a vista da nação. Por ela é que a nação acompanha o que lhe passa ao perto e ao longe, enxerga o que lhe malfazem, devassa o que lhe ocultam e tramam, colhe o que lhe sonégam, ou roubam, percebe onde lhe alvejam, ou nodoam, mede o que lhe cerceiam, ou destroem, vela pelo que lhe interessa, e se acautela do que a ameaça. (BARBOSA, 1920, p. 15)

4.1 TELEVISÃO: A HISTÓRIA DESTE MEIO NO BRASIL E A RELAÇÃO COM O JORNALISMO

A fim de entender o motivo pelo qual um conteúdo cativa o público brasileiro e como é possível unir informação, humor e entretenimento no audiovisual, é antes necessário analisar o começo da relação desta nação com a televisão. Estudar o meio é importante, para compreender a mensagem. Marshall McLuhan, filósofo canadense, certamente concordaria com essa informação.

Isso porque McLuhan (1967) é o autor da expressão “o meio é a mensagem”. Afirmção essa que foi aprofundada no livro *The Medium is the Message: An Inventory of Effects*, do qual foi coautor, ao lado de Quentin Fiore. O filósofo realizou estudos sobre os meios de comunicação e a relação desses com a sociedade. A tese central desses estudos trata de evidenciar que o meio, ou seja, o canal de comunicação (no caso deste TCC, a televisão) faz parte da mensagem e não é meramente um veículo com a finalidade única de apenas transmitir um conteúdo comunicativo.

A televisão está presente na vida dos brasileiros desde 1950. Conforme a pesquisa “Tecnologia da Informação e Comunicação – TIC”, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2019, em 96,3% dos domicílios pesquisados havia pelo menos um aparelho de televisão. Nota-se, então, que a população tem um acesso democratizado à TV e, por conseguinte, à informação e ao Jornalismo, o que evidencia a necessidade de abordar o tema em um capítulo.

Desde a introdução da televisão no Brasil ela está diretamente relacionada ao Jornalismo. A primeira transmissão televisionada¹⁰ ocorreu em 18 de setembro de 1950 com a TV Tupi, idealizada por um jornalista e também empresário, Francisco Assis Chateaubriand Bandeira de Mello.

No início, as transmissões tinham características radiofônicas, porém, com imagens. Estabelece-se a relação também com o rádio e, a partir disso, os questionamentos sobre a possibilidade de a TV significar o fim da era do rádio. Entretanto, se hoje é um meio de fácil acesso para a população, conforme mencionado anteriormente, no século XX a sua disseminação não foi tão fácil em todas as classes sociais.

Othon Jambreiro (2002) afirma que os primeiros anos da televisão foram marcados por falta de recursos e de pessoal e ainda por improvisações. “A TV TupiDifusora começou transmitindo imagens para apenas cerca de 500

¹⁰ Imagens e relatos da primeira transmissão televisionada no Brasil. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/09/18/televisao-completa-70-anos-no-brasil-relembre-asprimeiras-vezes-que-a-tv-inovou-no-ar.ghtml>>. Acessado em 30/04/22.

aparelhos receptores na cidade de São Paulo, mas três meses depois havia já 2 mil aparelhos funcionando ali” (JAMBEIRO, 2002, p.51).

Embora Jambeiro aponte esse crescimento rápido no número de aparelhos, Muniz Sodré (1984) explica, no livro *O Monopólio da Fala, Função e Linguagem da Televisão no Brasil*, que esse era ainda considerado um “aparelho de luxo” das elites do Brasil, ou seja, embora estivesse alcançando um público maior, esse público não era diversificado. A justificativa para essa segmentação do público estava no preço do aparelho. No livro *Telejornalismo: da história às técnicas*, Gilvan Ferreira de Araújo (2017) revela os custos para trazer a TV ao Brasil, e que isso determinou, desde a inauguração realizada em São Paulo no Jockey Clube em 1950, quem teria o privilégio do acesso a essa nova tecnologia.

É possível considerar o fator custo como um item norteador desde os primórdios da televisão no Brasil. As 30 toneladas de equipamentos de televisão adquiridas por Assis Chateaubriand da empresa norte-americana RCA Victor lhe custaram 5 milhões de dólares (ARAÚJO, 2017, p.33).

Essa primeira fase da televisão no Brasil, quando apenas as classes A e B tinham acesso a esse meio de comunicação, é denominada como “Elitista”. Para explicar o processo gradativo da popularização da TV, Araújo (2017) recorre a Mattos (2010), que na obra “História da Televisão Brasileira” divide essa trajetória em seis fases:

- Fase 1: Elitista (1950 a 1964). Marcada pelos grandes teleteatros da época (Grande Teatro Tupi, TV de Vanguarda, TV de Comédia e Câmara Um), os quais levavam para a televisão um referencial da chamada alta cultura. As produções eram evidenciadas pelo romantismo melodramático e, até 1960, os conteúdos eram realizados ao vivo. Nesse período, comprovando o exposto acima, ter um televisor era um luxo acessível apenas a uma pequena parcela da sociedade.
- Fase 2: Populista (1964 a 1975). A TV como um exemplo de modernidade. Nessa época, os programas de auditório dominavam a maior parte da grade da programação. Passou-se a ter a ideia de que o público da

televisão era único, com características específicas, divergindo daquele do rádio, teatro ou cinema.

- Fase 3: Desenvolvimento tecnológico (1975 a 1985). Valorização e predominância do estilo modernista. Nessa fase, a modernização tecnológica, a estabilização da TV Globo e a diversidade dramática foram as principais marcas.
- Fase 4: Transição e expansão internacional (1985 a 1990). Criação de novos formatos de teledramaturgia (séries e minisséries), aumentando a qualidade e audiência da televisão. As telenovelas passaram a ser exportadas, levando o Brasil a um patamar mais alto no mercado mundial de ficção.
- Fase 5: Globalização e TV paga (1990 a 2000). Esta década foi marcada pelas novas tecnologias e pela intensa busca pela modernidade, com a adaptação da televisão aos novos rumos da redemocratização da política brasileira.
- Fase 6: Convergência e qualidade digital (a partir de 2000). Qualidade da tecnologia digital. Crescente convergência devido à internet.

Nas fases 1, 2 e 3 estão concentradas as transformações/mudanças do público da TV. O acesso à televisão começou a ser democratizado a partir do momento em que sua linguagem foi popularizada e passou a dialogar com todas as classes sociais. Segundo os autores Ana Paula Goulart Ribeiro, Igor Sacramento e Marco Roxo (2010), no livro *História da Televisão no Brasil*, foi a partir de 1960 que se construiu a ideia da televisão como um veículo popular.

O teleteatro, até então caracterizado como o produto cultural mais exibido na época, começa a ser substituído por produções originais. Trata-se então, segundo analisa Rosa Maria Cardoso Dalla Costa (2020), de um novo modelo cultural. “Se, por um lado, a televisão manipulou e impôs um novo modelo político e cultural, por outro, levou informação a um público maior do que o alcançado pelo jornal impresso e pelo rádio. Não havia, então, como segurá-la” (COSTA, 2020, p. 152).

Com essas produções originais passou-se a pensar em uma melhor estruturação da grade de programação. A TV identificou seu público-alvo e produziu para ele. “Sua programação começa a ser pensada, nos anos 1960, a partir da sua gradativa adaptação à rotina familiar e, principalmente, a partir de uma divisão de horários que buscasse melhor articulação entre o trabalho e o lazer” (BERGAMO, p.62 in RIBEIRO, SACRAMENTO e ROXO; 2010).

Os anúncios publicitários da época também contribuíram para a ideia de um meio de comunicação que reunia a família.

Figura 08 - Anúncio da empresa de televisores Empire



Fonte: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; RIBEIRO, Igor Sacramento e ROXO, Marco. História da Televisão do Brasil, 2010.

Indo ao encontro do exposto por Bergamo (2010), o anúncio evidenciado na figura acima mostra que a sala de estar das casas passaria a ser o lugar para reunir a família e ver televisão, reforçando a ideia de uma programação pensada para ser assistida em conjunto e promover uma união. Conforme sugere o

anúncio, a sala, antes vazia, com a TV, passaria a chamar a família para passar momentos juntos e seria transformada em um “cinema, estádio ou teatro”.

Se por um lado, Rosa Maria Cardoso Dalla Costa (2010) e Ana Paula Goulart Ribeiro, Igor Sacramento e Marco Roxo (2010), analisam a televisão com um olhar voltado para as mudanças mercadológicas e demonstram como essa se tornou um veículo de comunicação de massa feito para o “povo” e uma das grandes responsáveis pela chamada indústria cultural, Arlindo Machado, na obra *A Televisão Levada a Sério* (2000), fala da necessidade de prestar atenção aos conteúdos exibidos para reconhecer a televisão como um dos fenômenos culturais mais importantes do século XX.

Durante muito tempo, os teóricos da comunicação, seguindo (estranhamente) a mesma orientação dos magnatas da mídia, nos acostumaram a encarar a televisão como um meio popularesco, “de massa” no pior sentido possível da palavra, e dessa maneira nos impediram de prestar atenção a um certo número de experiências poderosas, singulares e fundamentais para definir o estatuto desse meio no panorama da cultura do final de século. Uma pesquisa séria e exaustiva, entretanto, poderia proporcionar uma surpresa a todos aqueles que encaram a televisão como um meio “menor” (MACHADO, 2000, p. 15, grifos do autor).

Uma vez popularizada e consolidada no Brasil como um meio de grande relevância pelos conteúdos informativos exibidos, vieram as modernizações e atualizações tecnológicas tanto do aparelho quanto dos equipamentos usados pelas emissoras nas transmissões.

Ainda de acordo com Costa (2020), há duas fases que caracterizam a história da TV no país. Uma delas, a do capital nacional, foi liderada por Assis Chateaubriand e é caracterizada por uma postura empresarial antiliberal. Já a segunda, a do capital internacional, é quando entra em cena o Grupo Globo que, “após um acordo com o grupo TimeLife, modernizou sua produção, transformando-se no maior expoente da indústria cultural brasileira a partir, sobretudo, dos anos de 1970” (COSTA; 2020; p.156). Nota-se, então, a importância da tecnologia e a necessidade de modernização.

Dentre as principais mudanças tecnológicas, aponta-se o videotape (VT) como fundamental recurso para que o conteúdo exibido na TV tivesse mais qualidade. Esse passou a ser utilizado em 1962 e foi caracterizado como “divisor de águas na história da televisão brasileira” (Costa; Simões; Kehl, 1982, p.50 apud Costa, 2020, p. 158).

A utilização do VT proporcionou melhores acabamentos para os programas e comerciais e influenciou a criação de bases estruturais para que houvesse a possibilidade de o canal de TV chegar a todos os pontos do país. Com isso, em 1969, foi ao ar o primeiro programa a ser transmitido em cadeia nacional, o Jornal Nacional (JN). Reforçando mais uma vez a ligação que o Jornalismo sempre teve com a televisão e que a TV é muito mais do que só entretenimento, sendo possível ainda, após a consolidação dos programas informativos, associar ambos, informação e entretenimento.

Costa (2020) afirma que as tecnologias ligadas à televisão não pararam de evoluir no século XX. Por “tecnologias” a autora se refere a todos os equipamentos para captação de som e imagem (responsáveis por tornar a TV mais ágil e abrangente, como o VT), mas também as ferramentas de edição e recepção da programação.

Abordando a recepção da programação, cabe destacar a evolução dos modelos de aparelhos de TV. Dentre o principal marco, está a televisão colorida. A primeira transmissão em cores da TV Brasileira foi realizada justamente pela Globo, em fevereiro de 1972. Desse ano em diante destacam-se ainda os seguintes lançamentos, que trouxeram mais qualidade para as imagens que chegavam até o telespectador: a TV LCD nos anos 1990, plasma, e o LED já nos anos 2000.

Junto com a evolução do equipamento, o Jornalismo audiovisual também passou por atualizações que o profissionalizaram e consolidaram diante das grades de programação das emissoras. Ao falar sobre o início do telejornalismo no Brasil, Araújo (2017) cita, além do Jornal Nacional já mencionado ao longo desta introdução, os programas Repórter Esso e Jornal de Vanguarda.

Ao analisar esses programas, fica evidente a importância do papel do apresentador. Isso se deu desde o começo, pois, ainda segundo Araújo (2017), os primeiros telejornais eram mais parecidos com o formato do rádio do que com o Jornalismo audiovisual de hoje. “Como as imagens não eram acompanhadas de sons, tudo tinha de ser lido pelo locutor” (ARAÚJO, 2017, p. 64).

Com o passar dos anos, contando com o auxílio da evolução tecnológica, já abordada neste capítulo, o jornalismo audiovisual muito avançou, tanto na performance dos apresentadores quanto no conteúdo exibido.

Não é possível falar em telejornalismo sem mencionar o Jornal Nacional como um “divisor de águas”. Esse telejornal ajudou a definir, inclusive, o que hoje temos como “horário nobre” da televisão. Porém, o surgimento do programa não foi pensado apenas como uma importante forma de informar a população. Conforme revelado por Walter Clark, o programa informativo foi utilizado também como uma chance de expandir a emissora e aumentar a capacidade de comercialização do espaço publicitário.

Nós precisávamos de um programa diário, que entrasse ao vivo em vários estados, para estimular outras emissoras a se filiarem à Rede Globo. Com mais emissoras, poderíamos oferecer aos nossos clientes a audiência de outras praças, cobrando mais caro por isso. E, obviamente, não havia nenhum programa de TV diário melhor para fazer essa integração do que um telejornal (CLARK apud RIBEIRO e SACRAMENTO, 2010, p.114 in RIBEIRO, SACRAMENTO e ROXO).

Percebe-se então que o telejornalismo, desde o início, foi e é algo que rende financeiramente para as emissoras. Embora seja um programa jornalístico e que, por isso, não deva ser vinculado diretamente com publicidade para que não haja interferência no conteúdo, ele é usado para captar anúncios durante os intervalos comerciais, devido ao grande poder que o telejornalismo tem para “prender” o público durante o período de exibição e um programa.

Vale ressaltar, porém, que não só a grande capacidade financeira fez do JN uma grande potência do jornalismo audiovisual. O programa conversava diretamente com a família brasileira que, conforme estudos da emissora para

organização da grade, estava reunida em casa no momento em que o jornal seria exibido. Ainda de acordo com os autores Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010), um dos diferenciais era a utilização da linguagem coloquial e mais direta. Fazia-se também o uso do texto manchettato, dando agilidade e dinâmica à exposição do conteúdo.

O Jornal Nacional também inovou pois reduziu a participação do locutor, dando voz e imagem à fonte. “Além das imagens cobertas com o áudio do locutor, o telejornal também inseria o chamado ‘som direto’, o depoimento da pessoa falando, praticamente inexistente do Repórter Esso e nos noticiários das outras emissoras” (RIBEIRO e SACRAMENTO, 2010, p. 114 in RIBEIRO, SACRAMENTO e ROXO).

Mais uma vez, era a tecnologia sendo usada a favor de um conteúdo de mais qualidade. A inserção dos depoimentos foi possibilitada pela câmera de cinema chamada CP (cinema products), essa era menor e mais leve do que a até então utilizada, a Auricons, e tinha a vantagem de gravar e registrar o som simultaneamente.

A evolução tecnológica permitiu também a modernização da linguagem para o fazer telejornalístico e a Globo seguiu inovando no âmbito do jornalismo audiovisual. Em 1973 lançou o Globo Repórter. No início dessa década, graças ao Jornal Nacional, o Jornalismo na emissora começou a se consolidar. Portanto, de acordo com os relatos em Memória Globo (2021), esse “era o momento de apostar em um formato novo, que permitisse um maior aprofundamento nas reportagens”.

A grade da Globo abandonava cada vez mais os programas chamados popularescos, com caráter de puro entretenimento e que se caracterizavam pela interação com o auditório. Nesse período, a exceção era o Programa do Silvio Santos. A figura do apresentador continuava a ser importante, porém, a ideia de uma equipe, que incluía reportagem e edição, dava mais profissionalismo e passou a ser o foco da emissora. Em entrevista à Veja em 1974, o assessor da diretoria comercial da Globo, Edwaldo Pacote, falou que não havia mais espaço para uma programação popularesca.

A fase das vedetes, do programa feito em torno de uma pessoa só está ultrapassada. Chacrinha, Dercy Gonçalves, Raul Lougras tiveram um papel importante no desenvolvimento da nossa linha de programação. Mas não tínhamos o telejornalismo, as novelas, a equipe de profissionais que temos hoje. Agora, os programas são feitos em equipe: esta é a tendência (PACOTE, 1974, apud RIBEIRO e SACRAMENTO, 2010, p. 122; in RIBEIRO, SACRAMENTO e ROXO RIBEIRO).

No Globo Repórter havia a possibilidade de explorar temas com mais aprofundamento, como já citado, mas também de diversificar os gêneros exibidos, pois, além de matérias, produziam-se documentários que, após, passariam a ser grandes reportagens.

O foco da emissora em programas de jornalismo audiovisual e mudança da programação, levou a imprensa da época criar o termo “Padrão Globo de Qualidade”. Na época, o *videotape* passou a ser mais utilizado e cada vez menos programas eram ao vivo. Esse padrão de qualidade resultava, porém, “em uma diminuição da improvisação, da informalidade e do inesperado” (RIBEIRO e SACRAMENTO, 2010, p. 119 in RIBEIRO, SACRAMENTO e ROXO).

Além de alcançar a qualidade desejada, esse processo de gravação possibilitava um controle interno mais rígido e dava à emissora a oportunidade de se adequar às exigências dos órgãos de censura.

Na época, os programas se tornaram mais controlados e com menos improvisado e humor, elementos que, mais tarde, retornam ao Jornalismo como característica importante para captar a atenção do público.

Sobre o jornalismo audiovisual, além de analisar o conteúdo dos programas para entender a história da TV no Brasil, é de grande relevância conhecer e categorizar esses programas em gêneros para entender, inclusive, a diferença entre os programas já citados nesta introdução. José Marques de Melo (2003), no livro *A Opinião no Jornalismo Brasileiro* ressalta a importância de compreender os gêneros jornalísticos.

[...] o jornalismo brasileiro tem uma fisionomia entrecortada por múltiplas diretrizes, algumas convivendo contraditoriamente no estilo que nos trouxeram os portugueses, outras que chegaram através dos processos de comunicação intercultural implícitos nos movimentos migratórios, e também aqueles que emergiram das situações de dependência tecnológica e econômica que incluem no seu bojo alterações simbólicas fundamentais [...]. Compreender os gêneros jornalísticos significa, portanto, estabelecer comparações, buscar identidades, indagar procedências (MELO, 2003, p. 210).

O autor José Carlos Aronchi de Souza no livro *Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira* (2004) divide a categoria da informação na TV em quatro gêneros:

- Debate: Não requer grandes investimentos. Cenário e transporte de convidados são considerados os elementos básicos. É capaz de preencher um espaço na grade contando com uma duração elástica. Diferente da entrevista, requer mais que um convidado e é possível haver mais que um apresentador. A multiplicidade de vozes é que cria o debate.

É possível optar por abordar um ou vários temas. O formato mais frequente é o da mesa redonda. Pode também apresentar pequenas reportagens ou entrevistas com o convidado principal.

- Documentário: é uma demonstração da qualidade dos departamentos de telejornalismo. Os temas abordados representam relevância histórica, social, política, científica ou econômica, além de aprofundarem um assunto do cotidiano, porém, explorando-o sob uma nova perspectiva. Trata-se de um gênero com raízes no cinema, que foi levado à TV.

O que o difere das reportagens dos telejornais é a duração, uma vez que é necessário explorar os detalhes. Dentro deste gênero encontram-se vários formatos: videoclipes, entrevistas, debates, narração em off, tudo isso com o objetivo de tornar o conteúdo menos cansativo para o telespectador.

Além de conter vários gêneros, ele pode, inclusive, passar a ser um formato quando utilizado por outros gêneros. Citam-se as experiências de

apropriação do formato pelo gênero humorístico em *Casseta e Planeta* (período de exibição: 28/04/1992 a 21/12/2010) e *Brasil Legal* (período de exibição: 29/12/1994 (programa-piloto); 16/05/1995 a 26/04/1998). Ainda pode ser utilizado pelos gêneros esportivo, político e especial.

- Entrevista: inclui a iniciativa de procurar pessoas de diversas áreas para uma conversa frente a frente com um jornalista. O autor cita como exemplos programas que abriram caminhos para esse gênero na TV: *De Frente com Gabi* (estreia em 1998 e vai até 2015, porém não ininterrupto, houve quatro fases) e *Passando a Limpo* (estreia em 1997 e fica no ar até 2003).

Cita-se a importância de diferenciar os programas deste gênero dos chamados *talk shows*. Estes contam com mais descontração e intimidade, com foco no show e não no jornalismo.

Assuntos de política e atualidades são as pautas dos programas desse gênero. Diferente do *talk show*, o apresentador não tem o compromisso de deixar o entrevistado à vontade, uma vez que, tendo como base o compromisso com a verdade, é possível haver discórdias em assuntos polêmicos.

O tema pode ser voltado a um assunto que o entrevistado domina ou ainda sobre sua história de vida.

O cenário permite que ambos, entrevistador e entrevistado, permaneçam sentados, o que, inclusive, presume uma entrevista mais longa.

- Telejornal: apresenta características próprias como um apresentador em estúdio anunciando matérias e reportagens sobre assuntos recentes. Programa voltado estritamente à informação. Tem como deveres: informar, educar, servir, interpretar e entreter. Dentro desse gênero é

possível identificar dois outros gêneros jornalísticos: informativo e opinativo.

O formato pioneiro foi o noticiário, com o apresentador lendo textos para a câmera, sem outras imagens ou ilustrações. A fórmula básica mantém-se até hoje: um ou mais apresentadores leem textos e apresentam as reportagens externas realizadas pelos jornalistas, ao vivo ou gravadas. Comentaristas especializados também podem fazer parte do modelo.

Analisando o conteúdo brasileiro, tem-se a seguinte indicação de formato: nota, reportagem, entrevista, indicadores econômicos, editorial, comentário e crônica. O humor aparece nas charges animadas de cunho político.

Sobre o telejornal ainda, Arlindo Machado (2000) descreve o gênero do ponto de vista técnico e aborda seus diversos elementos, citando que engloba diferentes fontes de imagem e som, tais quais gravações em fita, filmes, material de arquivo, fotografia, gráficos, mapas, textos, além de locução, música e ruídos. Sobretudo, ele ressalta que o telejornal consiste de tomadas em primeiro plano enfocando pessoas que falam diretamente para a câmera, sejam elas jornalistas ou protagonistas.

Todavia, cita ainda uma outra forma de fazer a fusão de todos os elementos citados:

[...] mostrar, em primeiro plano, o âncora lendo a notícia no teleprompter, enquanto a imagem correspondente ao que ele anuncia aparece ao fundo, inserida por chroma key ou projetada por monitores presentes no cenário (MACHADO, 2000, p.104, grifos do autor).

Embora trate-se de uma descrição banal, o autor se antecipa justificando que “talvez não exista na televisão um gênero tão rigidamente codificado como o telejornal”.

A evolução tecnológica volta a ser assunto necessário de abordagem quando se fala especificamente em jornalismo audiovisual. Viu-se que a montagem da grade de programação foi inicialmente organizada de acordo com os horários da família brasileira. A partir disso, a TV começou a ser cada vez mais inserida dentro da casa e da rotina das pessoas.

A organização da programação e a possibilidade de transmissões em rede, além da consolidação dos programas de gênero jornalístico acarretaram no maior investimento de empresas em anúncios publicitários, esses inseridos entre os programas.

Mira (2010 p.172) in Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010) exemplifica essa afirmação quando abordam o advento do controle remoto, que mudou o jeito com que o brasileiro assistia à TV nos anos 1990. Eles afirmam que “o telespectador zapeia em busca de emoções fortes e, sobretudo, na hora do intervalo comercial”.

O controle remoto se popularizou no Brasil, conforme Bistane e Bacelar (2005), em 1982, mesmo ano em que chega ao Brasil o videocassete. As autoras, em uma linha do tempo a partir dos anos 1980, apontam ainda como marcos importantes na história da televisão os seguintes acontecimentos:

- 1984: transmissão ao vivo da votação do Colégio Eleitoral, que elege por voto indireto Tancredo Neves como presidente do Brasil;

Nesse mesmo ano, em fevereiro, entra em operação o primeiro satélite doméstico brasileiro, o Brasilsat. Já em abril, iniciam as transmissões regulares em estéreo da TV brasileira.

Tendo em vista que a forma de ver TV mudou, mas que, mesmo à época não havendo prova sólida sobre os impactos dos anúncios na audiência, as empresas seguiam buscando a divulgação publicitária na TV. As emissoras foram obrigadas a novamente repensar sua estrutura de programação para conseguir reter a atenção de um telespectador que, agora, tinha a opção de zapear pelas diferentes opções de canais e ser um telespectador mais ativo.

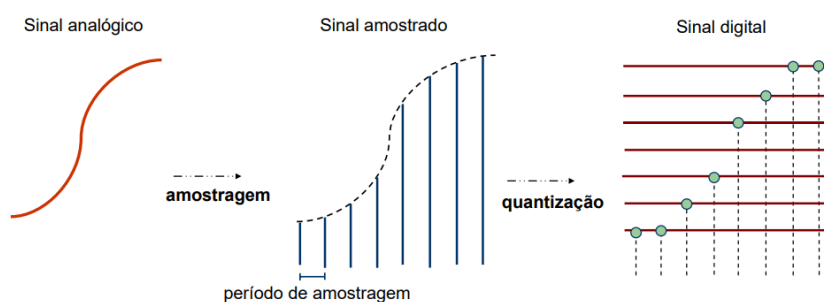
- 1990: a década em que inicia a conexão do Brasil à internet foi também marcada pela inauguração de TVs segmentadas, como a MTV Brasil, a primeira a se instalar no país, e a TVA, a primeira operadora por assinatura, fundada pelo Grupo Abril, já em 1991.
- 1995: inauguração do Projac pela Rede Globo, o maior centro de produção de TV da América Latina.
- 1997: o Fantástico, programa dominical da TV Globo, é o primeiro a ser transmitido simultaneamente ao vivo e pela internet.

Já nos anos 2000 começou a se falar mais sobre a qualidade da imagem da televisão, ampliando as discussões sobre a TV digital, que veio a ser uma realidade a partir de 2016, quando, conforme informações do site oficial da TV Digital Brasileira, iniciou o desligamento do sinal analógico.

Becker e Montez (2004) apontam que seriam vantagens do sinal digital, além da qualidade da imagem, a robustez do *bitstream*, que possibilita a correção de pequenos erros, o acesso simultâneo e remoto e o armazenamento digital, no qual a qualidade da mídia não se degrada com uso.

Os autores também exemplificam a forma de conversão do sinal analógico para o digital.

Figura 09 - Mudanças do sinal analógico para o digital



Fonte: Becker e Montez, 2004, p.32.

Se a análise da rotina da família foi um determinante para definir os programas que comporiam a grade de programação da Globo por volta de 1970, conforme é possível se observar na linha do tempo abordada acima, percebe-se a necessidade de uma nova mudança a partir dessa expansão da TV, sua popularização e ainda o crescimento dos canais (abertos e por assinatura). Passou a ser necessário avaliar o público de forma segmentada e não como uma grande massa.

Com essa ampliação de canais e ofertas de conteúdo, fica em evidência o Jornalismo Especializado. O público se tornou mais segmentado e, então, o segmento especializado passou a ter mais foco nas produções do jornalismo audiovisual.

Embora seja apontado ainda em História da Televisão no Brasil (2010) que as chances de programas popularescos, de auditório, sejam retomados com mais força nas emissoras no final do século XX devido ao aumento do público de massa, é necessário avaliar que, mesmo assim, esse público já era segmentado e dividiria a audiência. Logo, em contraponto a Ribeiro Sacramento e Roxo (2010), Castells (2002) explica que quanto mais os meios de comunicação se globalizaram, mais necessário se tornava um conteúdo específico e que o público não poderia ser visto como algo uniforme.

Em resumo, a nova mídia determina uma audiência segmentada, diferenciada que, embora maciça em termos de números, já não é uma audiência de massa em termos de simultaneidade e uniformidade da mensagem recebida. A nova mídia não é mais mídia de massa no sentido tradicional do envio de um número limitado de mensagens a uma audiência homogênea de massa. Devido à multiplicidade de mensagens e fontes, a própria audiência torna-se mais seletiva. A audiência visada tende a escolher suas mensagens, assim aprofundando sua segmentação, intensificando o relacionamento individual entre o emissor e o receptor (SABBAH, 1985; apud CASTELLS, 2002, p.424).

Ao encontro da análise de Sabbah (1985), Youichi Ito (1991), ao analisar a evolução do uso da mídia no artigo *Birth of joho shakai and johoka concepts in*

Japan and their diffusion outside Japan, também conclui que existe a evolução de uma sociedade de massa a uma sociedade segmentada.

É nesse cenário, portanto, que o Jornalismo Especializado surge e começa a se expandir. Esse segmento do Jornalismo será abordado no capítulo a seguir, com destaque para o ramo do esporte.

4.2 JORNALISMO ESPORTIVO AUDIOVISUAL

No capítulo de introdução, citei que gosto de futebol e que isso influenciou na escolha do tema deste TCC; porém, reconheço que, mesmo que eu não gostasse, o esporte ainda seria um forte candidato e poderia fazer parte deste trabalho, devido à sua importância no Brasil e no mundo, o que justifica a necessidade de estudá-lo no contexto do Jornalismo. O futebol mobiliza as pessoas e influencia diversos segmentos da sociedade. Trata-se de um fenômeno sociocultural que afeta também a Economia, uma vez que, segundo Luiz Ribeiro (2007), “o futebol é uma instituição social umbilicalmente ligada à história do capitalismo contemporâneo”.

