

INFOTENIMENTO (INFORMAÇÃO E ENTRETENIMENTO) NO JORNALISMO¹ **Letícia Limondre¹, Vânia Braz², Filipe Soriano³**

1UNIVAP/Jornalismo, Av. Shishima Hifumi, 2011, leticia.flimondre@gmail.com

2UNIVAP/Jornalismo, Av. Shishima Hifumi, 2011, vaniajor@univap.br

3UNIVAP/Jornalismo, Av. Shishima Hifumi, 2911, filipe@univap.br

Resumo- Este artigo busca demonstrar o que os profissionais da área de jornalismo definem por Infotendimento, além de recolher informações sobre como o entretenimento e o jornalismo podem ser unidos em uma mesma mensagem, sem perder a credibilidade da notícia. Utilizamos como objeto de estudo deste trabalho o programa CQC, da TV Band. Foram feitas pesquisa bibliográfica e documental sobre o tema, além de entrevista aberta com seis jornalistas profissionais, escolhidos pela experiência e relevância na área.

Palavras-chave: informação; entretenimento; jornalismo; credibilidade; notícia.

Área do Conhecimento: Comunicação

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

Introdução

Este estudo partiu do interesse em mostrar a relação entre o entretenimento e o jornalismo e como são as práticas jornalísticas (notícias) ligadas ao entretenimento.

Usamos como metodologia de trabalho a pesquisa bibliográfica e documental, as quais serviram de base para desenvolvê-lo do trabalho, mostrando as definições de entretenimento, de informação e finalizando a definição de Infotendimento, o qual é definida por Dejavite (2006).

O conceito é recente e definido por Dejavite como “conteúdo editorial que fornece informação e diversão ao leitor e, ao mesmo tempo, constitui uma prestação de serviço” (2006, p. 62). O infotendimento é um neologismo, que resulta da soma das palavras informação e entretenimento. O conceito surgiu durante a década de 80 e ganhou força no final dos anos de 1990, data que passou a ser utilizado por profissionais e acadêmicos da área de comunicação.

Segundo Deuze (2001; p. 17) “no jornalismo, o infotendimento está em duas categorias: no aumento de elementos de entretenimento em gêneros de notícias e no estabelecimento de gêneros de infotendimento existentes atualmente”.

Mas, apesar de recente, basta olhar para as primeiras produções jornalísticas para concluir que, desde o início da imprensa, informação e entretenimento dividiam as mesmas páginas, nas editorias de variedade e literatura. Hoje, podemos

ver as duas classificações nas editorias de esporte, educação, polícia e outros. Levando em consideração que cada pessoa se entretém de forma diferente. Todo bom jornalismo deve necessariamente entreter, no sentido de fisgar o leitor durante a leitura de uma determinada notícia ou reportagem. A seriedade do jornalismo mais tradicional se une ao entretenimento como exigência da sociedade atual. (DEJAVITE, 2006; p. 83).

Ao conhecer a estrutura jornalística e os critérios que definem uma notícia é possível perceber que hoje estamos ligados em vários momentos do dia pela mídia de massa e que esta mídia utiliza do entretenimento para informar. Nesse sentido, Dejavite defende que uma reportagem pode informar entreter ou entreter informando. As revistas que falam sobre famosos, gastronomia, beleza, saúde e moda são exemplos claros disso.

Jornalismo e entretenimento

Na sociedade contemporânea, a mídia encontrava-se em lugar estratégico na promoção dos divertimentos, pois é um dos principais estimuladores de diversão. Em especial para as populações de menor poder aquisitivo, pode constituir uma das poucas opções de lazer e entretenimento.

Dejavite (2006, p. 53) afirma que “os produtos estão acessíveis não só ao homem de massa, mas também ao indivíduo erudito, que, por meio de tal consumo, procura escapar de seu cotidiano”. A função do entretenimento nos meios

de comunicação é a dos usos de gratificações, cuja perspectiva corresponde ao modelo pelo qual o ato de consumir se origina de necessidades prévias do receptor.

