

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER  
Curso de Bacharelado em Jornalismo

GUILHERME THEMISTOCLES AZEVEDO NETO

**O INFOTENIMENTO NO TELEJORNALISMO: UMA ANÁLISE DE CONTEÚDO  
DO LEITURA DINÂMICA**

RIO DE JANEIRO

2021

GUILHERME THEMISTOCLES AZEVEDO NETO

**O INFOTENIMENTO NO TELEJORNALISMO: UMA ANÁLISE DE  
CONTEÚDO DO *LEITURA DINÂMICA***

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como requisito parcial  
para obtenção do grau de bacharel em  
Jornalismo ao Centro Universitário  
Internacional UNINTER.

Orientador: Prof.<sup>a</sup> Ma. Marcia Boroski

RIO DE JANEIRO

2021



**Curso de Bacharelado em Jornalismo**  
*Ata de Banca de Avaliação de Trabalho de Conclusão de Curso*

Aos dezesseis dias do mês de setembro de dois mil de vinte e um realizou-se a banca de avaliação de Trabalho de Conclusão de Curso do estudante Guilherme Themistocles Azevedo Neto, portador do Registro Uninter 1990593 do curso de Bacharelado em Jornalismo do Centro Universitário Internacional Uninter. Na ocasião, o trabalho desenvolvido na fase de defesa, na modalidade monografia, sob o título O infotainment no telejornalismo: uma análise de conteúdo da Leitura Dinâmica e orientação da professora Ma. Marcia Boroski, foi apreciado pelos seguintes membros da banca avaliadora:

Examinador 1: Dr. Guilherme Gonçalves de Carvalho

Examinador 2: Me. André Corradini

Após a conferência do trabalho e considerando a média das notas atribuídas pelos professores examinadores nas fichas de avaliação, atribuiu-se a seguinte nota: 9,4

Sendo assim, considerou-se o estudante aprovado.

Assinam os seguintes participantes:

Orientadora:

*Marcia Boroski*

Examinador 1:

Examinador 2:

Estudante:

*Guilherme Themistocles Azevedo Neto*

## RESUMO

O presente trabalho aborda o infotenimento no telejornalismo, a partir da análise do “Leitura Dinâmica”, telejornal da *Rede TV!*. Buscando identificar se o infotenimento tinha maior ou menor peso na estrutura do telejornal em dois momentos distintos, o *corpus* foi constituído por dois períodos separados por um ano, sendo a primeira semana entre os dias 13 e 17 de janeiro de 2020 (antes da pandemia do coronavírus), e a segunda entre 11 e 15 de janeiro de 2021 (durante a pandemia). Baseou-se em estudos teóricos sobre infotenimento, a partir de Fábila Dejavite (2006), Itânia Gomes (2009) e Vitor Belém (2018), abordando também conceitos como *hard news*, *soft news* e notícia *light*. Como método de pesquisa, foi feita uma análise de conteúdo baseada em Laurence Bardin (1977), classificando as notícias em categorias de *hard news* e *soft news* para atestar a presença do infotenimento. Como resultados, verificou-se que o infotenimento está presente no telejornal através da valorização de temáticas como cultura, esporte, embora com uma diferença na minutagem entre as duas semanas analisadas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Infotenimento; Telejornalismo; Leitura Dinâmica.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>06</b>
<b>2 METODOLOGIA.....</b>	<b>10</b>
<b>3 TELEJORNALISMO BRASILEIRO.....</b>	<b>13</b>
3.1 CARACTERÍSTICAS GERAIS DO TELEJORNAL.....	15
3.2 A NOTÍCIA NO TELEJORNALISMO.....	17
3.3 INFOTENIMENTO NO TELEJORNALISMO.....	18
3.4 NOTÍCIA LIGHT.....	23
<b>4 A EMISSORA <i>REDE TV!</i> E O TELEJORNAL <i>LEITURA DINÂMICA</i>.....</b>	<b>26</b>
<b>5 ANÁLISE DO CONTEÚDO DO TELEJORNAL <i>LEITURA</i></b>	
<b><i>DINÂMICA</i>.....</b>	<b>28</b>
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>39</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>41</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O infotenimento é um conceito que surgiu nos anos 80 e diz respeito a um “gênero híbrido que apresenta informação na linguagem do entretenimento” (MARTINO, 2009, p.155-156). É a união da informação e do entretenimento em produtos jornalísticos.

Segundo Souza (2004, p. 39), “o entretenimento é necessário para toda e qualquer ideia de produção”, ou seja, divertir e entreter são fundamentais no tocante à audiência e à fidelização do público, “despertando sua vontade de assistir” (WATTS, 1990, p.20).

Com essa necessidade do leitor em interagir e o interesse de conquistar o público, o jornalismo de infotenimento “sintetiza a intenção editorial do papel de entreter no jornalismo, pois segue seus princípios básicos que atende às necessidades de informação do receptor de hoje (DEJAVITE, 2007, p.2). É a mescla da informação com a diversão.

Conforme Gomes (2009), o infotenimento “traduz o embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento”. Em uma era da sociedade da informação, marcada por mudanças tecnológicas e a configuração do mundo em rede a partir da internet, há uma busca por novas possibilidades de informação. Assim, novas demandas passaram a ser exigidas como a inserção de determinadas notícias conhecidas como “notícias *light*”.

Nesse contexto, “a notícia deve, na sociedade da informação, aparentar as mesmas características da cultura *light*: ou seja, ser efêmera, circular rapidamente, fornecer dados novos e, ao mesmo tempo, divertir as pessoas” (DEJAVITE, 2006, p.69).

Dessa forma, características como as *notícias light* estão presentes nesse universo da cultura light, que pode ser analisada em alguns produtos jornalísticos atuais como, por exemplo, nos telejornais. Os telejornais surgiram na televisão brasileira na Tupi, em 1950, e sempre foram caracterizados por notícias factuais, quentes, principalmente em contextos marcados por eventos fora do comum, como a pandemia do coronavírus.

Atualmente, por outro lado, o telejornal, produto historicamente definido por notícias de *hard news*, deve ser capaz de unir a informação e o entretenimento nas notícias, informando a população e interagindo com o público. Essas características do telejornalismo atual demonstram a importância de analisar o infotimento e a notícia *light* como objetos de pesquisadores e estudiosos atuais do jornalismo.

Visto o contexto, é válido o seguinte questionamento que problematiza este trabalho de pesquisa: o infotimento está mais ou menos presente na edição do telejornal “Leitura Dinâmica”, comparando dois momentos distintos do noticiário brasileiro, marcado por uma pandemia?

A delimitação do problema de pesquisa diz respeito, especificamente, à quantificação do infotimento e de que forma ele está presente no telejornal em questão, comparando-se contextos diferentes, demarcados por uma pandemia. A pandemia foi escolhida como recorte por ser um evento fora do comum e que modifica a escalada de um telejornal.

Na busca pela resposta à questão acima, procurou-se elaborar hipóteses que pudessem responder a esse problema, sendo elas: o infotimento no telejornalismo, que é marcado, dentre outras características, pela presença da notícia *light* e da *soft news*; isso acontece porque o telejornal absorve características da sociedade da informação em sua estrutura, modernizando o formato e mesclando informações de interesse público com outras de interesse do público; e, assim, o telejornal hoje segue uma estrutura que mescla a divulgação de *hard news* com *soft news*, informando e entretendo o espectador.

A partir das hipóteses, o objetivo geral desta pesquisa foi analisar o infotimento no telejornalismo, especificamente no telejornal “Leitura Dinâmica”, especificando o tipo de notícia presente nas edições, a temática, buscando quantificar o quanto de conteúdo de infotimento está presente no telejornal, comparando dois diferentes contextos de informação (sendo a primeira semana entre os dias 13 e 17 de janeiro de 2020 - antes da pandemia do coronavírus - e a segunda entre 11 e 15 de janeiro de 2021 - durante a pandemia) para mensurar se houve diferença na questão da minutagem entre as diferentes editoriais/temáticas ligadas à informação e ao entretenimento.

Para alcançar esse objetivo geral, buscou-se definir determinados objetivos específicos, sendo eles: caracterizar o telejornalismo brasileiro, segundo os pressupostos teóricos de Guilherme Rezende (2000) e Olga Curado (2002), e o conceito de infotenimento, baseado nos estudos de Olga Dejavite (2006) e Itânia Gomes (2009); analisar a diferença entre *hard news*, *soft news* e notícia *light* na estrutura do telejornal para delimitar a notícia no telejornalismo; e identificar possíveis temáticas/ editorias presentes em notícias.

Assim, analisou-se o telejornal “Leitura Dinâmica” da Rede TV!, especificamente as notícias veiculadas, a partir de categorias como as temáticas/editorias e a minutagem de cada uma delas. Esse telejornal surgiu em 1999, no ano de fundação da Rede TV!, oriunda da concessão da Rede Manchete. O “Leitura Dinâmica” foi escolhido devido a sua regularidade na programação da emissora e o dinamismo contido na apresentação do telejornal, marcado por pautas culturais e alternativas.

Com a delimitação do objeto de pesquisa, ressalta-se a justificativa dessa pesquisa que é contribuir para os estudos teóricos acerca do infotenimento no telejornalismo. A análise de um telejornal ampliará a base teórica sobre o tema em questão, possibilitando uma maior compreensão sobre o jornalismo atual e o seu público-alvo, que busca uma boa informação, mesclada com nuances de leveza e entretenimento.