A presença do esporte e, mais especificamente, do futebol, é destaque entre os conteúdos do jornalismo audiovisual brasileiro. Só na Rede Globo de Televisão (emissora que exibe o Fala Muito), se avaliar nas quartas-feiras, por exemplo, há três programas na grade destinados especificamente ao esporte. Trata-se do programa Globo Esporte, que é um programa diário e adaptado para cada região, nas 49 filiais; o horário destinado para a transmissão da rodada do Campeonato Brasileiro (com presença de repórteres na beira do campo, narração e comentários) e, após a partida, há ainda o Segue o Jogo. Além disso, nos telejornais (que são oito) há reportagens que sobre o esporte.

Nesse sentido, fica evidente que o Jornalismo Esportivo corresponde a um dos mais populares e consolidados ramos do Jornalismo Especializado (ao lado da Política e da Economia). Não é possível, portanto, falar dele sem explicar o porquê existe e como é feito o ramo especializado do Jornalismo.

O Jornalismo Especializado é um tipo de Jornalismo, entretanto, conforme aborda Frederico de Mello Brandão Tavares (2009) no artigo O jornalismo especializado e a especialização periodística, também pode ser entendido como um ramo de pesquisa científica, onde o objeto de estudo é o fazer jornalístico em si.

A outra abordagem -a qual será o foco neste capítulo- refere-se ao Jornalismo que fala no que diz respeito a conteúdos segmentados de forma mais aprofundada, ou, como antevê a própria nomenclatura, de maneira especializada.

Tavares (2009) ainda levanta questões sobre se um jornalista deveria se especializar para abordar determinado conteúdo ou se deveria ocorrer o contrário; um especialista, como por exemplo, um economista (ou atleta) é quem deveria estudar Jornalismo. Para Nilson Lage (1999), a resposta correta é a primeira opção. Lage aponta que é papel de um jornalista buscar a informação de um campo especializado e traduzi-la para o público. Afirmação que justifica com exemplo: “[...] um professor de primeiro grau não precisa ser criança para comunicar-se com seus alunos, nem um médico abandonar o que sabe para expor um diagnóstico a alguém” (LAGE, 1999, p. 109 – 110).

A autora Alessandra Lemos Fernandes (2017), no livro Jornalismo: especialização e segmentação, indica que há quatro atributos fundamentais para essa vertente da atividade jornalística que visa atuar de forma contrária à cobertura geral dos fatos. São elas:

- FOCO: pautas direcionadas a determinado tema ou a um público específico;
- APROFUNDAMENTO: abordagens além do senso comum, contrárias à superficialidade do noticiário em geral;
- LINGUAGEM DIFERENCIADA: uso maior de termos técnicos e científicos e de jargões, sem a necessidade de explicações detalhadas, uma vez que se trata de um discurso comum àquela área do conhecimento.

- **PROFISSIONAIS ESPECIALIZADOS:** produções realizadas geralmente por jornalistas com formação complementar ou com maior domínio do tema.

No Jornalismo Especializado, é necessário buscar técnicas que sejam capazes de traduzir um conteúdo captado em um mundo onde há apenas especialistas da área para aqueles que não têm um conhecimento tão aprofundado pelo tema, mas que possuem interesse e curiosidades.

Ao mesmo tempo em que a linguagem pode ser mais técnica, pois está se direcionando a um público que, supostamente, tem mais conhecimento sobre a temática, Tavares (2009) apud Fernandes (2017) alerta que o Jornalismo Especializado deve fazer a mediação entre o saber especializado e o público das notícias.

Fernandes (2017) destaca ainda que o texto jornalístico, mesmo o especializado, precisa ser mais acessível do que uma publicação técnica ou científica. “Embora o público específico entenda certos assuntos com mais facilidade que a audiência em geral, é essencial que o jornalista exponha esse conhecimento de forma clara” (FERNANDES, 2017, p.24). O jornalista busca o equilíbrio entre não simplificar demais, para que os assíduos leitores do campo não percam o interesse, e não deixar o texto muito técnico, a ponto de afugentar novos interessados no tema.

Para isso, tem-se observado principalmente no Jornalismo Esportivo, esse que é indicado por Fernandes (2017) como um dos principais temas de especialização, a adoção de elementos culturais, do mundo do entretenimento e, em especial, do humor.

Antes de abordar a inserção do humor no Jornalismo Esportivo, contudo, é necessário entender a forma que o esporte começou a ser abordado no mundo do jornalismo audiovisual.

O esporte está presente na televisão brasileira desde 1955, quando houve a primeira transmissão de uma partida de futebol. Nessa época, já era uma demanda da população que se acostumou gradativamente a jogar, ler e ouvir

sobre o esporte de origem moderna inglesa, conforme descreve Paulo Vinicius Coelho (2011) na obra *Jornalismo Esportivo*.

Assim, tendo iniciada a transmissão das partidas, houve gradativo aumento da necessidade de repercutir o esporte também nos programas jornalísticos. Coelho (2011) afirma que, no início das transmissões de jogos, essas eram apresentadas como um show. O *Jornalismo Esportivo* como pauta única de um programa TV começou a se consolidar com programas como o *Esporte Espetacular (EE)* e o *Globo Esporte*¹¹.

O EE será abordado de forma mais profunda em capítulo seguinte, por se tratar do programa que exhibe o quadro analisado neste TCC. Já sobre o *Globo Esporte*, cabe aqui informar que foi criado em agosto de 1978 e que, no início, era dedicado quase que exclusivamente à cobertura dos torneios estaduais e nacionais de futebol. Ainda no primeiro ano, no entanto, apresentou também reportagens sobre motociclismo, tênis, boxe, natação, basquete, entre outras modalidades esportivas. Atualmente é exibido por todas as filiadas da Globo diariamente de segunda a sexta-feira, evidenciando a importância do esporte para o jornalismo e para as pessoas.

Esses programas trouxeram para o âmbito do audiovisual o esporte através do viés jornalístico. Até então, havia diferentes transmissões de jogos, com narrações puramente opinativas e caracterizadas mais como espetáculo (conceito e relação que serão explicadas na próxima subdivisão do capítulo). Com os programas, o esporte passou a ser tema de matérias, notícias e análises.

Após abordar neste capítulo o jornalismo esportivo audiovisual, esse será analisado no âmbito do quadro *Fala Muito* no capítulo seguinte. Agora, entretanto, nesta próxima subdivisão do capítulo será relatada a ligação do humor com a televisão. Logo, uma vez que o humor será analisado como a forma de linguagem do quadro, se faz necessário primeiro entender o contexto com que se inseriu na televisão brasileira.

¹¹ Disponível em:

<<https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/globoesporte/noticia/evolucao.ghtml>>. Acessado em 04/05/22

4.3 A RELAÇÃO DO HUMOR COM A TV BRASILEIRA

Na subdivisão anterior, foram abordados os gêneros e formatos da televisão no Brasil. Ao falar sobre isso, programas de humor já foram citados, dada a sua relevância na grade de programação.

O humor esteve presente na TV desde a sua primeira década no Brasil. Aos poucos, houve ampliação e o humor se disseminou na programação. Antes estava presente como programa, seja programa de auditório ou em formato de documentário, como já explicado neste TCC. Atualmente, na segunda década dos anos 2000, além disso, ele aparece também como uma forma de linguagem. O fato de um programa não ser de caráter humorístico, não impede que esse contenha humor. Isso aproximou o humor do Jornalismo.

A ampliação do humor e a sua proliferação, ou seja, capacidade de aparecer mais e se consolidar na grade de programação, estão diretamente ligadas às fases da TV brasileira, compreendidas entre 1950 até os anos 2000, já abordadas neste trabalho sob a ótica de Sérgio Mattos (2010).

Isso se dá, pois, segundo Ana Paula Goulart Ribeiro, Igor Sacramento e Marco Roxo (2010), a partir de 1960 foi construída a ideia da televisão como um veículo popular (a Fase Populista iniciou em 1964). Foi reconhecido, portanto, o fato de que a televisão é um veículo com grande alcance de público, que na época já superava as mídias impressas e o rádio. Sendo um veículo popular, passa a dialogar com todas as classes sociais e diferentes tipos de público, que, conseqüentemente, requerem um conteúdo específico.

A partir disso começaram as produções originais. A TV identificou seu público-alvo e produziu para ele. “Sua programação começa a ser pensada, nos anos 1960, a partir da sua gradativa adaptação à rotina familiar e, principalmente, a partir de uma divisão de horários que buscasse melhor articulação entre o trabalho e o lazer” (BERGAMO; RIBEIRO, SACRAMENTO e ROXO, 2010, p.62).

Neste momento da história da televisão brasileira, observa-se, inclusive por meio dos programas citados a seguir, que o humor estava na mesma caixa do entretenimento.

Ao falar de programas de humor, estrategicamente organizados na grade a fim de ofertar momentos de lazer às famílias que, à época, se reuniam na sala para acompanhar a programação, é imprescindível mencionar o programa de auditório do Chacrinha. Esse que era considerado por Arlindo Machado (2000) como “um dos trabalhos brasileiros mais destacados”, e que se utilizava do humor como um recurso de comunicação, tornando-o o carro-chefe do conteúdo veiculado.

Dentre os primeiros programas que tinham o humor como carro-chefe, a revista *Veja* de São Paulo realizou o levantamento e destaca 22 nomes, que são conhecidos dos brasileiros que acompanharam a difusão da TV no Brasil.

Conforme afirmou o jornalista Roosevelt Garcia (2017), o levantamento realizado envolve programas que “se confundem com a história da televisão em nosso país¹²”. São eles:

- Praça da Alegria (diversas emissoras, a partir de 1953);
- Papai Sabe Nada (Record – 1962);
- Moacyr Franco Show (diversas emissoras, a partir de 1963);
- TV Stuart – Canal Zero (TV Excelsior – 1964);
- Família Trapo (Record – 1967);
- Balança, Mas Não Cai (Globo – 1968);
- Faça Humor Não Faça Guerra (Globo – 1970);
- A Grande Família (Globo – 1972);
- Os Insociáveis (Record – 1972);
- Chico City (Globo 1973);
- Satiricon (Globo – 1973);
- Os Trapalhões (Tupi – 1974 e Globo – 1977);
- Planeta dos Homens (Globo – 1976);
- Super Bronco (Globo – 1979);
- Viva o Gordo (Globo – 1981);
- TV Pirata (Globo – 1988);

¹² Mais informações sobre os programas e apresentadores disponíveis em: <<https://vejasp.abril.com.br/coluna/memoria/22-programas-humoristicos-de-antigamente/>>. Acessado em 05/11/22.

- Veja o Gordo (SBT – 1988);
- Cabaré do Barata (Manchete – 1989);
- Escolinha do Professor Raimundo (Globo – 1990);
- Casseta & Planeta Urgente (Globo – 1992);
- Sai de Baixo (Globo – 1996);
- Show do Tom (Record – 2004).

Conforme é possível observar, o primeiro programa de destaque foi ainda em 1953, apenas três anos após a inauguração da TV no país. Após isso, é possível avaliar a importância que os programas de humor tomaram, uma vez que estavam presentes em todas as emissoras. À época, era comum que houvesse um personagem que era a personificação do programa. Destaca-se então, em todo o período dos programas listados, além do já citado Chacrinha, os grandes apresentadores e comunicadores Jô Soares, Chico Anysio, Renato Aragão e Tom Cavalcante.

Dentre os citados, cerca de 60% eram programas da Rede Globo de Televisão, essa que tem reservado uma página específica da página “Memória Globo”¹³ apenas para os programas de humor. Desde 1965, a emissora coleciona 69 programas voltados diretamente ao humor.

Como já abordado neste TCC, o humor está atrelado ao riso e o riso é objeto de estudo de filósofos da Antiguidade. Embora o riso seja natural, fácil e até instantâneo quando se ouve/lê algo engraçado, o fazer rir é uma tarefa complexa, que envolve figuras de linguagem como a ironia, a antítese, entre outras, e dessa forma é possível comunicar através do humor. O humor usa das entrelinhas para passar uma mensagem em meio ao riso e o riso só acontece se o receptor entende a mensagem.

Se, como já visto anteriormente, o humor dizia respeito ao entretenimento e o jornalismo era restrito à informação, achou-se no esporte uma brecha para o surgimento do infotenimento. Entretenimento, humor e informação juntos, esse é o tema de estudos da subdivisão seguinte deste capítulo.

¹³ Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/humor/>>. Acessado em 05/11/22.

4.4 INFOTENIMENTO

A partir de agora, neste capítulo, além de caracterizar o infotenimento, será abordada a importância de associá-lo ao Jornalismo Esportivo e de que forma ele pode contribuir para que o Jornalismo seja mais atrativo.

Já foi abordado neste trabalho que o humor é entretenimento. Os programas de humor citados no item 4.3 pertenciam a horários que eram voltados ao entretenimento na grade da programação das emissoras de televisão. Também foi evidenciado, entretanto, que o humor faz mais do que apenas despertar o riso. Rafael Sbeghen Hoffo (2018), ao analisar o humor empregado em conteúdos audiovisuais, constatou que o riso, como resposta fisiológica, espiritual e intelectual ao estímulo de algo cômico, engraçado, está associado diretamente a fatores sociais e culturais. “Sem reconhecer os elementos a que se refere a piada, a paródia ou a imitação, não haveria riso” (HOFFO, 2018, p.25).

Logo, percebe-se que através do humor e do entretenimento, há a presença de informação. Ambos despertam a bagagem histórica e cultural de cada cidadão, levando à associação de conteúdos e estimulando o pensar. Por isso é que se justifica e entende-se como algo positivo a união entre o entretenimento e a informação, ou seja, o infotenimento.

A escritora Fábria Angélica Dejavitte (2007), no artigo intitulado *A Notícia light* e o jornalismo de infotenimento, aponta que uma matéria que informa por meio do entretenimento, que une esses dois elementos, é capaz de fazer com que uma notícia se propague em grande escala. Dentre os motivos para que isso ocorra está o fato de o entretenimento estimular a imaginação e ainda caracterizar a notícia como *light*, ou seja, efêmera, de rápida circulação, com dados novos e que, ao mesmo tempo, diverte as pessoas.

Conforme Dejavitte (2007), no mundo do Jornalismo, o entretenimento já foi julgado como subproduto.

No jornalismo, em especial, a função de entreter tem sido preterida. O entretenimento oferecido no conteúdo editorial é julgado como um subproduto ou um desvio da atenção do receptor de assuntos tidos de maior importância. Outras vezes, os receptores que solicitam este tipo de conteúdo são considerados alienados do mundo onde vivem. Assim, as matérias de entretenimento no espaço editorial seria [sic] a informação para aquele que não procura informação (DEJAVITE, 2007, p. 1).

Tudo que era entretenimento era considerado algo que desviava a atenção do receptor da mensagem das notícias de fato; todavia, o infotenimento mostra que é possível que ambos os elementos andem juntos.

Dejavite (2007, p.2) afirma que o infotenimento refere-se àquele Jornalismo que “[...] ao mesmo tempo traz uma prestação de serviço e propicia informação e entretenimento ao leitor”. O termo surgiu em 1980 e ganhou força no final de 1990. A ligação do infotenimento ao Jornalismo está dividida em duas categorias, de acordo com Mark Deuze (2001):

- a. “no aumento de elementos de entretenimento em gêneros de notícias informativos”;
- b. “na elevação e no estabelecimento de gêneros de infotenimento existentes atualmente”.

Embora, tradicionalmente, o papel do Jornalismo seja informar e formar opiniões e o do entretenimento condicione-se a explorar a ficção, o jornalismo de infotenimento mostra como é possível aliar um ao outro e ter como produto uma comunicação efetiva e sem ruídos com o público.

Nessa especialidade uma mesma matéria pode muito bem informar, entretendo ou, então, entreter por meio da informação. Nela, o limite ético que separa jornalismo e entretenimento não existe. Um exemplo explícito são as revistas especializadas em celebridades. [sic] Esse tipo de conteúdo satisfaz nossas curiosidades, estimulam [sic] nossas aspirações, possibilitam [sic] extravasar nossas frustrações e nutrem (sic) nossa imaginação (DEJAVITE, 2007, p. 3).

Nesse formato jornalístico os elementos utilizados para transmitir o conteúdo são aliados do profissional de jornalismo no momento de passar determinada mensagem ao público, ajudando a “traduzir” melhor uma informação. O uso de gráficos, infográficos, tabelas, ilustrações e todos os recursos de áudio e vídeo proporcionados pela televisão possibilitam um entendimento mais fácil e prazeroso da informação. Embora os elementos citados sejam importantes para a compreensão de uma mensagem e tenham se popularizado a partir dos anos 2000, Machado (2000) destaca a necessidade de entender o diálogo e usá-lo corretamente, uma vez que, segundo ele, a TV é a “herdeira direta do rádio”.

Agora há uma maior utilização dos recursos gráficos computadorizados nas vinhetas de apresentação, mas, no essencial, a televisão continua oral. Não conheço nenhuma estatística a este respeito, mas [...] (se alguém duvida, basta, a qualquer momento, ‘zappear’ todos os canais de televisão) que a maioria esmagadora dos programas se funda na imagem prototípica de uma talking head (cabaça falante) que serve de suporte para a fala de um protagonista (MACHADO, 2000, p. 72, grifos do autor).

Além dos elementos, portanto, observa-se o papel fundamental do jornalista e a necessidade de uma boa performance para fazer a mensagem alcançar o público sem ruídos.

O público já não é mais um mero receptor de conteúdo, desde que, com a popularização do controle remoto, como já relatado no capítulo que abordou a história da televisão no Brasil, passou a participar de forma mais ativa na escolha de uma programação. Esse fator se intensificou com a chegada do sinal digital e do *streaming*. O público que recebe, também interage com a programação.

Essa interação é possibilitada pelo infotimento, pois se trata de uma narrativa simples, fácil de ser entendida e comentada. “Sua essência baseia-se na interpretação ou recriação dos fatos não apenas na perspectiva da realidade social, mas, principalmente, no uso da linguagem do entretenimento, como fazem as telenovelas e os filmes” (DEJAVITE, 2007, p. 06).

Ao estudar a história da televisão no Brasil e também as características e a importância do infotainment é necessário agora entender a relação desses elementos com o conteúdo de jornalismo esportivo.

O conteúdo a seguir aborda a introdução do infotainment no esporte e desperta a atenção para o cuidado que se deve ter ao unir entretenimento e Jornalismo. Estudo esse que é essencial para realizar a análise dos quadros do Fala Muito, conforme planejamento metodológico.

4.4.1 Entretenimento no conteúdo esportivo audiovisual: a linha tênue entre o espetáculo e o infotainment

Até aqui, foram abordados o humor, o entretenimento, o jornalismo e a televisão. Discorreu-se sobre a relevância de cada um e ainda sobre a importância de estudá-los. Daqui em diante, entretanto, ao abordar esses itens sob uma única perspectiva, mesmo que o humor e o entretenimento já tenham provado sua relevância no campo da informação, o jornalismo audiovisual é o que se sobrepõe.

Embora o entretenimento, e aqui está incluído o humor, informe por si próprio ao resgatar memórias e associações entre o conteúdo apresentado e a bagagem cultural pessoal; no Jornalismo, ele só é bem aplicado quando traz informações relevantes, de utilidade pública.

Para falar mais sobre o que é relevante no Jornalismo, é necessário aqui trazer informações sobre o *lead* e critérios de noticiabilidade, ambos essenciais para qualquer matéria no Jornalismo.

Conforme Ferrareto e Ferrareto (2009), o *lead* é o que está no topo da pirâmide invertida, ou seja, segundo os autores, as informações são hierarquizadas em ordem decrescente de importância. É dessa forma que se constrói uma notícia.

Figura 10 – Estrutura da notícia



Fonte: FERRARETTO; FERARRETTO, 2009, p. 66

Os critérios de noticiabilidade, por sua vez, são uma série de perguntas ou considerações a serem feitas a fim de avaliar se uma informação ou feito pode ser transformado em notícia. Conforme Ferraretto e Ferraretto (2009), dentre os critérios que devem ser observados para a construção de uma notícia estão o ineditismo, a atualidade, assim como o interesse público e a relevância do fato em questão.

Sabendo o que torna e como transformar uma informação em notícia, é necessário agora falar sobre a linha tênue que existe entre o infotimento e o espetáculo. Ou seja, até que ponto o humor contribui com o Jornalismo e a partir de que ponto ele é um mero adereço, algo desnecessário e que se caracteriza como espetáculo. Para isso, será feita uma retomada de conteúdos esportivos pela televisão brasileira.

No início, em meados de 1960, as transmissões das partidas de futebol eram consideradas com o “espetáculo”, realizadas apenas para entretenimento. Entretanto, com a popularização do futebol no país, entretanto, viu-se também a necessidade de abordar de forma mais profissional esse esporte, através do viés jornalístico.

O esporte por si só tinha a tendência ao espetáculo. Isso por se tratar de um esporte muito dinâmico e empolgante, que ‘caiu nas graças’ do torcedor

brasileiro. “Trata-se de um reflexo das atitudes, manifestações e anseios de nossa sociedade” (GIGLIO, 2005, p. 53).

A reflexão aqui envolve o reconhecimento de que vivemos em uma sociedade do espetáculo e que o futebol se insere nessa sociedade e está presente nas mídias, compondo essa relação ‘espetacular’, que provoca encantamento e forte vínculo. Logo, é importante observar de que forma o futebol é comunicado.

No viés jornalístico, é necessário que as informações sejam priorizadas. Esse cuidado é importante, pois, quando se trata de futebol, há uma linha tênue entre o que é a informação e o que é o espetáculo. Essa linha deve ser cuidadosamente respeitada, uma vez que o espetáculo é considerado, segundo o escritor Guy Debord (2003), como “uma visão cristalizada do mundo”. Assim, pode ainda ser entendido como algo antagônico ao Jornalismo, que busca evidenciar fatos e cobrir todas as versões de um assunto, como ele de fato é. Por isso, também se faz necessário compreender o espetáculo, para diferenciá-lo do Jornalismo.

O esporte é considerado uma das ramificações do Jornalismo Especializado. Segundo Fernandes (2017) destaca-se como um dos principais temas de especialização. A sua relevância e consolidação no âmbito jornalístico permite ousar na hora de comunicar.

Essa ousadia difere-se do espetáculo. Trata-se de informar com humor, inovar nos textos, fazer comparações e trazer elementos culturais e do mundo do entretenimento. O futebol permite tudo isso. Ele pode ser tratado no Jornalismo assim como é nas ruas do Brasil: com alegria, paixão, piadas e diversão. Trata-se de pensar e produzir formatos de comunicar que informem e engajem a audiência.

Nesse sentido, vale considerar ainda que, mesmo se tratando de Jornalismo Especializado e presumindo que seu público tem conhecimento mais aprofundado do tema em questão, é necessário tornar a linguagem acessível e o humor pode ser uma alternativa para tal. É o que afirma Fernandes (2017, p.24), ao relatar que, “embora o público específico entenda certos assuntos com mais facilidade que a audiência em geral, é essencial que o jornalista exponha

esse conhecimento de forma clara”. O jornalista busca o equilíbrio entre não simplificar demais, no sentido de que os assíduos leitores do campo percam o interesse, e não deixar o texto muito técnico, a ponto de afugentar novos interessados em determinado tema.

É esse equilíbrio entre infotimento e espetáculo que é objeto de busca do quadro “Fala Muito”, que será alisado no capítulo seguinte.

5 HUMOR NO QUADRO FALA MUITO, DO PROGRAMA ESPORTE ESPETACULAR

Neste capítulo é que os objetivos foco do presente TCC se consolidam. O infotenimento, o humor, a informação e a televisão foram estudados de forma individual e também relacionados uns com os outros. Agora, eles serão analisados no quadro Fala Muito. A proposta, aqui, é entender como eles atuam conjuntamente para informar o telespectador em um campo específico.

Até aqui já foi possível **compreender de que forma o humor pode informar e captar a atenção do telespectador** e foi **constatada também a importância do infotenimento no âmbito jornalístico**. Esses dois objetivos específicos já alcançados serão ampliados na análise dos episódios selecionados e já apresentados no capítulo relacionado à metodologia.

Os demais objetivos específicos propostos para este TCC serão alcançados neste capítulo, ao decupar e **analisar o quadro Fala Muito**, e assim **estudar a forma de linguagem utilizada para informar com humor no jornalismo esportivo audiovisual**.

Antes de descrever os quadros e analisá-los, entretanto, é necessário conhecer o contexto no qual estão inseridos. Para isso, abordaremos o Esporte Espetacular, programa da Rede Globo com tradição no jornalismo esportivo audiovisual e que abriga o Fala Muito. Além disso, é necessário conhecer também as características gerais do quadro e o apresentador, Lucas Gutierrez, que atua também na edição dos episódios.

5.1 ESPORTE ESPETACULAR: REFERÊNCIA E TRADIÇÃO NO JORNALISMO ESPORTIVO

No início da relação do esporte com a televisão, conforme descrito no presente trabalho, o futebol era a modalidade mais visada pela mídia. A proposta

da Globo, com a estreia do Esporte Espetacular (EE) em 08 de dezembro de 1973 era de mudar esse cenário.

Conforme informam os arquivos disponibilizados em Memória Globo (2022)¹⁴, o EE é o programa esportivo mais antigo da emissora no ar. Estreou com o objetivo de abrir espaço na televisão para as diversas modalidades esportivas, em uma época que o futebol predominava nos noticiários.

A primeira versão do Esporte Espetacular foi exibida até 1983. O programa retornou à grade de programação da emissora em 1987 e segue até hoje no ar. A primeira equipe do Esporte Espetacular reuniu profissionais como Léo Batista, Waldir Mendes, José Luiz Furtado, Luciano do Valle, Ciro José, Juarez Soares, Tércio de Lima, Teti Alfonso, Myriam de Lamare e Milton Collen. A coordenação do programa era de Fernando Villela e a direção, de Moacyr Masson.

Em Memória Globo (2022), consta também a informação de que o programa nem sempre adotou a informalidade que hoje o caracteriza. Nos primeiros anos, o apresentador usava terno e gravata e se expressava numa linguagem formal. Essa referida "informalidade" foi o que possibilitou que, nos dias de hoje, os atuais apresentadores, Bárbara Coelho e Lucas Gutierrez, explorem a linguagem do humor, o infotenimento e passem a informação no âmbito do jornalismo esportivo utilizando-se de elementos culturais, características essas que são percebidas ao longo do programa, mas, de forma mais intensa no quadro Fala Muito.

Atualmente, conforme disponível na aba sobre o Esporte Espetacular no site Memória Globo (2022), a ficha técnica do programa é formada por 75 profissionais distribuídos nas áreas de edição (de execução, imagem, texto), ilustração, coordenação, supervisão e direção de áreas específicas, como o esporte e eventos. Há um grande trabalho de produção que resulta em reportagens variadas, de diversas áreas do esporte e em diferentes lugares.

¹⁴ Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/esporte-espetacular/noticia/esporte-espetacular.ghtml#ancora_1>. Acessado em 09/10/22.

Um programa que está há 45 anos no ar, passou por diversas mudanças, tecnológicas inclusive, da televisão brasileira; e que utiliza o infotainment em uma área como o segmento esportivo (que tem público fiel desde 1955) é um dos exemplos de que este formato de jornalismo, que une entretenimento e informação, pode se consolidar em meios de comunicação tradicionais, como é o caso da TV.

5.2 FALA MUITO: DE QUADRO A PROGRAMA E DE PROGRAMA A QUADRO

Para conhecer melhor o “Fala Muito”, foi importante a busca por informações no site Memória Globo e também no site da Sport Tv, mas, além disso, foi realizada uma pesquisa para além dos conteúdos oficiais. Diversas publicações nas redes sociais, vídeos no YouTube e comentários de todas essas postagens foram visitados para poder absorver ainda mais a essência e entender a trajetória do programa e quadro.

Até o início deste Trabalho de Conclusão de Curso, era conhecido que o Fala Muito passou de programa da TV fechada, para um quadro esporádico do Esporte Espetacular, na TV aberta. Com essas pesquisas para além dos meios tradicionais, no entanto, foi constatado que a história do Fala Muito se repetiu: antes de ser um programa, ele já era um quadro.

Tudo começou na Copa do Mundo FIFA de 2018, disputada na Rússia. A primeira versão do quadro foi criada como um especial durante o período da Copa. A duração do primeiro quadro foi de 3’50” e foi exibido no canal SportTv. Percebe-se, analisando esse primeiro episódio, que a essência do Fala Muito é a mesma: um mescla de informação com entretenimento. Trata-se de um jeito novo de falar e informar sobre o esporte e, principalmente, sobre o futebol, na televisão brasileira.

O episódio nº 1 do Fala Muito foi localizado nas redes sociais do apresentador do programa, o jornalista Lucas Gutierrez, e decupado para este TCC. A finalidade de descrever o quadro, tanto o texto quanto as imagens, é contextualizar o leitor e ainda fornecer parâmetros mais amplos de comparação

para as análises que serão realizadas na sequência deste capítulo, dos quadros exibidos a partir de 2020 (quando o Fala Muito voltou a ser um quadro do Esporte Espetacular).

