

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

PUC-SP

Paulo Marchetti

O jornalismo de entretenimento como objeto de estudo nas matrizes
de jornalismo e rádio-TV-internet e sua produção na prática

Mestrado em Comunicação e Semiótica

São Paulo

2024

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

PUC-SP

Paulo Marchetti

O jornalismo de entretenimento como objeto de estudo nas matrizes
de jornalismo e rádio-TV-internet e sua produção na prática

Mestrado em Comunicação e Semiótica

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação e Semiótica (Área de concentração: Jornalismo e Rádio-TV-Internet: reflexões e análises a respeito da junção entre jornalismo e entretenimento), sob a orientação do Professor Doutor Rogério da Costa.

São Paulo

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação – CIP
Roberta Amaral Sertório Gravina, CRB-8/9167

M264j Marchetti, Paulo
 O jornalismo de entretenimento como objeto de estudo nas matrizes de jornalismo e Rádio-TV-Internet e sua produção na prática / Paulo Marchetti; orientado por Rogério da Costa. – São Paulo, 2024.
 101 f.; 30 cm.

Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2024.

1. Jornalismo 2. Rádio-TV-Internet 3. Comunicação 4. Jornalismo de Entretenimento 5. Infotainment 6. Entretenimento 7. Matriz curricular
I. Costa, Rogério da II. Título

CDD 70
CDU 070

Banca Examinadora

Prof^a. Dra. Cecília Salles – PUC-SP

Prof^a Dra. Gisela Castro – ESPM

Prof. Dr. Rogério da Costa – PUC-SP

“O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001 - Processo nº 88887.883925/2023-00”

Agradecimentos

Agradeço, primeiramente, minha família: minha filha Sofia, minha mãe Derly e minha tia Sueli (Tita), que acompanharam de perto todo o processo que me trouxe até aqui. O fundamental olhar positivo de minhas irmãs Mila e Fernanda, durante todos esses anos de graduação e pós.

Agradeço ao meu orientador Prof. Dr. Rogério da Costa pela paciência e por todo ensinamento; ao Prof. Dr. José Luiz Aidar Prado e a Prof^a. Dra. Cecília Salles e a todos os colegas de curso que me ajudaram (direta ou indiretamente) a desenvolver este trabalho. Foram 2 anos e meio de muito aprendizado.

Dedico esta dissertação ao meu querido pai Dr. Delmar Antônio Bandiera Marchetti.

Resumo

Esta dissertação é uma reflexão sobre a mudança ocorrida na profissão de jornalismo, seu novo propósito, e o quanto essa mudança deve ser repensada na esfera acadêmica. Para isso, foram analisadas as matrizes curriculares dos cursos de Jornalismo e Rádio-TV-Internet de Universidades privadas e públicas, por causa da similaridade entre as duas profissões, entre suas atividades e ferramentas de trabalho. Através de experiência profissional, de pesquisas diversas e exemplos práticos, o trabalho põe em discussão a criação de uma nova atividade acadêmica chamada Jornalismo de Entretenimento, resultado da junção desses dois cursos analisados. São duas frentes de estudo: a teoria e prática dentro das matrizes curriculares e a mistura entre jornalismo e entretenimento. A proposta aqui desenvolvida passa por tópicos que contextualizam na história essas duas áreas da comunicação, que falam sobre uma nova matriz curricular, sobre uma nova dinâmica entre docentes e a interdisciplina, sobre a formação prática do aluno, sobre o equilíbrio entre teoria e prática na matriz, com exemplos práticos da profissão e de matrizes curriculares de cursos internacionais.

Palavras-chave: Jornalismo; Rádio-TV-Internet; Comunicação; Jornalismo de Entretenimento; Infotainment; Entretenimento; Matriz curricular.

Abstract

This dissertation is a reflection on the change that has taken place in the journalism profession, its new purpose, and the extent to which this change needs to be rethought in the academic sphere. To this end, the curriculum of the Journalism and Radio-TV-Internet courses at private and public universities were analyzed because of the similarities between the two professions, their activities and working tools. Through professional experience, diverse research and practical examples, the dissertation discusses the creation of a new academic activity called Entertainment Journalism,

the result of combining the two courses analyzed. There are two fronts of study: theory and practice within the curriculum and the mix between journalism and entertainment. The proposal developed here goes through topics that contextualize these two areas of communication in history, which talk about a new curriculum matrix, a new dynamic between teachers and interdisciplinarity, practical training for students, the balance between theory and practice in the matrix, with practical examples from the profession and curricular matrices from international courses.

Keywords: Journalism; Radio-TV-Internet; Communication; Entertainment Journalism; Infotainment; Entertainment; Curriculum Matrix.