Com o objeto de análise definido, partiu-se para a metodologia. Tendo em vista a estrutura do telejornal e o aspecto diário, essa pesquisa abarcou dois períodos distintos para estabelecer a comparação de minutagem. Assim, a primeira semana de análise, antes da pandemia, envolve cinco edições do telejornal, realizadas entre os dias 13 e 17 de janeiro de 2020. Já a segunda semana de análise, durante a pandemia, compreende cinco edições do telejornal, realizadas entre os dias 11 e 15 de janeiro de 2021.

Esta pesquisa foi apresentada em cinco capítulos, além desta Introdução e as Considerações Finais. O capítulo *Metodologia*, indicado como capítulo 2, aprofunda as etapas do processo de produção do trabalho, desde a pesquisa bibliográfica, com o levantamento teórico sobre o tema em questão, até a análise



de conteúdo, segundo Bardin (1977), com a criação de categorias para a posterior interpretação dos dados.

O capítulo 3, *Telejornalismo Brasileiro*, aborda o telejornalismo no âmbito da comunicação e da sociedade brasileira, destacando os conceitos fundamentais de *hard news* e *soft news*, e o infotimento no telejornalismo como uma forma de mesclar notícias mais sérias e densas com notícias mais leves que entretém o telespectador. Por fim, a notícia *light* também será analisada como um produto do infotimento.

O quarto capítulo, *A emissora Rede TV! e o telejornal Leitura Dinâmica*, traz o histórico da emissora e do telejornal em questão, analisando suas características gerais em relação ao ritmo e ao dinamismo do produto, que serão aprofundadas na análise de conteúdo.

Por fim, na etapa final, *Análise de conteúdo do telejornal Leitura Dinâmica*, com o levantamento feito e as categorias criadas, é feita a interpretação dos dados através das categorias de *hard news*, *soft news* e as editoriais/temáticas identificadas, segundo pressupostos teóricos de Dejavite (2006).

## 2 METODOLOGIA

A pesquisa teve por objetivo analisar o infotimento presente no telejornal “Leitura Dinâmica” da Rede TV!. Para isso, ela foi dividida em duas etapas nos seus aspectos metodológicos. A fim de elaborar uma análise de conteúdo do telejornal em questão, primeiramente, foi feito um levantamento teórico do tema através de uma pesquisa bibliográfica.

Segundo Antônio Carlos Gil (2002, p.17), a pesquisa bibliográfica é definida como um “procedimento racional e sistemático que tem como o objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos”. Dessa forma, esse método auxilia no desenvolvimento da pesquisa a partir de um material já existente em livros e artigos científicos.

Nessa etapa, buscou-se determinar o que é o telejornalismo, suas características básicas em termos de estrutura e roteiro, os diferentes tipos de notícia e de temática/editoria presentes em um telejornal e como o infotimento é percebido e inserido nessa organização do conteúdo. Por fim, elaborou-se categorias de análise baseada em alguns conceitos estudados nessa etapa de pesquisa como *hard news* e *soft news*, além das editorias/temáticas que possibilitam diferentes práticas de infotimento no telejornalismo.

Entre os autores principais levantados na pesquisa estão, no telejornalismo, Guilherme Jorge de Rezende (2000) e Olga Curado (2002). Já em relação ao infotimento, as principais pesquisadoras são Flávia Dejavitte (2006) e Itania Gomes (2009). Por fim, no tocante ao “Leitura Dinâmica”, Guilherme Jorge de Rezende (2000) estabeleceu um panorama das emissoras daquele período.

Como segunda etapa do processo metodológico, foi feita uma Análise de Conteúdo, um método de pesquisa quantitativa para estabelecer categorias e medir a porcentagem de infotimento presente no telejornal “Leitura Dinâmica” no período analisado. De acordo com Laurence Bardin (2009), a Análise de Conteúdo “é um método muito empírico dependente do tipo de fala a que se dedica e do tipo de interpretação que se pretende como objetivo” (BARDIN, 2009, p.30).

Conforme Bardin (1977), a análise quantitativa é feita em três momentos diferentes: “pré-análise; exploração do material; tratamentos dos resultados, a interferência e a interpretação” (BARDIN, 1977, p.95). A etapa da “pré-análise” diz respeito à organização da análise. Segundo Bardin, essa etapa objetiva “tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais de maneira a conduzir a um esquema preciso do desenvolvimento das operações sucessivas, num plano de análise” (BARDIN, 1977, p.95).

Na pré-análise, a pesquisa se baseou na observação e no levantamento de dados, buscando a organização para a posterior análise. Para isso, primeiramente, definiu-se a problematização da pesquisa. Nesse trabalho em questão, o ponto central do problema foi identificar o infotimento no telejornalismo. Através da comparação da minutagem, procurou-se identificar se, durante o período de cobertura da pandemia, o telejornal valorizou mais o infotimento em comparação com o período antes da pandemia.

Na etapa seguinte de análise do conteúdo, exploração do material, foi construído o corpus com a coleta de dados das edições do telejornal “Leitura Dinâmica”. O material selecionado foi utilizado para uma análise quantitativa, buscando categorizar e medir o percentual de infotimento presente no telejornal “Leitura Dinâmica”.

Dessa forma, a primeira semana analisada pela pesquisa reuniu as cinco edições do telejornal exibidas entre os dias 13 e 17 de janeiro de 2020; já a segunda semana entre os dias 11 e 15 de janeiro de 2021 e composta por cinco edições. As edições foram obtidas através do site da emissora Rede TV! e do portal UOL. Esse recorte foi feito como uma forma de delimitação de análise, utilizando como parâmetro o período antes e durante a pandemia.

Na elaboração das categorias de análise, foram utilizados termos e definições do referencial teórico. Assim, foram escolhidas como critério as definições de *hard news* e *soft news*, segundo os pressupostos teóricos de Gaye Tuchman (1978). Basicamente, o conteúdo foi dividido entre *hard news* e *soft news*, quantidade de notícias e as editorias/temáticas, buscando identificar o infotimento em notícias de telejornal.

Por fim, a terceira etapa do processo metodológico de análise de conteúdo relacionada ao tratamento, inferência e à interpretação de dados que “permite estabelecer quadros de resultados, diagramas, figuras e modelos, os quais condensam e põem em relevo as informações fornecidas pela análise” (BARDIN, 1977, p.101). É a etapa que organizou os dados para uma posterior interpretação dos mesmos.

Essa interpretação dos dados buscou as respostas ao problema formulado na primeira etapa afim de retificar ou ratificar as hipóteses elaboradas. Para chegar ao resultado, criou-se tabelas que facilitassem na interpretação dos dados coletados e organizados nas etapas anteriores, gerando inferências que possam confirmar ou negar as hipóteses estabelecidas antes.

### 3 TELEJORNALISMO BRASILEIRO

Contextualizando, antes da televisão chegar ao Brasil, nos anos 30/40, o rádio era o principal meio de comunicação de massa do país. Com a chegada da televisão, há o começo do fascínio pelas imagens geradas pela TV. Segundo Wolton, “a televisão era um tipo de espetáculo. Os espectadores narravam os programas uns aos outros, uma vez que muitos não tinham televisão” (WOLTON, 1996, p. 154).

A televisão chegou ao Brasil em 1950, inaugurada por Assis Chateaubriand, no dia 18 de setembro, na antiga TV Tupi de São Paulo. Paralelo a isso, com a vinda da televisão, em seguida, surgiu o primeiro telejornal no Brasil. O primeiro telejornal da televisão brasileira foi o “Imagens do Dia”, que surgiu na Tupi, junto com a própria televisão, em 1950. Conforme Sampaio, o telejornal “constava de uma sequência de filmes dos últimos acontecimentos locais” (SAMPAIO, 1971, p. 23 apud REZENDE, 2000, p. 105).

Segundo Rezende (2002), a televisão cresceu e se difundiu no Brasil inserida em uma sociedade elitista, desigual, e de baixo nível educacional. Dessa forma, a elite se interessou a partir do fascínio da imagem que a TV proporcionava. Aliado a isso, o interesse do público pela notícia foi crescente para se manter atualizado no dia a dia. Assim, conforme Squirra (1993), um dos produtos que cresceu em importância foi o telejornal na programação.

Os programas telejornalísticos são espaços conquistados pelo sempre crescente interesse da população pelas notícias. Outro fator de importância são as específicas características dos programas jornalísticos com relação ao resto da programação das emissoras. O telejornal é, pelas características dos programas jornalísticos, o tipo de programa que mais credibilidade proporciona às emissoras. (SQUIRRA, 1993. p. 14)

O primeiro telejornal reconhecido como sucesso no Brasil foi o “Repórter Esso”, que foi inaugurado em 1953 na TV Tupi e era apresentado por Khalil Filho. Esse noticiário era oriundo do radiojornalismo e foi exibido entre 1952 e 1970. Segundo Souza (2015), “o formato pioneiro no gênero telejornal foi o noticiário,

com o apresentador lendo textos para a câmera, sem outras imagens ou ilustrações” (SOUZA, 2015, p. 152).