Quadro 01 – Decupagem do 1º Fala Muito

Imagem	Áudio
<p>*As imagens aqui descritas são inseridas como fundo para o apresentador, que faz as gravações em fundo verde para que essa interação possa ser trabalhada na edição.</p> <p>Foto de mãos contando dinheiro.</p> <p>Fotos dos estádios da Copa do Mundo de 2014 em construção no Brasil.</p> <p>Vídeo de argentinos festejando na Copa do mundo de 2014.</p> <p>Sequência de vídeos curtos com imagens de fogos de artifícios em estádio, do jogador Neymar e da torcida.</p> <p>Foto do técnico de futebol Felipão (passa a impressão de que ele está espiando); vídeo da torcida brasileira comemorando; vídeo do goleiro Julio Cesar comemorando; vídeo dos jogadores chorando depois da derrota por 7x1 no jogo contra a Alemanha na</p>	<p>APRESENTADOR:</p> <p>Em primeiro lugar: não é aqui no Brasil, né? E aí não é o nosso dinheiro que vai ser usado para construir os elefantes brancos superfaturados. Não somos nós que vamos ficar preocupados com a imagem que o nosso país vai passar pros estrangeiros. Não é a gente que vai ter que receber os argentinos.</p> <p>ÁUDIO VÍDEO DOS ARGENTINOS:</p> <p>“Maradona és maior que, és maior de que Pelé”</p> <p>APRESENTADOR:</p> <p>Copa é a definição de “no dos outros é refresco”.</p> <p>Não que 2014 não tenha sido o máximo. Foi uma festa incrível. Daquelas que primeiro você fica na dúvida se vai, aí acaba indo de última hora, curte horrores e no fim, faz alguma coisa que te faz se arrepender muito depois e que te gera a ressaca da vida.</p>

<p>Copa de 2014; cena do filme “Se Beber Não Case” (cujo título original é “The Hangover”, que em tradução literal é “Ressaca”).</p> <p>Imagens de jogadores da Alemanha (referência à maior derrota do Brasil em Copas do Mundo).</p> <p>Imagens do filme do Batman.</p> <p>Imagem do Ronaldo Fenômeno, de terno, entrando em campo de mãos dadas com uma criança durante um evento oficial da FIFA relacionado à Copa do Mundo de 2018.</p> <p>Imagem da bandeira do Brasil.</p> <p>Imagem de atores que exerceram papéis coadjuvante em filmes. Foto de uma sala de cinema vazia. Conforme ele fala o nome do ator, aparece a imagem.</p>	<p>Mas até isso, é uma evidência de como a Copa é incrível.</p> <p>-começa uma música dramática de fundo- Há quatro anos o Brasil teve a sua maior derrota na história. Saiu humilhado em casa -para a música dramática- ... e ainda assim a gente tá animado pra essa.</p> <p>É tipo os filmes do Batman, por pior que seja o último, você vai ver o próximo. E o último foi ruim, né?</p> <p>Porque ainda em 2018, é o campeonato mundial do esporte mais popular do planeta e do esporte em que nós, brasileiros, somos referência histórica e cultural.</p> <p>Na vida do mundo, o Brasil é aquele ator que você vê num filme e fala ‘eu conheço essa pessoa de algum lugar’. Mas durante a Copa, somos o DiCaprio, o Tony Ramos, a Camila Pitanga, somos protagonistas, porque a Copa é o ápice da nossa cultura de futebol.</p>
--	---

<p>Imagens de coberturas da Copa do Mundo, com torcida e de repórteres entrevistando.</p> <p>Foto engraçada e antiga do Ronaldo Fenômeno segurando um documento em uma das mãos.</p> <p>Meme do menino do filem Três é Demais (utilizado para arremedar uma pessoa, indicar que é uma opinião chata, com “mimimi”).</p> <p>Imagens de futebol no Brasil: crianças jogando na rua; Neymar em campo; torcida vibrando.</p> <p>Imagem de um emoji pensativo.</p> <p>Imagens de uma bola de vôlei, de um gato abraçado em uma garrafa de cachaça e de dois atletas lutando, consequentemente.</p> <p>Imagens do senhor com a taça da Copa, que viralizou na internet em 2014.</p> <p>Vídeo da Tocha Olímpica.</p> <p>Imagem do quadro de medalhas das Olimpíadas.</p>	<p>E o futebol, é a nossa identidade.</p> <p>Mesmo que você não goste, se você é brasileiro, lamento te informar, você é futebol.</p> <p>É como a língua que a gente fala. Você simplesmente nasce num lugar e por isso essa é a língua que você fala. Em qual outro ramo o Brasil pode chegar e disputar a atenção entre os principais do mundo sempre como referência?</p> <p>Vôlei? Cachaça? Jiu-jitsu?</p> <p>Torcer para o Brasil na Copa é como ser torcedor de um Barcelona ou de um Real Madrid, durante um mês você sempre chega com grandes chances de ganhar. E não é só com o Brasil, a Copa do Mundo suspende as regras do Planeta por alguns dias.</p> <p>Diferente das olimpíadas, por exemplo, onde um quadro de medalhas acaba sendo um espelho mais honesto do papel que aqueles países desempenham no tabuleiro de forças do mundo</p> <p>-entonação mais animada e no sentido de brincadeira-</p>
---	---

<p>Imagem de cédulas de dinheiro Fotos dos times dos EUA e da China.</p> <p>Imagem do Donald Trump e da bandeira da China</p> <p>Nesse momento o apresentador aparece em plano médio só com uma tela vermelha como fundo. Ele amassa uma folha de papel onde está escrito “certezas”.</p> <p>Imagens dos jogos aparecem conforme ele desenvolve o texto.</p> <p>Vídeo do jogador depois da derrota para a Alemanha em 2014. Ele fala chorando.</p> <p>Imagem da taça da Copa.</p> <p>Imagens de por do sol e de paisagens. (presença de deboche)</p> <p>Imagem do apresentador em 2014, ele está sentado, gesticulando. Veste uma camiseta e está com barba.</p>	<p>Mas na Copa não tem PIB. Cadê os Estados Unidos? Onde é que tá a China? (efeito sonoro que indica silêncio/vazio “cri cri”)</p> <p>É o futebol sendo metáfora da vida. Pegando as certezas do mundo real e jogando no lixo.</p> <p>E uma seleção menor pode fazer frente a uma campeã mundial. Bulgária e Croácia, com Alemanha em 94 e 98; Senegal e França em 2002; Itália e Nova Zelândia em 2010; Chile e Espanha em 2014. No futebol a Costa Rica pode ser mais forte que a Inglaterra e o maior campeão, o time mais tradicional, pode tomar de 7 em casa.</p> <p>JOGADOR DAVID LUIZ :</p> <p>“Eu só queria poder dar alegria ao meu povo”</p> <p>APRESENTADOR:</p> <p>A Copa do Mundo, é um rito, acontece há quase 100 anos.</p> <p>- inicia música clássica, que remete à reflexão-</p> <p>Ritos marcam os ciclos das nossas vidas e ajudam a formar a nossa memória e a nossa história.</p> <p>Eu era assim em 2014,</p> <p>-começa música mais animada-</p>
--	---

<p>Imagem do apresentador que aparenta estar mais velho que em 2014. Usa camisa de botão.</p> <p>Fotos de alianças, bolos de festa, caixão, teatro, população em manifestação, de uma explosão, de um atleta comemorando.</p> <p>Imagens de formações antigas de seleções de futebol de diferentes países.</p> <p>Vídeo marcante de uma das comemorações de um gol na Copa do mundo de 1994, quando Bebeto fez o gesto de embalar uma criança para homenagear o filho recém-nascido.</p> <p>Conforme o texto anuncia, aparecem os vídeos referentes às cenas descritas.</p> <p>Finaliza com o apresentador de perfil, proferindo a frase “A Copa do mundo é Foda” e a frase é escrita na metade esquerda da tela.</p>	<p>... e eu era assim em 2010. É, eu tinha 43 anos em 2010.</p> <p>Casamentos, aniversários, funerais, expressões artísticas, mobilizações políticas, guerras, competições esportivas. Por esses rituais, através dos tempos, a gente vê a nossa evolução como humanidade. A gente tem uma medida concreta do caminho que trilhamos pra chegar até aqui.</p> <p>E ver a Copa, é ver a história acontecendo. Pensa em imagens como Pelé chorando em 58, o gol do Capita, o gol do Maradona, o pênalti do Baggio, a cabeçada do Zidane, as crianças chorando no 7 a 1. Quantas vezes não vimos essas imagens? Quantas vezes elas ainda não serão repetidas? É a história acontecendo, aqui e agora, diante dos nossos olhos.</p> <p>A Copa do Mundo é “piiii”.</p>
---	--

Fonte: reprodução Instagram.¹⁵

¹⁵ Disponível em:

<https://www.instagram.com/tv/CDASPqiJj84/?utm_source=ig_web_copy_link>. Acessado em 15 de novembro de 2022.

Depois de ser exibido na Copa do Mundo, o Fala Muito foi renovado para o segundo semestre de 2018 e exibido no Esporte Espetacular e após, no começo de 2019, foi anunciado como um programa do SportTV e exibido diariamente no formato ao vivo.

Gutierrez, em participação no programa Redação SportTV, falou sobre a transição do quadro para um programa. “[...] aquele quadro de três a cinco minutos, nós tentamos desdobrar o espírito dele num programa de meia hora. Dentro do programa a gente vai ter o ‘Fala Muito!’ como tinha na Copa” (GUTIERREZ, 2019).

Como programa, o Fala Muito não chegou a completar um ano. Entretanto, ele não acabou por completo e sim foi readequado. Lucas Gutierrez assumiu a apresentação do Esporte Espetacular em junho de 2019 e, com isso, o Fala Muito voltou a ser um quadro e o EE adotou ainda mais a linguagem do humor para informar. Abordagem essa que está presente nas características do quadro, que serão abordados na próxima subdivisão deste capítulo.

5.2.1 Do texto à edição: características do quadro Fala Muito

Pode-se dizer que o Fala Muito voltou às suas origens em 2020, quando foi adaptado, novamente, para o formato de quadro do Esporte Espetacular, um programa de jornalismo esportivo da televisão aberta.

É relevante ressaltar de que se trata de um conteúdo exibido em TV aberta, pois isso significa que grande parte da população brasileira tem acesso, considerando a pesquisa já apresentada neste TCC sobre a quantidade de pessoas que possuem o aparelho de TV em casa.

Ainda nesse contexto, já tendo reconhecido que o acesso a esse conteúdo é amplo, é necessário entender que, não apenas os apaixonados por futebol irão assistir. Conforme já abordado no capítulo 4, é necessário que, mesmo no Jornalismo Especializado, haja um cuidado para que a linguagem não seja técnica demais a ponto de afugentar novos interessados no tema.

Com essas considerações, a fim de tornar possível a análise tanto do texto quanto da edição, foi necessário realizar a decupagem de quadros selecionados, conforme relação e critérios apresentados na metodologia deste trabalho.

O quadro, obviamente, informa sobre esporte e, mais específica e amplamente, sobre o futebol. Vale ressaltar, porém, que não é somente informação sobre o esporte que se encontra no Fala Muito. São muitas as informações. Se a pauta é um jogo entre Grêmio e Inter, por exemplo, além de informar só a escalação, horário e posição de cada um na tabela da competição em questão (como ocorre nas matérias tradicionais), o quadro aborda também aspectos históricos e culturais, dados do clássico e dos times de forma individual, além de complementar com humor e referências de filmes, novelas e entre outros produtos do entretenimento, mesmo que esses não tenham relação com o esporte.

Dentre as características está a utilização de imagens de arquivo. Uma vez que o apresentador grava o quadro em fundo verde, essas imagens de arquivo são o cenário. Fica claro, e assim é o objetivo, de que se trata de montagem, que contém edição. As imagens inseridas complementam o texto e assim situam melhor o telespectador. Somente o texto, sem as imagens, faria com que o conteúdo perdesse muito no quesito informação.

Além disso, é característica a utilização de trechos de entrevistas, de conteúdo dos bastidores e até daqueles vídeos produzidos pelos próprios atletas e replicados em redes sociais. Filmagens que contêm um diálogo engraçado e que viraram meme na internet, são trazidas para o quadro e inseridas em diferentes contextos, a fim de produzir humor.

Não é utilizado apenas conteúdo do mundo do esporte. São muitos os filmes e novelas presentes na edição dos quadros, utilizados, na maioria das vezes, para dar duplo sentido ao texto. A bagagem cultural do telespectador é explorada e, uma vez acessada, também é capaz de proporcionar entretenimento através do humor e, ainda, ampliar a capacidade de entendimento do texto.

O quadro utiliza também diversos efeitos sonoros e trilhas, a fim de determinar o “clima” de certa informação. Na utilização dessas trilhas, também há produção de humor. Na maioria das vezes, uma trilha triste é cortada abruptamente e substituída por um som que remete a outro sentimento. Conforme já abordado no capítulo sobre humor, essas mudanças rápidas de contexto são capazes de produzir humor.

Para entender ainda mais as características do quadro, principalmente do texto, quatro episódios foram decupados, com descrição do áudio e também informações sobre o que consta de imagem. Esta decupagem está disponível na sequência, na última subdivisão deste capítulo, na qual também consta a análise dos quadros, conforme o formato apresentado nos Aspectos Metodológicos.

5.3 ANÁLISE DE EPISÓDIOS DO QUADRO FALA MUITO

Esta é a terceira fase do método de Análise de Conteúdo, da Bardin (1977), já descrita previamente no capítulo que abordou a metodologia deste trabalho. A partir desta análise, levando em consideração todo o exposto até aqui, será evidenciado como o humor foi aliado à informação no Fala Muito e também, constatado se isso foi realizado de maneira eficaz, de forma a não comprometer a informação e o viés jornalístico.

Para a análise, quatro quadros foram decupados, além do que já consta no item 5.2 deste TCC. Dentre os mais de vinte quadros assistidos, entre aqueles disponibilizados na internet, os que foram veiculados na TV fechada e também os exibidos no Esporte Espetacular, esses quatro quadros foram os selecionados por serem de diferentes períodos e de diferentes competições esportivas, além de também estarem disponíveis para consulta no repositório online da Globo.

Um dos critérios observados para a escolha dos episódios analisados foi a percepção de que momento do Esporte Espetacular estiveram veiculados, se

como matéria, sendo chamados pelo apresentador com cabeça¹⁶, ou se o Fala Muito estava na abertura do programa. Isso mostra a versatilidade do quadro e que é inserido em momentos específicos e com temas propícios para se utilizar do humor. Importante ressaltar também que, além de não ter um “lugar” fixo, também não tem periodicidade.

O objetivo foi, justamente, compreender conteúdos de temáticas variadas, tendo sido possível assim analisar que a mesma linguagem é aplicada a todas essas temáticas. Todos os campeonatos, todos os times e jogadores são tratados de forma igual no decorrer dos episódios: há presença de humor através de deboche; são recuperadas as conquistas, mas também as polêmicas dos times e os elementos do cinema, memes e jargões, por vezes até se repetem em episódios diferentes.

Essa repetição de memes, por exemplo, pode indicar uma certa escassez no repertório utilizado nas edições e uma necessidade de atualizar o conteúdo, olhando mais para a internet a fim de buscar referências atuais. Também pode significar uma possibilidade de permitir que o conteúdo seja mais facilmente compreendido. Nesse último caso, através da repetição, criar-se-ia uma identidade para o programa, facilitando a compreensão de um elemento que é de fora da cultura do futebol na próxima vez que esse aparecesse. Corre-se o risco, no entanto, de a repetição tornar uma piada engraçada em um conteúdo chato, uma vez de que o inédito e o inesperado contribuem para o humor.

Em todos os quadros foi encontrado um texto dinâmico, marcado por informações e lido com entonação apropriada, facilitando o entendimento do telespectador. O quadro dá indícios da experiência que quer produzir no telespectador. As trilhas sonoras de fundo vão de dramáticas a animadas, fazendo com que o telespectador identifique onde está a ironia, o eufemismo e demais figuras de linguagem utilizadas para produzir humor.

O apresentador aparece na grande maioria do tempo de duração do quadro. Na edição ele é inserido em todos os cenários. Quando ele não aparece

¹⁶ Cabeça é um jargão do jornalismo utilizado para se referir ao texto que o apresentador lê como forma de introdução para a matéria que será exibida em seguida.

em plano médio, no formato padrão em que os jornalistas aparecem em passagens nas matérias, a imagem dele é “recordada” e colocada em diversos locais da tela em miniatura, o que gera mais um estímulo visual e gera uma interação do jornalista com a imagem que está em exibição ao fundo.

Trata-se de infotainment porque utiliza informação e entretenimento juntos. É um conteúdo leve e divertido, trata-se da “notícia *light*”, que, conforme já estudada em capítulos anteriores, é capaz de tornar o jornalismo mais atrativo.

Destaca-se, porém, que, se de um lado contribui para tornar o jornalismo mais atrativo, de outro, pode comprometer o entendimento da informação. Há um risco de que o telespectador “se perca” em meio a tanto estímulo. Conforme será visto nas decupagens a seguir, há frases longas que são interrompidas para que memes sejam inseridos e isso pode confundir quem está assistindo e fazer com que esse dê mais atenção aos elementos inseridos para produzir humor do que para a informação em questão.

Além disso, há cenas engraçadas oriundas desde alguns cortes de entrevistas com jogadores até trechos de novelas da Globo, que são inseridas com a finalidade única de produzir humor e não informam de fato, apenas contribuem para que o entretenimento esteja presente em meio a informação. Pode-se dizer que as composições constituem-se como um mosaico visual e, ao mesmo tempo, um pastiche, em que cenas e falas vão se substituindo, como um picote rápido de citações externas e internas à matéria, na composição de uma linguagem específica, que tende, geralmente, mais para o entretenimento, em associação à informação.

Os quadros de cerca de seis minutos contêm, em média, 920 palavras. Por tratar-se de um quadro exibido em televisão, não há a opção de voltar um trecho que não foi compreendido e, por isso, a quantidade de estímulo e informação juntas pode acabar comprometendo o entendimento total do conteúdo.

Quadro 02 - “Clássicos regionais marcam as oitavas de final da Copa do Brasil”¹⁷. Exibido em 19/06/22, com duração de 6’

<p>*As imagens aqui descritas são inseridas como fundo para o apresentador, que faz as gravações em fundo verde para que essa interação possa ser trabalhada na edição.</p> <p>Inserção dos brasões dos times dispostos de acordo com os confrontos da semana.</p> <p>Imagem de um estádio em <i>time lapse</i> enquanto o público chega para um jogo.</p> <p>Vinheta padrão de abertura do quadro: o apresentador faz sinal de fala com uma das mãos e várias letras aleatórias aparecem na tela.</p> <p>Imagens com a identidade visual da Copa do Brasil e da novela Pantanal.</p>	<p>Introdução</p> <p>APRESENTADOR: -a trilha sonora de fundo é um ritmo nordestino, com som do instrumento triângulo- E aí, bebês? Saudade de um mata-mata? Nesta semana começam as oitavas de final da Copa do Brasil. Oportunidade para revisitar um confronto decisivo, faturar uma grana boa e reencontrar um adversário com história para contar. É clássico que chama, né?</p> <p>SOM DA VINHETA FALA MUITO</p> <p>APRESENTADOR: Copa do Brasil, é tipo <i>remake</i> de novela da Globo: você pode já ter visto esta história antes, mas agora é maior, melhor e com muito mais dinheiro envolvido.</p> <p>FALAS DE PANTANAL, DE UM PERSONAGEM HOMEM DENTRO DE UM BANCO: “A minha parte eu vou querer em dólar”</p>
---	---

¹⁷ Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/10681945/?s=0s>> Acessado em 05/07/22.

<p>Aparece, na sequência, imagens da 1ª versão de Pantanal e da versão atual.</p> <p>*A cena congela e o apresentador fala com a imagem de fundo</p> <p>Imagem da cédula de 200 reais.</p> <p>(continuação da cena de Pantanal).</p> <p>Capa da novela A Favorita.</p> <p>Imagem de um piano com a 8ª nota. Imagens de torcidas do América e do Botafogo.</p> <p>Capa do filme De Repente 30.</p> <p>Imagem de John Textor, dono do Botafogo.</p> <p>Vídeos de jogadores que marcaram esses confrontos.</p> <p>Imagem de Rodrigo Hilbert (que tem programa de culinária na TV).</p>	<p>APRESENTADOR:</p> <p>Bom, no caso da Copa do Brasil vai ser dinheiro brasileiro mesmo, mas é dinheiro grande, viu? Para 2022 a CBF aumentou a premiação. Sabe como é: gasolina cara, inflação em alta. O campeão sozinho leva 60 milhões de reais. Só por ganhar a final, mas passar de fase agora já vai valer 4 milhões.</p> <p>-FALAS DA NOVELA PANTANAL:</p> <p>“E só sai daqui depois que eu contar tostão por tostão”</p> <p>APRESENTADOR:</p> <p>O único confronto de oitavas que não começa nesta semana é o America de Minas contra o Botafogo.</p> <p>Foi adiado pro dia 30.</p> <p>The Textor (detesto).</p> <p>Mas os outros dois confrontos de cariocas contra mineiros têm ingredientes de sobra.</p> <p>Fluminense e Cruzeiro é o reencontro do Fábio com o clube onde ele é ídolo e onde, na Copa do Brasil de 2006, tomou esse colaço do Leme.</p> <p>Quem lembra? do Leme?</p> <p>“Detonar a chapada e tirar do Fábio”</p>
---	---

<p>Imagens do jogo a que o texto se refere.</p> <p>(áudio que vazou do Thiago Neves cobrando direitos de imagem do diretor do Cruzeiro na época que o clube caiu para a 2ª divisão)</p> <p>Imagens de torcedores aflitos.</p> <p>Imagem do Atlético erguendo a taça de campeão.</p> <p>Capitães de Flamengo e Atlético em conversa com o árbitro, frente a frente um para o outro.</p> <p>Imagens das torcidas.</p> <p>Imagens dos jogadores dos times se cumprimentando.</p> <p>Imagem de créditos de filme.</p>	<p>Naquele ano o Fluminense passou, mas em 2019, com o Diniz no banco do Flu e gol de bicicleta do João Pedro, o Fábio pegou o pênalti pro Cruzeiro e quem acabou com o jogo foi o Thiago Neves. Saudades?</p> <p>-ÁUDIO DO THIADO NEVES: “Fala Zezé. Bom dia, cara”</p> <p>APRESENTADOR: Flamengo e Atlético já decidiram o título em 2022. Se enfrentam hoje no brasileirão e já tiveram também seus encontros em Copas do Brasil.</p> <p>Aliás, sempre que Flamengo e Galo se enfrentam, o final da história foi inesquecível pro vencedor. Em 2006 o Flamengo meteu um 4 a 1 nas quartas de final. Gol de Renato Abreu, duas vezes, Jonatas e Obina. Saudades?</p>
---	--

<p>Para relacionar com “final da história”.</p> <p>-Utiliza cenas de arquivo e resgata os momentos e lances do jogo conforme descreve no texto</p>	<p>-FALA DO OBINA: “Eu não quero ver mais não, que se eu for ver vai dar saudades”.</p> <p>APRESENTADOR: O Flamengo acabou campeão contra o Vasco.</p> <p>-FALA DO OBINA: “Se é louco?!”</p>
<p>Imagens do Flamengo com a taça de campeão.</p>	<p>APRESENTADOR: ...mas em 2014 venceu a primeira semifinal por 2 a 0, saiu ganhando no Mineirão e aí o Galo invocou a força do “eu acredito” e enfileirou 4 gols. virou o confronto.</p>
<p>Imagens do jogo.</p>	<p>(NARRAÇÃO DOS GOLS)</p>
<p>Imagens da torcida cantando “eu acredito”.</p>	<p>APRESENTADOR: Uma campanha memorável que terminou com o título em cima do Cruzeiro.</p>
<p>Imagens do Galo levantando a taça de campeão.</p>	<p>Outro confronto com cara de Déjà Vu; (insere erros de gravação com a pronuncia errada) Eu não falo francês.</p>
<p>(diálogo informal e direto com o telespectador, mas que não acrescenta informação à matéria).</p>	<p>Outro confronto com cara de Vale a Pena Ver de Novo é Bahia e Atlético Paranaense. Se enfrentaram em 2011. Deu Atlético Paranaense com goleada em Curitiba.</p>

<p>Vinheta de Vale a Pena Ver de Novo.</p> <p>Brasão dos times.</p> <p>Imagens da vitória do Atlético.</p> <p>Imagem da campanha da Globo “Vem aí”.</p> <p>Imagens do Felipão em coletiva de imprensa tentando abrir uma garrafa.</p> <p>Imagem da Nina cortando o cabelo de Carminha na novela Avenida Brasil (o mais esperado).</p>	<p>Então, pra esse ano, eu não espero nada menos que um confronto tão equilibrado quanto o duelo Felipão contra a garrafa.</p> <p>Isso é bom demais, vocês viram?</p> <p>Olha ele, tenta abrir o lacre, na tampinha, mas não tem unhas, odeio quando isso acontece. Aí ele desiste e pede um abridor, pede ajuda, abriu. Boa, Felipão. Tem outro lacre! Dentro da garrafa!</p> <p>Felipão contra a garrafa.</p> <p>*Imitação de Galvão Bueno, referência à narração do jogo Brasil e Alemanha: Lá vem eles de novo, os lacres das garrafas. Conseguiu aí Felipão?</p> <p>FELIPÃO: “Meu Deus”</p> <p>APRESENTADOR: Então vamos pros clássicos, que as oitavas da Copa do Brasil têm vários. O mais esperado é Goiás e Atlético Goianiense que é o único desses que nunca aconteceu. Podemos dizer que estamos esperando este clássico desde que a Copa do Brasil começou.</p> <p>ENQUETE: “é, vai ser top, vai ser muito bom”.</p> <p>APRESENTADOR: Fortaleza e Ceará fazem o Clássico-Rei, sempre bonito de ver, mas que também é</p>
---	---

<p>Imagens do clássico Rei.</p> <p>Imagem do filme Hangover.</p> <p>Imagem do filme O Logod e Wall Street.</p> <p>Imagens dos brasões dos times, disposto conforme os jogos marcados. Abaixo do brasão há a data e horário da partida.</p> <p>Imagens de confrontos anteriores entre as duas equipes.</p> <p>Imagens do Gabi Gol vestindo o uniforme do Santos (em vez de usar, por exemplo, ex-santos - formal),</p> <p>Imagem da mulher que foi</p>	<p>recente. Aconteceu pela primeira vez na Copa do Brasil no ano passado e deu Fortaleza.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aqui é inserida a narração do Gol • trechos de enquetes com apítes <p>Os paulistas, no entanto, têm um banquete, um open bar, uma overdose de clássicos pra oferecer.</p> <p>Serão quatro em seis dias, contando Brasileirão e Copa do Brasil. No cardápio: Corinthians e Santos, que já decidiram Brasileiro, já decidiram Paulista e já se enfrentaram na Copa do Brasil em 2015, justamente pelas oitavas de final. Duas vitórias do Santos, com Gabi Gol marcando nos dois jogos. Saudades?</p> <ul style="list-style-type: none"> • trechos engraçados de enquetes: <ul style="list-style-type: none"> “Eu to muito emocionada. A maré ta cheia de sereia. O timão ta querendo golear” “Passar o Santos. Porque o Santos, eu torço pro Santos, claro. Vou torcer contra o meu time?” <p>APRESENTADOR:</p>
---	---

entrevista da enquete rindo enquanto fala.	Fechando a rodada de clássicos, o embate entre o tetracampeão Palmeiras.
Imagem do segundo entrevistado, um homem.	-áudio do Galvão narrando o Tetra: “É tetra”
Brasão das equipes.	-inicia trilha sonora triste- ...e o único entres os grandes paulistas a não ter uma Copa do Brasil, o São Paulo. ROGÉRIO CENI, então técnico do São Paulo: “na verdade eu nunca ganhei, então não sei muito como é o caminho”.
Rogério Ceni em coletiva de imprensa.	Agora o São Paulo também, só não tem a Copa do Brasil, o resto todo já ganhou. -enquete: “O São Paulo passa, vamo se vingar do paulista deste ano. É a revanche”.
Torcida do São Paulo comemorando,	APRESENTADOR: Os dois já decidiram o Paulista deste ano, deu palmeiras.
Imagem do homem entrevistado na enquete.	- Trecho de enquete: Simplesmente porque tem o melhor time do Brasil.
Imagens da partida a que o texto se refere.	APRESENTADOR: E se enfrentaram na Copa do Brasil de 2000, justamente o ano em que o São Paulo esteve mais perto de ser campeão. Nas quartas de final foram duas vitórias em cima do Palmeiras, teve gol de letra do Raí e tudo, olha que beleza.

<p>Imagens das torcidas e da partida em questão.</p> <p>Imagens dos jogos aos quais são feitas referências no texto.</p> <p>Imagem do Rogério Ceni triste após derrota.</p> <p>Imagens das torcidas e por fim a de uma menina com uma pipoca, com expressão alegre no rosto.</p>	<p>Mas na grande final contra o Cruzeiro, um erro de passe, uma falta e a cobrança do Giovani aos 45 do segundo tempo adiaram o sonho do título.</p> <p>Olha o Rogério Ceni, desolado. E a torcida enlouquecida. É a emoção do mata-mata. A emoção da Copa do Brasil. De volta a partir de quarta-feira.</p>
--	--

Fonte: de autoria própria

Quadro 03 - “Fala Muito! Fim do Carnaval marca o início da Libertadores de verdade”¹⁸. Exibido em 01/03/20, com duração de 4’

<p>Reprodução de uma reportagem gravada na praia, na base inferior da tela há o título e linha de apoio “Curando a Ressaca. Turistas lotam a Praia do Forte, Cabo Frio, para despedida da folia”.</p>	<p>- Trecho de uma reportagem: “A areia está disputadíssima. Tem muita gente chegando, inclusive o homem aranha”.</p>
---	---

¹⁸ Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/8363942/>> Acessado em 05/07/22.