Segundo Luiz Amaral a imprensa tem quatro funções. Política, econômico-social, educativa e de entretenimento. “Ao ressaltar que uma das características da sociedade industrial foi a invenção de um tempo livre destinado ao lazer, afirma que grande parte do público considera a leitura dos jornais como uma atividade de prazer. (AMARAL, 1987; p. 24).

De acordo com José Aberx, (2003, p. 60), se em sua fase inicial, a imprensa cumpria o papel de informar, divulgar e intermediar publicamente o raciocínio das pessoas privadas, agora, ao contrário, o público passa a receber a informação determinada por grupos privados. É por essa razão que o mundo criado pelos meios de comunicação de massa só na aparência ainda é esfera pública. E também a esfera da vida privada foi enfraquecida, já que para a mídia tudo pode ser publicado, mesmo os detalhes mais íntimos da vida de uma pessoa, se isso gerar lucro. (ARBEX, 2003; p. 60).

É pensando nestes grupos que há um critério de seleção para classificar e levar ao público a notícia/informação.

De acordo Dejavite (2006), no jornalismo existem duas formas de se tratar uma notícia: a divertida e a séria. Divertida é aquela com o texto que entretém, diverte, tem humor, atrai o receptor por trazer assuntos mais amenos e *light*. Séria é aquela matéria que aprofunda, investiga, critica e transmite informações novas, tendo por finalidade o ponto de reflexão.

Agora conhecendo os critérios para se definir uma notícia e as formas como elas são tratadas pela mídia, é possível compreender melhor o conceito dado por ela para a junção de informação e entretenimento, tendo como foco a informação e a diversão ao mesmo tempo. O que também reforça a visão de Deuze (2001), a qual coloca o infotimento em dualidade.

Segundo Leonel Azevedo de Aguiar, quando o entretenimento é utilizado como um fator essencial para fazer uma notícia e chamar a atenção do público-alvo do veículo de comunicação, pode não haver motivos para os profissionais de comunicação desqualificar o infotimento. Se o jornalismo que hoje conhecemos, com suas origens no século XIX, apresenta como característica o paradigma do jornal de informação – superando o antigo paradigma do jornal de opinião, qual o problema político em produzir um noticiário que desperte o interesse do leitor e ainda possa entretê-lo? (AGUIAR, 2007, p. 14).

No jornalismo sempre coube o papel de informar e formar opinião pública sobre os acontecimentos do mundo real, com base na verdade, nas coisas que acontecem no mundo externo, no campo social. O entretenimento destinou-se a explorar a ficção, de divertir as pessoas e chamar atenção.

O jornalismo de infotimento possui informação e entretenimento e, narração e formato, pode-se afirmar que a definição de seu conteúdo esbarra em conceitos pré-estabelecidos tanto no âmbito profissional quanto no acadêmico, pois esses se detêm na contraposição daquilo que se convencionou como conteúdo sério e conteúdo não sério dentro do jornalismo.

Metodologia

Pensando em informação e entretenimento utilizamos como foco das entrevistas com diversos provisionais o programa CQC, da TV Band. O programa CQC (Custe o Que Custar) Brasil é transmitido pela Rede Bandeirantes de Televisão, às segundas-feiras, às vinte duas horas e quinze minutos, com duas horas de programação. Também tem reprise dos melhores momentos aos sábados, às vinte três horas e quarenta e cinco minutos. Criado, na década de noventa, pela produtora Eyeworks - Cuatro Cabezas, da Argentina, o formato do programa passou a ser televisionado no país no dia dezessete de março de 2008.

O CQC tem uma equipe de quarenta jornalistas que fazem um resumo semanal de notícias como: celebridades, política, esporte, economia e questões sociais. Também, tem editorias fixas: Top Five, CQTeste, Proteste Já e Controle de Qualidade. Com a finalidade de fazer com que jornalismo e linguagem humorística andem juntos, o programa noticia a informação de forma cômica, tornando-se um porta-voz da população, para fazer perguntas que muitos brasileiros têm vontade de fazer para pessoas que estão na mídia. A partir dessa pesquisa sobre o CQC e através de um questionário foi possível aferir o conhecimento sobre o conceito de infotimento e saber a opinião dos profissionais da área de jornalismo sobre a sinergia entre informação e entretenimento no jornalismo. O questionário foi aplicado a seis profissionais da área. Escolheu-se esse método porque esses profissionais, devido à ligação direta da atuação no trabalho com o tema do artigo, podem explicar como a grande mídia trata o assunto.