Nos anos 60, o telejornal se amplifica na grade de programação das emissoras, em um período marcado pelo avanço das novas tecnologias e a inauguração de Brasília, a nova capital do Brasil. Nesse contexto, surge o “Jornal de Vanguarda”. Segundo Rezende (2000), esse jornal marcou uma ruptura do estilo radiofônico.

A qualidade jornalística desse noticiário causou um impacto enorme pela originalidade de sua estrutura e forma de apresentação distinta de todos os demais informativos [...]. Todo esse reconhecimento esbarrou, todavia, no golpe de 1964. O Jornal de Vanguarda resistiu ainda por algum tempo, até que, após a edição do Ato Institucional nº 5 pelo governo militar, a equipe resolveu extingui-lo [...]. (REZENDE, 2000, p. 107)

No final da década de 60, surge o Jornal Nacional (JN), da Rede Globo e, com o fim do Repórter Esso, o telejornalismo entra em uma nova fase de investimento. Com o sinal por satélite, o JN passou a ser transmitido em várias capitais brasileiras a partir de 1969. Rezende (2000) aponta as mudanças provocadas pela Globo a partir da criação do Jornal Nacional.

Claro que não foi a Globo que criou o telejornalismo, mas foi ela que eliminou o improvisado, impôs uma duração rígida no noticiário, copidescou não só o texto como a entoação e o visual dos locutores, montou um cenário adequado, deu ritmo à notícia, articulando com excelente “timing” texto e imagem (pode ser que você não se lembre, mas com a Globo começamos a assistir a esta coisa quase impossível: os programas entrarem no ar na hora certa). (PIGNATARI, 1984, p.14 apud REZENDE, 2000, p. 114)

Com o Jornal Nacional, o jornalismo torna-se mais objetivo, frio, formal, com um texto mais simples e frases curtas. Além disso, o uso do teleprompter facilitou a aproximação do apresentador com o telespectador a partir da possibilidade de leitura do texto projetada de frente para a câmera. Dessa forma, o JN estabelece uma nova fase do telejornalismo brasileiro, aproximando-se do modelo norte-americano da objetividade.

Com o sucesso do Jornal Nacional, a Rede Globo investiu na criação de outros telejornais na década de 70, principalmente no período matutino. Entre essas criações, houve a criação do Bom Dia São Paulo que originou o Bom Dia Brasil. Nos outros horários, o Jornal Hoje e o Jornal da Globo também foram criados a partir do sucesso do Jornal Nacional (MELLO, 2009).

Atualmente, a TV Globo conta com inúmeros telejornais em sua programação desde a madrugada com o Hora 1 às 4h da manhã, passando pelo Bom Dia Brasil, Jornal Hoje, JN, até à noite com o Jornal da Globo. São cinco horas diárias da programação voltadas ao telejornalismo, com dez programas, sendo que sete deles são transmitidos em rede nacional.

Pela relevância da emissora e as mudanças provocadas pelo Jornal Nacional no telejornalismo brasileiro, essa parte do trabalho buscou abordar a Rede Globo no contexto histórico do telejornalismo brasileiro. Quanto às demais emissoras, no capítulo “A emissora Rede TV! e o telejornal Leitura Dinâmica”, uma nova contextualização irá abarcá-las no tocante à relevância no telejornalismo brasileiro.

### 3.1 CARACTERÍSTICAS GERAIS DO TELEJORNAL

A importância do telejornalismo passa pelo aspecto informativo, aliado a fatores de ordem econômica e social, em um país marcado pela desigualdade social e o acesso à informação. Hoje, com a Internet, a informação está mais democratizada, mas a televisão ainda predomina nos lares brasileiros. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), apenas 2,8% das casas brasileiras não tinham acesso à televisão. Comparando com o número de pessoas com acesso à internet, na casa dos 82,7%, a televisão continua sendo o meio mais influente nos lares brasileiros (IBGE, 2019).

Pela influência exercida, o telejornalismo deve seguir determinados estilos em termos de linguagem e texto. De acordo com Guilherme Rezende (2000), o texto para telejornal deve ser claro, conciso, objetivo e curto. Essas características seguem o modelo norte-americano de telejornalismo, vigente no Brasil, principalmente a partir da criação do Jornal Nacional, que demarca um

novo modo de fazer jornalismo no Brasil. Assim, segundo Jornal Nacional (2004), a linguagem deve ser comum, simples, dirigida ao público em geral e que siga o padrão culto da língua, evitando gírias.

Essas características de um texto mais objetivo, aliadas ao uso da imagem e do som são fundamentais para o entendimento da notícia por parte do telespectador. Assim, som, texto e imagem precisam se comunicar para conseguir transmitir o conteúdo de maneira simplificada e direta ao espectador. Heródoto Barbeiro ressalta esse diálogo entre som, texto e imagem na ótica do telejornalismo.

O texto em vídeo tem uma estrutura de movimento, instantaneidade, testemunhalidade, indivisibilidade de imagem e som, sintetização e objetividade. O primeiro passo para a redação de um texto no vídeo é conhecer as imagens que poderão ser usadas na edição, a fim de fazer o casamento da palavra com a imagem. (BARBEIRO, 2013, p. 150)

Além dos aspectos técnicos e da relação entre som, texto e imagem, o telejornal tem um aspecto fundamental que é a câmera. Segundo Machado (2000), o telejornal “consiste em tomadas em primeiro plano enfocando pessoas que falam diretamente para a câmera [...] seja elas jornalistas ou protagonistas (MACHADO, 2000, p. 103-104). Ainda em relação ao aspecto técnico do formato, Souza (2015) chama a atenção para as entrevistas e reportagens feitas ao vivo como diferencial.

Os programas adquirem formato de telejornal quando um apresentador chama reportagens ao vivo ou pré-gravadas e editadas e até faz entrevistas em estúdio. Pode ter um ou dois apresentadores e contar com comentaristas. Todas as categorias se utilizam desse formato, inclusive a publicidade. (SOUZA, 2015, p. 175-176)

Atualmente, além das características técnicas e de narrativa, o telejornal precisa dialogar com o seu público através das redes sociais, interagindo com o telespectador pelas diferentes formas de comunicação proporcionadas pelas novas tecnologias com o advento da internet. Esse é um diferencial importante e será melhor esmiuçado no subtópico que abordará o infotainment no telejornalismo.



### 3.2 A NOTÍCIA NO TELEJORNALISMO

O telejornal é um formato jornalístico que existe para transmitir informações de interesse público ao telespectador. A função informativa do telejornal consiste em divulgar informações relevantes para quem está assistindo. Dessa forma, a noticiabilidade de um fato, a possibilidade de um fato virar notícia é analisada pelos profissionais envolvidos na produção. Curado (2002) analisa o critério da abrangência como fundamental na seleção de notícias de um telejornal.

A importância da notícia é geralmente julgada de acordo com a sua abrangência, isto é, segundo o universo de pessoas às quais pode interessar. Esse é o critério mais utilizado em jornalismo de televisão que, dando ênfase ao aspecto da amplitude, pode tender a transformar a notícia em entretenimento ou em espetáculo, tratando apenas de questões amenas ou desprovidas de polêmica. (CURADO, 2002, p. 16)

Atualmente, o telespectador quer algo a mais além da informação. Uma das primeiras características do telejornalismo foi tornar as informações mais “sedutoras”, uma linguagem com sentido de “show” dado à notícia, segundo Piccinin (2008, p.19), apelando para o aspecto estético da imagem. Piccinin ressalta esse aspecto em sua fala.

O jornalismo de maneira geral, e o telejornalismo em específico [...] precisam, então, informar ao mesmo tempo em que devem ser bonitos e sedutores. E assim, o telejornal associa, portanto, o necessário tratamento estético para enfrentar as demandas da competitividade contemporânea, fruto da inserção no mercado mundial, com o compromisso ainda de origem, não totalmente abandonado, de instância mediadora e epistemologia da modernidade. (PICCININ, 2008, p. 18)

Ainda nesse aspecto do telejornalismo no meio digital, o telejornal hoje é resultado de uma “junção de estilos”, fruto de uma necessidade do público em consumir diferentes conteúdos em um mesmo formato na chamada era digital. Bourdieu (apud. PICCININ, 2008) aborda esse aspecto ao mencionar os diferentes tipos de notícia em pouco tempo presentes no telejornal atual.

Os informativos diários se referenciam, pois hoje, em boa parte, pela disputa das audiências, expandindo-se, em muitos casos próximos aos

60 minutos, mas com misturas muito heterogêneas de infotainment (notícias hard, soft, de política, sucessos do coração e até autopromocionais) com um claro condicionamento de seus processos produtivos. (PICCININ apud. BOURDIEU, 2008, p. 19)

A fim de sistematizar a notícia para a categorização, cabe diferenciar *hard news* e *soft news*. Segundo Tuchman (1978), a *hard news* é aquela notícia considerada “dura”, relacionada a acontecimentos relevantes, factuais e de interesse público. Já a *soft news* é a notícia “branda”, oriunda de um acontecimento sem relevância e de interesse do público.

Nesse contexto, tendo como objetivo para esse trabalho a análise do infotainment presente em um telejornal, serão utilizadas como categorias de análise os tipos de notícia *hard news* e *soft news*, ressaltando-se que o *soft news* é uma das maneiras de manifestação do infotainment em um telejornal, conforme determinadas temáticas/editoriais (Dejavite, 2006). Dessa forma, as notícias serão organizadas pelo seu tipo como categoria.