<p>*As imagens descritas a partir daqui são inseridas como fundo para o apresentador, que faz as gravações em fundo verde para que essa interação possa ser trabalhada na edição.</p> <p>Lucas Gutierrez entra correndo em cena, com a imagem da reportagem ainda ao fundo.</p> <p>Imagens do técnico em coletiva de imprensa.</p> <p>Imagens de personagem do filme Hangover, com equações matemáticas surgindo ao redor de sua cabeça.</p> <p>Imagens dos jogos conforme o apresentador fala no texto.</p>	<p>APRESENTADOR: E aí suas maravilhas. Os estaduais voltaram. Os retornos chegaram. As retas finais antes do mata-mata tão aí, mas pode parar tudo que a Libertadores, tá pronta. - efeito sonoro de pneu freando-</p> <p>-Vinheta do quadro-</p> <p>APRESENTADOR: Libertadores: é como o ano do brasileiro, só começa pra valer, depois do Carnaval.</p> <p>TÉCNICO JORGE JESUS: “Vamos comemorar o carnaval”.</p> <p>APRESENTADOR: Sim. Depois de três fases, trinta jogos, que você provavelmente não assistiu, a não ser que você seja colorado ou corintiano.</p>
--	--

<p>Imagem de bandeirada que indica chegada nas corridas de Formula 1.</p> <p>Imagem de fogos de artifício no Maracanã.</p> <p>Cena de Vera Holtz em novela Laços De Família.</p> <p>Imagem do Maracanã com fogos de artifício.</p> <p>Crianças entrando em campo com os jogadores.</p> <p>Imagens em preto e branco do show informação.</p> <p>Lance do pênalti perdido.</p> <p>Representação de uma ligação</p>	<p>E depois dois oito gols do Fidel Martines, do Barcelona de Guayaquil, que serão computados pra sequência da competição, parabéns Conmebol. Chegamos ao que importa: a fase de grupos da libertadores 2020, em que todos os caminhos levam ao Maracanã. Aniversariante do ano. Completando 70 verões.</p> <p>VERA HOLTZ: “to me sentindo muito sem graça”.</p> <p>APRESENTADOR: E recebendo pela 2ª vez uma decisão de Libertadores. Vale um asterisco aqui, né? Quando eu digo decisão, digo finalíssima, último jogo, com taça em campo. Porque como jogo de ida o Maracanã recebeu Santos e Boca, em 1963; recebeu Flamengo e Cobreloa, em 1981. Mas como decisão mesmo, só 2008, a final mais traumática da história da libertadores. (Trecho de narração do jogo que o Fluminense perdeu nos pênaltis para a LDU) O Fluminense não está nessa libertadores, mas o Tiago Neves, melhor jogador daquela final de 2008 no Maracana, está em busca de uma segunda chance.</p> <p>Na vida: -trecho do áudio “Fala Zezé. Bom dia, cara”</p>
--	--

<p>Imagens de Grenais anteriores aparecem conforme o texto anuncia.</p> <p>Trecho da reportagem em que ele leva choque na Festa da Uva.</p> <p>Aparece o apresentador, com um fundo verde no padrão das cores do Esporte Espetacular. A miniatura do apresentador vai sendo alternada de lugar na tela conforme aparece o logo dos times.</p> <p>Imagens de Grêmio e Inter levantando a taça da libertadores.</p> <p>Cena do filme do Homem Aranha olhando por óculos embaçados.</p>	<p>APRESENTADOR: E na libertadores mesmo.</p> <p>No mesmo grupo do Grêmio, do Tiago Neves, está o Internacional. O que significa, que depois do Grenal da Sul Americana de 2008, do Grenal da semifinal do Brasileiro e 88, do Grenal da copa do brasil de 92, do Grenal da Festa da Uva de 65: - LASIER MARTINS: “aiai”</p> <p>APRESENTADOR: É, teve isso.</p> <p>-música que gera expectativa ao fundo- Pela primeira vez na história teremos um Grenal na Libertadores. E nesse ano o Inter pode igualar o Grêmio em títulos, ou o Grêmio pode dobrar as Libertadores do Inter e gritar: - GALVÃO: “é tetra” (narração marcante do Galvão da conquista do tetracampeonato do Brasil na Copa do Mundo)</p> <p>APRESENTADOR: Ah, o Tetra. Pode vir pro São Paulo, na primeira Libertadores do Fernando de Lins, do Daniel Alves. São Paulo ta num grupo embaçado eim. Tem LDU, River Plate.</p> <p>Ou então, o Tetra pode vir pro Santos. Na primeiras Libertadores do Gesualdo.</p>
--	---

<p>Imagens do técnico Gesualdo andando com expressão preocupada na beira do gramado.</p> <p>Inserem a manchete da notícia de que haverá mais um filme de Matrix.</p>	<p>(sempre que há uma quebra na sequência do texto, interrompe a trilha ao fundo)</p> <p>Se o Gesualdo durar até semana que vem, né? E pode ser ainda, o ano do Palmeiras. Vinte participações na Libertadores e 1 título.</p> <p>O Palmeiras é tipo Matrix no cinema, né. Quebrou a banca em 1999 e nas sequências, só deu ruim.</p> <p>As sequências de Matrix são ruins.</p> <p>E tão fazendo mais uma, sabia? Sequência de Matrix. Boa sorte.</p>
<p>Imagens do técnico Luxemburgo na beira do grama, em comemoração de título e sambando.</p>	<p>E boa sorte pro Palmeiras, e pro Luxemburgo, que têm cinco brasileiros, tríplice coroa, um monte de estadual, ginga no pé, um espanhol afiado. (ironia)</p>
<p>Imagem do Luxemburgo em coletiva de imprensa.</p>	<p>- LUXEMBURGO falando espanhol “Se querem que yo hable em enpañol”</p> <p>APRESENTADOR: ...e zero libertadores.</p>
<p>Imagens de jogos do Atlético e do técnico Dorival Júnior.</p>	<p>Também querendo sair do zero, tem o Atlético Paranaense, vice-campeão de 2005, renovado com Dorival Junior, depois de vender meio time do ano passado.</p>
<p>Imagens de acertos de jogadores com outros times.</p>	<p>Dorival Junior: “Ta aparecendo muitas propostas”</p>
<p>Dorival em entrevista.</p>	<p>-música que gera expectativa-</p> <p>Diante de todos os brasileiros, o Brasil é quem tem mais times campeões da Libertadores.</p>

<p>Imagem da bandeira do Brasil e depois da Argentina e do Uruguai.</p>	<p>De todos os argentinos, que têm mais títulos em geral.</p>
<p>Imagem do GabiGol.</p>	<p>Dos Uruguaios, que não ganham desde 88 e de todos os outros que só ganham uma libertadores a cada 10 anos.</p>
<p>Vídeo do Bruno Henrique em entrevista.</p>	<p>Está o Flamengo. O atual campeão. BRUNO HENRIQUE: “Em outro patamar”</p>
<p>Imagens dos lances conforme o texto apresenta.</p>	<p>APRESENTADOR: Que quase foi eliminado nos pênaltis pelo Emelek no ano passado. Mas que depois, engoliu os brasileiros. E tomou sufoco do River Plate na final. Pra depois ser campeão de forma épica e histórica.</p>
<p>Imagem do título do Flamengo na Libertadores.</p>	<p>NARRAÇÃO: “uma virada histórica. uma virada improvável”.</p>
<p>Meme de Vera Holtz fazendo cálculos.</p>	<p>APRESENTADOR: Enfim, o Flamengo é o time a ser batido. E vai buscar um bicampeonato direto que a América não vê desde o lendário Boca Juniors do início dos anos 2000.</p>
<p>Imagens dos protestos no Chile.</p>	<p>Tantas combinações. Um destino final. A decisão do Maracanã, no dia 21 de novembro. Se existir Brasil até lá né, que no ano passado a final tava marcada pro Chile, deu ruim, e tudo terminou no Peru.</p>
<p>Imagens do último título da Libertadores.</p>	<p>Vem Libertadores. O ano já passou da hora de começar.</p>

Quadro 04 - “Fala Muito: Lucas Gutierrez relembra 20 anos do mundial do Corinthians”¹⁹. Exibido em 12/01/20, com duração de 6’.

<p>Imagem do Lucas Gutierrez no ano 2000.</p>	<p>-Vinheta do programa</p>
<p>Imagem do ET do filme “O Mandaloriano”, da Disney.</p>	<p>APRESENTADOR: Pergunta: Quem era você no ano 2000? Eu? Era assim. Bonitinho.</p>
<p>Aparece o logo da FIFA.</p>	<p>E o mundial de Clubes: era assim. Um bebê, com cara de outro planeta. Carismático. E feito pra ganhar muito dinheiro.</p>
<p>Imagem de dinheiro sendo jogado pra cima em um evento da FIFA (protesto ocorreu em 2015)</p>	<p>-efeito sonoro de cifrão/dinheiro-</p>
<p>Imagens do 1º campeonato.</p>	<p>Nascia ali, há 20 anos, o primeiro campeonato mundial de clubes, organizado pela FIFA, e foi uma grande bagunça.</p>
<p>Imagens da comemoração do título conforme cada clube é citado no texto.</p>	<p>Padrão FIFA. (crítica presente através do humor)</p>
<p>Imagem de uma parede com rodapé.</p>	<p>Campeonato Mundial, em janeiro de 2000, com o campeão da Libertadores, de 98. Vasco.</p>
<p>Imagens do time do Corinthians da época.</p>	<p>O Campeão Mundial, de 98. Real Madrid. O Campeão Brasileiro de 98. Corinthians, que ganhou também o brasileiro de 99. Aliás, posso fazer aqui uma nota de rodapé?</p>
<p>Logo da FIFA.</p>	<p>O Corinthians participou como representante do Brasil, o país sede. Um critério que, aliás, a FIFA adota até hoje nos seus mundiais.</p>
<p>Imagens de um jogo do Corinthians,</p>	<p>Proporcionando a um time sem títulos continental na temporada, a possibilidade de ser campeão do mundo.</p>
<p></p>	<p>Mas como os mundiais agora só são realizados em países que não têm tradição no futebol, como</p>

¹⁹ Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/8230693/>> Acessado em 06/07/22.

<p>Imagens do gol do jogador Kashima.</p>	<p>o Marrocos e o Catar, não dá problema. Se bem que lá em 2016 o Kashima deu um calor no Real Madrid.</p>
<p>Imagem da entrevista de Bruno Henrique.</p>	<p>-BRUNO HENRIQUE, jogador do Flamengo: “jogou de igual pra igual”.</p>
<p>Imagens antigas do jogadores do Al Nasser e, após, os brasões dos times da tela conforme vão sendo citados no texto.</p>	<p>APRESENTADOR: Fim da nota.</p> <p>Completando os participantes, um campeão asiático de 98, o Al Nasser, da Arábia Saudita, e alguns campeões continentais de 99.</p> <p>Porque o critério era:</p>
<p>Imagens dos elencos de cada time. Todas imagens da época que compreendeu o início do mundial de Clubes.</p>	<p>- meme/trecho de uma entrevista: “não, não tem critério”. Risos do apresentador).</p> <p>APRESENTADOR Manchester United, South Melbourne, Necaxa, Raja Casa Blanca.</p> <p>- Trecho de entrevista com Gilmar Fubá “eu mesmo nunca ouvi falar. Nem sabia que existia”</p>
<p>Lucas Gutierrez aparece duplicado em tela.</p>	<p>APRESENTADOR: Torcedor do Atlético Mineiro sabe quem é. Se teve suas polêmicas, suas confusões, e uma pá de momentos bizarros, o mundial também ofereceu não um, mas dois, grandes jogos. Entre europeus e Sul Americanos.</p> <p>Morumbi: 07 de janeiro de 2000. Corinthians e Real Madrid. Um jogo. Dois gols do Anelka,</p>

<p>Imagens dos lances dos gols.</p>	<p>pelo Real Madrid, e o Dida ainda pegou um pênalti; dois gols do Edilson, pelo Corinthians, um deles, uma coisa linda.</p> <p>-Trecho de entrevista de Edilson Capetinha “Ele tá me procurando até hoje”.</p> <p>APRESENTADOR: E o pessoal do Real Madrid, que dizia que não conhecia o Capetinha. Ah, muito prazer.</p>
<p>Imagens do Capetinha em campo.</p>	<p>-risos do Capetinha (em entrevista realizada em outro Fala Muito, quando era programa do SportTV)</p> <p>Terminou como melhor jogador daquele mundial. Enquanto isso, no dia seguinte, 8 de janeiro de 2000, no Maracanã, o Vasco dava um baile no então campeão europeu, inglês e mundial, o Manchester United. Olha o Neville, entregando a rapadura, duas vezes, em dois minutos. Dois</p>
<p>Imagens dos jogadores e dos lances conforme anunciado no texto.</p> <p>Lance em que Neville erra e resulta em gol do adversário.</p>	<p>gols do Romário. E a obra prima do Edmundo no terceiro gol? O drible da vaca, uma meia lua de costas. Brincadeira. Ah, Romário e Edmundo, bad boys.</p> <p>-Romário e Edmundo cantando “somos bad boys, isso não tem nada a ver”</p> <p>APRESENTADOR</p> <p>Amigos, inimigos, membros da corte.</p>
<p>Imagem de entrevista de Romário.</p>	<p>-Romário: “o rei, o príncipe e o bobo”</p> <p>APRESENTADOR:</p>

<p>Edmundo e Romário se abraçando.</p> <p>Time do Vasco da época.</p> <p>Imagens individuais dos jogadores em campo conforme o apresentador cita o nome de cada um.</p>	<p>Mas naquele jogo, se deram muito bem. Muitas pessoas lembram desse mundial justamente por causa da dupla Edmundo e Romário e do time do Vasco. Outras, lembram mesmo é do time do Corinthians, falaremos sobre isso em um minuto.</p> <p>Mas antes, top 5 jogadores que estavam no mundial e você pode não lembrar. Samuel Eto'o, era banco do Real Madrid, Savio, era titular do Real Madrid, Edu Gaspar, bateu pênalti pro Corinthians na final, David Beckham. -inicia trilha sonora apaixonada-</p> <p>Foi expulso contra o NewCastle, do México. Veio só pra passear né. E Valkmar.</p> <p>-trechos de entrevistas aleatórias de jogadores: "quem?"</p> <p>APRESENTADOR:</p> <p>Valkmar. Tava no banco do Vasco, e foi campeão brasileiro depois.</p>
<p>Imagem de Romário durante entrevista.</p>	<p>ROMÁRIO: "Eu nunca ouvi falar, irmão. Nem conheço. Só falo de quem eu conheço"</p> <p>APRESENTADOR:</p>
<p>Trechos dos jogos referentes.</p> <p>Dida caminhando no campo.</p>	<p>Melhores colocados em seus grupos, Corinthians e Vasco, avançaram à grande final. Não teve nem semifinal esse mundial, foram quatro jogos em 10 dias.</p> <p>- entrevista (repete cena já exibida): "não tem critério".</p> <p>APRESENATDOR:</p>

<p>Imagens do jogo mencionado e, individualmente, dos jogadores mencionados.</p>	<p>Maracanã, 14 de janeiro de 2000, 73 mil pessoas no estádio, 25 mil Corinthians. De um lado, Felipe, Juninho, Romário, Edmundo, Odivan.</p> <p>- Trecho de participação do Odivan no programa Fala Muito “tá maluco, cara? Como é que tu faz uma matéria dessa?”</p> <p>APRESENTADOR</p>
<p>Imagens dos jogadores conforme mencionado no texto.</p>	<p>Do outro, um Corinthians jogando junto há quase dois anos, com Rincon, Vampeta, Marcelinho, Ricardinho, Luizão, Edilson. E o jogo? Foi zero a zero. Zero a Zero. O Vasco, teve chance, o Marcelinho, quase meteu um gol olímpico, teve prorrogação com possibilidade de gol de outro. Mas gol mesmo, não veio. E a decisão, foi para os pênaltis. O Dida defendeu o pênalti do Gilberto, o Elton defendeu o pênalti do Marcelinho, e o Edmundo.</p> <p>-Narração do pênalti perdido.</p>
<p>Dida caminhando tranquilo em campo.</p> <p>Imagens do Planeta Terra, no filme “Uma Odisséia no Espaço”.</p>	<p>E olha o Dida. Tranquilão. Campeão do Mundo, e nem aí. Corinthians, campeão mundial. E lá se vão, 20 anos. Depois de 2000, a FIFA só voltou a organizar o torneio a partir de 2005, sem polêmicas e sem confusão. Mas pro ano que vem, eles devem estreiar o novo modelo de mundial, na China, com 24 clubes, acho que vem aí mais um bebê de outro planeta.</p>

Fonte: de autoria própria

Quadro 05 - Esporte Espetacular. Programa exibido em 03/04/22²⁰, com duração de 2h (decupagem da abertura do programa, de 7'40", que foi o quadro Fala Muito "Depois do sorteio dos grupos, já estamos em clima de Copa do Mundo"

<p>Imagens do sorteio dos grupos da Copa do Mundo de 2022.</p> <p>Tite acompanhando o sorteio de grupos.</p> <p>*Lucas Gutierrez vira para o público.</p> <p>Imagens da taça e do sorteio de grupos. Imagens de "O Exterminador do Futuro".</p> <p>Imagens do mascote do Brasil no Catar, em realidade ampliada.</p> <p>Bandeiras do Catar e do Equador.</p>	<p>-Cafu no sorteio de grupos da Copa "É penta. Brasil."</p> <p>Psiu, Tite, ô Tite. Depois aquela entrevista lá pro Esporte Espetacular eim, não vai esquecer. Lucas Gutierrez aqui, o carequinha.</p> <p>E aí suas maravilhas.</p> <p>Temos uma Copa do Mundo eim. Até me arrumei.</p> <p>Ainda vamos esperar mais seis meses? Vamos!</p> <p>Ainda falta saber os últimos três classificados? Falta!</p> <p>Na verdade, no atual estado das coisas não sabemos nem se teremos mundo até a hora Copa do Mundo.</p> <p>Mas até que se forma uma guerra mundial, eu estou catarizado.</p> <p>Se eu pudesse eu tava que nem o Fuleco, já pelas ruas do Catar.</p> <p>Se o mundo não acabar até lá, o jogo de abertura é dia 21 de novembro. Catar e equador às 7 da manhã.</p> <p>Oi. Mudou?</p>
--	---

²⁰ Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/10449141/?s=0s>> Acessado em 05/07/22.

<p>Lucas Gutierrez no telefone.</p> <p>Bandeiras de Senegal e Holanda.</p> <p>Imagens da cerimônia do sorteio de grupos da Copa.</p> <p>Aparece o Tite caminhando na cerimônia de abertura da Copa.</p> <p>Imagem do Lewandovski recebendo o troféu de melhor do mundo.</p> <p>Imagens da eliminação da Holanda na última Copa e, assim sucessivamente com a Bélgica, Alemanha e Espanha.</p> <p>Bandeira da Itália.</p> <p>Vinheta de “Vale a Pena Ver de Novo”</p>	<p>-imagem da tela quando não tem sinal-</p> <p>O jogo era tão ruim que mudaram. Agora a abertura da Copa do Mundo vai ser Senegal e Holanda.</p> <p>-efeito sonoros de palmas-</p> <p>Valeu FIFA!</p> <p>“the greatest show on earth! uau!”</p> <p>APRESENTADOR:</p> <p>Mas calma que tem muita gente de peso na lista de confirmados na copa. O melhor do mundo, Lewandovski, vai tá lá. E quem mais? a Holanda, que é sempre bom de ver, né?! Porque joga bonito e não ganha nunca. A Inglaterra: que tá bem, mas não ganha nada desde 1966. A Bélgica, que tem uma geração de ouro, mas também não ganha nada, nem nunca ganhou. Só ganhou da gente né? em 2018.</p> <p>-narração gol da Bélgica-</p> <p>APRESENTADOR:</p> <p>Mas eu nem lembro disso.</p> <p>E ainda tem Alemanha e Espanha no mesmo grupo.</p> <p>A única campeã ausente é a Itália, de novo. Sim, segunda vez seguida.</p> <p>Aliás, ô Copa com gostinho de TBT né? De dejavu, de Vale a Pena Ver de Novo. Olha o grupo do Brasil: Servia, que a gente pegou e</p>
--	---

<p>Bandeiras dos times que estão no Grupo G.</p> <p>Petković em mesa redonda.</p> <p>Imagem de Novak Djokovic, jogador de tênis da Suíça.</p> <p>Imagens do jogo e após dos memes de pessoas imitando o Neymar caindo e rolando no chão.</p> <p>Aparece o fruto do mar “camarão”.</p> <p>Imagens de lances dos jogos citados no texto.</p> <p>Neymar de moicano.</p> <p>Lucas Gutierrez de moicano.</p> <p>Imagens de jogos que são citados no texto.</p> <p>Imagem do mapa mundi.</p> <p>Imagem de papai Noel.</p>	<p>foi tranquilo. Azar do Petković que vai ter que escolher torcida de novo.</p> <p>- Petković: “bom, melhor escutar isso que ser surdo”.</p> <p>Suíça: pegamos e foi jogo duro, empate em 2018 com gol do Coutinho e uma tonelada de memes do Neymar de topete rolando no chão.</p> <p>-Meme “Neymar! Ahhhh!”</p> <p>APRESENTADOR:</p> <p>E Camarões. Que a gente já pegou em 94 e deu baile com Romário, Bebeto e companhia. E já pegou em 2014, com baile de Neymar de moicano, quer dizer, meio topete meio moicano, né? (Ney, esquece o topete, tá? Lança só moicano de volta no Catar).</p> <p>Vai por mim que eu entendo de cabelo.</p> <p>E se o negócio é evitar o que deu ruim em outras Copas, atenção, França: cuidado com a maldição da atual campeã caindo na primeira fase. Aconteceu com a Itália em 2010, com a Espanha em 2014, e com a Alemanha em 2018. É Mbappé, você e sua tropa que se cuidem.</p> <p>Esse será um mundial de primeiros. O primeiro no Oriente Médio, o primeiro realizado no fim do ano,</p> <p>-efeito sonoro natalino-</p>
---	---

<p>Imagem de um floco de gelo e o rosto de Lucas Gutierrez fica azul.</p> <p>Logo da Copa do Mundo do Catar.</p> <p>Número 32.</p> <p>Número 48.</p> <p>Homem fantasiado de figurinha do álbum da Copa.</p> <p>Imagens da construção dos estádios no Catar.</p> <p>Bandeira com as cores do arco-íris.</p> <p>Imagens de Messi em Campo.</p> <p>Imagens de Cristiano Ronaldo.</p> <p>Imagem de Cristiano Ronaldo fazendo gol.</p> <p>Vídeo de live realizada por Cristiano Ronaldo.</p>	<p>...o primeiro com estádio de ar condicionado, mas também será uma Copa de últimos, inclusive será a última nesse modelo que a gente se acostumou. Em 2026, em vez de 32 duas, teremos 48 seleções. 48 seleções. Imagina o álbum de figurinhas? vai ser tipo Páginas Amarelas.</p> <p>Pessoal não sabe o que é Páginas Amarelas ne? hoje em dia?</p> <p>Tomara que seja também a última Copa com denúncias de trabalho escravo na construção dos estádios. A última Copa com restrições à população LGBT+. A organização diz que todos serão bem recebidos, mas ser gay no catar é crime. Dá cadeia.</p> <p>Agora as despedidas que a gente não queria ver.</p> <p>-inicia uma música com tom de expectativa-será que vai ser a última copa do Messi? Ele vai tá com 35 anos em novembro. Pode ser a última copa do Cristiano Ronaldo, que tem 37 anos. Se bem que ele diz que joga até quando quiser, né?</p> <p>- Cristiano Ronaldo: "siiiiiviiiiii"</p> <p>Se bobear ele aparece em 2026 com quase 41 anos, sarado e matador para se tornar o único jogador a disputar seis Copas. No catar ele já pode se tornar o único a fazer gol em cinco mundiais. E não ganhar nada. -risos-</p> <p>Mas o pai não pode ver um recorde também que já quer quebrar.</p> <p>- Cristiano Ronaldo: "beleza mané"</p>
---	---

<p>Neymar xingando dentro de campo.</p> <p>Imagem do Neymar dançando com a camisa do Santos.</p> <p>Entrevista de Neymar pós-jogo da Seleção Brasileira.</p> <p>Imagens de Galvão.</p> <p>Galvão em uma festa em Moscou.</p> <p>Imagem de um tambor do Olodum.</p> <p>No TOP 5, as imagens correspondem aos lances que estão sendo narrados pelo Galvão.</p>	<p>Agora, a pergunta: Será que essa pode ser a última Copa do Neymar?</p> <p>- música melancólica de fundo-</p> <p>Que tem 30 anos. Depende né, se o hexa vier, acho que o Ney volta a jogar no Brasil e ai não vai ligar pra mais nada. E estará certíssimo.</p> <p>- Neymar: "Fazer o que? agora vão ter que me engolir"</p> <p>O certo é que será a última copa de Galvão Bueno na TV Globo.</p> <p>-Galvão: "vocês se acostumaram com isso?"</p> <p>Depois de 10 mundiais, esse agora vai ser o décimo primeiro, é chegada a hora da despedida, da última dança.</p> <p>Ta aí: são duas certezas nesta copa.</p> <p>Uma: de que vai ser a despedida do Galvão. E a outra é que ele vai virar meme de novo.</p> <p>- Galvão: "Mouscou enlouqueceu".</p> <p>Porque não tem como ter uma Copa do Mundo hoje sem ele virar meme.</p> <p>Ahh, como vai ser difícil pra gente se despedir do Galvão.</p> <p>Ele é uma instituição e de bordão em bordão, de olodum em olodum, o homem virou símbolo, sinônimo de Brasil em Copa do Mundo. Duvida?</p> <p>Top cinco momentos do Galvão em Copas:</p> <p>A derrota pra Argentina em 90. Essa doeu. Eu não lembro porque eu era pequenininho, mas eu sei que doeu.</p> <p>-narração Galvão:</p> <p>"... muito cupinxá e muito amigo, jogador muito amigo, muito respeito pelo Maradona. Quando</p>
--	---

<p>Imagens conforme o que ele fala no texto. Aparecem cenas do Galvão narrando.</p>	<p>ele driblou o primeiro tinha que tomar uma varada e jogar ele do lado de fora do campo. Ai ele não fazia mais nada disso”.</p> <p>-narração Galvão da defesa Tafa-rel-</p> <p>A narração da semifinal Brasil e Holanda em 98. Quem não lembra? Tafareeeeeel. Contagiou até o Bonner.</p> <p>-Bonner falando Tafa-rel-</p> <p>-Narração Galvão: “lá vem eles de novo. Olha só que absurdo. A chance de mais um gol”.</p> <p>O 7 a 1 de 2014. O absurdo. Lá vêm eles de novo.</p> <p>-Narração Galvão: “como se fosse um treino, de uma grande seleção, contra um time de meninos”.</p> <p>-Narração gol de Ronaldo em 2002. “Que Oliver Kahn que nada”</p> <p>O penta, é claro: “Acabou, acabou. É penta. É penta.”</p> <p>Ah, a maior copa de todas. A maior comemoração de todas. A maior narração de todos os tempos: o tetra.</p> <p>- Narração do tetra.</p>
<p>Imagens de Copas do Mundo anteriores.</p>	<p>Vamos ter que reaprender a assistir jogo da seleção na Globo em Copas do Mundo sem</p>

<p>(Depois veio a entrevista com Galvão, ou seja, o Fala Muito foi gancho para o conteúdo sequência no Esporte Espetacular).</p>	<p>ser pela voz, pelas palavras, pela emoção de Carlos Eduardo Galvão Bueno.</p> <p>Mas ainda tem muita coisa pra acontecer: despedida, só depois do Catar. Até lá: haja coração! É clima de Copa do Mundo, amigo!</p> <p>Ah, eu adoro copa do mundo.</p> <p>-vinheta fala muito-</p>
--	---

Fonte: de autoria própria

Com a decupagem dos quadros foi possível perceber que existe um padrão de linguagem e que, por meio disso, seria possível entender que se trata do programa Fala Muito mesmo que não houvesse vinheta para assim o identificar. Tanto que, mesmo no episódio em que a vinheta aparece só ao final do programa (conforme Quadro 05), foi possível identificar desde o começo que esse era mais um episódio do Fala Muito.

Nesse sentido, percebeu-se que a união da informação, do entretenimento e do humor é o que caracteriza o quadro Fala Muito e faz com que, por meio do uso de memes, falas peculiares oriundas de entrevistas, curiosidades e dados históricos, surja a identidade do quadro.

Esses elementos utilizados com a finalidade de produzir humor, entretanto, não devem atrapalhar a compreensão da notícia que, conforme indicam Ferraretto e Ferraretto (2009), deve obedecer o *lide*. Esse que, por sua vez, conforme já apresentado em capítulos anteriores desta discussão é a estrutura de uma notícia e, se obedecido, pode de certa forma garantir que o receptor entenda de forma clara a mensagem passada. Talvez a experiência do quadro seja de 'quebrar' a estrutura, para produzir vínculo com o espectador, pela informalidade e pela irreverência da linguagem. Trata-se, portanto, de uma estratégia, no limite entre a informação, o entretenimento e o humor.