Sumário

Introdução.....	8
 Capítulo 1	
Metodologia: Mapeamento Sistemático.....	15
1.1 A informação com entretenimento no Brasil.....	25
1.2 A simbiose entre jornalismo e entretenimento.....	31
1.3 A quebra de paradigmas na comunicação.....	35
 Capítulo 2	
Teoria e Prática.....	44
2.1 A prática na comunicação.....	44
 Capítulo 3	
A Formação.....	50
3.1 A formação em jornalismo de entretenimento.....	50
3.2 Jornalismo e Rádio-TV-Internet: teoria e prática nas matrizes.....	70
3.3 Jornalismo e Rádio-TV-Internet: análise das disciplinas.....	73
3.4 Cursos internacionais.....	78
 Capítulo 4	
O Jornalismo de Entretenimento na Prática.....	86
4.1 A prática da profissão.....	86
4.1.1 Oscar.....	86
4.1.2 Reality shows.....	89
4.1.3 Documentário.....	92
 Conclusão.....	95
 Referências.....	97
 Apêndice.....	105

Introdução

O que esta dissertação pretende analisar é o desafio da incorporação do entretenimento dentro das matrizes curriculares dos cursos de Jornalismo, Rádio-TV-Internet e comunicação em geral.

O jornalista hoje não está dentro apenas das redações trabalhando em notícias factuais, a sua área se expandiu, está dentro da produção de reality shows, de documentários, de podcast; de programas de televisão sobre celebridades; em transmissões ao vivo de festivais e eventos diversos; cria conteúdo para televisão, rádio, redes sociais, plataformas de streaming; trabalha em produtoras corporativas, faz institucionais; pesquisa, escreve livros, organiza ideias. Enfim, o jornalista hoje transita em todas as áreas da comunicação e além dela.

Cabe lembrar que o Jornalismo, enquanto formação regular, teve seu início apenas como uma tímida disciplina dentro de outros cursos e com muitos olhares desconfiados. Como nos relata Marialva Barbosa, deve-se observar:

(...) o papel desempenhado pelas faculdades de direito como celeiro em que as emergentes empresas jornalísticas colhiam jovens intelectuais vocacionados para o exercício da comunicação pública, habilitando-os a desempenhar funções informativas ou opinativas no interior das próprias redações. Era tamanho o trânsito desses bacharéis entre as “arcadas” e os “jornais” que algumas faculdades cariocas introduzem nos respectivos programas de ensino, disciplinas complementares sobre texto, com a finalidade de ampliar suas chances na disputa de seus alunos por ocupações extrajurídicas (Apud. MELO, 2004, p. 78).

Como nos mostra a história, a entrada da disciplina de Jornalismo nos cursos da Faculdade de Direito trouxe benefícios ao próprio Direito, que criou disciplinas influenciadas por essa então nova Ciência. Mas também aponta, por outro lado, para como é percebido esse profissional de uma profissão nascente: o jornalista, como alguém vocacionado à comunicação pública, que desempenha funções opinativas, mas que possui, como aluno de Direito, capacidades

investigativas, argumentativas, retórica. Em resumo, esse profissional floresce do campo que semeia a verdade e, simultaneamente, o poder de retórica. O jornalismo que conhecemos hoje, seja no mercado de trabalho ou nas Instituições de Ensino Superior (IES), mudou muito desde seu início como profissão e como objeto de estudo e formação. E continua mudando. Agregar o estudo do que é novo, é a essência de qualquer faculdade.

Uma das contribuições desta dissertação em relação aos temas ligados ao jornalismo, como o entretenimento, as mudanças tecnológicas na comunicação e as mudanças na forma de se trabalhar, é o ponto de vista que não vem apenas da academia, mas também do mercado de trabalho, ou seja, é uma dissertação calcada em exemplos práticos e, por consequência, também discute um maior equilíbrio entre teoria e prática nas matrizes curriculares. A ideia de se trabalhar com o tema jornalismo de entretenimento deve-se ao mercado de trabalho atual e da visão de quem está nele desde 1987.

Por esse motivo, as técnicas de pesquisa e imersão deste tema sobre jornalismo de entretenimento, comunicação e matrizes curriculares são as usadas não somente no universo acadêmico, mas em trabalhos realizados para televisão em seus mais diversos formatos o que, na verdade, é quase o mesmo caminho. Os exemplos práticos dividem espaço com o que é academicamente discutido em trabalhos, artigos, seminários, dissertações e teses, livros, entrevistas, documentários e matrizes curriculares.

O foco principal desse debate é o fato de até hoje não haver nas matrizes curriculares o “jornalismo de entretenimento” claramente descrito. Por que não pensar nessa possibilidade, já que o jornalismo passa por uma série de mudanças ao mesmo tempo em que não é obrigatório seu diploma? Ao contrário de outros projetos similares, esta dissertação vai além de discutir os limites entre jornalismo e entretenimento – o que acontece em um dos tópicos – para mostrar que incorporar o entretenimento dentro da formação em jornalismo não é depreciar a função, mas sim enriquecer seu conhecimento e ampliar sua área de atuação, algo que acontece na prática há décadas.