### 3.3 INFOTENIMENTO NO TELEJORNALISMO

Desde que a televisão surgiu, com o poder da imagem, vários produtos jornalísticos já tinham como marca a ideia do show, da produção e, especialmente, o uso da ironia e do deboche. O Jornal de Vanguarda, exibido na antiga TV Excelsior, na época da Ditadura Militar, utilizava o deboche para driblar a censura. Outros programas, como o Abertura, de Glauber Rocha, contavam com a participação do público interagindo e a presença de personalidades, em um período de abertura política (PATERNOSTRO, 2006).

Por consequência disso, os estudos acerca da presença do entretenimento no telejornalismo passaram a ser mais ampliados, principalmente nos anos 90. Diante disso, o infotainment, ou seja, a mescla entre informação e entretenimento, um termo que se popularizou durante a década de 90 passou a ser um objeto de estudo por acadêmicos e profissionais do jornalismo a partir dali. Fábria Dejavite (2007) é uma das estudiosas do infotainment e destaca a função do jornalismo de entreter o público, além de informar.

O jornalismo de infotimento é o espaço destinado às matérias que visam informar e entreter, como, por exemplo, os assuntos sobre estilo de vida, as fofocas e as notícias de interesse humano –os quais atraem, sim, o público. Esse termo sintetiza, de maneira clara e objetiva, a intenção editorial do papel de entreter no jornalismo, pois segue seus princípios básicos que atende às necessidades de informação do receptor de hoje. Enfim, manifesta aquele conteúdo que informa com diversão. (DEJAVITE, 2007)

O infotimento dialoga com as exigências do jornalismo na atualidade, marcado por um público que tem várias opções de acesso à informação via internet. Atualmente, o espectador/leitor exige um produto informativo, voltado para o interesse público, embalado por características de um produto “novelístico”, atrativo de entretenimento que distraia e relaxe. Dejavite (2006) ressalta a importância desse jornalismo que mescla informação e distração.

O receptor (com os seus novos princípios de receber a informação) exige que a notícia na atualidade –independentemente 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. (DEJAVITE, 2006, p. 68)

Nesse contexto, em que a internet está presente e, com as novas tecnologias, a audiência se torna autora do processo de produção jornalística, exigindo uma interação com aquele produto. Dessa forma, uma das funções da mídia hoje é o entretenimento.

Entretanto, há uma discussão ética em torno do hibridismo informação e entretenimento que marca o termo infotimento. De um lado, há autores que discutem essa mescla dentro do jornalismo e veem com maus olhos essa relação. Para Gomes (2004), o entretenimento se mistura ao drama, à diversão, tornando-se muito mais próxima do “lúdico”, afastando-se da natureza da informação.

O fato é que os parâmetros de seleção, de organização e de apresentação da informação tendem a responder aos mesmos princípios que há algum tempo vêm sendo identificados como estruturadores da comunicação de massas: o entretenimento, como base de referência, a ruptura, a diversão e a dramaticidade como seus subsistemas. Há de se perguntar como isso se tornou possível, já que pelo menos aparentemente, a natureza da informação se demonstra

incompatível com uma codificação em chave lúdica. (GOMES, 2004, p. 313)

Outros autores como o sociólogo Pierre Bourdieu também contestam essa relação, apontando o caráter de espetáculo que algumas coberturas têm recebido, desviando da verdadeira intenção da notícia para prender a atenção do público, notadamente na vida política.

A busca do divertimento inclina, sem que haja necessidade de pretendê-lo explicitamente, a desviar a atenção para um espetáculo todas as vezes que a vida política faz surgir uma questão importante, mas de aparência tediosa, ou, mais sutilmente, a reduzir o que se chama de atualidade a uma rapsódia de acontecimentos divertidos, frequentemente situados a meio caminho entre as notícias de variedades e o show, a uma sucessão sem pé nem cabeça de acontecimentos. (BOURDIEU, 1997, p. 139)

Já Traquina (2004) defende os valores principais do jornalismo como a verificação da informação e a separação entre informação e entretenimento como tendências para fortalecer o trabalho do jornalista.

[...] as empresas jornalísticas e os jornalistas não podem esquecer as regras elementares do trabalho, como, por exemplo, a verificação da informação, ou o respeito total pela fronteira entre 'fato' e 'ficção'. A crescente presença das notícias de *infotainment* e o crescente apagamento das fronteiras da informação e do entretenimento com a ascensão dos comunicadores são tendências que apontam para a importância da identidade profissional dos jornalistas. (TRAQUINA, 2004, p. 208)

Por outro lado, para outros autores, é inevitável essa junção entre jornalismo e entretenimento na atualidade. Segundo Dejavite (2006, p. 72), "o limite ético que separa jornalismo e entretenimento não existe", ou seja, há produtos em diferentes mídias que buscam entreter e informar ao mesmo tempo, desde notícias de celebridades até grandes reportagens.

Na televisão, por exemplo, há inúmeros produtos e formatos como as revistas eletrônicas que se utilizam do infotenimento, mesclando reportagens de *hard news* com informações ligadas ao *soft news*. No telejornalismo, em especial, há um dinamismo maior entre as notícias, além da presença do âncora apresentando, como observa Arbex (2001).

Exatamente por ser um canal de serviços que oferece uma multiplicidade de programas de todos os gêneros – artísticos, jornalísticos, esportivos, etc. – a televisão permite a fácil transposição dos limites entre ficção e realidade. O fim da fronteira entre informação e entretenimento obrigou o telejornalismo a se adaptar ao ritmo das mensagens publicitárias [...] as notícias são apresentadas por belas mulheres, ou por âncoras que funcionam como showmen. (ARBEX, 2001, p. 51)

A legitimidade do entretenimento como parte da produção prática do jornalismo é reconhecida pela autora Dejavite (2006). Ela chama a atenção para uma das funções primordiais do jornalismo que é divertir, além de fiscalizar os órgãos responsáveis pela organização da sociedade.

Não podemos nos esquecer que o infotimento é sinônimo de jornalismo ético, de qualidade e que, por isso, não deve ser tomado como um jornalismo menor por explorar o entretenimento. Devemos admitir que a atividade jornalística tem, sim, a função de divertir (apesar de quase sempre ser apresentada ao público como algo sem humor e pesado). Esse papel interage perfeitamente com a sua função de órgão fiscalizador, que promove a sociedade e os cidadãos. (DEJAVITE, 2006, p. 89)

Em relação ao telejornal, o infotimento pode manifestar-se de diferentes maneiras. Desse modo, a autora Itania Maria Mota Gomes (2009) demarca as diferentes características, os diversos recursos e elementos típicos do infotimento presentes no telejornalismo brasileiro.

Certos usos de recursos sonoros e visuais, tais como cores, gráficos, vinhetas, selos, trilhas sonoras; a narrativa leve e agradável; o discurso mais pessoal e subjetivo; o bate-papo entre apresentadores e repórteres; a construção dos apresentadores, âncoras e repórteres como celebridades; a referência a outras áreas de produção artística e cultural, como a declamação ou citação de textos literários ou a citação (em especial visual) de cenas e personagens do cinema são os recursos mais citados. (GOMES, 2009, p. 208)

Dessa forma, o infotimento pode manifestar-se de diferentes maneiras em um telejornal, desde recursos audiovisuais até as inúmeras temáticas que demarcam a existência dos diferentes tipos de informação.

Entre as diversas formas de manifestação do infotainment no telejornalismo, há as temáticas e suas abordagens defendidas por Dejavitte (2006). Ela analisa as diferentes práticas do infotainment no telejornalismo.

Jornalismo de INFOtainment é uma especialidade jornalística de conteúdo estritamente editorial (matérias jornalísticas), voltada à informação e ao entretenimento, que engloba os seguintes temas:

1. Arquitetura - informações sobre os espaços organizados e animados, que representam o conjunto das obras de cada país, região, civilização e localidade.
2. Artes - assuntos ligados às mais diferentes formas de expressões artísticas, como: teatro, desenho, design, pintura, gravura, colagem, escultura, entre outras.
3. Beleza - notícias sobre o cuidado com o corpo, dieta, maquiagem, cabelo, plástica, corpo, pele etc.
4. Casa e decoração - matérias sobre moradia e todas as formas de deixá-las mais agradável e útil a quem a habita; por exemplo, novos tipos de móveis, antiguidades, produtos para limpeza, cortinas, tapetes etc.
5. Celebidades e personalidades - textos que retratam desde o perfil de um artista, as famílias reais europeias, magnatas, personalidades do cenário político e econômico, regionais e nacionais, ministros de Estado e empresários. Trazem dados sobre a morte, internações, homenagem, prisão, briga judicial, casamento e até fofocas.
6. Chistes e charges - matérias pequenas e representações pitorescas de caráter caricatural e burlesco, que satirizam um acontecimento específico -em geral político, social ou econômico -de domínio público.
7. Cinema - informações sobre a sétima arte nacional ou internacional, desde a produção, lançamento, roteiro etc.
8. Comportamento - matérias referentes ao conjunto de atitudes e reações de um indivíduo em face do meio social, cobrindo os aspectos do cotidiano bem como os hobbies de uma pessoa, seu estilo de vida, o colecionismo etc.
9. Consumo - notícias que acompanham a aplicação das riquezas na satisfação das necessidades e dos desejos sobre lançamentos, novidades e aproveitamentos de produtos, como, por exemplo, carros e acessórios.
10. Curiosidades - temas pitorescos como datas comemorativas, prêmios, temas curiosos etc.
11. Espetáculos - relato de tudo o que chama a atenção, atrai e prende o olhar, encenado publicamente, como canto, dança, interpretação musical etc.
12. Eventos - são notícias que divulgam a realização ou o andamento de algum evento, tais como: congressos, palestras, inaugurações, encontros, exposições, seminários, convenções e agendas de concursos.
13. Formação pessoal - diz respeito a assuntos relacionados ao empreendedorismo, ao “faça você mesmo”: cursos, recursos humanos, mercado de trabalho, investimentos pessoais, entre outros.
14. Gastronomia - matérias que englobam assuntos como alimentos, bebidas, bares e restaurantes etc., que visam instruir o leitor para uma melhor qualidade de vida.
15. Indústria editorial - todas as notícias que se referem à literatura no geral.