Sempre há presença de muita informação no decorrer dos quadros, porém, considerando o recém exposto, é possível identificar na decupagem que

algumas informações trazidas com o objetivo de entreter acabam dificultando a compreensão do principal, que é a notícia, o que pode acabar confundindo e distraindo o telespectador. Logo, é necessário que o texto seja bem trabalhado, pois em alguns trechos há falta de concisão, como mostra o exemplo a seguir, de um trecho do texto retirado do episódio decupado no Quadro 02 deste capítulo.

“[...]Mas os outros dois confrontos de cariocas contra mineiros têm ingredientes de sobra. Fluminense e Cruzeiro é o reencontro do Fábio com o clube onde ele é ídolo e onde, na Copa do Brasil de 2006, tomou esse golaço do Leme. Quem lembra? do Leme? ‘Detonar a chapada e tirar do Fábio’. Naquele ano o Fluminense passou, mas em 2019 com o Diniz no banco do Flu e gol de bicicleta do João Pedro, o Fábio pegou o pênalti pro Cruzeiro e quem acabou com o jogo foi o Thiago Neves. Saudades? ‘Fala Zezé. Bom dia, cara’” (GUTIERREZ, 2022).

Esse texto é difícil de ser compreendido e pode fazer com que o telespectador se distraia da informação principal, ou seja, do fato de que haverá confrontos entre cariocas e mineiros em uma competição esportiva.

O jornalista Lucas Gutierrez traz para o quadro em diversas oportunidades alguns personagens em momentos curiosos, como visto no trecho acima, onde cita especificamente o “Leme” e o “Thiago Neves” em situações que foram marcantes de alguma forma, mas que não têm relevância para a informação que está sendo repassada naquele momento. Assim, em alguns casos, há dado informativo demais, que ilustra a informação sem, de fato, informar.

Se por um lado essa escolha de tentar contar histórias antigas em meio a uma informação do presente pode acabar distraindo o telespectador, por outro, é uma opção de conversar de forma direta com quem está assistindo e provocar associações que auxiliam na identificação dos times, por exemplo.

Além da produção do humor através do texto, outro aspecto importante de ser ressaltado é a inserção dos memes, inclusive alguns que são criados dentro do quadro e têm origem em trechos de filmes e novelas.

Isso porque, mesmo que eles não apresentem uma informação direta que acrescente para o desenrolar da pauta, não significa que não podem estar lá, pois são capazes de contribuir para a construção de sentido unicamente através

do entretenimento. Há que se refletir, aqui, no potencial de ampliação de público, pelo vínculo por meio do entretenimento.

Não há problema que algo seja veiculado com ênfase no entretenimento, uma vez que o entretenimento, clara e redundantemente, faz parte do infotenimento. Isso justamente porque, com base na bibliografia apresentada neste TCC, principalmente com o conceito de infotenimento apresentado por meio de Dejavite (2007), esse pode fazer parte do campo do Jornalismo.

Isso exposto, sabendo que os memes podem estar presentes em um conteúdo jornalístico e que o entretenimento pode auxiliar quando o assunto é ampliar o público e criar vínculos, chama-se aqui a atenção para que a informação jornalística seja priorizada, fato que deixa de acontecer em alguns trechos do quadro justamente pela grande quantidade de estímulos visuais. Para utilizar memes, principalmente em grande quantidade, é necessário um tratamento de alta qualidade na curadoria desse conteúdo. Um meme que é “inserido por inserir” e não acrescenta informação, acaba prejudicando a compreensão da notícia.

Vale ressaltar, ainda, que esse entretenimento, que, no caso dos quadros realizados é inserido com a intenção de produzir humor, precisa de alguma forma contribuir para dar ainda mais significado ao texto. É necessário que retome alguma palavra do texto ou auxilie o telespectador a fazer associações ao conteúdo que está sendo informado.

Para melhor explicar, podemos recorrer novamente a exemplos dos quadros analisados e acima decupados.

No início do episódio sobre a Copa do Brasil, decupado no Quadro 02, o texto anuncia de uma forma descomplicada e divertida que, embora a competição seja uma velha conhecida da população brasileira, sempre é reformulada e apresentada de forma que siga envolvendo os amantes do futebol e também a população em geral: “Copa do Brasil, é tipo *remake* de novela da Globo: você pode já ter visto esta história antes, mas agora é maior, melhor e com muito mais dinheiro envolvido” (GUTIERREZ, 2022). Após esse trecho é

inserido um meme que conversa com o texto, trata-se de um personagem da novela Pantanal falando “a minha parte eu vou querer em dólar”.

O referido meme não agrega informação à notícia, pois já havia sido dito que a Copa do Brasil está envolvendo mais dinheiro; porém, conversa com texto e ajuda o telespectador a entender. Além disso, comprova o que foi dito, pois faz conexão com um *remake* da Rede Globo, a telenovela Pantanal, que, assim como a Copa do Brasil, já foi exibida. Mesmo sendo antiga, a nova versão foi capaz de captar a atenção do público, assim como a competição de futebol, que é realizada todo ano e ainda continua com grande repercussão.

Com isso exposto, é possível avaliar que, sempre que há um meme, é necessário que ele converse com o texto e ajude a dar mais significado à história através do humor. Entretanto, não é em todo o momento que um meme é inserido que isso acontece, o excesso, por vezes, leva ao vazio informativo. Isso pode ser observado quando o jornalista se refere ao filme Matrix (Quadro 02) para fazer uma comparação e inserir um trecho do filme. Isso quebra o fluxo da informação que estava sendo repassada ao invés de contribuir para a compreensão por parte do telespectador.

O quadro tem muita informação e um ritmo acelerado, então há o risco de que o telespectador não compreenda cada associação realizada, porém, estando imagem e áudio em harmonia, como é o caso, as principais informações são capazes de serem compreendidas pelo telespectador.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir deste trabalho, foi possível evidenciar a necessidade do Jornalismo para a sociedade e o quão importante ele é para a democracia. Assim, a partir de reflexões, ficou claro também o quão necessário é ampliar o vínculo da população com o Jornalismo, para que conteúdos de credibilidade sejam cada vez mais consumidos, principalmente em era de *fake news*.

Percebeu-se que, uma das formas de aproximar o público do Jornalismo é através do Humor e do infotimento. Logo, para entender se a linguagem do humor funciona para informar a população, foram buscadas respostas para a seguinte questão de pesquisa: Como o Esporte Espetacular utiliza o humor e o infotimento como forma de comunicação no quadro Fala Muito?

Escolheu-se avaliar a união de infotimento com o Jornalismo no âmbito do esporte por afinidades pessoais desta pesquisadora, mas também levando em consideração a relevância deste tema na sociedade e sua influência e capacidade de envolver diversos setores, como, por exemplo, a economia. As pessoas param por causa do futebol. Um dos grandes exemplos disso é a Copa do Mundo, que, coincidentemente, está em andamento enquanto este TCC é finalizado. Mesmo quem não gosta de esporte não o ignora. Dessa forma, e considerando as justificativas apresentadas no desenrolar dos capítulos, é evidente que se trata de um assunto relevante para pesquisa.

Para entender a linguagem atual com que se comunica o esporte no programa Esporte Espetacular e, mais especificamente, do quadro Fala Muito, foi de grande relevância o estudo da história da televisão no Brasil. Dessa forma, entendendo como se deu a evolução, arrisco dizer que essa linguagem *light* e humorada pode se difundir por outras áreas do Jornalismo -especializado ou não-. O esporte foi a porta de entrada para o Humor ser tratado como algo sério no Jornalismo.

Ao analisar a utilização do humor e do infotimento como a forma de comunicação no quadro Fala Muito, do programa Esporte Espetacular, conclui-

se ainda que o Humor pode inovar a linguagem do Jornalismo; porém, é necessário cautela. O Humor e o infotenimento são envolventes, mas a informação é o que deve sempre prevalecer.

No decorrer deste trabalho busquei avaliar aspectos positivos e negativos dos quadros para chegar a uma análise mais precisa. Isso exigiu, enquanto pesquisadora, uma postura de jornalista. Mesmo sendo fã do Fala Muito e do infotenimento enquanto forma de comunicar, procurei adotar uma postura isenta e um olhar crítico. Gostar do quadro não poderia significar deixar de refletir sobre os momentos em que ele se perde no recurso da técnica pela técnica e compromete o processamento da informação jornalística.

Dessa forma, pude chegar à conclusão de que sim, é possível aliar o Humor ao Jornalismo, desde que esse também trabalhe em favor da informação. Foi possível constatar que isso ocorre no Fala Muito. Retomando a questão de pesquisa, no quadro o humor está presente em elementos da cultura do cinema, em memes, na ironia e sátira e, ainda, através de efeitos sonoros que determinam o clima do texto que está sendo lido. Som, imagem e texto trabalham em conjunto, conversam com o humor e a informação com a finalidade de informar e divertir.

Nesta conclusão, já foi mencionada a relevância do esporte na sociedade. Nesse sentido, destaco ainda que, o Jornalismo é um dos responsáveis por isso. O esporte, conforme evidenciado em capítulo sobre o Jornalismo Esportivo, é amplamente abordado nos veículos de comunicação. O esporte tem seu lugar garantido no Jornalismo e trata-se de uma passagem de 1ª classe, dividindo poltronas com assuntos tradicionais como política e economia.

É positivo que o esporte tenha grande repercussão no meio jornalístico, mas também é necessário avaliar que, uma vez popular e consolidado, cada vez mais se esgotam as possibilidades de abordagens inovadoras desse tema. Logo, é necessário pensar em como não tornar saturado um assunto tão importante e, para isso, o Humor e o infotenimento têm sido boas alternativas.

Como nem tudo são flores, unir elementos do Humor ao Jornalismo pode acabar revelando também alguns espinhos. Em busca do aperfeiçoamento dessa linguagem, concluiu-se também que é necessário especial curadoria no texto de um quadro que une entretenimento e informação. Em meio a tanto estímulo, visual e sonoro e, considerando as constantes quebras de linha de raciocínio (essas que produzem humor, invadindo um clima sério ou dramático com uma ironia, por exemplo) é necessário atenção para que a informação não se perca e para que o telespectador não se perca em meio a tanta informação diferente.

Comunicar dessa forma é inovador e relevante, mas também desafiador. Os primeiros passos do infotainment no Jornalismo já foram dados, mas há um caminho longo e com muitas possibilidades pela frente. Deve ser desenvolvido um trabalho árduo, no sentido da excelência de associação dos recursos, em prol da Comunicação de mais qualidade informativa e estética.

Programas como o Fala Muito inovam a linguagem do Jornalismo e o aproximam da população. Com isso, e com o aprimoramento, todos podem ganhar: as pessoas, o Jornalismo, a democracia e o país. Um Jornalismo acessível e interessante ao grande público é capaz de despertar a atenção de um povo para todas as importantes questões sociais, promovendo um debate bem informado. Como vimos neste trabalho, o Esporte é um universo que convida a refletir sobre como se tornar bem informado e bem humorado, ao mesmo tempo.

Para mim, este trabalho significou despertar um olhar mais amoroso à pesquisa. Nós, estudantes e futuros jornalistas, temos nela uma aliada, pois, em meio aos textos de estudiosos da área é que apuramos ainda mais o senso crítico para consumir produtos jornalísticos e, com isso, melhoramos o fazer jornalístico. Considerando que, produzimos em meio ao caos, o piloto automático torna-se convidativo e as vezes deixamos de lado a reflexão sobre como produzir conteúdo com excelência no Jornalismo. Neste momento a pesquisa é capaz de nos puxar pelo braço e fazer refletir. Tudo é passível de ser aprimorado, até mesmo um quadro de um programa tradicional de uma grande emissora de televisão.

Ao citar que produzimos em meio ao caos, me refiro ao período conturbado e lotado de informações (e *fake news*) do período de eleições presidenciais deste ano, mas também ao exercício da vida como ela é. Ou seja, o caos em um contexto geral e no contexto pessoal também. Durante o desenvolvimento deste TCC 2 foi ainda mais desafiador conciliar trabalho e estudos e, principalmente, questões pessoais.

No mês de outubro, durante um período importante desta pesquisa, lidei com o inesperado. Meu pai passou por um período de internação hospitalar em uma Unidade de Terapia Intensiva. Nesse momento, os processos metodológicos do TCC andaram a passos lentos, mas, assim como meu pai se recuperou, eu também recuperei e intensifiquei o ritmo para atender aos prazos estipulados. Expus isso, pois é necessário compreender o quão é importante que, mesmo em meio às adversidades da vida e aos cenários caóticos (pessoais ou não) a produção jornalística e a pesquisa continuem. Seguir informando requer esforço, mas é um esforço do qual toda população se beneficia. O Jornalismo não pode parar. Pode mudar, inovar, alterar o ritmo, a linguagem e o formato, mas parar, nunca.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AKKARI, Paula Farias. Teoria dos Humores. Infoescola, 2020. Disponível em: <https://www.infoescola.com/medicina/teoria-dos-humores/> > Acessado em 23/11/22.

ALBERTI, Verena. O riso, as paixões e as faculdades da alma. Rio de Janeiro, 1994.

ARAÚJO, Gilvan Ferreira de. Telejornalismo: da história às técnicas. Curitiba: Editora Intersaberes, 2017.

ARBEX, José Arbex. Showrnalismo: a notícia como espetáculo. São Paulo: Editora Casa Amarela Ltda, 2001.

BACKMAN, Fredrik. Anxious People. Nova Iorque: Atria Books, 2020.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. MATRIZES RIZOMÁTICAS: PROPOSIÇÃO DE SINALIZADORES PARA A PESQUISA EM TURISMO. In: XIV Seminário Anptur, 2017, Balneário Camboriú. Anais do Seminário da ANPTUR 2017, 2017.

BAPTISTA, Rodrigo. Jornalistas denunciam aumento de ataques à imprensa durante governo Bolsonaro. Agência Senado, 2022. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2022/06/15/jornalistas-denunciam-aumento-de-ataques-a-imprensa-durante-governo-bolsonaro> > Acessado em 10/09/22.

BARBEIRO, Heródoto Barbeiro; RANGEL, Patrícia. Manual do Jornalismo Esportivo. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

BARBOSA, Ruy. A imprensa e o dever da verdade. Rio de Janeiro: Biblioteca Nacional, 1920.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. São Paulo: 1977.

BECKER, Valdecir; MONTEZ, Carlos. TV Digital Interativa: Conceitos e Tecnologias. Ribeirão Preto: WebMídia & LA, 2004. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/233869183_TV_Digital_Interativa_conceitos_e_tecnologias. > Acesso em 20/09/22.

BERGAMO, Alexandre. A reconfiguração do público. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart;

BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciane. Jornalismo de TV. São Paulo: Contexto, 2008.

CARDANO, Mario. Manual de pesquisa qualitativa. Petrópolis: Editora Vozes, 2017.

CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. São Paulo: Editora Paz e Terra S/A, 2002.

COELHO, Paulo Vinicius. Jornalismo Esportivo. São Paulo: Contexto, 2011.

COSTA, Rosa Maria Cardoso Dalla. História Social dos Meios de Comunicação. Curitiba: Editora Intersaberes, 2020.

DEBORD, Guy. A Sociedade do Espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2003.

DEJAVITE, Fábica Angélica. A Notícia light e o jornalismo de infotimento. Santos, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r1472-1.pdf>. > Acessado em 05/10/22.

DEUZE, Mark. Educating "New" Journalists: Challenges to the Curriculum. Amsterdam, 2001. Disponível em: <https://eric.ed.gov/?id=EJ626232>. > Acessado em 30/09/22.

DIAS, Gabriela Ferreira Sales. A incidência do ISS sobre plataformas de streaming: uma análise dos desafios na tributação da tecnologia com o advento da lei complementar nº 157/2016. Fortaleza: 2018. Disponível em:

https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/33887/1/2018_tcc_gfsdias.pdf. > Acesso em 30/09/22.

FERRARETTO, Elisa Kopplin; FERRARETTO, Luiz Arthur. Assessoria de Imprensa: Teoria e Prática. São Paulo: Summus, 2009.

FERNANDES, Alessandra Lemos. Jornalismo: especialização e segmentação. Curitiba: Intersaberes, 2017.

FONTANELLA, Fernando Israel. O que é um meme na Internet? Proposta para uma problemática da memesfera. São Paulo, 2009.

GARCIA, Roosevelt. 22 programas humorísticos de antigamente. Veja SP, 11 de maio de 2017. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/coluna/memoria/22-programas-humoristicos-de-antigamente/> > Acesso em 10/10/22.

GE. Esporte Espetacular. Disponível em: <https://ge.globo.com/programas/esporteespetacular/> > Acesso em 07/10/22.

GE. Fala Muito. Disponível em: <https://ge.globo.com/sportv/programas/fala-muito/> > Acessado em 07/10/22.

GODOY, Arilda Schimidt. Pesquisa qualitativa tipos fundamentais. São Paulo: 1995. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/ZX4cTGrqYfVhr7LvVyDBgdb/?format=pdf&lang=pt>. > Acessado em 20/10/22.

HELENA, José; PARREIRA, Pedro. Adaptação para Português da Escala Multidimensional do Sentido de Humor (MSHS). Barcarena, 2008.

HOFFO, Rafael Sbeghen. Um olhar pela porta dos fundos: apontamentos sobre o humor político audiovisual no Youtube. Porto Alegre, 2018. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/180560/001072397.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. > Acessado em 23/09/22.

ITO, Youichi. Birth of joho shakai and johoka concepts in Japan and their diffusion outside Japan. Tóquio: Keio Communication Review, 1991.

JAMBEIRO, Othon. A TV no Brasil do Século XX. Salvador: Editora da UFBA, 2002.

JESUS, Klabyr Wanderson Cristóvão de. Linguística Textual Princípios Teóricos e Básicos. Curitiba: Intersaberes, 2019.

JOSÉ, Helena Maria Guerreiro. Resposta humana ao humor. Lisboa, 2008. Disponível em: <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/1843> . Acessado em 29/10/22.

KUROSE, James; ROSS, Keith Ross. Redes de Computadores e a Internet. Londres: Pearson Education, 2006.

LAGE, Nilson. Linguagem Jornalística. São Paulo: Ática, 1999.

MACHADO, Arlindo. A Televisão Levada a Sério. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

MARTINO, Luís Mauro Sá; LOBATO, José Augusto Mendes. A diversão que informa ou a informação que diverte? São Paulo: 2011. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/10-A-divers%C3%A3o-queinforma-ou-a-informa%C3%A7%C3%A3o-que-diverte.pdf> > Acessado em 05/10/22.

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. História da imprensa no Brasil. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

MATTOS, Sérgio. História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política. Petrópolis: Vozes, 2010.

MCLUHAN, Marshall; FIORE, Quentin. O Meio é a Mensagem. Rio de Janeiro: Indústria de Artes Gráficas Atlan LTDA., 1967.

MEDEIROS, Jussara Marques de; SVIERCOSKI, Valdeslei. O sabor do saber científico: TCC no Serviço Social. Curitiba: Editora Intersaberes, 2020.

MELO, José Marques de. A Opinião no Jornalismo Brasileiro. Petrópolis: Vozes, 2003.

MEMÓRIA GLOBO. Esporte Espetacular. Disponível em: https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/esporteespetacular/noticia/esporte-espetacular.ghtml#ancora_ > Acessado em 05/09/22.

MEMÓRIA GLOBO. Globo Repórter. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/globo-reporter/> > Acessado em 05/09/22.

MEMÓRIA GLOBO. História. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/jornal-devanguarda/noticia/historia.ghtml> > Acessado em 05/09/22.

MEMÓRIA GLOBO. Walter Clark. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/perfil/walter-clark/noticia/walter-clark.ghtml> > Acesso em 05/09/22.

MIRA, Maria Celeste. O moderno e o popular na TV de Silvio Santos. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

OLIVEIRA, Hebe Maria Gonçalves de. A natureza do furo de reportagem: da perspectiva histórica para uma construção teórica. Ponta Grossa, 2014.

PERES, Fabio. Esporte, Política e Humor: o Golpe de 2016. Histórias Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://historiadesporte.wordpress.com/tag/maira-colares/> > Acessado em: 20/10/22.

RABUSKE, Anelise Scheuer. Os chistes, o humor e algumas relações com os mecanismos dos sonhos. Porto Alegre, 2011.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. História da Televisão no Brasil. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor. A renovação estética da TV. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

RIBEIRO, Luiz. A crise da Autonomia no Futebol Globalizado: A experiência Européia. Jundiaí, SP: Fontoura, 2007. p. 49 - 68.

SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

SODRÉ, Muniz. O Monopólio da Fala: Função e Linguagem da Televisão no Brasil. Petrópolis: Editora Vozes, 1984.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira. São Paulo: Summus Editorial, 2004.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. O jornalismo especializado e a especialização periodística. São Leopoldo, 2009. Disponível em: <http://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/06-tavares-acontecimento.pdf> . > Acessado em 12/09/22.

TERRA, Karin Rangel. O humor conversacional na fala-em-interação em aulas de língua inglesa. Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: https://www.maxwell.vrac.pucRio.br/12941/12941_1.PDF. > Acessado em 20/08/22.

THOMASSEAU, Jean-Marie. O Melodrama. São Paulo: Perspectiva, 2005.

ZILLES, Urbano. O significado do humor. Porto Alegre, 2003. Disponível em: <file:///C:/Users/paved/Downloads/admin,+urbano.pdf> > Acessado em 10/10/22.

APÊNDICE - TCC 1

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

PAOLA PAIM VEDOVELLI

HUMOR E INFORMAÇÃO NO JORNALISMO ESPORTIVO AUDIOVISUAL

CAXIAS DO SUL

2022

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

PAOLA PAIM VEDOVELLI

HUMOR E INFORMAÇÃO NO JORNALISMO ESPORTIVO AUDIOVISUAL

Projeto de TCC apresentado como requisito para aprovação
na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso I
Orientadora: Ma. Marliva Vanti Gonçalves

Caxias do Sul
2022

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Anúncio da empresa de televisores <i>Empire</i>	08
Figura 2 – Mudanças do sinal analógico para o digital.....	19

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
2 TEMA	34
3 JUSTIFICATIVA	35
4 QUESTÃO NORTEADORA	38
5 HIPÓTESES	39
6 OBJETIVOS	40
7 METODOLOGIA	42
8.1 HISTÓRIA DA TELEVISÃO NO BRASIL	46
8.1.1 Evolução Tecnológica	46
8.2 JORNALISMO AUDIOVISUAL	46
8.3 JORNALISMO ESPECIALIZADO	47
8.3.1 Jornalismo Esportivo	47
8.4 ENTRETENIMENTO	47
8.5 HUMOR	47
8.6 ESPORTE ESPETACULAR, FALA MUITO E LUCAS GUTIERREZ	48
8.7 METODOLOGIA	48
9 ROTEIRO DOS CAPÍTULOS	49
10 CRONOGRAMA	51
REFERÊNCIAS	52

1 INTRODUÇÃO

As explicações para quase todas as perguntas estão no passado. Por isso, um resgate histórico é essencial para compreender o contexto atual. No jornalismo, essa premissa também é válida. Para entender o motivo pelo qual um conteúdo cativa o público brasileiro e como é possível unir informação, humor e entretenimento no audiovisual, é antes necessário analisar o começo da relação desta nação com a televisão.

A televisão está presente na vida dos brasileiros desde 1950. Atualmente, conforme a pesquisa “Tecnologia da Informação e Comunicação – TIC”¹ realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2019, em 96,3% dos domicílios pesquisados havia pelo menos um aparelho de televisão. Nota-se então que a população tem um acesso democratizado à TV e, por conseguinte, à informação e ao jornalismo.

Desde a introdução da televisão no Brasil ela está diretamente relacionada ao jornalismo. A primeira transmissão televisionada² ocorreu em 18 de setembro de 1950 com a TV Tupi, idealizada por um jornalista e também empresário, Francisco Assis Chateaubriand Bandeira de Mello.

No início, as transmissões tinham características radiofônicas, porém, com imagens. Estabelece-se a relação também com o rádio e, a partir disso, os questionamentos sobre a possibilidade de a TV significar o fim da era do rádio. Entretanto, se hoje é um meio de fácil acesso para a população, conforme mencionado anteriormente, no século XX a sua disseminação não foi tão fácil para todas as classes sociais.

Othon Jambeiro (2002) afirma que os primeiros anos da televisão foram marcados por falta de recursos e de pessoal e ainda por improvisações. “A TV Tupi-Difusora começou transmitindo imagens para apenas cerca de 500 aparelhos receptores na cidade de São Paulo, mas três meses depois havia já 2 mil aparelhos funcionando ali” (Jambeiro, 2002, p.51). Embora o autor aponte esse crescimento rápido no número de aparelhos, Muniz Sodré explica, no livro *O Monopólio da Fala*:

¹ Pesquisa realizada pelo IBGE. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html> > Acesso em 27/04/22.

² Imagens e relatos da primeira transmissão televisionada no Brasil. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/09/18/televisao-completa-70-anos-no-brasil-relembra-as-primeiras-vezes-que-a-tv-inovou-no-ar.ghtml> > Acesso em 30/04/22.

Função e Linguagem da Televisão no Brasil (1984), que esse era ainda considerado um “aparelho de luxo” das elites do Brasil, ou seja, embora estivesse alcançando um público maior, esse público não era diversificado.

A justificativa para essa segmentação do público estava no preço do aparelho. No livro *Telejornalismo: da história às técnicas*, Gilvan Ferreira de Araújo (2017) revela os custos para trazer a TV ao Brasil, e que isso determinou, desde a inauguração realizada em São Paulo no *Jockey Clube*, quem teria o privilégio do acesso a essa nova tecnologia.

É possível considerar o fator custo como um item norteador desde os primórdios da televisão no Brasil. As 30 toneladas de equipamentos de televisão adquiridas por Assis Chateaubriand da empresa norte-americana RCA Victor lhe custaram 5 milhões de dólares (ARAÚJO, 2017, p.33).

Essa primeira fase da televisão no Brasil, quando apenas as classes A e B tinham acesso a esse meio de comunicação, é denominada como “Elitista”. Para explicar o processo gradativo da popularização da TV, Araújo recorre a Mattos (2010), que na obra “História da Televisão Brasileira” divide essa trajetória em seis fases:

- **Fase 1:** Elitista (1950 a 1964). Marcada pelos grandes teleteatros da época (Grande Teatro Tupi, TV de Vanguarda, TV de Comédia e Câmara Um), os quais levavam para a televisão um referencial da chamada alta cultura. As produções eram evidenciadas pelo romantismo melodramático³ e, até 1960, os conteúdos eram realizados ao vivo. Nesse período, comprovando o exposto acima, ter um televisor era um luxo acessível apenas a uma pequena parcela da sociedade.
- **Fase 2:** Populista (1964 a 1975). A TV como um exemplo de modernidade. Nessa época, os programas de auditório dominavam a maior parte da grade da programação. Passou-se a ter a ideia de que o público da televisão era único, com características específicas, divergindo daquele do rádio, teatro ou cinema.

³ O Romantismo melodramático caracteriza-se por ser “um estilo de drama mais preocupado com suas próprias invenções e sua própria lógica do que com o realismo e a verossimilhança” (THOMASSEAU, 2005, p. 65-66).

- **Fase 3:** Desenvolvimento tecnológico (1975 a 1985). Valorização e predominância do estilo modernista. Nessa fase, a modernização tecnológica, a estabilização da TV Globo e a diversidade dramática foram as principais marcas.
- **Fase 4:** Transição e expansão internacional (1985 a 1990). Criação de novos formatos de teledramaturgia (séries e minisséries), aumentando a qualidade e audiência da televisão. As telenovelas passaram a ser exportadas, levando o Brasil a um patamar mais alto no mercado mundial de ficção.
- **Fase 5:** Globalização e TV paga (1990 a 2000). Esta década foi marcada pelas novas tecnologias e pela intensa busca pela modernidade, com a adaptação da televisão aos novos rumos da redemocratização da política brasileira.
- **Fase 6:** Convergência e qualidade digital (a partir de 2000). Qualidade da tecnologia digital. Crescente convergência devido à internet⁴.

Nas fases 1, 2 e 3 estão concentradas as transformações/mudanças do público da TV. O acesso à televisão começou a ser democratizado a partir do momento em que sua linguagem foi popularizada e passou a dialogar com todas as classes sociais. Segundo os autores Ana Paula Goulart Ribeiro, Igor Sacramento e Marco Roxo, no livro *História da Televisão no Brasil* (2010)⁵, foi a partir de 1960 que se construiu a ideia da televisão como um veículo popular.

O teleteatro, até então caracterizado como o produto cultural mais exibido nessa época, começa a ser substituído por produções originais. Trata-se então, segundo analisa Rosa Maria Cardoso Dalla Costa (2020)⁶, de um novo modelo cultural. “Se, por um lado, a televisão manipulou e impôs um novo modelo político e cultural, por outro, levou informação a um público maior do que o alcançado pelo jornal impresso e pelo rádio. Não havia, então, como segurá-la” (COSTA, 2020, p. 152).

⁴ James Kurose e Keith Ross (2006) descrevem a internet como uma infra-estrutura de rede que provê serviços para aplicações distribuídas. O início das redes de computadores está datado na década de 1960, quando, até então, a telefonia era a rede de comunicação dominante. Foi em 1990 que a internet teve grande comercialização, o principal evento dessa década foi o surgimento da World Wide Web, que levou a internet para os lares e empresas de milhões de pessoas no mundo inteiro. Também nessa década, mais precisamente em 1997, surgiu a primeira rede social, SixDegrees, que durou até 2001. A internet se popularizou a cada ano desde então, passando a ser ainda mais acessível depois do surgimento (na década de 1990) e da popularização dos smartphones nos anos 2000.

⁵ Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/2239> > Acesso em 03/05/22.

⁶ Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/184989> > Acesso em 02/05/22.