Foram entrevistados: Lucas Sampaio, repórter do caderno de suplementos, da Folha de S. Paulo; Rivaldo Chinén, Jornalismo Empresarial; Maurício de Souza, escritor e cartunista; Audálio Dantas,

colunista do Estadão. De televisão: Caco Barcellos, editor do programa Profissão Repórter, da Rede Globo; Anna Paula Buchalla, foi editora de Saúde e Comportamento da revista Veja e atualmente ocupa o cargo de editora-chefe do programa “E aí, Doutor?”, da TV Record.

As perguntas realizadas foram:

1. Você conhece o conceito infotemenimento?
2. Informação e Entretenimento podem andar juntos no jornalismo sem perder a credibilidade da notícia? Por quê? Cite um exemplo.
3. Considera o CQC Infotemenimento? Por qual motivo?
4. Uma informação passada de modo engraçado tem a mesma credibilidade de uma transmitida de maneira séria?
5. Você considera que a popularização do jornalismo exige uma linguagem mais simples e mais voltada ao entretenimento? Por quê?
6. O público, na sua opinião, consegue distinguir informação de entretenimento?

O repórter do caderno de suplementos da Folha de São Paulo, Lucas Sampaio, definiu Infotemenimento como uma nova forma de informar divertindo o público. “Nesse conceito ele agrega conhecimento enquanto se diverte ou encara a atividade como lazer”, explicou.

De acordo com o escritor e jornalista, Maurício de Souza, informação geralmente é crua e o entretenimento uma coisa *fun*, leve, gostosa e alegre. “O negócio é selecionar uma notícia que seja divertida”, disse. Quanto à junção da informação e do entretenimento no jornalismo, ele explicou que depende do arquiteto. “Puxa a matéria mais leve e divertida e transforma aquilo num entretenimento”.

Segundo, o editor do programa Profissão Repórter, da Rede Globo Caco Barcellos, o jornalismo está se aproximando do entretenimento sempre, tentando tornar mais atraente na prática e na dinâmica. “Usa-se muito isso para fazer cinema. Quanto à soma da informação e entretenimento, depende do profissional que irá usar este recurso”, esclareceu.

Para Lucas Sampaio, as duas classificações podem andar juntas sim, mas é fácil desprezar a informação quando se tem entretenimento ou, só entreter quando o assunto é informativo. “Um bom exemplo de Infotemenimento são os jogos on-line que têm surgido, nos Estados Unidos, que aliam as duas coisas. A interatividade do jogo prende a atenção do internauta e condiciona o avanço às fases seguintes e à absorção da informação”, relatou.

A editora-chefe do programa “E aí, Doutor?”, da TV Record, Anna Paula Buchalla, compartilhou a ideia e afirmou não ter a menor dúvida de que as duas classificações podem

andar juntas. “A credibilidade da informação pode ser absolutamente preservada, ainda que apresentada ao público de uma forma inovadora e menos formal”.



Universidade do Vale do Paraíba

Ela citou como exemplo o programa E Aí, Doutor, da TV Record, que por trás do que é apresentado no palco, em forma de entretenimento, há uma pesquisa jornalística extensa e séria sobre os temas apresentados. “Nada vai ao ar sem o aval de médicos especialistas”, ressaltou.

Outro exemplo citado por Anna Paula foi o programa CQC (Custe o Que Custar), da TV Band. “É um bom exemplo de infotemenimento. Há informação de qualidade, furos jornalísticos, mas a forma de apresentá-la é diferente. Mas nem por isso a notícia é menos criteriosa em termos de apuração do que em outros programas jornalísticos”, ressaltou.

De acordo com Maurício de Souza, o CQC tenta passar informação, mas quando a perde audiência vira piada. “Às vezes ele fica no meio termo e pode não fazer bem para cabeça do telespectador. De qualquer maneira, hoje a comunicação permite isso, porque isso vende”, acrescentou.