16. Ilustrações/infográficos/tabelas/boxes/gráficos - recursos do discurso jornalístico introduzidos com a evolução das tecnologias e da influência, principalmente, da televisão, com vistas ao aprimoramento da leitura do jornal, a fim de torná-la mais agradável e fácil. As informações são apresentadas de maneira leve, concisa e amena, sendo de fácil entendimento e, muitas vezes, utilizam o recurso das cores.
17. Informática - matérias relacionadas ao tratamento da informação por meio do uso de tecnologias e procedimentos da área de computação.
18. Jogos e diversões - assuntos sobre todos os tipos de jogos e diversões das pessoas, em especial aqueles que operam por meio de sistema de circuitos eletrônicos.
19. Moda - notícias referentes ao uso, hábito ou estilo de roupas e acessórios, bem como aquelas que visam à análise de tudo aquilo que se relaciona a esse tipo de fenômeno social e cultural.
20. Música - informações sobre a indústria fonográfica em geral, desde a produção de um disco até seu lançamento.
21. Publicidade - matérias referentes ao ramo da atividade publicitária, desde o comportamento do mercado publicitário, o andamento positivo ou negativo de uma agência, campanhas publicitárias etc.
22. Revista - informe sobre o meio revista, trazendo dados relacionados ao mercado, como lançamentos, quadrinhos etc.
23. Televisão e vídeo - matérias que veiculam informações como a produção, agenda, programas, telenovelas, minisséries, lançamento de DVD, locadoras etc.
24. Turismo/lazer/hotelaria - novidades sobre esses três ramos, que contêm dados para viagens, passeios, bares e restaurantes, boates, badalações, festas, clubes, excursões, locações, cruzeiros, aviação, hotéis etc.
25. Vendas e marketing - notícias referentes às especialidades de vendas e também sobre o marketing tanto de produtos quanto de empresas, que, em geral, são assuntos leves, agradáveis e visam a uma informação complementar que distraia o leitor. (DEJAVITE, 2006, pp.91 a 94)

Algumas dessas temáticas podem ser percebidas na estrutura de um telejornal, por exemplo, como pautas ligadas ao cinema, curiosidades, espetáculos etc, especialmente em um telejornal mais rápido e dinâmico voltado para pautas mais leves e para o público jovem. Dessa forma, esse estudo feito por Fábria Dejavite (2006) será utilizado como uma das formas de categorização para a etapa de análise, buscando identificar através de temáticas/editorias algumas práticas do infotainment nas edições do telejornal “Leitura Dinâmica”.

### 3.4 A NOTÍCIA LIGHT

Na era da sociedade da informação, a informação deixa de ser apenas uma informação e passa a ser um produto a ser consumido pelo telespectador.

A notícia passa a ser uma mercadoria a ser consumida dentro de um mercado segmentado e atrelado ao entretenimento. Segundo Dejavite (2006), nesse contexto, surge a notícia *light*, um tipo de notícia atrelada ao gosto do público e que busca prestar um serviço a um público que interfere no processo de produção.

Hoje, diante da acirrada concorrência entre os meios e dos novos valores estabelecidos pela sociedade da informação, a notícia [...] deve ser tomada como um importante serviço a ser prestado ao leitor. Isso porque cada vez mais o público tem participado na determinação daquilo que quer receber como informação jornalística, demandando um tipo de conteúdo bem característico: a notícia *light* ou de entretenimento. A notícia *light* é a informação efêmera, de fácil entendimento, de circulação intensa e rápida que busca informar e divertir o público. [...] Desse modo, o jornalismo de INFOtenimento aparece para satisfazer essa necessidade. (DEJAVITE, 2006, p.113)

Atualmente, o telejornalismo, em especial, acaba tendo que se adaptar ao novo contexto da sociedade da informação e a um público que interfere no processo produtivo desde a apuração até a repercussão de uma notícia. Dessa forma, na busca pela audiência, “[...] o conteúdo dos telejornais precisa ser mais atrativo, capaz de distrair e, ao mesmo tempo, informar. Mesclam-se categorias e gêneros; as estratégias se multiplicam e redefinem perfis editoriais” (BELÉM, 2018, p.15).

A notícia *light* é o produto do telejornalismo nessa sociedade da informação, marcada pelo infotenimento e por um público segmentado que pode escolher seus conteúdos. Conforme Tarruela e Gil (apud DEJAVITE, 2006), a notícia *light* possui as seguintes características.

- 1) capacidade de distração – ocupa o tempo livre, para não aborrecer;
- 2) espetacularização – estimula e satisfaz aspirações, curiosidades, ajuste de contas, possibilidades de extravasar as frustrações, nutre a imaginação;
- 3) alimentação das conversas – facilita as relações sociais, oferecendo temas de conversação do dia-a-dia, como boatos e notícias sobre celebridades”. (TARRUELLA; GIL, 1997 apud DEJAVITE, 2006, p. 70)

Assim, a notícia *light* une o entretenimento e a informação, sendo resultante do infotenimento em uma sociedade “acostumada, principalmente



depois do sucesso da televisão e agora com a internet, a aceitar a notícia de melhor montagem cênica” (DEJAVITE, 2007, p.4). O telejornal, conseqüentemente, hoje é composto por texto, imagem e som, dentro de um estúdio com trilha sonora e outros elementos “cênicos”.

#### **4 A EMISSORA REDE TV! E O TELEJORNAL LEITURA DINÂMICA**

A emissora Rede TV! foi criada em 1999, fruto das concessões de cinco emissoras da antiga Manchete por parte do empresário Amilcare Dallevo Júnior. Ele era sócio da TeleTV, uma empresa que prestava serviço eletrônico para outras emissoras. A Rede TV! foi inaugurada em 15 de novembro de 1999, seis meses após a venda concretizada, segundo Goulart (2006, p.79).

Historicamente, a Rede TV! é considerada a quinta emissora em audiência no Brasil, atrás de Globo, Record, SBT e Band. Entretanto, em 2020, ela perdeu para a TV Cultura na audiência da Grande São Paulo. Naquele ano, a TV Cultura somou 1 ponto de média, enquanto a Rede TV! conseguiu apenas 0,8 ponto (PADIGLIONE, 2021).

Em relação à programação da emissora, Souza (2004) fez um estudo acerca da programação das diferentes emissoras da TV aberta no período. Na época, a Rede TV! ainda pertencia ao Grupo Bloch e tinha 20% da programação dedicada ao gênero religioso, perdendo apenas para a Record, emissora do bispo Edir Macedo (SOUZA, 2004, p. 86).

Em 1996, o gráfico da emissora mostrava que o gênero religioso sustentava a maior parte da grade, em duração e em dinheiro, o que ocorre até hoje, com poucas alterações. Os programas religiosos e de televentas compram os horários e ficam horas no ar. São gêneros alternativos para a falta de patrocinadores de produções próprias, uma saída para a crise da mídia do início do século XXI. (SOUZA, 2004, p.88)

O telejornalismo, segundo Souza (2004), detinha 16% da programação emissora em 1996, disputando espaço com a publicidade (15%) e os programas infantis (15%). Em 2021, já sob a Rede TV! contém na sua grade diversos programas relacionados ao jornalismo, como o “Rede TV News”, “Opinião no ar”, “Alerta Nacional” e o “Leitura Dinâmica”.

Entre os telejornais da RedeTV, o mais antigo é o “Leitura Dinâmica”. Ele estreou no dia 21 de novembro de 1999, o primeiro domingo da emissora, que foi inaugurada no mesmo mês. Na época, o telejornal era semanal e seu primeiro apresentador foi o locutor esportivo Milton Jung. Segundo Dallevo Junior (2006

apud Kneipp 2008), o “Leitura Dinâmica” é marcado pelo dinamismo e por notícias rápidas:

Na realidade a gente tentou fazer alguma coisa que se assemelhasse um pouco com a internet, com velocidade, rapidez. Fazendo um formato diferenciado, que você, ele não tem sonora, difícil, às vezes pode ter alguma sonora pequena, mais é difícil praticamente não tem sonoras. As notícias, o texto é extremamente rápido e tudo de tal modo que o Leitura Dinâmica entra no ar as vinte pra meia noite e vai até a meia noite. (DALEVO JÚNIOR, 2006)

Atualmente, de acordo com o site da emissora, o telejornal vai ao ar de segunda à sexta às 0h30 e é apresentado por Érica Reis. Segundo o site, o “Leitura Dinâmica” é definido como “o seu final de noite com muito mais cultura, entretenimento e informação” (REDETV, 2021).