Com essas produções originais passou-se a pensar em uma melhor estruturação da grade de programação. A TV identificou seu público-alvo e produziu para ele. “Sua programação começa a ser pensada, nos anos 1960, a partir da sua gradativa adaptação à rotina familiar e, principalmente, a partir de uma divisão de horários que buscasse melhor articulação entre o trabalho e o lazer” (BERGAMO, p.62 in RIBEIRO, SACRAMENTO e ROXO; 2010). Os anúncios publicitários da época também contribuíram para a ideia de um meio de comunicação que reunia a família.

Figura 1: Anúncio da empresa de televisores *Empire*



Fonte: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; RIBEIRO, Igor Sacramento e ROXO, Marco. História da Televisão do Brasil, 2010.

Indo ao encontro do exposto por Bergamo (2010), o anúncio evidenciado na figura acima mostra que a sala de estar das casas passaria a ser o lugar para reunir a família e ver televisão, reforçando a ideia de uma programação pensada para ser assistida em conjunto e promover uma união. Conforme sugere o anúncio, a sala, antes vazia, com a TV, passaria a chamar a família para passar momentos juntos e seria transformada em um “cinema, estádio ou teatro”.

Se por um lado, Rosa Maria Cardoso Dalla Costa (2010) e Ana Paula Goulart Ribeiro, Igor Sacramento e Marco Roxo (2010), analisam a televisão com um olhar voltado para as mudanças mercadológicas e demonstram como essa se tornou um

veículo de comunicação de massa feito para o “povo” e uma das grandes responsáveis pela chamada indústria cultural, Arlindo Machado, na obra *A Televisão Levada a Sério* (2000), fala da necessidade de prestar atenção aos conteúdos exibidos para reconhecer a televisão como um dos fenômenos culturais mais importantes do século XX.

Durante muito tempo, os teóricos da comunicação, seguindo (estranhamente) a mesma orientação dos magnatas da mídia, nos acostumaram a encarar a televisão como um meio popularesco, “de massa” no pior sentido possível da palavra, e dessa maneira nos impediram de prestar atenção a um certo número de experiências poderosas, singulares e fundamentais para definir o estatuto desse meio no panorama da cultura do final de século. Uma pesquisa séria e exaustiva, entretanto, poderia proporcionar uma surpresa a todos aqueles que encaram a televisão como um meio “menor” (MACHADO, 2000, p. 15, grifos do autor).

Uma vez popularizada e consolidada no Brasil como um meio de grande relevância pelos conteúdos informativos exibidos, vieram as modernizações e atualizações tecnológicas tanto do aparelho quanto dos equipamentos usados pelas emissoras nas transmissões.

Ainda de acordo com Costa (2020), há duas fases que caracterizam a história da TV no país. Uma delas, a do capital nacional, foi liderada por Assis Chateaubriand e é caracterizada por uma postura empresarial antiliberal. Já a segunda, a do capital internacional, é quando entra em cena o Grupo Globo que, “após um acordo com o grupo *TimeLife*, modernizou sua produção, transformando-se no maior expoente da indústria cultural brasileira a partir, sobretudo, dos anos de 1970” (COSTA; 2020; p.156). Nota-se, então, a importância da tecnologia e a necessidade de modernização.

Dentre as principais mudanças tecnológicas, aponta-se o videotape (VT) como fundamental recurso para que o conteúdo exibido na TV tivesse mais qualidade. Esse passou a ser utilizado em 1962 e foi caracterizado como “divisor de águas na história da televisão brasileira” (Costa; Simões; Kehl, 1982, p.50 apud Costa, 2020, p. 158).

A utilização do VT proporcionou melhores acabamentos para os programas e comerciais e influenciou a criação de bases estruturais para que houvesse a possibilidade de o canal de TV chegar a todos os pontos do país. Com isso, em 1969,

foi ao ar o primeiro programa a ser transmitido em cadeia nacional⁷, o Jornal Nacional (JN). Reforçando mais uma vez a ligação que o jornalismo sempre teve com a televisão e que a TV é muito mais do que só entretenimento, sendo possível ainda, após a consolidação dos programas informativos, associar ambos, informação e entretenimento.

Costa (2020) afirma que as tecnologias ligadas à televisão não pararam de evoluir no século XX. Por “tecnologias” a autora se refere a todos os equipamentos para captação de som e imagem (responsáveis por tornar a TV mais ágil e abrangente, como o VT), mas também as ferramentas de edição e recepção da programação.

Abordando a recepção da programação, cabe destacar a evolução dos modelos de aparelhos de TV. Dentre o principal marco, está a televisão colorida. A primeira transmissão em cores⁸ da TV Brasileira foi realizada justamente pela Globo, em fevereiro de 1972. Desse ano em diante destacam-se ainda os seguintes lançamentos, que trouxeram mais qualidade para as imagens que chegavam até o telespectador: a TV LCD nos anos 1990, plasma, e o LED já nos anos 2000.

Junto com a evolução do equipamento, o jornalismo audiovisual também passou por atualizações que o profissionalizaram e consolidaram diante das grades de programação das emissoras. Ao falar sobre o início do telejornalismo no Brasil,

⁷ Programa que foi ao ar com o apoio do governo da época à emissora. “Em 1965 a Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel) foi inaugurada e possibilitou, a partir de 1969, que as emissoras programassem sua programação (sic) por micro-on-das. A Globo foi a primeira a utilizar o sistema. Em setembro de 1969 levou ao ar o ‘Jornal Nacional’, o primeiro programa televisivo transmitido em rede, graças à infraestrutura tecnológica fornecida pelo governo” (RIBEIRO E SACRAMENTO, p.113; in RIBEIRO, SACRAMENTO e ROXO; 2010). Essa infraestrutura tecnológica foi fundamental para a consolidação da Globo no cenário televisivo. Com as transmissões em rede, uniformizando a programação em diferentes estados, diminuem-se os custos de produção e ainda foi possível conseguir mais verba publicitária. Enquanto os homens da mídia vislumbravam a integração do mercado, o governo objetivava a unificação política através da integração do país.

⁸ A primeira transmissão em cores na TV Brasileira foi realizada diretamente da Festa da Uva, em Caxias do Sul, no Rio Grande do Sul. Arquivo disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2022-02/primeira-transmissao-cores-na-tv-completa-50-anos>> Acesso em 30/04/22.

Araújo (2017) cita, além do Jornal Nacional já mencionado ao longo desta introdução, os programas Repórter Esso⁹ e Jornal de Vanguarda¹⁰.

Ao analisar esses programas, fica evidente a importância do papel do apresentador. Isso se deu desde o começo, pois, ainda segundo Araújo (2017), os primeiros telejornais eram mais parecidos com o formato do rádio do que com o jornalismo audiovisual de hoje. “Como as imagens não eram acompanhadas de sons, tudo tinha de ser lido pelo locutor (ARAÚJO, 2017, p. 64).

Com o passar dos anos, contando com o auxílio da evolução tecnológica, já abordada nesta introdução, o jornalismo audiovisual muito avançou, tanto na performance dos apresentadores quanto no conteúdo exibido.

Não é possível falar em telejornalismo sem mencionar o Jornal Nacional como um “divisor de águas”. Esse telejornal ajudou a definir, inclusive, o que hoje temos como “horário nobre” da televisão. Porém, o surgimento do programa não foi pensado apenas como uma importante forma de informar a população. Conforme revelado por Walter Clark¹¹, o programa informativo foi utilizado também como uma chance de expandir a emissora e aumentar a capacidade de comercialização do espaço publicitário.

Nós precisávamos de um programa diário, que entrasse ao vivo em vários estados, para estimular outras emissoras a se filiarem à Rede Globo. Com mais emissoras, poderíamos oferecer aos nossos clientes a audiência de outras praças, cobrando mais caro por isso. E, obviamente, não havia nenhum programa de TV diário melhor para fazer essa integração do que um telejornal (CLARK *apud* RIBEIRO e SACRAMENTO, p.114 *in* RIBEIRO, SACRAMENTO e ROXO; 2010).

Percebe-se então que o telejornalismo, desde o início, foi e é algo que rende financeiramente para as emissoras. Embora seja um programa jornalístico e que, por

⁹ O Repórter Esso estreou no rádio em 1941 e migrou para a TV em 1952, sendo exibido na Tupi. Uma das marcas era a credibilidade que tinha perante a audiência. O Globo fez em 2016, marco dos 80 anos do programa, uma matéria com a história e os recortes das inserções na mídia impressa. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/testemunha-ocular-da-historia-reporter-esso-fez-sucesso-no-radio-na-tv-19930939>> Acesso em 30/04/22.

¹⁰ Começou a ser exibido em 1963 na TV Excelsior. O Acervo Memória Globo guarda as informações do programa. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/jornal-de-vanguarda/noticia/historia.ghtml> > Acesso em 30/04/22.

¹¹ Paulistano, nascido em 1936, Walter Clark foi diretor-geral da TV Globo a partir de dezembro de 1965 e deixou a emissora em 1977. Fonte: Memória Globo. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/perfil/walter-clark/noticia/walter-clark.ghtml> > Acesso em 25/05/22.

isso, não deva ser vinculado diretamente com publicidade¹² para que não haja interferência no conteúdo, ele é usado para captar anúncios durante os intervalos comerciais, devido ao grande poder que o telejornalismo tem para “prender” o público durante o período de exibição e um programa.

Porém, não só a grande capacidade financeira fez do JN uma grande potência do jornalismo audiovisual. O programa conversava diretamente com a família brasileira que, conforme estudos da emissora para organização da grade, estava reunida em casa no momento em que o jornal seria exibido. Ainda de acordo com os autores Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010), um dos diferenciais era a utilização da linguagem coloquial e mais direta. Fazia-se também o uso do texto manchettato¹³, dando agilidade e dinâmica à exposição do conteúdo.

O Jornal Nacional também inovou pois reduziu a participação do locutor, dando voz e imagem à fonte. “Além das imagens cobertas com o áudio do locutor, o telejornal também inseria o chamado ‘som direto’, o depoimento da pessoa falando, praticamente inexistente do Repórter Esso¹⁴ e nos noticiários das outras emissoras” (RIBEIRO e SACRAMENTO, p. 114 *in* RIBEIRO, SACRAMENTO e ROXO).

Mais uma vez, era a tecnologia sendo usada a favor de um conteúdo de mais qualidade. A inserção dos depoimentos foi possibilitada pela câmera de cinema chamada CP (*cinema products*), essa era menor e mais leve do que a até então utilizada, a Auricons, e tinha a vantagem de gravar e registrar o som simultaneamente.

¹² Jornalistas da TV Globo que atuam no jornalismo audiovisual não podem realizar contratos publicitários com marcas, mesmo que esses sejam divulgados em programas ou intervalos comerciais que não estejam relacionados ao programa jornalístico no qual o profissional atua, informações essas que constam na entrevista concedida pelo jornalista Evaristo Costa (2019) ao veículo Meio e Mensagem. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2019/06/04/na-cnn-como-fica-a-carreira-publicitaria-de-evaristo-costa.html> > Acesso em 30/05/22.

¹³ Texto com frases concisas lido por dois apresentadores de forma alternada, frase a frase. Conforme Luiz Artur Ferraretto (2014, p.88), O "texto manchettato pode ser considerado um aprimoramento dos radiojornais dos anos 1940 e 1950, em que os trechos de uma mesma notícia eram lidos por dois ou três locutores, prática conhecida em algumas regiões do país como leitura ponto a ponto. Nela, a justificar a denominação, cada profissional encarregava--se de um período de um texto datilografado na forma corrida. O manchettato não deve, no entanto, ser confundido com uma mera divisão do conteúdo entre várias vozes. Possui, de fato, uma técnica própria, com a redação lembrando manchetes da imprensa, uma a complementar a outra na conformação da descrição ou da narrativa de fatos, opiniões ou serviços. A apresentação é feita por dois ou três locutores, com um fundo musical marcando o ritmo da leitura”.

¹⁴ O Repórter Esso foi, inicialmente, um programa de rádio, que estreou em 1941 na Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Em 1952 passou também a ser exibido na TV Tupi e o último programa foi ao ar em 1970. Um programa jornalístico de grande credibilidade e audiência. Fonte: Acervo o Globo. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/testemunha-ocular-da-historia-reporter-esso-fez-sucesso-no-radio-na-tv-19930939>. Abertura do Repórter Esso na TV: <https://www.youtube.com/watch?v=P6BK4wayCCI> > Acesso em 29/05/22

A evolução tecnológica permitiu também a modernização da linguagem para o fazer telejornalístico e a Globo seguiu inovando no âmbito do jornalismo audiovisual. Em 1973 lançou o Globo Repórter. No início dessa década, graças ao Jornal Nacional, o jornalismo na emissora começou a se consolidar. Portanto, de acordo com os relatos em Memória Globo (2021)¹⁵, esse “era o momento de apostar em um formato novo, que permitisse um maior aprofundamento nas reportagens”.

A grade da Globo abandonava cada vez mais os programas chamados popularescos, com caráter de puro entretenimento e que se caracterizavam pela interação com o auditório. Nesse período, a exceção era o Programa do Silvio Santos. A figura do apresentador continuava a ser importante, porém, a ideia de uma equipe, que incluía reportagem e edição, dava mais profissionalismo e passou a ser o foco da emissora. Em entrevista à Veja em 1974, o assessor da diretoria comercial da Globo, Edwaldo Pacote, falou que não havia mais espaço para uma programação popularesca.

A fase das vedetes, do programa feito em torno de uma pessoa só está ultrapassada. Chacrinha, Dercy Gonçalves, Raul Lougras tiveram um papel importante no desenvolvimento da nossa linha de programação. Mas não tínhamos o telejornalismo, as novelas, a equipe de profissionais que temos hoje. Agora, os programas são feitos em equipe: esta é a tendência (PACOTE, 1974, *apud* RIBEIRO e SACRAMENTO, p. 122; in RIBEIRO, SACRAMENTO e ROXO RIBEIRO; 2010).

No Globo Repórter havia a possibilidade de explorar temas com mais aprofundamento, como já citado, mas também de diversificar os gêneros exibidos, pois, além de matérias, produziam-se documentários que, após, passariam a ser grandes reportagens.

O foco da emissora em programas de jornalismo audiovisual e mudança da programação, levou a imprensa da época criar o termo “Padrão Globo de Qualidade”. Na época, o *videotape* passou a ser mais utilizado e cada vez menos programas eram ao vivo. Esse padrão de qualidade resultava, porém, “em uma diminuição da improvisação, da informalidade e do inesperado” (RIBEIRO e SACRAMENTO, p. 119 in RIBEIRO, SACRAMENTO e ROXO; 2010).

¹⁵ Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/globo-reporter/noticia/estreia.ghtml> >Acesso em 02/01/22.

Além de alcançar a qualidade desejada, esse processo de gravação possibilitava um controle interno mais rígido e dava à emissora a oportunidade de se adequar às exigências dos órgãos de censura¹⁶.

Na época, os programas se tornaram mais controlados e com menos improviso e humor, elementos que, mais tarde, retornam ao jornalismo como característica importante para captar a atenção do público.

Sobre o jornalismo audiovisual, além de analisar o conteúdo dos programas para entender a história da TV no Brasil, é de grande relevância conhecer e categorizar esses programas em gêneros para entender, inclusive, a diferença entre os programas já citados nesta introdução. José Marques de Melo (2003), no livro *A Opinião no Jornalismo Brasileiro* ressalta a importância de compreender os gêneros jornalísticos.

[...] o jornalismo brasileiro tem uma fisionomia entrecortada por múltiplas diretrizes, algumas convivendo contraditoriamente no estilo que nos trouxeram os portugueses, outras que chegaram através dos processos de comunicação intercultural implícitos nos movimentos migratórios, e também aqueles que emergiram das situações de dependência tecnológica e econômica que incluem no seu bojo alterações simbólicas fundamentais [...]. Compreender os gêneros jornalísticos significa, portanto, estabelecer comparações, buscar identidades, indagar procedências (MELO, 2003, p. 210).

O autor José Carlos Aronchi de Souza no livro *Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira* (2004) divide a categoria da informação na TV em quatro gêneros:

- **Debate:** Não requer grandes investimentos. Cenário e transporte de convidados são considerados os elementos básicos. É capaz de preencher um espaço na grade contando com uma duração elástica. Diferente da entrevista, requer mais que um convidado e é possível haver mais que um apresentador. A multiplicidade de vozes é que cria o debate.

¹⁶ Durante o período da ditadura militar foi criado o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) que regulava os conteúdos exibidos pela mídia. De acordo com Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010), a própria TV Globo, junto com a TV Tupi, no início dos anos 1970, assinaram um protocolo de conduta se comprometendo a não explorar a credence popular ou incitar a superstição em seus programas, como uma forma de antecipação às medidas governamentais após o Departamento de Censura do Estado da Guanabara suspender por tempo determinado os programas de Chacrinha e Flávio Cavalcanti.

É possível optar por abordar um ou vários temas. O formato mais frequente é o da mesa redonda. Pode também apresentar pequenas reportagens ou entrevistas com o convidado principal.

- **Documentário:** é uma demonstração da qualidade dos departamentos de telejornalismo. Os temas abordados representam relevância histórica, social, política, científica ou econômica, além de aprofundarem um assunto do cotidiano, porém, explorando-o sob uma nova perspectiva. Trata-se de um gênero com raízes no cinema, que foi levado à TV.

O que o difere das reportagens dos telejornais é a duração, uma vez que é necessário explorar os detalhes. Dentro deste gênero encontram-se vários formatos: videoclipes, entrevistas, debates, narração em *off*, tudo isso com o objetivo de tornar o conteúdo menos cansativo para o telespectador.

Além de conter vários gêneros, ele pode, inclusive, passar a ser um formato quando utilizado por outros gêneros. Citam-se as experiências de apropriação do formato pelo gênero humorístico em *Casseta e Planeta*¹⁷ (período de exibição: 28/04/1992 a 21/12/2010) e *Brasil Legal*¹⁸ (período de exibição: 29/12/1994 (programa-piloto); 16/05/1995 a 26/04/1998). Ainda pode ser utilizado pelos gêneros esportivo, político e especial.

- **Entrevista:** inclui a iniciativa de procurar pessoas de diversas áreas para uma conversa frente a frente com um jornalista. O autor cita como exemplos programas que abriram caminhos para esse gênero na TV: *De Frente com Gabi* (estreia em 1998 e vai até 2015, porém não ininterrupto, houve quatro fases) e *Passando a Limpo* (estreia em 1997 e fica no ar até 2003).

Cita-se a importância de diferenciar os programas deste gênero dos chamados *talk shows*. Estes contam com mais descontração e intimidade, com foco no *show* e não no jornalismo.

Assuntos de política e atualidades são as pautas dos programas desse gênero. Diferente do *talk show*, o apresentador não tem o compromisso de

¹⁷ Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/humor/casseta-planeta-urgente/noticia/casseta-planeta-urgente.ghtml> > Acesso em 29/05/22.

¹⁸ Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/auditorio-e-variedades/brasil-legal/noticia/brasil-legal.ghtml> > Acesso em 29/05/22.

deixar o entrevistado à vontade, uma vez que, tendo como base o compromisso com a verdade, é possível haver discórdias em assuntos polêmicos.

O tema pode ser voltado a um assunto que o entrevistado domina ou ainda sobre sua história de vida.

O cenário permite que ambos, entrevistador e entrevistado, permaneçam sentados, o que, inclusive, presume uma entrevista mais longa.

- **Telejornal:** apresenta características próprias como um apresentador em estúdio anunciando matérias e reportagens sobre assuntos recentes. Programa voltado estritamente à informação. Tem como deveres: informar, educar, servir, interpretar e entreter. Dentro desse gênero é possível identificar dois outros gêneros jornalísticos: informativo e opinativo.

O formato pioneiro foi o noticiário, com o apresentador lendo textos para a câmera, sem outras imagens ou ilustrações. A fórmula básica mantém-se até hoje: um ou mais apresentadores leem textos e apresentam as reportagens externas realizadas pelos jornalistas, ao vivo ou gravadas. Comentaristas especializados também podem fazer parte do modelo.

Analisando o conteúdo brasileiro, tem-se a seguinte indicação de formato: nota, reportagem, entrevista, indicadores econômicos, editorial, comentário e crônica. O humor aparece nas charges animadas de cunho político.

Sobre o telejornal ainda, Arlindo Machado (2000) descreve o gênero do ponto de vista técnico e aborda seus diversos elementos, citando que engloba diferentes fontes de imagem e som, tais quais gravações em fita, filmes, material de arquivo, fotografia, gráficos, mapas, textos, além de locução, música e ruídos. Sobretudo, ele ressalta que o telejornal consiste de tomadas em primeiro plano enfocando pessoas que falam diretamente para a câmera, sejam elas jornalistas ou protagonistas.

Todavia, cita ainda uma outra forma de fazer a fusão de todos os elementos citados:

[...] mostrar, em primeiro plano, o âncora lendo a notícia no *teleprompter*¹⁹, enquanto a imagem correspondente ao que ele anuncia aparece ao fundo, inserida por *chroma key* ou projetada por monitores presentes no cenário (MACHADO, 2000, p.104, grifos do autor).

Embora trate-se de uma descrição banal, o autor se antecipa justificando que “talvez não exista na televisão um gênero tão rigidamente codificado como o telejornal”.

A evolução tecnológica volta a ser assunto necessário de abordagem quando se fala especificamente em jornalismo audiovisual. Viu-se que a montagem da grade de programação foi inicialmente organizada de acordo com os horários da família brasileira. A partir disso, a TV começou a ser cada vez mais inserida dentro da casa e da rotina das pessoas.

A organização da programação e a possibilidade de transmissões em rede, além da consolidação dos programas de gênero jornalístico acarretaram no maior investimento de empresas em anúncios publicitários, esses inseridos entre os programas.

Mira (p.172) in Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010) exemplifica essa afirmação quando abordam o advento do controle remoto, que mudou o jeito com que o brasileiro assistia à TV nos anos 1990. Eles afirmam que “o telespectador *zapeia*²⁰ em busca de emoções fortes e, sobretudo, na hora do intervalo comercial”.

O controle remoto se popularizou no Brasil, conforme Bistane e Bacelar (2005), em 1982, mesmo ano em que chega ao Brasil o videocassete. As autoras, em uma linha do tempo a partir dos anos 1980, apontam ainda como marcos importantes na história da televisão os seguintes acontecimentos:

- **1984:** transmissão ao vivo da votação do Colégio Eleitoral, que elege por voto indireto Tancredo Neves como presidente do Brasil;

¹⁹ Aparelho sobre o qual desfilam sincronizadamente, num rolo de papel ou numa tela, os textos que são lidos pelo apresentador ou ator à frente da câmera. As autoras Luciana Bistane e Luciane Bacellar especificam em *Jornalismo de TV* (2005) que trata-se de um “equipamento adaptado às câmeras de estúdio que permite a visualização dos textos, lidos à distância por quem está na bancada”.

²⁰ Ato de transitar a qualquer momento pelas opções de canais de televisão. O impacto do controle remoto na história da TV foi o fato de, segundo Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010), que o objeto transformou o telespectador em um zapeador em potencial. Logo, para prender a atenção dele, os programas tinham que tornar-se cada vez mais ágeis, emocionantes e impactantes.

Nesse mesmo ano, em fevereiro, entra em operação o primeiro satélite doméstico brasileiro, o Brasilsat²¹. Já em abril, iniciam as transmissões regulares em estéreo da TV brasileira.

Tendo em vista que a forma de ver TV mudou, mas que, mesmo à época não havendo prova sólida sobre os impactos dos anúncios na audiência, as empresas seguiam buscando a divulgação publicitária na TV. As emissoras foram obrigadas a novamente repensar sua estrutura de programação para conseguir reter a atenção de um telespectador que, agora, tinha a opção de zapear pelas diferentes opções de canais e ser um telespectador mais ativo.

- **1990:** a década em que inicia a conexão do Brasil à internet foi também marcada pela inauguração de TVs segmentadas, como a MTV Brasil, a primeira a se instalar no país, e a TVA, a primeira operadora por assinatura, fundada pelo Grupo Abril, já em 1991.
- **1995:** inauguração do Projac pela Rede Globo, o maior centro de produção de TV da América Latina.
- **1997:** o Fantástico, programa dominical da TV Globo, é o primeiro a ser transmitido simultaneamente ao vivo e pela internet.

Já nos anos 2000 começou a se falar mais sobre a qualidade da imagem da televisão, ampliando as discussões sobre a TV digital, que veio a ser uma realidade a partir de 2016, quando, conforme informações do site oficial da TV Digital Brasileira²², iniciou o desligamento do sinal analógico.

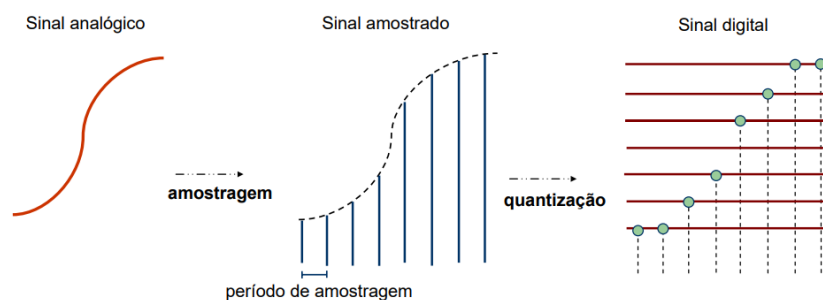
Becker e Montez (2004) apontam que seriam vantagens do sinal digital, além da qualidade da imagem, a robustez do *bitstream*, que possibilita a correção de pequenos erros, o acesso simultâneo e remoto e o armazenamento digital, no qual a qualidade da mídia não se degrada com uso.

Os autores também exemplificam a forma de conversão do sinal analógico para o digital.

²¹ Esse lançamento permitiu ao Brasil iniciar a interiorização das telecomunicações em ampla escala no território nacional, diminuindo o grau da dependência brasileira no aluguel de capacidade em satélites estrangeiros. Disponível em: <https://planin.com/embratel-comemora-30-anos-de-lancamento-do-primeiro-satelite-brasileiro/> > Acesso em 30/05/22.

²² Disponível em: <https://dtv.org.br/desligamento-analogico/> > Acesso em 30/05/22.

Figura 2: mudanças do sinal analógico para o digital



Fonte: Becker e Montez, 2004, p.32.

Se a análise da rotina da família foi um determinante para definir os programas que comporiam a grade de programação da Globo por volta de 1970, conforme é possível se observar na linha do tempo abordada acima, percebe-se a necessidade de uma nova mudança a partir dessa expansão da TV, sua popularização e ainda o crescimento dos canais (abertos e por assinatura). Passou a ser necessário avaliar o público de forma segmentada e não como uma grande massa.

Com essa ampliação de canais e ofertas de conteúdo, fica em evidência o jornalismo especializado. O público se tornou mais segmentado e, então, o segmento especializado passou a ter mais foco nas produções do jornalismo audiovisual.

Embora seja apontado ainda em *História da Televisão no Brasil* (2010) que as chances de programas popularescos, de auditório, sejam retomados com mais força nas emissoras no final do século XX devido ao aumento do público de massa²³, é necessário avaliar que, mesmo assim, esse público já era segmentado e dividiria a audiência. Logo, em contraponto a Ribeiro Sacramento e Roxo (2010), Castells (2002) explica que quanto mais os meios de comunicação se globalizaram, mais necessário se tornava um conteúdo específico e que o público não poderia ser visto como algo uniforme.

²³ Esse aumento foi em razão da venda de 28 milhões de aparelhos durante os quatro primeiros anos do Plano Real. Conforme citam Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010), esses aparelhos teriam sido adquiridos por pessoas de baixa classe social, supostamente aumentando a necessidade dos chamados programas popularescos. Conforme informações do Banco Central do Brasil, o Plano Real foi um processo de estabilização econômica iniciado em 1993 e o seu sucesso representou a quebra da espinha dorsal da inflação no Brasil. A entrada em circulação do real em 1º de julho de 1994 mudou o cenário de uma inflação que, no acumulado em 12 meses, chegou a 4.922% em junho de 1994, às vésperas do lançamento da nova moeda. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/controleinflacao/planoreal> > Acessado em 05 de maio de 2022.

Em resumo, a nova mídia determina uma audiência segmentada, diferenciada que, embora maciça em termos de números, já não é uma audiência de massa em termos de simultaneidade e uniformidade da mensagem recebida. A nova mídia não é mais mídia de massa no sentido tradicional do envio de um número limitado de mensagens a uma audiência homogênea de massa. Devido à multiplicidade de mensagens e fontes, a própria audiência torna-se mais seletiva. A audiência visada tende a escolher suas mensagens, assim aprofundando sua segmentação, intensificando o relacionamento individual entre o emissor e o receptor (SABBAH, 1985; *apud* CASTELLS, 2002, p.424).

Ao encontro da análise de Sabbah (1985), Youichi Ito (1991), ao analisar a evolução do uso da mídia no artigo *Birth of joho shakai and johoka concepts in Japan and their diffusion outside Japan*²⁴, também conclui que existe a evolução de uma sociedade de massa a uma sociedade segmentada.

É nesse cenário, portanto, que o jornalismo especializado surge e começa a se expandir.

O jornalismo especializado é um tipo de jornalismo, entretanto, conforme aborda Frederico de Mello Brandão Tavares no artigo *O jornalismo especializado e a especialização periodística* (2009), também pode ser entendido como um ramo de pesquisa científica, onde o objeto de estudo é o fazer jornalístico em si.

A outra abordagem refere-se ao jornalismo que fala sobre conteúdos segmentados de uma forma mais aprofundada, ou como antevê a própria nomenclatura, especializada. Dentre os temas mais abordados está o jornalismo esportivo, além dos segmentos já enraizados como a política e economia.