Em contrapartida, o colunista do Estadão, Audálio Dantas, acredita que “o CQC é praticamente 90 por cento de entretenimento. Se a proposta é fazer entretenimento, está mais que válido. Porém, sou contrário à linha seguida pelo programa, porque ela segue à desmoralização das pessoas como, políticos e artistas.”

O jornalista da área de Jornalismo Empresarial, Rivaldo Chiném, complementou a resposta de Audálio e disse que o entretenimento no jornalismo desvirtua a função de informar e citou como exemplo o CQC. “Ele apenas entretém e não informa. Já o Jornal Nacional é um exemplo de que a notícia entretém, sem prejuízo da seriedade, pois faz dela um espetáculo”, disse.

Para Audálio Dantas, não se pode confundir jornalismo com entretenimento. “A televisão passa a informação como algo engraçado, para se divertir. Mas no sentido geral o entretenimento é necessário, o povo tem que ter acesso às formas de entretenimento, mas não quando ele busca informação”, explicou.

Resultados

Com base nas respostas dos entrevistados, há controversas de que informação e entretenimento podem andar juntos no jornalismo sem perder a credibilidade da notícia, uma vez que o conceito

está relacionado às características positivas e negativas do entretenimento e da informação.

Discussão

Durante a pesquisa observamos a falta de fontes e bibliografias sobre o conceito Infotainment.

Conclusão

Ainda assim, os estudos e o uso do conceito crescem a cada dia, pois o veículo que utilizar para a produção de um veículo o Infotainment como base conseguirá prender a atenção do público, como exemplo os programas que utilizamos entretenimento como, Globo Esporte, CQC e Fantástico.

Referências

AGUIAR, L. A. Entretenimento: valor-notícia fundamental. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Ano V, n. 1, p.13 – 23, jan. – jun. 2008. Disponível em

<http://revistas.univerciencia.org/index.php/estudos/article/view/5556/5043>>, acesso em 10 jul. 2011.

AMARAL. **Técnica de jornal e periódico**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1987.

ARBEX JÚNIOR, J. **Showrnlismo: A notícia como espetáculo**. São Paulo. Casa Amarela, 2003.

ARISTÓTELES. **A política**. São Paulo, Martins Fontes, 2002.

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

DEUZE, M. Education 'new' journalists: challenges to the curriculum. **Journalism & Mass Communication Educator**, v.56, n.01, p.04-17, spring 2001.

DUMAZÉDIER, J. **Lazer e cultura popular**. 3 ed. São Paulo: Perspectiva, 2001.

Dumazédier, J. **Lazer e cultura popular**. 3 ed. São Paulo: Perspectiva, 2001.

ENDES, J. C. Instituto Politécnico do Porto, Escola Superior de tecnologia e Gestão de Felgueiras, Casa do Curral - 4610 Felgueira. **A abordagem qualitativa e quantitativa no estudo de caso**. 2002.

FONSECA, V. P. O jornalismo nos conglomerados globais: prestação de serviços e entretenimento. **E-Compós**. Vol. 2, p. 18, abr. 2005. Disponível em <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/32/33>>, acesso em 10 jul. 2011.

Gabler, N. **Vida, o filme: Como o entretenimento conquistou a realidade**. São Paulo: Companhia das letras, 1999.

LAFARGUE, P. **O direito à Preguiça**. Disponível em <<http://www.dominipublico.gov.br/download/texto/ma000018.pdf>>, acesso em 3 jun. 2011.

Leite, C. B. **O século do lazer**. 34 ed. São Paulo: LTR, 1999.

Martins, L. B. Jornalismo a serviço do lazer cultural. **Revista de comunicação**, ano 12, n. 44, p. 12- 13, maio de 1996.

MONTAIGNE, M. **Ensaio**. São Paulo, Nova Cultural, 1996.

MORIN, Edgar. **Para sair do século XX**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

PLATÃO. **A República**. São Paulo: Edições Profissionais (Edipro), 2000.

WRIGHT, C. **Comunicação de massa**. 2 ed. Rio de Janeiro: Bloch, 1973.

XVINIC

Encontro Latino Americano
de Iniciação Científica

XI EPG

Encontro Latino Americano
de Pós Graduação

VINIC Jr

Encontro Latino Americano
de Iniciação Científica Júnior