No capítulo a seguir, será apresentada a análise de conteúdo acerca das edições do telejornal “Leitura Dinâmica” e que formarão o corpus da pesquisa para posterior interpretação e considerações finais.

## 5 ANÁLISE DO CONTEÚDO DO TELEJORNAL LEITURA DINÂMICA

Após a pesquisa bibliográfica e o levantamento teórico acerca do tema estudado, parte-se para a análise de conteúdo com o objetivo de responder ao questionamento central da pesquisa, ou seja, identificar o infotenimento no telejornal “Leitura Dinâmica”, levando-se em consideração dois períodos distintos separados por um ano e com contextos diferentes, as edições diárias exibidas entre os dias 13 e 17 de janeiro de 2020 e as exibidas entre os dias 11 e 15 de janeiro de 2021. Esse recorte deve-se à pandemia do coronavírus.

Nesta etapa, o uso de tabelas torna-se necessário como uma forma de visualização e organização dos dados. Foi feita uma pesquisa quantitativa para atestar a presença do infotenimento e suas diferentes formas no telejornalismo, segundo Dejavite (2006) a partir de editorias e temáticas e por meio da minutagem. Após a pesquisa bibliográfica e o levantamento teórico acerca do tema estudado, parte-se para a análise de conteúdo com o objetivo de responder ao questionamento central da pesquisa, ou seja, identificar o infotenimento no telejornal “Leitura Dinâmica”, levando-se em consideração dois períodos distintos separados por um ano e com contextos diferentes.

### Primeira semana de análise

**Tabela 1 – Edição 13/01/2020**

Editoria/Temática	Quantidade de notícias	Minutagem	Tipo de notícia
Saúde	1	2'10"	Hard News
Polícia	3	1'48"	Hard News
Brasil	3	1'33"	Hard News
Política	2	3'04"	Hard News
Mundo	6	7'34"	Hard News
Flagra	5	2'17"	Hard News
Cinema	3	7'24"	Soft News
Música	4	3'34"	Soft News
Esporte	4	1'58"	Soft News
Cultura	2	2'12"	Soft News

Fonte: Autor (2021)

Pela tabela acima, nota-se que o “Leitura Dinâmica” é um telejornal dinâmico, caracterizado por notícias curtas/rápidas e que valoriza aspectos culturais, notadamente na parte final da sua exibição. No começo, predomina o *hard news*, as notícias mais quentes do dia a dia de algumas editorias como saúde e política, além de questões como acidentes de trânsito flagrados por câmeras, conforme pauta a editoria “Flagra”.

Além disso, o telejornal valoriza também notícias internacionais, identificada na estrutura como a editoria “mundo”. Nessa editoria, predominam questões relacionadas à política e economia, além de determinadas crises ocorridas nesses países, ou algum acidente, que também podem ser enquadradas como *hard news*. Segundo a tabela, a editoria “mundo” predomina em relação à quantidade de notícias, com 6 matérias exibidas.

Na segunda metade, o telejornal valoriza pautas culturais marcadas pelo infotimento em editorias como “cinema”, “esporte” e “música”, que ocupam parte da edição. Essas editorias somadas têm um tempo de duração em torno de 15 minutos, sendo que essa edição do telejornal teve o tempo total de 37 minutos. Dessa forma, as notícias culturais são valorizadas, mantendo a tradição do telejornal desde 1999.

Por fim, destaca-se o uso de vinhetas para identificar as editorias e o uso de trilha sonora, principalmente em pautas ligadas a shows, estreias de filmes, anúncios de trailer, anúncios de turnê e lançamentos de músicas por parte de determinados artistas.

Assim, ressalta-se a predominância do *hard news* na primeira metade do telejornal, mas com as notícias de infotimento sendo valorizadas em boa parte da grade da estrutura do telejornal. Algumas características como trilha sonora e vinhetas próprias podem ser percebidas ao longo da exibição, identificando o infotimento nessa edição.

A seguir, a tabela com a segunda edição analisada:

**Tabela 2 – Edição 14/01/2020**

Editoria/Temática	Quantidade de notícias	Minutagem	Tipo da notícia
Saúde	1	1'52”	Hard News

Polícia	1	1'44"	Hard News
Brasil	4	1'59"	Hard News
Economia	2	1'20"	Hard News
Política	2	1'10"	Hard News
Mundo	6	5'22"	Hard News
Cinema	5	3'27"	Soft News
Música	3	1'35"	Soft News
Esporte	3	1'25"	Soft News

Fonte: Autor (2021)

A edição do dia 14 de janeiro de 2020, uma terça-feira, teve cerca de 22 minutos, ou seja, menor do que a edição do dia anterior, na segunda-feira. Novamente, a primeira metade do telejornal é marcada por notícias de editorias como “Saúde”, “Economia” e “Política”. Além disso, há a editoria “Brasil” com notícias do país, principalmente de acidentes de trânsito, assaltos etc. Nessa parte, predomina o *hard news* no começo da exibição do telejornal.

Novamente, a editoria “Mundo” com notícias internacionais é valorizada, sendo a editoria com maior quantidade de notícias, conforme mostrado pela tabela, com 6 notícias ao todo, além de ocupar mais de seis minutos do tempo de duração do telejornal. Assim, essa estrutura é semelhante ao do dia anterior, demonstrando que o telejornal busca valorizar notícias nacionais e internacionais. O *hard news* predomina até aqui.

Em seguida, assim como na edição do dia anterior, o telejornal valoriza pautas culturais marcadas pelo infotimento em editorias como “cinema”, “esporte” e música, que ocupam parte da edição. Essas editorias somadas têm um tempo de duração em torno de 7 minutos, sendo que essa edição do telejornal teve cerca de 22 minutos. Novamente, percebe-se a valorização das pautas culturais.

Durante a edição, mais uma vez, há o uso de vinhetas para identificar as editorias e trilhas sonoras nas pautas culturais de música e cinema, anunciando trailer, turnês, clips e lançamentos de músicas, evidenciando a proposta de divulgar notícias leves.

Assim, a estrutura do telejornal é semelhante ao dia anterior, marcada pelo *hard news* na primeira metade e por notícias de infotimento na segunda

metade nas pautas de cinema, esporte e música. Por fim, as trilhas sonoras e vinhetas foram mantidas.

Segue abaixo a tabela com a terceira edição do telejornal.

**Tabela 3 – Edição 15/01/2020**

Editoria/Temática	Quantidade de notícias	Minutagem	Tipo da notícia
Saúde	1	2'10"	Hard News
Polícia	2	54"	Hard News
Ciência	1	1'28"	Hard News
Mundo	9	7'35"	Hard News
Cinema	4	3'28"	Soft News
Música	5	3'54"	Soft News
Esporte	5	2'15"	Soft News

Fonte: Autor (2021)

A edição do dia 15 de janeiro de 2020, uma quarta-feira, teve cerca de 24 minutos, um pouco maior do que a edição do dia anterior. Na primeira metade do telejornal, há notícias de *hard news* em editorias como “Saúde” e “Polícia”. A primeira notícia em todas as edições analisadas até aqui está relacionada à contaminação de lotes da cerveja belorizontina em Minas.

Assim como nas edições anteriores, a editoria “Mundo”, que é responsável por informar sobre o que está acontecendo no mundo, é a que reúne a maior quantidade de notícias do telejornal. Dessa forma, 9 notícias foram veiculadas, ocupando mais de sete minutos da exibição. A estrutura é semelhante às edições anteriores e o *hard news* predomina.

Já o infotimento está presente nas editorias de “Cinema”, “Música” e “Esporte”, que ocupam em torno de dez minutos da edição do telejornal, atestando novamente a presença de notícias culturais. A presença do infotimento também se dá através do uso da trilha sonora nas reportagens e de vinhetas nas editorias, assim como ocorreu nas edições anteriores.

Dessa forma, a estrutura mantém-se semelhante às edições anteriores, com o *hard news* no começo e pautas mais leves de entretenimento no final, ocupando boa parte do tempo de duração.

Na tabela a seguir, há os dados da edição do dia 16 de janeiro de 2020.

**Tabela 4 – Edição 16/01/2020**

Editoria/Temática	Quantidade de notícias	Minutagem	Tipo da notícia
Saúde	1	1'45"	Hard News
Brasil	3	1'24"	Hard News
Flagra	4	2'14"	Hard News
Mundo	5	4'31"	Hard News
Cinema	5	6'12"	Soft News
Música	3	1'50"	Soft News
Esporte	4	58"	Soft News
Polícia	3	1'25"	Hard News
Economia	1	38"	Hard News
Educação	1	45"	Hard News

Fonte: Autor (2021)

A edição de quinta-feira, dia 16 de janeiro, teve cerca de 24 minutos, mesma duração da edição do dia anterior. A primeira notícia da edição, novamente, faz menção à contaminação de lotes da cerveja belorizontina em Minas Gerais. Na sequência, há uma série de notícias do Brasil em geral, como acidentes de trânsito, enchentes etc. A editoria “Flagra” reúne momentos surpreendentes captados como a presença de um homem em um caminhão de lixo e o resgate de dois homens soterrados pela neve.