Tavares (2009) ainda levanta questões sobre se um jornalista deveria se especializar para abordar determinado conteúdo ou se deveria ocorrer o contrário; um especialista, como por exemplo, um economista é quem deveria estudar jornalismo. Para Nilson Lage (1999), a resposta correta é a primeira opção. Para ele, é papel de um jornalista buscar a informação de um campo especializado e traduzi-la para o público. O autor exemplifica da seguinte forma: “[...] um professor de primeiro grau não precisa ser criança para comunicar-se com seus alunos, nem um médico abandonar o que sabe para expor um diagnóstico a alguém” (LAGE, 1999, p. 109 – 110).

²⁴ Disponível em:

<https://www.elgaronline.com/downloadpdf/edcoll/9781789903577/9781789903577.00007.xml>. >
Acesso em 04/05/22.

A autora Alessandra Lemos Fernandes (2017), no livro *Jornalismo: especialização e segmentação*, indica que há quatro atributos fundamentais para essa vertente da atividade jornalística que visa atuar de forma contrária à cobertura geral dos fatos. São elas:

- **FOCO:** pautas direcionadas a determinado tema ou a um público específico;
- **APROFUNDAMENTO:** abordagens além do senso comum, contrárias à superficialidade do noticiário em geral;
- **LINGUAGEM DIFERENCIADA:** uso maior de termos técnicos e científicos e de jargões, sem a necessidade de explicações detalhadas, uma vez que se trata de um discurso comum àquela área do conhecimento.
- **PROFISSIONAIS ESPECIALIZADOS:** produções realizadas geralmente por jornalistas com formação complementar ou com maior domínio do tema.

Dentro do jornalismo especializado é necessário buscar técnicas que sejam capazes de traduzir um conteúdo captado em um mundo onde há apenas especialistas da área para aqueles que não têm um conhecimento tão aprofundado pelo tema, mas que possuem interesse e curiosidades.

Ao mesmo tempo em que a linguagem pode ser mais técnica, pois está se direcionando a um público que, supostamente, tem mais conhecimento sobre a temática, Tavares (2009) *apud* Fernandes (2017) alerta que o jornalismo especializado deve fazer a mediação entre o saber especializado e o público das notícias.

Fernandes (2017, p.24) destaca ainda que o texto jornalístico, mesmo o especializado, precisa ser mais acessível do que uma publicação técnica ou científica. “Embora o público específico entenda certos assuntos com mais facilidade que a audiência em geral, é essencial que o jornalista exponha esse conhecimento de forma clara”. O jornalista busca o equilíbrio entre não simplificar demais para que os assíduos leitores do campo percam o interesse e não deixar o texto muito técnico a ponto de afugentar novos interessados em determinado tema.

Para isso, tem-se observado principalmente no jornalismo esportivo, esse que é indicado por Fernandes (2017) como um dos principais temas de especialização, a adoção de elementos culturais e do mundo do entretenimento e, em especial, do humor, como a charge, que já foi citada no início desta introdução, para informar e engajar a audiência.

O esporte está presente na televisão brasileira desde 1955, quando houve a primeira transmissão de uma partida de futebol. Nessa época, já era uma demanda da população que acostumou-se gradativamente a jogar, ler e ouvir sobre o esporte de origem moderna inglês, conforme descreve Paulo Vinicius Coelho (2011) na obra *Jornalismo Esportivo*.

Uma vez transmitido, aumentou ainda mais a necessidade de repercutir o esporte também nos programas jornalísticos. Coelho (2011) aponta que no início das transmissões de jogos, essas eram apresentadas como um show. O jornalismo esportivo teria chegado à TV só com programas como o Esporte Espetacular e o Globo Esporte²⁵. Esses programas trouxeram para o âmbito do audiovisual o esporte através do viés jornalístico. Diferentes das transmissões de jogos até então, com narrações puramente opinativas e caracterizadas mais como espetáculo, o esporte passou a ser tema de matérias, notícias e análises.

Como para as transmissões das partidas de futebol era necessário a compra dos direitos, o autor menciona que, para a Globo, tratava-se de um show, não haviam críticas; já nas concorrentes, acontecia o contrário. Por volta de 1980, quando as transmissões televisionadas ainda não eram imprescindíveis ao público-alvo da TV, o jornalismo de fato era feito no dia seguinte, quando “o *Globo Esporte* apresentava os melhores momentos, os lances geniais, o que havia de bom e de ruim. Em suma, fazia jornalismo” (COELHO, 2011, p. 65).

Tendo as liberações necessárias para as transmissões, a Globo sempre dominou o campo das informações no jornalismo esportivo. A emissora controlava quanto tempo cedia de imagens às concorrentes e determinava que essas só as usassem depois que já tivessem sido exibidas no Globo Esporte. “Morte à concorrência”, assim define Coelho (2011) sobre o cenário da televisão brasileira na década de 1990.

Assim como o autor menciona a falta de jornalismo nas coberturas das partidas de futebol, os autores Heródoto Barbeiro e Patrícia Rangel (2006) falam da transmissão de um “espetáculo” quando o assunto é Fórmula 1. Tratam como se o

²⁵ O Globo Esporte foi criado em agosto de 1978. No início, era dedicado quase que exclusivamente à cobertura dos torneios estaduais e nacionais de futebol. Mas, já no primeiro ano, apresentava também reportagens sobre motociclismo, tênis, boxe, natação, basquete, entre outras modalidades esportivas. É exibido por todas as filiadas da Globo diariamente. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/globo-esporte/noticia/evolucao.ghtml> > Acesso em 04/05/22.

conteúdo devesse ser categorizado apenas como entretenimento e, portanto, acompanhado pela mídia como tal.

Os jornalistas que cobrem essas atividades correm o risco de serem contaminados pelos grandes interesses econômicos em jogo e de se tornarem meramente assessores de imprensa do esquema. Os esquemas de viagens, *releases*²⁶, celebridades, modelos, grande cobertura da mídia são os atrativos mais comuns [...] a cobertura jornalística desses eventos deve estar na mesma categoria de coberturas de outras atividades de puro entretenimento [...] é preciso deixar claro que se trata de uma exibição (BARBEIRO; RANGEL, 2006, p. 103, grifo do autor)

A partir dessas abordagens, é necessário pensar o lugar do entretenimento na informação e, então, o seu papel no jornalismo. Contudo, faz-se necessário antes conceitualizar o que é considerado “espetáculo”, para que as devidas distinções sejam percebidas.

No livro *A Sociedade do Espetáculo* (2003), o escritor Guy Debord caracteriza o espetáculo como “uma visão cristalizada do mundo”. O espetáculo pode ainda ser entendido como algo antagônico ao jornalismo, que busca evidenciar fatos e cobrir todas as versões de um assunto como ele de fato é.

O espetáculo é, ao mesmo tempo, parte da sociedade, a própria sociedade, e seu instrumento de unificação. Enquanto parte da sociedade, o espetáculo concentra todo o olhar e toda a consciência. Por ser algo separado, ele é o foco do olhar iludido e da falsa consciência; a unificação que realiza não é outra coisa senão a linguagem oficial da separação generalizada. O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens (DEBORD, 2003, p. 14).

José Arbex²⁷ (2001, p.35) complementa, afirmando que “não existe observador neutro”. Para ele, “testemunhar um evento é também construí-lo segundo o ‘aparelho psíquico’. Portanto, dado os fatos expostos, o espetáculo é uma das características do “showrnalismo”, que, para o autor, trata-se da forma que uma notícia é transformada em entretenimento.

²⁶ Conteúdo gerado por uma assessoria de imprensa a fim sugerir pauta relacionada ao assessorado para os veículos de comunicação. Conforme Ferraretto e Ferraretto (2009, p. 65) em “[...] na absoluta maioria dos casos, os relises devem ser redigidos de acordo com a técnica da pirâmide invertida, com as informações hierarquizadas em ordem decrescente de importância.

²⁷ Disponível em: file:///C:/Users/paved/Downloads/ARBEX%20JR,%20José.%20Showrnalismo%20-%20a%20notícia%20como%20espetáculo.pdf > Acesso em 29/05/22.

Porém, mesmo que a ideia de entretenimento tenha origem no conceito de espetáculo, no mundo do jornalismo o entretenimento trata-se de um aliado para a propagação de um conteúdo em grande escala. Com todas as evoluções tecnológicas aqui já mencionadas, considerando ainda, principalmente, a chegada do sinal digital e a popularização em grande escala da internet, o furo de reportagem²⁸, na era do imediatismo, já não é mais o primeiro critério de noticiabilidade²⁹ a ser valorizado.

Sendo assim, Fábria Angélica Dejavitte (2007), no artigo intitulado A Notícia light e o jornalismo de infotenimento, aponta que uma matéria que informa por meio do entretenimento, que une esses dois elementos, é capaz de fazer com que uma notícia se propague em grande escala. Dentre os motivos para que isso ocorra está o fato de o entretenimento estimular a imaginação e ainda caracterizar a notícia como *light*, ou seja, efêmera, de rápida circulação, com dados novos e que, ao mesmo tempo, diverte as pessoas.

O entretenimento, ainda conforme Dejavitte (2007), no mundo do jornalista, muito já foi julgado como subproduto.

No jornalismo, em especial, a função de entreter tem sido preterida. O entretenimento oferecido no conteúdo editorial é julgado como um subproduto ou um desvio da atenção do receptor de assuntos tidos de maior importância. Outras vezes, os receptores que solicitam este tipo de conteúdo são considerados alienados do mundo onde vivem. Assim, as matérias de entretenimento no espaço editorial seria a informação para aquele que não procura informação (DEJAVITTE, 2007, p. 1).

Tudo que era entretenimento era considerado algo que desviava a atenção do receptor da mensagem das notícias de fato; todavia, o infotenimento mostra que é possível que ambos os elementos andem juntos.

²⁸ Um jargão utilizado pelos jornalistas. O furo é dado quando uma equipe de repórteres e editores consegue apurar uma notícia, um fato ou um dado qualquer e publica esta informação sem que os veículos concorrentes tenham acesso a ela. Conforme Hebe Maria Gonçalves de Oliveira (2014), grifos da autora), "A palavra "furo", ou "scoop" em inglês, designa a notícia dada em primeira mão, com exclusividade, por um jornal ou revista (impresso, rádio, televisão ou online); [...] ou a "grande notícia" Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/ci/article/view/27756/16822> > Acesso em 24/05/22

²⁹ Os critérios de noticiabilidade, por sua vez, são uma série de perguntas ou considerações a serem feitas a fim de avaliar se uma informação ou feito pode ser transformado em notícia. Conforme Ferraretto e Ferraretto (2009), dentre os critérios que devem ser observados para a construção de uma notícia estão o ineditismo, a atualidade, assim como o interesse público e a relevância do fato em questão.

Dejavite (2007, p.2) afirma que o infotenimento refere-se àquele jornalismo que “[...] ao mesmo tempo traz uma prestação de serviço e propicia informação e entretenimento ao leitor”.

O termo surgiu em 1980 e ganhou força no final de 1990. A ligação do infotenimento ao jornalismo está dividida em duas categorias, de acordo com Mark Deuze³⁰ (2001):

- a. no aumento de elementos de entretenimento em gêneros de notícias informativos;
- b. na elevação e no estabelecimento de gêneros de infotenimento existentes atualmente.

Embora, tradicionalmente, o papel do jornalismo seja informar e formar opiniões e o do entretenimento condicione-se a explorar a ficção, o jornalismo de infotenimento mostra como é possível aliar um ao outro e ter como produto uma comunicação efetiva e sem ruídos com o público.

Nessa especialidade uma mesma matéria pode muito bem informar, entretendo ou, então, entreter por meio da informação. Nela, o limite ético que separa jornalismo e entretenimento não existe. Um exemplo explícito são as revistas especializadas em celebridades. Esse tipo de conteúdo satisfaz nossas curiosidades, estimulam (sic) nossas aspirações, possibilitam (sic) extravasar nossas frustrações e nutrem (sic) nossa imaginação (DEJAVITE, 2007, p. 3).

Nesse formato jornalístico os elementos utilizados para transmitir o conteúdo são aliados do profissional de jornalismo no momento de passar determinada mensagem ao público, ajuda a “traduzir” melhor uma informação. O uso de gráficos, infográficos, tabelas, ilustrações e todos os recursos de áudio e vídeo proporcionados pela televisão possibilitam um entendimento mais fácil e prazeroso da informação.

Embora os elementos citados sejam importantes para a compreensão de uma mensagem e tenham se popularizado a partir dos anos 2000, Machado (2000) aponta a necessidade de entender o diálogo e usá-lo corretamente, uma vez que, segundo ele, a TV é a “herdeira direta do rádio”.

³⁰ Conceituação presente no artigo Journalism and Mass Communication Educator, escrito por Mark Deuze. Disponível em: <https://eric.ed.gov/?id=EJ626232> > Acesso em 05/05/22.

Agora há uma maior utilização dos recursos gráficos computadorizados nas vinhetas de apresentação, mas, no essencial, a televisão continua oral. Não conheço nenhuma estatística a este respeito, mas [...] (se alguém duvida, basta, a qualquer momento, ‘zapear’ todos os canais de televisão) que a maioria esmagadora dos programas se funda na imagem prototípica de uma *talking head* (cabaça falante) que serve de suporte para a fala de um protagonista (MACHADO, 2000, p. 72, grifos do autor).

Além dos elementos, portanto, observa-se o papel fundamental do jornalista e a necessidade de uma boa performance para fazer a mensagem alcançar o público sem ruídos.

O público já não é mais um mero receptor de conteúdo, desde que, com a popularização do controle remoto, como relatado neste texto, passaram a participar de forma mais ativa na escolha de uma programação. Fator que se intensificou com a chegada do sinal digital e do *streaming*³¹. O público que recebe, também interage com a programação.

Essa interação é possibilitada pelo infotenimento, pois este trata-se de uma narrativa simples, fácil de ser entendida e comentada. “Sua essência baseia-se na interpretação ou recriação dos fatos não apenas na perspectiva da realidade social, mas, principalmente, no uso da linguagem do entretenimento, como fazem as telenovelas e os filmes” (DEJAVITE, 2007, p. 06).

Além dos elementos citados, o humor também pode estar presente no infotenimento. Ao falar sobre conteúdos “sérios e não sérios”, a autora cita o humor, empregado através de uma charge, por exemplo, como uma possibilidade de ligar um extremo ao outro.

O humor está presente na televisão desde a sua estreia no Brasil. Os famosos programas de auditório, como o do Chacrinha, já mencionado durante este texto introdutório e considerado por Machado (2000) como “um dos trabalhos brasileiros mais destacados”, tinham esse recurso da comunicação como carro-chefe.

³¹ “Entende-se como *streaming* o ‘método de transmissão ou recepção de dados (especialmente material de vídeo e áudio) através de uma rede de computadores como um fluxo estável e contínuo, permitindo que a reprodução inicie enquanto o restante de dados ainda está sendo recebido’ [...] o *streaming* se manifesta atualmente como um dos principais meios de consumo de mídia musical e audiovisual, sendo uma das formas mais comuns de transmissão de dados pela internet (DIAS, 2018, p. 26, grifos nossos). Por plataformas de *streaming* tem-se como exemplo o Youtube, Netflix, Amazon Prime e Hulu. Disponível em: https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/33887/1/2018_tcc_gfsdias.pdf > Acesso em 22/05/22.

Para entender melhor o uso do humor, faz-se necessário compreender que, para alcançar o efeito objetivado, ele depende da produção, mas também da forma de recepção desse efeito cômico. Mais uma vez, há a interação do telespectador.

O autor Klabyr Wanderson Cristóvão de Jesus (2019, p. 205), explica no livro *Linguística Textual Princípios Teóricos e Básicos* que o efeito do humor, de forma geral, não está explicitamente marcado na materialidade do texto. “Por um lado, depende da capacidade intencional de produzir a graça e, de outro, da condição de aceitação e competência de reconhecimento de tal feito”.

Rafael Sbeghen Hoffo (2018, p. 25), ao analisar o humor empregado em conteúdos audiovisuais, constatou que o riso, como resposta fisiológica, espiritual e intelectual ao estímulo de algo cômico, engraçado, está associado diretamente a fatores sociais e culturais. “Sem reconhecer os elementos a que se refere a piada, a paródia ou a imitação, não haveria riso”.

Verena Alberti (1994), ao ter como objeto do estudo o riso, afirma que o “dualismo razão x paixão” marca boa parte da história do pensamento sobre o riso. Os estudos acerca do riso são antigos e evidenciam a relevância desse para a comunicação, pois é carregado de significado e trata-se de uma resposta a uma mensagem.

Ainda no século XVI, o médico Laurent Joubert desenvolveu o “Tratado do Riso”. Além dele, vale destacar que diversos outros médicos e também filósofos já se interessavam pela temática e fortaleciam sua importância.

No momento, quero me limitar a falar dos filósofos e chamar a atenção para o grande destaque conferido ao tema por muitos dos maiores expoentes da nova filosofia na geração seguinte. Descartes analisa o lugar do riso entre as emoções em sua última obra, *“As Paixões da Alma”* (ed. Martins Fontes), de 1648. Hobbes trata de muitas das mesmas questões em *“Os Elementos da Lei”* e, novamente, em *“Leviatã”*. Espinosa (1632-1677) defende o valor do riso no livro 6º de *“Ética”*, e diversos seguidores declarados de Descartes manifestam um interesse especial pelo fenômeno, sendo um exemplo notável deles Henry More, em seu *“Account of Virtue”* (*Descrição da Virtude*) (SKINER, 2002, grifos do autor)³².

³² Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs0408200204.htm> > Acesso em 28/06/22.

Levando em consideração especificamente o “Tratado do Riso”, Alberti (1994) afirma que toda a argumentação de Joubert se sustenta no fato de o riso ser uma das “maiores maravilhas do mundo”.

O riso tanto é um milagre que, se não fosse tão comum, todo mundo se surpreenderia ao ver o corpo sacudir violentamente em um instante. De um lado, essa idéia está na base da justificativa do tratado: Joubert justifica seu estudo dizendo que vai se dedicar a um assunto alto e profundo. De outro lado, a idéia do riso como maravilha é o fundamento de todo seu elogio do riso: o riso é prova da excelência da razão divina, da superioridade da alma sobre o corpo e finalmente da imortalidade da alma — no que Joubert procede, aliás, a uma espécie de conciliação do homem com seu 'próprio', na medida em que o riso cessa de marcar a diferença do homem em relação a Deus (ALBERTI, p.7, 1994, grifos do autor).

Em partes, Joubert corrobora com os estudos de Aristóteles, no sentido de que o riso é algo exclusivo do homem.

O que prova que, quando ele recebe calor, o diafragma manifesta assim que ele experimenta uma sensação, é o que se passa no riso. Com efeito, se fazemos cócegas em alguém, ele se põe a rir logo em seguida, porque o movimento ganha rapidamente essa região, e mesmo se o movimento a esquentar levemente, o efeito é sensível, e o pensamento se põe em movimento contra a vontade. Se o homem é o único animal passível de cócegas, isso vem, primeiro, da fínura de sua pele, mas também do fato de que ele é o único animal que ri (ARISTÓTELES, 350 a.C. *apud* ALBERTI, p.18, 1994).

Com a evolução dos estudos porém, o pensamento de Joubert vai de encontro ao de Aristóteles, pois, enquanto este afirma que o riso e as cócegas são equivalentes, o médico classifica, de acordo com Alberti (1994, grifos do autor), “o riso provocado pelas cócegas como riso 'bastardo', já que não concerne à faculdade apetitiva 'sem toque’”.

Alberti (1994) destaca, por fim, outra forma de descontrole, que relaciona diretamente o riso ao conhecimento e ao poder que tem para digerir as informações passadas.

Trata-se de provocar o descontrole da razão, de ultrapassar seus limites, única forma de ainda filosofar. "Rir de si mesmo, como se deveria rir, para sair de toda a Verdade!", prega Nietzsche nas primeiras páginas de sua *Gaia ciência* (1882) — ciência que ele pretende seja a única a existir no futuro, quando o 'riso' se tiver ligado à 'sabedoria'. E em *Zaratustra*: "Que seja tida como falsa toda verdade em que não houve sequer uma risada!" (III, 23). Bataille também é muito claro nesse sentido: o riso é, para ele, "o dado central, o dado primeiro, e talvez até o dado último da filosofia" (*Oeuvres*, VIII: 220). Há outros autores, outros textos, que mostram que o riso passou

a ter um papel-chave no esforço filosófico de apreender aquilo que ultrapassa a finitude da Razão, da Verdade e do Ser (ALBERTI, p. 22, 1994, grifos do autor).

Para Terra (2008)³³, através do humor é possível negociar regras com outros sujeitos, já que esse exerce papel fundamental da nossa socialização. A autora acrescenta ainda que para “a linguística, o humor se coloca como um importante desafio teórico, já que este faz com que nos deparemos com os não-literais e multifuncionais usos da língua”.

A partir de 1800, o humor se torna ainda mais presente na comunicação e cada vez com mais associações ao jornalismo nos anos 1800, inicialmente na mídia impressa, onde funcionou inclusive como uma forma de driblar a censura. Com essas percepções de que a comunicação com humor acaba em resultados positivos e instiga o público ao mesmo tempo em que informa e considerando ainda a história do humor e suas atrelações ao conhecimento (conforme lido nos parágrafos anteriores), nota-se a necessidade de avançar e inserir o humor cada vez mais nos demais canais e formas de fazer jornalismo.

A comunicação pelo humor via caricatura ganhou relevo no país de difícil propagação da palavra escrita. A válvula de escape do humor funcionou como antídoto contra a censura vigente, bem como o desenho, como expressão plausível de fácil e imediata comunicação. Da oralidade jocosa da colônia – com um Gregório de Mattos, por exemplo –, chegou-se rapidamente à proliferação do desenho satírico do papel impresso da Regência, constituindo o traço caricaturado numa das linguagens de maior aceitação do Brasil. Não por obra imediata da introdução dos prelos, em 1808, mas por arte dos tantos transplantes que pontuaram nosso ansioso e desesperado ajuste com o tempo cultural dos países ditos “adiantados”. Sobretudo quando ateliês e/ou oficinas litográficas (na sua maioria de estrangeiros), prevendo um novo mercado e engendrando-o, subsidiaram as estampas iniciais (DE LUCA; MARTIS, p. 32, 2008, grifos do autor).

A partir de 1900, entretanto, além de associado à comunicação e ao entretenimento, o humor passa também a informar e tratar de assuntos políticos e outras temáticas consideradas mais sérias e factuais.

A diversidade da imprensa dava conta das múltiplas faces da metrópole de São Paulo e do embelezamento do Rio de Janeiro. Se algumas revistas ilustradas, como a Kosmos ou a Ilustração Brasileira exaltavam em papel de luxo e belas fotografias as vantagens das transformações, títulos menos

³³ Disponível em: https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/12941/12941_1.PDF > Acesso em 26/05/22.

sofisticados exibiam também o outro lado desse progresso; ao lado das imagens fotográficas, a charge e o humor tratavam de temas mais árdios, como a luta pelo espaço entre pedestres e veículos, a falta de moradia, a explosão dos preços dos aluguéis, o aumento do custo de vida, o difícil cotidiano das classes populares (DE LUCA; MARTIS, p. 32, 2012).

Lobato e Martino (2011) afirmam que é possível informar-se em programas de entretenimento e, logo, também pode o jornalismo usar o entretenimento para informar e cativar o público.

[...] apreender o turbilhão de informações da contemporaneidade não é, apenas, uma questão de capacidade cognitiva; há que se considerar a forma com que discursos e sentidos são construídos nas representações midiáticas. Há muito – e esta reflexão levantamos para, mais adiante, aplicá-la à ficção seriada brasileira –, a leitura do mundo, a partir delas, depende de estruturas textuais agradáveis, facilmente compreensíveis e, até, prazerosas (ou divertidas) de se consumir (LOBATO; MARTINO; p. 143, 2011, grifos dos autores).

Os autores chamam a atenção para a visão positiva sobre o entretenimento e o humor, na qual os componentes lúdicos ajudam na experiência e compreensão do público, mas também abordam a visão negativa, alertando que é necessária atenção para que o entretenimento, no jornalismo, não seja utilizado de tal forma a causar um distanciamento da realidade.

[...] um noticiário jornalístico pode ser bem mais do que a leitura de um relatório repleto de números e discursos impessoais, assistir à telenovela pode ser bem mais que uma rendição ao escapismo possibilitado pela mídia audiovisual. Seja qual for o ponto de partida, informar-se com a diversão ou divertir-se com a informação pode ser uma experiência bem mais frutífera do que os críticos fervorosos da contemporaneidade tentam nos fazer crer (BRANTS, 1998; DEJAVITE, 2008 *apud* LOBATO; MARTINO, p. 149, 2011).

Logo, quando se utiliza o humor no jornalismo de infotenimento, não se busca apenas o riso como efeito, mas sim, uma bagagem cultural sobre determinado assunto, trazendo conhecimentos pré-adquiridos à tona e dialogando com o telespectador.

Essas são características exploradas pelo quadro *Fala Muito*, exibido inicialmente como programa de canal fechado, com estreia em 2019 no canal por assinatura SportTV³⁴. Programa esse que, desde 2020, faz parte da grade do Esporte Espetacular, nas manhãs de domingo da Globo.

³⁴ Disponível e: <https://ge.globo.com/sportv/programas/fala-muito/> > Acesso em 23/05/22.

No início da relação do esporte com a televisão, conforme descrito no presente trabalho, o futebol era a modalidade mais visada pela mídia. A proposta da Globo, com a estreia do Esporte Espetacular (EE) em 08/12/1973 era de mudar esse cenário. Conforme os arquivos disponibilizados em Memória Globo³⁵ informam, o EE é o programa esportivo mais antigo da emissora no ar. Estreou com o objetivo de abrir espaço na televisão para as diversas modalidades esportivas, em uma época que o futebol predominava nos noticiários.

A primeira versão do Esporte Espetacular foi exibida até 1983. O programa retornou à grade de programação da emissora em 1987 e segue até hoje no ar. A primeira equipe do Esporte Espetacular reuniu profissionais como Léo Batista, Waldir Mendes, José Luiz Furtado, Luciano do Valle, Ciro José, Juarez Soares, Tércio de Lima, Teti Alfonso, Myriam de Lamare e Milton Collen. A coordenação do programa era de Fernando Villela e a direção, de Moacyr Masson. Em Memória Globo³⁶, consta a informação de que o programa nem sempre adotou a informalidade que o caracterizaria mais tarde. Nos primeiros anos, o apresentador usava terno e gravata e se expressava numa linguagem formal.

Essa referida "informalidade" foi o que possibilitou que, nos dias de hoje, os atuais apresentadores, Bárbara Coelho e Lucas Gutierrez, explorem a linguagem do humor, o infotimento e passem a informação no âmbito do jornalismo esportivo se utilizando de elementos culturais, características essas que são percebidas ao longo do programa, mas, de forma mais intensa no quadro *Fala Muito*.

Atualmente, conforme disponível nos arquivos de Memória Globo³⁷, a ficha técnica do programa é formada pelos seguintes profissionais e áreas:

Editor-chefe: José Emílio Aguiar;

Editores executivos: Gustavo Gomes, Michel Siqueira, Rafael Pirrho, Thiago Dias;

Editores de texto: André Pécora, Bernardo Mortimer, Camila Cortes, Frederico Paes, Levi Guimarães Luiz, Marcos Westermann, Rafael Lopes, Thiago Gouveia, Thiago Macedo, Yuri Bobeck;

³⁵ Disponível em https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/esporte-espetacular/noticia/esporte-espetacular.ghtml#ancora_1 > Acesso em 05 de maio de 2022.

³⁶ Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/esporte-espetacular/noticia/evolucao.ghtml> > Acesso em 28/05/22,

³⁷ Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/esporte-espetacular/noticia/ficha-tecnica.ghtml> > Acesso em 28/05/22.

Produtores: Mariane Granado, Maurício Oliveira, Rafael Freitas;
Editores de imagem: Douglas Lima, Fred Bahia, Guilherme Lima, Ivan Freire, João Braga, Paulo Gílio, Raphael Palumbo, Roberto Cavalcante, Stephanie Billy, Tiago Palopoli e Ueliton Silva, Walteman Junior;
Assistentes de produção: Anderson Dias, Wagner Porto;
Coordenador de telejornais: Davi Maia;
Gerente de eventos: Vivian Rodrigues;
Supervisão executiva de eventos: Sergio M. Barros;
Produtores de eventos: João Paulo Sucupira, Vitor Viera, Yan Resende;
Diretor de operações: Fernando Guimarães;
Gerente de operações: Mario Jorge Alves;
Diretor de ilustração e arte: Alexandre Arrabal;
Gerente de ilustração e arte: Rodolpho Xavier;
Editor de arte chefe: Kiko Dias;
Arte: Andréa Ascoli, Fernanda Fiani, Leonardo Queiroz, Odair Rosa, Victor Coelho e William Bertrand;
Videografismo: Gabriel Melo, Marcel Kessler;
Direção de imagem: Ana Bernardes;
Supervisão de edição de imagem: Frank Sodré, Jorge Queiroz, Ricardo Peev
Supervisão de cinegrafia: Fábio Brandão;
Chefia de reportagem: Cauê Dias e Fábio Seixas;
Chefia de edição: Flavio Orro e Kariny Dias;
Chefia de produção: Adilson Barros, Daniel Lessa, Marcio Moreira, PH Peixoto, Priscila Carvalho, Roger Torres, Thiago Lavinias;
Gerente de produção: Ricardo Bereicôa;
Gerente de programas: Afonso Garschagen;
Diretora de eventos: Joana Thimoteo;
Diretor de redação: Gustavo Maria;
Diretor de programas e conteúdo digital: Gustavo Poli;
Diretor responsável: Renato Ribeiro Silva;
Diretor-geral de Esportes: Roberto Marinho Neto.