Novamente, as notícias internacionais se destacam na quantidade de notícias do “Leitura Dinâmica”, cinco, mas dessa vez há um empate com as notícias de cinema. Nessa edição, em especial, as pautas culturais estão concentradas no meio da exibição do telejornal, agregando em torno de nove minutos do total da edição e um total de 12 notícias.

Dessa vez, as notícias finais foram *hard news* das editorias “Polícia”, “Economia” e “Educação”. Em mais uma edição, há a prática do infotenimento no telejornalismo, com o uso de trilha sonora, vinhetas e notícias curiosas para informar e relaxar o telespectador.

A tabela seguinte traz os dados da última edição dessa primeira semana de análise do telejornal.



**Tabela 5 – Edição 17/01/2020**

Editoria/Temática	Quantidade de notícias	Minutagem	Tipo da notícia
Cultura	1	3'45"	Hard News
Polícia	1	22"	Hard News
Saúde	1	1'55"	Hard News
Mundo	7	6'16"	Hard News
Cinema	3	2'17"	Soft News
Música	4	3'07"	Soft News
Esporte	6	2'20"	Soft News

Fonte: Autor (2021)

A edição de sexta-feira, dia 17 de janeiro, teve cerca de 22 minutos, duração próxima da edição do dia anterior. A primeira notícia da edição abordou a exoneração do Secretário de Cultura Roberto Alvin e a expectativa pela contratação de Regina Duarte. Essa notícia fugiu ao padrão das edições anteriores, que abordaram a contaminação dos lotes da cerveja belorizontina.

A editoria “Mundo” se destaca mais uma vez em relação à quantidade de notícias, sete, trazendo as principais notícias internacionais do dia, como os incêndios florestais na Austrália e a guerra envolvendo os governos de Irã e Estados Unidos.

As pautas culturais ocupam boa parte da estrutura do telejornal, mais uma vez, com sete minutos e 13 notícias envolvendo temáticas como o cinema, música e esporte.

Em todas as edições analisadas na primeira semana, há um espaço para pautas culturais, com o uso de temáticas como esporte, cultura e música, além do uso da trilha sonora e vinhetas, caracterizando o infotenimento no telejornal. O *hard news* predominou em todas as edições, mas as pautas culturais também tiveram espaço, valorizando o dinamismo, a rapidez e as pautas alternativas.

Em seguida, será analisada a segunda semana do telejornal “Leitura Dinâmica”, que reúne as edições exibidas entre os dias 11 e 15 de janeiro de 2021. Esse período foi escolhido por ser em torno de um ano do período anterior e por abarcar a fase da pandemia em andamento, ao contrário da primeira semana, em que a pandemia ainda não estava acontecendo no Brasil.

**Tabela 6 – Edição 11/01/2021**

Editoria/Temática	Quantidade de notícias	Minutagem	Tipo da notícia
Polícia	5	3'31"	Hard News
Economia	2	1'08"	Hard News
Saúde	9	8'32"	Hard News
Mundo	1	1'02"	Hard News
Cultura	1	38"	Soft News
Música	3	2'20"	Soft News
Política	5	4'03"	Soft News

Fonte: Autor (2021)

Pela Tabela 6, nota-se que a editoria “Saúde” reúne a maior parte da minutagem do telejornal, reflexo da pauta da pandemia do coronavírus, que estava em andamento naquele momento. Além da minutagem, cerca de oito minutos dos cerca de 25 minutos de duração do telejornal, a quantidade de notícias também é maior. Entre essas notícias, está a cobertura da pandemia, as possibilidades da vacinação e o número de casos/morte diárias.

Dessa forma, o *hard news* predomina em boa parte das editorias, principalmente nas notícias ligadas ao coronavírus. Além disso, há notícias relacionadas a acidentes, atropelamentos etc, que concentram a primeira parte do telejornal analisado.

Por outro lado, as editorias de *soft news* e as práticas do infotainment continuam concentradas na segunda parte, através de notícias como lançamento de clips, músicas, etc. Embora as pautas ainda permaneçam, nota-se que a minutagem é menor, comparando-se com a semana anterior. Assim, em torno de três minutos da edição concentraram-se em pautas mais leves.

**Tabela 7 – Edição 12/01/2021**

Editoria/Temática	Quantidade de notícias	Minutagem	Tipo da notícia
Saúde	10	8'47"	Hard News
Mundo	3	1'36"	Hard News
Política	4	3'50"	Hard News
Música	3	1'50"	Soft News
Cultura	1	44"	Soft News

Cinema	3	2'10"	Soft News
Esporte	3	1'35"	Soft News

Fonte: Autor (2021)

Assim como na edição do dia anterior, a editoria “Saúde” predomina no tocante à minutagem, em torno de oito minutos do telejornal, além da quantidade de notícias. Segue a cobertura do coronavírus, a repercussão da pandemia em todo o Brasil e em vários países do mundo.

Nessa primeira parte, além das notícias ligadas à pandemia, há notícias *hard news* internacionais e pautas políticas relacionadas ao pedido de impeachment contra o presidente dos Estados Unidos naquele período, Donald Trump.

Por outro lado, há uma valorização das pautas mais leves, *soft news*, ligadas a temáticas como cultura, cinema, música e esporte. Dos 24 minutos de exibição, aproximadamente seis minutos da minutagem foi concentrada em notícias ligada ao infotenimento, segundo Dejavite (2006).

**Tabela 8 – Edição 13/01/2021**

Editoria/Temática	Quantidade de notícias	Minutagem	Tipo da notícia
Política	1	3'05"	Hard News
Mundo	3	1'40"	Hard News
Saúde	13	8'20"	Hard News
Polícia	1	1'20"	Hard News
Educação	1	30"	Hard News
Brasil	2	1'	Hard News
Música	5	3'10"	Soft News
Cinema	2	1'45"	Soft News

Fonte: Autor (2021)

Novamente, a editoria “Saúde” é a maior em termos de minutagem, oito minutos de toda a edição, além de 13 notícias no total. Outras editorias como “Polícia”, “Política” e “Educação” não ultrapassam uma notícia cada uma, ressaltando a importância da cobertura da pandemia naquele período.

Assim, boa parte do telejornal foi dividida por notícias *hard news*, principalmente ligadas ao coronavírus no total de 26 minutos de exibição do telejornal.

As pautas mais leves continuam presentes, embora em uma duração bem menor, cerca de cinco minutos. Dessa forma, nota-se que, embora as pautas mais leves de *soft news* e infotenimento continuem sendo valorizadas, a duração é menor.

**Tabela 9 – Edição 14/01/2021**

Editoria/Temática	Quantidade de notícias	Minutagem	Tipo da notícia
Saúde	9	10'55"	Hard News
Economia	1	30"	Hard News
Política	2	3'05"	Hard News
Mundo	1	1'05"	Hard News
Brasil	1	45"	Hard News
Cultura	1	1'	Soft News
Música	2	1'25"	Soft News
Esporte	3	3'10"	Soft News

Fonte: Autor (2021)

Nessa edição, a quantidade de notícias relacionadas ao coronavírus é menor, mas com uma minutagem muito maior, concentrando cerca de onze minutos de duração do telejornal, ou seja, quase metade da exibição do telejornal.

Assim, o *hard news* novamente se destaca em editorias, além da “Saúde”, como “Economia”, “Política”, além de notícias ligadas a acidentes, atropelamentos etc.

As pautas mais leves, *soft news* e de infotenimento, ligadas a shows, lançamentos de clips e álbuns de artistas internacionais concentram cinco minutos da edição.

**Tabela 10 – Edição 15/01/2021**

Editoria/Temática	Quantidade de notícias	Minutagem	Tipo da notícia
Saúde	12	11'20"	Hard News

Mundo	4	2'35"	Hard News
Política	1	2'13"	Hard News
Música	4	2'57"	Soft News
Cinema	3	2'20"	Soft News
Esporte	4	2'45"	Soft News

Fonte: Autor (2021)

Devido à pandemia, a última edição da semana analisada mantém o padrão das anteriores, com a editoria “Saúde” predominando na quantidade de notícias e no total de minutos, cerca de onze minutos, quase metade do telejornal.

Dos 27 minutos de exibição, boa parte concentrou editorias de *hard news* como “Saúde”, notícias internacionais relacionadas a incêndios, acidentes, além de pautas políticas.

Dessa vez, o tempo de duração das *soft news*, assuntos mais leves para divertir o espectador, foi maior. Cerca de oito minutos de edição foi destinado a esse tipo de notícia.

Terminada a análise pormenorizada de cada edição do telejornal nas duas semanas escolhidas, em seguida, segue as tabelas gerais que analisam a porcentagem de *soft news* na primeira e segunda semanas para atestar se há diferenças entre as duas semanas no tocante à presença da *soft news*.

**Tabela 11 – Soft news/Primeira semana de análise**

Edição	Duração da edição	Minutagem/Soft news	Porcentagem
13/01/2020	37'02"	15'08"	40%
14/01/2020	22'30"	6'27"	27%
15/01/2020	24'23"	9'37"	37%
16/01/2020	24'29"	9'	37%
17/01/2020	22'54"	7'44"	32%

Fonte: Autor (2021)

**Tabela 12 – Soft news/Segunda semana de análise**

Edição	Duração da edição	Minutagem/Soft news	Porcentagem
11/01/2021	25'21"	7'01"	28%

12/01/2021	24'03"	6'19"	25%
13/01/2021	24'24"	4'55"	17%
14/01/2021	26'21"	5'35"	19%
15/01/2021	27'51"	8'02"	30%

Fonte: Autor (2021)

Segundo as tabelas, a porcentagem de *soft news* é menor na segunda semana, durante a pandemia, em comparação com a primeira. Os números variaram entre 15% e 30% durante a segunda semana de exibição do telejornal. Por outro lado, na primeira semana, a porcentagem varia entre 27% e 40%. Relacionando-se cada dia da semana, segunda a segunda, terça a terça etc, todos os dias da primeira semana superam os da segunda em percentual.

Pela análise pormenorizada de cada edição e as tabelas das duas semanas no tocante ao *soft news*, infere-se que a quantidade de notícias da editoria "Saúde", bem maior na segunda semana em relação à primeira, interferiu nessa diferença de minutagem. Nota-se que a dedicação à cobertura da pandemia concentrou minutos a mais em relação à escalada do telejornal durante a segunda semana analisada.

Pelas tabelas 11 e 12, percebe-se que o telejornal manteve sua característica ao valorizar pautas mais leves ligadas à cultura, música, esporte etc. Embora em termos percentuais haja uma diferença entre as duas semanas analisadas devido à pandemia vigente na segunda semana e à quantidade de notícias dedicadas à cobertura, o telejornal manteve parte da sua edição dedicada a notícias para entreter o telespectador.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa pesquisa se propôs a observar a presença do infotenimento no telejornalismo, notadamente no telejornal “Leitura Dinâmica” da Rede TV!, marcado pelo dinamismo, o ritmo rápido das informações e a presença de pautas alternativas, culturais e a valorização do infotenimento.

Pela análise dos diferentes tipos de notícia em um telejornal, percebeu-se que algumas temáticas presentes nas editorias do “Leitura Dinâmica” dialogavam com o infotenimento. As notícias foram divididas em *hard news* e *soft news* para identificar essas temáticas, segundo os pressupostos teóricos de Fábria Dejavite (2006), em que ela identificou diferentes maneiras de manifestação do infotenimento no telejornalismo.

Dessa maneira, o objetivo principal era identificar o infotenimento no telejornal a partir do tipo de notícia (*hard news* ou *soft news*), a quantidade de notícias de determinada editoria e a temática/editoria correspondente a fim de mensurar o conteúdo através de uma minutagem para atestar se houve diferença entre os dois períodos no tocante à relevância das pautas mais leves.

Para atingir esse objetivo, foi especificado um recorte temporal com uma diferença de um ano, tendo como fator de corte a pandemia do coronavírus, que poderia mudar a estrutura de notícia do telejornal. Assim, dois períodos separados por um ano foram escolhidos, sendo a primeira semana, composta por cinco edições entre segunda e sexta-feira, entre os dias 13 e 17 de janeiro de 2020, ainda antes da pandemia ser confirmada no país. Já a segunda semana de análise, também composta por cinco edições, reuniu os dias 11 a 15 de janeiro 2021, que foram exibidas durante a pandemia.

Com esta pesquisa, propomos as seguintes considerações: as pautas mais leves permaneceram na estrutura do telejornal em relação às duas semanas analisadas pela pesquisa, antes e ao longo da pandemia, embora por um tempo menor de exibição na segunda semana, comparando-se a minutagem feita a partir de tabelas de cada exibição. Ainda, a porcentagem aferida ao *soft news* mostrou uma variação percentual entre as duas semanas analisadas: entre 27% e 40% na primeira semana e 15% e 30% durante a segunda semana.

Assim, em decorrência da pandemia, a quantidade de notícias da editoria “Saúde” foi muito maior em vista da cobertura de um problema mundial como uma pandemia. Por outro lado, alguns elementos foram mantidos como a valorização de editorias como esporte, música, cultura e cinema, com pautas como lançamentos de clips, músicas, shows etc. Além disso, o uso de vinhetas, trilha sonora também foram utilizados e confirmam a presença do infotenimento no telejornal, mesmo com uma diferença de minutagem entre as duas semanas atestada nas tabelas 11 e 12.

Conforme as tabelas analisadas, o *hard news* predomina nas primeiras notícias do dia em ambas as semanas, através de editorias como saúde, política e economia, enquanto o *soft news* aparece nas notícias finais, a partir de editorias como esporte, música e cinema, uma característica do “Leitura Dinâmica” também devido ao horário de exibição. Embora diante de um fato atípico como uma pandemia a ser alvo da cobertura diária, o telejornal permaneceu com a sua identidade pautada na agilidade, dinamismo e atenção a pautas mais leves na busca por um público mais jovem.

A partir desta pesquisa, espera-se que novos estudos acerca do infotenimento no telejornalismo possam ser feitos, principalmente, relacionados ao *hard news* e *soft news*. Além disso, ressalta-se a estrutura do telejornal, a valorização da identidade do telejornalismo como produto com características próprias ao longo do tempo. Por fim, analisar um telejornal de uma emissora menos vista possibilita novos olhares para o telejornalismo brasileiro como um todo, ultrapassando as fronteiras de emissoras mais reconhecidas.



## REFERÊNCIAS

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

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977. 223 p.

BELÉM, V. **Quando a informação (con)funde-se com o entretenimento: a hibridização de gêneros no telejornal**. *Aturá*. 2018; 2(1):83-98.

CURADO, Olga. **A Notícia na TV: o dia-a-dia de quem faz telejornalismo**. São Paulo: Alegro, 2002.

DEJAVITE, Fábila A. **INFOtenimento: informação + entretenimento no jornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2006.

\_\_\_\_\_. **A notícia light e o jornalismo de infotainment**. Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1472-1.pdf>> . Santos, 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, Itânia Maria Mota. **“O Infotainment e a Cultura Televisiva”**. In: João Freire Filho. (Org.). *A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo*. 1ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2009, v. 1, p. 195-221 (e-mail).

GOULART, Alexandre Bernardes. **Comunicação e Imaginário: Relações de auto-referencialidade em “Pânico na Tv” na Tv**. Porto Alegre, PUCRGS, 2006. (dissertação de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul).

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios (PNAD)**. Rio de Janeiro, 2019.

KNEIPP, Valquíria. **Trajetória da formação do telejornalista brasileiro - as implicações do modelo americano**. VAP Kneipp. Universidade de São Paulo, 2008. 6, 2008.

MARTINO, Luís M. S. **Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos**. Petrópolis: Vozes, 2009.

MELLO, Jaciara Novaes. **Telejornalismo no Brasil**. In: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal, 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-mello-telejornalismo.pdf>>.

PADGLIONE, Cristina. TV Cultura fecha 2020 à frente da RedeTV! em SP. **Telepadi**, 2021. Disponível em: < <https://telepadi.folha.uol.com.br/tv-cultura-fecha-2020-a-frente-da-redetv-em-sp/>>.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PICCININ, Fabiana. **Edição de imagens em jornalismo**. In: FELIPPI, Ângela; SOSTER, Demétrio de Azeredo; PICCININ, Fabiana (Org.). Edição na TV: olhares híbridos no tratamento da notícia. 1. ed. Santa Cruz do Sul, RS: EDUNISC, 2008. cap. 1, p. 14-40. v. 1.

RedeTV. **REDETV**, 2021. Disponível em: < <https://www.redetv.uol.com.br> > Acesso em março de 2021.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.

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

\_\_\_\_\_. **Gêneros e formatos na televisão brasileira** - 2. Ed. 2015.

SQUIRRA, Sebastião Carlos de M. **Aprender telejornalismo: produção e técnica**. 2.ed. São Paulo: Brasiliense, 1993.

TARRUELLA, R. M.; GIL, J. G. L. **Noticias frente a hechos: entender la realidad después de leer los periódicos**. Barcelona: CIMS, 1997.

TUCHMAN, Gaye. **Making News: a Study in the Construction of Reality**. New York: The Free Press, 1978.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.

WATTS, Harris. On Camera: **O curso de produção de filme e vídeo da BBC**. São Paulo: Grupo Editorial Summus, 1990. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=Dw8-yYBAxxEC&oi=fnd&pg=PA9&dq=O+curso+de+produ%C3%A7%C3%A3o+de+filme+e+e+v%C3%ADdeo+da+BBC&ots=VW\\_J1tpGWt&sig=DMvNQLtb\\_49xQ6pxLnAvPd3IUME#v=onepage&q=O%20curso%20de%20produ%C3%A7%C3%A3o%20de%20filme%20e%20v%C3%ADdeo%20da%20BBC&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=Dw8-yYBAxxEC&oi=fnd&pg=PA9&dq=O+curso+de+produ%C3%A7%C3%A3o+de+filme+e+e+v%C3%ADdeo+da+BBC&ots=VW_J1tpGWt&sig=DMvNQLtb_49xQ6pxLnAvPd3IUME#v=onepage&q=O%20curso%20de%20produ%C3%A7%C3%A3o%20de%20filme%20e%20v%C3%ADdeo%20da%20BBC&f=false)>

WOLTON, Dominique; SIQUEIRA, José Rubens. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ática, 1996.