Um programa que está há 45 anos no ar, passou por diversas mudanças, tecnológicas inclusive, da televisão brasileira; e que utiliza o infotainment em uma área como o segmento esportivo (que tem público fiel desde 1955) é um dos exemplos

que este formato de jornalismo pode se consolidar em meios de comunicação tradicionais, como é o caso da TV.

2 TEMA

Humor e informação no jornalismo esportivo audiovisual

DELIMITAÇÃO DO TEMA: Análise do quadro Fala Muito, do programa Esporte Espetacular

3 JUSTIFICATIVA

O jornalismo é um dos pilares para a democracia de um país. Sem jornalismo é difícil distinguir fato de opinião. Sem jornalismo não é possível conhecer os vários lados da verdade. Sem jornalismo não há tradução da informação para a maioria da população e, por sua vez, se não há uma população informada, há um público fácil de ser manipulado. Através do jornalismo é possível manter uma população atenta à realidade de um país, cumprindo deveres e cobrando direitos.

A imprensa é a vista da nação. Por ela é que a nação acompanha o que lhe passa ao perto e ao longe, enxerga o que lhe malfazem, devassa o que lhe ocultam e tramam, colhe o que lhe sonégam, ou roubam, percebe onde lhe alvejam, ou nodoam, mede o que lhe cerceiam, ou destroem, vela pelo que lhe interessa, e se acautela do que a ameaça. (BARBOSA, 1920, p. 15)

É necessário que a população entenda a importância do jornalismo para a sociedade e, para além disso, que tenha acesso ao jornalismo, compreenda a informação passada, criando vínculos com programas de televisão, por exemplo, a fim de que assistir seja, além de necessário, prazeroso. Por isso, é de suma importância que jornalistas tenham acesso às linguagens utilizadas pelos jornalistas nos diferentes veículos, pois, através delas, é que se cria um público fiel.

Ser informado com humor e entretenimento aproxima as pessoas do jornalismo e torna a informação mais atrativa. Dessa forma, as pessoas passam a buscar mais pelo jornalismo e por programas que, além de credibilidade, têm uma identidade e linguagem própria.

Poder contar com pessoas interessadas no que um jornalista diz é de suma importância, principalmente no contexto atual, uma vez que o jornalismo “concorre” com conteúdos elaborados por pessoas sem formação na área (o que, infelizmente, desde 2009, é permitido por lei, lei essa que não entrará aqui em discussão, pois acadêmicos e profissionais são -ou deveriam ser- unânimes ao concordar com o absurdo da referida lei).

Eis então a importância do humor e do infotenimento aliados ao jornalismo. Portanto, estudar novas formas de linguagem, aprimorar as existentes e ser capaz de traduzir informações complexas com mensagens que, além de concisas, divertem; ensinar e fazer com que telespectadores se identifiquem com o que está sendo dito ou mostrado, deve ser prioridade para os jornalistas.

Garantir uma interação mais eficaz com o público através da linguagem é o futuro do jornalismo, principalmente na TV digital. Percepção esta que ocorreu à pesquisadora em uma aula de jornalismo audiovisual, quando se deu conta, através das reflexões da Professora Marliva Vanti Gonçalves, do potencial da TV digital. Este vai além da questão de mais qualidade de imagem e implica em maior interação com o público. Futuramente, esse público pode ter mais liberdade para assistir à televisão, escolhendo o que vai ver nos canais acessíveis a ele e a partir das possibilidades interativas disponibilizadas pelos veículos.

Assim, com a ampliação das opções de escolha, não restam dúvidas de que o telespectador precisa se conectar, cada vez mais, com um programa e isso cobrará dos jornalistas ainda mais estudo, preparo e inovação. É sobre as linguagens e um formato de jornalismo que se conecta com as pessoas, indo além de uma linguagem formal e de um formato padrão de apresentar notícias, que o presente projeto de pesquisa vai em direção. Isso em uma temática específica e velha conhecida dos brasileiros: o esporte.

Esta pesquisadora entrou para o curso de jornalismo com os olhos voltados para o impresso, porém, a vida acadêmica, além de ampliar esses horizontes, fez com que o foco fosse reajustado para o audiovisual. O gosto pelo audiovisual se deve aos diferentes formatos em que se pode - quase tudo. Tem-se escrita, imagem e som. Uma mistura entre meios (televisão, cinema, fotografia, design e outros) que cria uma identidade única e ainda possível de ser aprimorada conforme o programa e a temática.

Aliando isso ao gosto pelos esportes é que nasceu o tema desta pesquisa. E nada melhor do que abordá-lo incluindo uma análise sobre humor, algo que nunca envelhece – pelo contrário –, sempre esteve presente na vida dos brasileiros e ajuda a compreender assuntos sérios, ao mesmo tempo em que auxilia a encarar dificuldades com mais leveza.

Além disso, conforme afirma Bergson (1978), o riso “deve corresponder a certas exigências da vida em comum. O riso deve ter um significado social”. O humor e o riso em si são considerados fenômenos sociais, conforme diz Le Goff (1999). Trata-se de um objeto de estudo que vai muito além do superficial. O fazer rir é algo complexo, assim como também é o informar através do humor. Logo, por este motivo, e sendo o humor uma forma de comunicação efetiva no Brasil, explica-se o fato de

ser importante aliá-lo ao jornalismo e entender como é utilizado nesse meio, em um programa específico.

Sobre a relação com o esporte, esta vem desde a infância e a paixão, incentivada pelo avô, nasceu em 2006 quando a autora deste projeto, à época com seis anos de idade, balançava entusiasmadamente uma bandeira do time gaúcho Internacional, em comemoração ao título do Mundial, que veio após uma vitória contra o Barcelona, da Espanha. Na adolescência também nasceu o gosto e prazer em jogar vôlei, ainda presentes em sua vida. Como consequência disso: entusiasmo em acompanhar Olimpíadas e Copas do Mundo através das lentes do jornalismo, que traduzem dados, nos conectam com a história, com os atletas e fazem com que o mundo viva o esporte mesmo não estando de corpo presente em jogos.

Através do esporte pode-se falar sobre saúde, economia, política, cultura e ainda trata-se de um “prato cheio” para abordar histórias de vida sem igual. Conforme afirma Maluly (2017), o “esporte não é só o evento, não é só o atleta. Tem que ter uma pauta social, ligada à cidadania. Tem que ter uma relação entre o atleta e a população”. O esporte, além de ser objeto de paixão dos brasileiros, é importante para a sociedade e por isso, deve ser abordado pelo jornalismo.

Portanto, levando em consideração o conteúdo exposto, acredita-se que o futuro Trabalho de Conclusão de Curso, delineado neste projeto, esteja plenamente justificado.

4 QUESTÃO NORTEADORA

Como o Esporte Espetacular utiliza o infotainment para comunicar?

5 HIPÓTESES

- A)** A performance do jornalista influencia diretamente a identidade de um programa de televisão.

- B)** A ampliação da interação com o público a partir da chegada da TV digital se tornou fundamental para que programas de jornalismo audiovisual tenham ou mantenham o sucesso nos dias de hoje.

- C)** O humor contribui para a melhor compreensão da mensagem transmitida pelo jornalista.

- D)** A utilização de memes e de uma linguagem mais informal aproximam a linguagem da televisão com a da internet e das redes sociais, podendo contribuir para que mais jovens se tornem telespectadores de programas da TV aberta.

- E)** O uso do infotainment para abordar jornalisticamente o esporte é o fator determinante para os altos índices da audiência do Esporte Espetacular e uma das razões da popularidade do futebol no Brasil.

6 OBJETIVOS

6.1 Objetivo Geral

Analisar o humor aliado à performance do apresentador como a forma de linguagem empregada no Quadro Fala Muito, do programa Esporte Espetacular.

6.2 Objetivos Específicos

H. A

- a) estudar a performance do jornalista/apresentador Lucas Gutierrez no programa Esporte Espetacular.
- b) analisar se a identidade do programa Esporte Espetacular sofreu alterações quando houve mudança de apresentador.
- c) analisar a forma de interação entre o jornalista Lucas Gutierrez e o público telespectador do Esporte Espetacular durante o programa.

H. B

- a) compreender a linguagem do audiovisual utilizada no programa Esporte Espetacular.
- b) estudar a forma de interação com o público utilizada no programa objeto de estudo.
- c) compreender se a internet e as redes sociais influenciam na ampliação e na forma de interação com o público nos programas de TV e no Esporte Espetacular – Quadro Fala Muito, em especial.

H. C

- a) estudar o humor na história da TV brasileira
- b) analisar a forma com que o humor se inseriu nos programas de jornalismo esportivo.
- c) analisar a forma como o humor é empregado para que seja possível informar através desse elemento no âmbito do jornalismo esportivo.

H.D

- a) entender o que é meme.
- c) observar os elementos do humor utilizados no quadro Fala Muito.
- d) avaliar a informação que os memes trazem para um conteúdo jornalístico e de que forma são inseridos no quadro Fala Muito.

H.E

- a) conceituar infotimento.
- b) entender a relação do infotimento com o jornalismo.
- c) compreender a linguagem do infotimento utilizada no Esporte Espetacular, dentro do quadro Fala Muito.

7 METODOLOGIA

O objetivo deste projeto é analisar a utilização do humor para informar no jornalismo esportivo de televisão. Logo, em busca de alcançar o objetivo e responder “Como o Esporte Espetacular utiliza o infotimento para comunicar?”, foram levantadas hipóteses e estabelecidos objetivos específicos. A base é a utilização do método de Análise de Conteúdo.

O caráter metodológico utilizado será o da Pesquisa Qualitativa. Para Mario Cardano (2017), a forma mais fácil de explicar sobre o que se trata a pesquisa qualitativa é diferenciá-la do outro caráter metodológico existente, o da pesquisa quantitativa. Nesse sentido, ele explica que:

[...] no campo da pesquisa quantitativa usam-se os números, a matriz de dados, a estatística, no da pesquisa qualitativa pode-se dispensar isso. A maior qualidade desse gênero de definição é a parcimônia, a qual talvez se deva o seu relativo sucesso (CARDANO, p. 24, 2017).

Um dos objetivos deste caráter metodológico é o aprofundamento dos detalhes como estilo de pesquisa.

Com essa escolha metodológica a pesquisa qualitativa responde de forma específica a uma exigência geral que recobre o inteiro domínio da pesquisa social, aquela de guiar a complexidade dos fenômenos em estudo. Esta complexidade, ao menos em parte, pode ser atribuída à proximidade ontológica entre observador e objeto observado (CARDANO, p. 25, 2017).

Avançando na construção da metodologia deste projeto, é necessário também determinar qual o procedimento que será utilizado. Dentre os existentes, o que se aplica é o da Pesquisa Bibliográfica. Esta é constituída a partir de estudos já realizados, buscando embasar e fundamentar o projeto. Utilizam-se autores que previamente discutiram a temática para que, através desses, seja realizada uma reflexão ainda mais profunda e assim se alcancem os objetivos e validem-se, ou não, as hipóteses. Entretanto, Tozoni-Reis (2009) *apud* Jussara Marques de Medeiros e Valdeslei Sviercoski (2020) fala sobre a atenção necessária para que essa construção não se torne uma “colcha de retalhos” sobre os estudos revisados pelo pesquisador.

Ela tem também o objetivo de articular os estudos revisados com o estudo proposto e com o problema de pesquisa. É importante que o pesquisador busque nessa etapa do trabalho as diferentes posições teóricas conceituais

relacionadas ao seu objeto. Após análise e interpretação, possa assumir conceitos próprios, construindo toda a fundamentação teórica necessária ao processo de conhecimentos (TOZONI-REIS, p. 90-91, 2009 *apud* MEDEIROS e SVIERCOSKI, 2020, p. 172)

O método que será utilizado para desenvolvimento da pesquisa é o de Análise Conteúdo. Segundo Laurence Bardin (1977), é possível defini-la como “um conjunto de técnicas de análise das comunicações”, que tem como objetivos a ultrapassagem da incerteza e o enriquecimento da leitura. A autora divide esse método, organizando-o em três fases:

- a) pré-análise: trata-se da organização da pesquisa. É a reunião de todos os documentos que serão submetidos à análise durante os estudos. Pode ser flexível, entretanto, é necessário que haja precisão. Além da escolha dos documentos, há outras duas missões, que são a formulação das hipóteses e dos objetivos e a elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final.

Neste projeto além da explanação sobre os conceitos que envolvem o tema da pesquisa, realizou-se estudo e resgate histórico através de diferentes autores, de questões pertinentes ao jornalismo, à televisão, ao humor e ao infotimento. Conteúdo esse que será aprofundado no Trabalho de Conclusão de Curso.

Os documentos que formam o *corpus* são episódios do quadro Fala Muito, bem como o programa de mesmo título que, conforme explicado no capítulo de introdução deste projeto, deu origem ao quadro em TV aberta:

- “Leitura de comentários”³⁸ feitos na internet sobre o programa. Exibido em 15/05/19, com duração de 3’19”;
- “Fala Muito: Lucas Gutierrez relembra 20 anos do mundial do Corinthians”³⁹. Exibido em 12/01/20, com duração de 6’;
- “Fala Muito! Fim do Carnaval marca o início da Libertadores de verdade”⁴⁰. Exibido em 01/03/20, com duração de 4’;
- “Clássicos regionais marcam as oitavas de final da Copa do Brasil”⁴¹. Exibido em 19/06/22, com duração de 6’;

³⁸ Disponível em: <https://www.facebook.com/watch/?v=420643158514777> > Acesso em 05/07/22.

³⁹ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8230693/> > Acesso em 05/07/22.

⁴⁰ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8363942/> > Acesso em 05/07/22.

⁴¹ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10681945/?s=0s> > Acesso em 05/07/22.

- Esporte Espetacular⁴², programa exibido em 03/04/22, com duração de 2h. Analisar o abre do programa (7'40"), que utiliza-se de uma linguagem e dos recursos de imagem e edição que são característicos do quadro Fala Muito.

b) exploração do material: uma fase depende da outra para a aplicação deste método. Se a anterior foi bem executada, a exploração do material trata-se da “administração sistemática das decisões tomadas”. Nesta etapa será realizada a decupagem do material relacionado no item a.

Bardin (1977) aponta ainda para a necessidade de uma boa categorização para que a exploração do material seja eficaz, obedecendo aos seguintes critérios:

- a exclusão mútua: condição que estipula que cada elemento não pode existir em mais de uma divisão;
- a homogeneidade: indica que um único princípio de classificação deve governar a sua organização;
- a pertinência: deve refletir as intenções da investigação, sendo que as questões do analista devem corresponder às características das mensagens;
- a objetividade e a fidelidade: mesmo sendo submetidas a várias análises, as diferentes partes de um mesmo material devem ser codificadas da mesma forma;
- a produtividade: será produtivo se fornecer resultados férteis, ou seja, possibilitando índices de interferência, hipóteses novas e dados exatos.

Com base nas indicações de Bardin, as seguintes categorias foram escolhidas para análise dos programas relacionados: o texto, com análises sobre a linguagem, referências e jargões utilizados; a imagem para verificação de questões como enquadramento, planos de câmera cenário, além da performance e do humor.

c) tratamento dos resultados obtidos e interpretação: a terceira e última fase interpreta os resultados e dados obtidos nas anteriores. Isso torna válidas as análises realizadas, dá significado e também gera uma reflexão que pode ser utilizada em nova pesquisa. Dá sentido e significado à pesquisa.

⁴² Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10449141/?s=0s> > Acesso em 05/07/22.

Sendo essas as considerações de como será realizada a metodologia do futuro Trabalho de Conclusão de Curso, no capítulo seguinte realizar-se-á a revisão bibliográfica dos temas abordados.

8. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

8.1 HISTÓRIA DA TELEVISÃO NO BRASIL

O resgate histórico foi essencial para compreender os elementos que hoje estão presentes na televisão brasileira. Para esse estudo, a pesquisadora utilizou como referência as seguintes obras: TV no Brasil do Século XX (2002), de Othon Jambeiro; Telejornalismo: da história às técnicas (2017), de Gilvan Ferreira de Araújo; História da Televisão Brasileira (2010), escrito por Sergio Mattos; além do livro História da Televisão no Brasil (2010), organizado por Ana Paula Goulart Ribeiro, Igor Sacramento e Marco Roxo; História Social dos Meios de Comunicação (2020), escrito por Rosa Maria Cardoso Dalla Costa e ainda, A Televisão Levada a Sério (2000), de Arlindo Machado.

8.1.1 Evolução Tecnológica

Ao abordar a história da televisão, fez-se necessário dedicar atenção às evoluções tecnológicas, percebendo que essas têm influência direta nos programas, programações e linguagem utilizada pelos jornalistas. Para isso, realizou-se a compilação de informações, bem como a reflexão necessária a partir do livro Jornalismo de TV (2005), Luciana Bistane e Luciane Bacellar e do artigo TV Digital Interativa: Conceitos e Tecnologias (2004), elaborado por Valdecir Becker e Carlos Montez (2004).

8.2 JORNALISMO AUDIOVISUAL

Sobre esta temática, foram encontradas as fundamentações teóricas necessárias nos livros A Opinião no Jornalismo Brasileiro (2003), de José Marques de Melo; Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira (2004), escrito por José Carlos Aronchi de Souza e ainda, em A Sociedade em Rede (2002), de Manuel Castells.

8.3 JORNALISMO ESPECIALIZADO

Além de estudar o jornalismo em si, fez-se necessário entender o campo do jornalismo que trata de assuntos específicos de forma mais aprofundada e por quem ele deve ser feito. Para isso, foram fundamentais o artigo O jornalismo especializado e a especialização periodística (2009), de Frederico de Mello Brandão Tavares e os livros Linguagem Jornalística (1999), de Nilson Lage e Jornalismo: especialização e segmentação (2017), escrito por Alessandra Lemos Fernandes (2017).

8.3.1 Jornalismo Esportivo

A obra Jornalismo Esportivo (2011), de Paulo Vinicius Coelho, ajudou a pesquisadora a compreender uma das segmentações do jornalismo, que é o jornalismo esportivo. Item de grande relevância para a pesquisa, uma vez que a temática e todos os objetos relacionados na metodologia para a futura análise, são referentes ao esporte.

8.4 ENTRETENIMENTO

A diferença entre entretenimento e espetáculo e a relação deste com o jornalismo foi possível de ser compreendida com base nas seguintes obras: Manual do Jornalismo Esportivo (2006), de Heródoto Barbeiro e Patrícia Rangel; A Sociedade do Espetáculo (2003), do escritor Guy Debord; Showrnalismo: a notícia como espetáculo (2001), de José Arbex; A Notícia light e o jornalismo de infotenimento (2007), de Fábria Angélica Dejavite e A diversão que informa ou a informação que diverte? (2011), escrito por Luís Mauro Sá Martino e José Augusto Mendes Lobato.

8.5 HUMOR

Fez-se necessário compreender não só a relação do humor com o jornalismo, mas também a relação do humor com a cultura do povo brasileiro e com os meios de

comunicação em geral, além de suas formas de linguagem e como era percebido na antiguidade, quando já se tornara objeto de estudo de filósofos.

Para isso, a pesquisadora teve como referência os seguintes livros e artigos: *Linguística Textual Princípios Teóricos e Básicos* (2019), de Klabyr Wanderson; *Linguística Textual Princípios Teóricos e Básicos* (2019), de Cristóvão de Jesus; *Um olhar pela porta dos fundos: apontamentos sobre o humor político audiovisual no Youtube* (2018), de Rafael Sbeghen Hoffo; *O riso, as paixões e as faculdades da alma* (1994), de Verena Alberti; *O humor conversacional na fala-em-interação em aulas de língua inglesa* (2008), de Karin Rangel Terra e *História da imprensa no Brasil* (2008), por Ana Luiza Martins e Tania Regina de Luca.

8.6 ESPORTE ESPETACULAR, FALA MUITO E LUCAS GUTIERREZ

Para conhecer melhor o quadro “Fala Muito”, o programa que deu origem à esse quadro, o programa ao qual está vinculado agora e também o jornalista responsável pela criação e apresentação, foi importante a busca por informações no site Memória Globo e também no site da Sport Tv.

8.7 METODOLOGIA

Para desenvolver a metodologia e a aplicação de técnicas para análise dos programas que serão o *corpus* nesta pesquisa, foram importantes os livros *Análise de Conteúdo* (1977), de Laurence Bardin; *O sabor do saber científico: TCC no Serviço Social* (2020), escrito por Jussara Marques de Medeiros e Valdeslei Sviercoski e *Manual de pesquisa qualitativa* (2017), de Mario Cardano, além do artigo intitulado *Pesquisa qualitativa tipos fundamentais* (1995), escrito por Arilda Schimidt Godoy.

9 ROTEIRO DOS CAPÍTULOS

1. INTRODUÇÃO

2. TELEVISÃO

2.1 O MEIO DE COMUNICAÇÃO QUE ACABARIA COM O RÁDIO: SUA INTRODUÇÃO NO BRASIL

2.2 EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA

3. JORNALISMO AUDIOVISUAL

3.1 CARACTERÍSTICAS

3.2 DIFERENTES FORMATOS DE PROGRAMAS

3.2.1 A atuação do jornalista: da bancada à apresentação de pé

3.3 INTERAÇÃO: A TROCA DE INFORMAÇÕES COM O PÚBLICO

3.3.1 Como a TV digital pode agregar e engajar mais a audiência

4. JORNALISMO ESPECIALIZADO

4.1 JORNALISMO ESPORTIVO

4.2 GLOBO, A CASA DOS ESPORTES: TRADIÇÃO, PIONEIRISMO E IDENTIDADE

4.3 ESPORTE ESPETACULAR

5. INFOTENIMENTO

5.1 ENTRETENIMENTO E O ESPETÁCULO

6. HUMOR

6.1 CARACTERÍSTICAS E DIVISÕES

6.2 O HUMOR COMO PARTE DA CULTURA DO BRASIL

6.3 COMO USAR O HUMOR A FAVOR DA INFORMAÇÃO

6.4 INTRODUÇÃO DO HUMOR NOS PROGRAMAS DE ESPORTE

6.5 COMO OS MEMES INFORMAM: LINGUAGEM DA INTERNET NA TELEVISÃO

6.6 COMO O TELESPECTADOR RECEBE A COMUNICAÇÃO FEITA COM HUMOR

7. O QUADRO FALA MUITO

7.1 PERFORMANCE DE LUCAS GUTIERREZ

7.2 DO TEXTO À EDIÇÃO: CARACTERÍSTICAS DO PROGRAMA

8. METODOLOGIA

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

10 CRONOGRAMA

ATIVIDADE	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Leitura e anotações	x					
Produção da Introdução	x	x				
Produção Capítulo 2 e correção Introdução			x			
Produção Capítulo 3 e correção Capítulo 2			x			
Produção Capítulo 4 e correção Capítulo 3				x		
Produção Capítulo 5 e correção Capítulo 4				x		
Produção Capítulo 6 e correção Capítulo 5				x		
Produção Capítulo 7 e correção Capítulo 6					x	
Produção Capítulo 8 e correção Capítulo 7					x	
Considerações Finais e correção Capítulo 8						x
Correções finais e verificação da Formatação						x
Entrega do TCC						x

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Gilvan Ferreira de. **Telejornalismo: da história às técnicas**. Curitiba: Editora Intersaberes, 2017.

ARBEX, José Arbex. **Showrnalismo: a notícia como espetáculo**. São Paulo: Editora Casa Amarela Ltda, 2001.

BARBEIRO, Heródoto Barbeiro; RANGEL, Patrícia. **Manual do Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

BARBOSA, Ruy. **A imprensa e o dever da verdade**. Rio de Janeiro: Biblioteca Nacional, 1920.

BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciane. **Jornalismo de TV**. São Paulo: Contexto, 2008.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Editora Paz e Terra S/A, 2002.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2003.

JAMBEIRO, Othon. **A TV no Brasil do Século XX**. Salvador: Editora da UFBA, 2002.

JESUS, Klabyr Wanderson Cristóvão de. **Linguística Textual Princípios Teóricos e Básicos**. Curitiba: Intersaberes, 2019.

LAGE, Nilson. **Linguagem Jornalística**. São Paulo: Ática, 1999.

MACHADO, Arlindo. **A Televisão Levada a Sério**. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira**: uma visão econômica, social e política. Petrópolis: Vozes, 2010.

MELO, José Marques de. **A Opinião no Jornalismo Brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 2003.

SODRÉ, Muniz. **O Monopólio da Fala**: Função e Linguagem da Televisão no Brasil. Petrópolis: Editora Vozes, 1984.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira**. São Paulo: Summus Editorial, 2004.

THOMASSEAU, Jean-Marie. **O Melodrama**. São Paulo: Perspectiva, 2005.

E-books:

CARDANO, Mario. **Manual de pesquisa qualitativa**. Petrópolis: Editora Vozes, 2017.

COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2011.

COSTA, Rosa Maria Cardoso Dalla. **História Social dos Meios de Comunicação**. Curitiba: Editora Intersaberes, 2020.

FERNANDES, Alessandra Lemos. **Jornalismo**: especialização e segmentação. Curitiba: Intersaberes, 2017.

KUROSE, James; ROSS, Keith Ross. **Redes de Computadores e a Internet**. Londres: Pearson Education, 2006.

MEDEIROS, Jussara Marques de; SVIERCOSKI, Valdeslei. **O sabor do saber científico**: TCC no Serviço Social. Curitiba: Editora Intersaberes, 2020.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da Televisão no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

Artigos:

ALBERTI, Verena. **O riso, as paixões e as faculdades da alma**. Rio de Janeiro, 1994.

BECKER, Valdecir; MONTEZ, Carlos. **TV Digital Interativa: Conceitos e Tecnologias**. Ribeirão Preto: WebMídia & LA, 2004. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/233869183_TV_Digital_Interativa_conceitos_e_tecnologias. > Acesso em 20 de maio de 2022.

BERGAMO, Alexandre. A reconfiguração do público. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart;

DEJAVITE, Fábila Angélica. **A Notícia light e o jornalismo de infotainment**. Santos, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r1472-1.pdf>. > Acesso em 05 de junho de 2022.

DEUZE, Mark. **Educating "New" Journalists: Challenges to the Curriculum**. Amsterdam, 2001. Disponível em: <https://eric.ed.gov/?id=EJ626232>. > Acesso em 30 de maio de 2022.

DIAS, Gabriela Ferreira Sales. **A incidência do ISS sobre plataformas de streaming: uma análise dos desafios na tributação da tecnologia com o advento da lei complementar nº 157/2016**. Fortaleza: 2018. Disponível em: https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/33887/1/2018_tcc_gfsdias.pdf. > Acesso em 20 de maio de 2022.

GODOY, Arilda Schmidt. **Pesquisa qualitativa tipos fundamentais**. São Paulo: 1995. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/ZX4cTGrqYfVhr7LvVyDBgdb/?format=pdf&lang=pt>. > Acesso em 07 de junho de 2022.

HOFFO, Rafael Sbeghen. **Um olhar pela porta dos fundos**: apontamentos sobre o humor político audiovisual no Youtube. Porto Alegre, 2018. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/180560/001072397.pdf?sequence=1&Allowed=y>. > Acesso em 23 de maio de 2022.

ITO, Youichi. **Birth of joho shakai and johoka concepts in Japan and their diffusion outside Japan**. Tóquio: Keio Communication Review, 1991.

MARTINO, Luís Mauro Sá; LOBATO, José Augusto Mendes. **A diversão que informa ou a informação que diverte?** São Paulo: 2011. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/10-A-divers%C3%A3o-que-informa-ou-a-informa%C3%A7%C3%A3o-que-diverte.pdf> > Acesso em 20 de junho de 2022.

MIRA, Maria Celeste. O moderno e o popular na TV de Silvio Santos. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da televisão no Brasil**: do início aos dias de hoje. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

OLIVEIRA, Hebe Maria Gonçalves de. **A natureza do furo de reportagem**: da perspectiva histórica para uma construção teórica. Ponta Grossa, 2014.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor. A renovação estética da TV. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da televisão no Brasil**: do início aos dias de hoje. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. **O jornalismo especializado e a especialização periodística**. São Leopoldo, 2009. Disponível em: <http://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/06-tavares-acontecimento.pdf> . > Acesso em 30 de maio de 2022.

TERRA, Karin Rangel. **O humor conversacional na fala-em-interação em aulas de língua inglesa**. Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/12941/12941_1.PDF. > Acesso em 20 de junho de 2022.

Sites:

GE. **Esporte Espetacular**. Disponível em: <https://ge.globo.com/programas/esporte-espetacular/> > Acesso em 07 de junho de 2022.

GE. **Fala Muito**. Disponível em: <https://ge.globo.com/sportv/programas/fala-muito/> > Acesso em 07 de junho de 2022.

MEMÓRIA GLOBO. **Esporte Espetacular**. Disponível em: https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/esporte-espetacular/noticia/esporte-espetacular.ghtml#ancora_ > Acesso em 19 de maio de 2022.

MEMÓRIA GLOBO. **Globo Repórter**. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/globo-reporter/> > Acesso em 20 de maio de 2022.

MEMÓRIA GLOBO. **História**. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/jornal-de-vanguarda/noticia/historia.ghtml> > Acesso em 28 de maio de 2022.

MEMÓRIA GLOBO. **Walter Clark**. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/perfil/walter-clark/noticia/walter-clark.ghtml> > Acesso em 25 de maio de 2022.