Apesar de já bem assimilado pelo público e presente nos departamentos em diversas empresas de comunicação, o jornalismo de entretenimento segue tendo opiniões diferentes entre os profissionais e os acadêmicos. Por exemplo, José Arbex Júnior tem posição reticente em relação ao jornalismo de entretenimento:

O compromisso do jornalismo nunca foi seduzir, nunca foi entreter, nunca foi tornar a vida mais fácil. Ao contrário, o propósito do jornalismo – e isso está escrito no código de ética do jornalista – é a busca da verdade. Ora, quando você diz que a busca da verdade se torna um apêndice, em um penduricalho, da busca da sedução, do show, do entretenimento e do espetáculo, aí fica complicado. Qual é a fronteira das coisas? Quer dizer, eu como jornalista estou aqui para quê, para agradar o leitor, o telespectador ou para ir atrás das verdades dos fatos? [...] A minha preocupação é com a verdade e não com o entretenimento [...] Eu estou muito preocupado, porque o jornalismo começa com uma narrativa que mais parece com uma telenovela e um videoclipe. O telespectador fica seduzido, acha aquilo muito bonito, muito fácil. O mundo fica fácil de ser entendido porque “eu sei quem é o bandido e eu sei quem é o mocinho” e acabou o jornalismo. Eu acho que nós estamos assistindo à ameaça do fim do jornalismo. Eu acho isso muito preocupante (MARTINS; ARBEX JR, 2021, transcrição nossa).

Arbex é um jornalista experiente na carreira profissional e acadêmica, entre seus livros figura o intitulado **Showrnalismo**, e ele é um bom exemplo de quem não vê com bons olhos a mistura entre jornalismo e entretenimento. Esta colocação traz alguns pontos importantes a serem discutidos, o que é feito neste trabalho ao longo de seus capítulos.

Assim como outros críticos, ele questiona a fronteira entre jornalismo e entretenimento sem perceber que a discussão não deve ser esta ou somente esta, mas sim em *como trabalhar com o jornalismo de entretenimento*. Nessa simbiose entre ficção e não ficção é o projeto a ser produzido que determinará como essa mistura será feita e se será feita. A notícia pode ser sim um show e em alguns casos precisa ser, porque certos acontecimentos necessitam de uma atenção especial, como a cura de alguma doença rara, por exemplo. O show no jornalismo clássico está na manchete bem pensada, no furo de reportagem, na

exclusividade da notícia, na conquista de um depoimento importante. Arbex se mostra radical quando diz, com tom pessimista, que essa mistura pode ser o fim do jornalismo. Esta dissertação prefere entender a colocação como sendo realista por se tratar, na verdade, do fim de uma era e o “início” de um novo propósito para a profissão, com conhecimentos contemporâneos agregados. Trata-se não apenas de uma nova roupagem, mas de uma nova função. É preciso entender que trabalhar com entretenimento não significa necessariamente distorcer a verdade ou fazer dela um show. A ligação dessas duas áreas existe e essa discussão sobre o limite entre ambas já se mostrou obsoleta, por ser limitada.

A chegada do homem à Lua, a queda do Muro de Berlim, as coberturas de guerra, a morte de Michael Jackson, o atentado ao World Trade Center, todos esses fatos se tornaram notícias que foram tratadas como show. Não há como fugir desse contexto, porque é o interesse do público que determina a forma como cada notícia será tratada. Não há como brigar contra essa realidade dentro do jornalismo, mas sim a maneira como absorvê-la é que traz o interesse deste trabalho. Como lembram Lobato e D’Amora:

A informação teve que se tornar um produto vendável desde o início. O surgimento do jornalismo está ligado com a estruturação de uma atividade comercialmente viável. E dessa natureza comercial, é meio que visto como uma tendência natural que venham os produtos de entretenimento juntos. Então, jornalismo e entretenimento acabam caminhando juntos nos produtos editoriais. Então os primeiros jornais, as primeiras revistas, desde aquele jornalismo envolvido nos temas lá no século XVIII até o jornalismo mais industrializado do século XIX. A expansão mercantil mesmo da atividade jornalística está muito vinculada com a conversa com o entretenimento, que vai desde as tirinhas dos jornais, as histórias, os folhetins e seriados lá do século XIX até como a gente vê hoje, na televisão, esse hibridismo entre informação e entretenimento com os programas que vão transitar entre esses dois espaços, sem deixar muito claro, até mesmo para o telespectador o que seria o limiar entre a informação e o entretenimento (LOBATO; D’AMORA, 2016, transcrição nossa).

Na dissertação há aprofundamento a respeito dos limites dessa junção, e eles apenas dependem da forma como será passada a informação que pode ser dada no formato tradicional dos jornais impressos e telejornais, ou “embalada” como podcast, documentário ou minissérie. O jornalismo de entretenimento parece ser novo porque hoje está mais em evidência, mas a história mostra que ele existe desde sempre. Só que agora, o jornalista que tiver mais preparo para projetos com essa característica, que mostrar mais flexibilidade para lidar com diferentes linguagens, ganhará destaque na carreira. Isso serve também para outro gênero de jornalismo que é discutido neste trabalho, que é o jornalismo sensacionalista. Segundo Trevisan:

Uma das características principais dos programas que tratam de crime e polícia, é que eles estão em uma fronteira dúbia em relação se é jornalismo ou entretenimento. No caso de ser entretenimento, é muito sensacionalista a cobertura (jornalística), então é uma cobertura muito factual, focada no crime, no fato em si, que não problematiza a questão, que não traz dados de fora, não traz contexto, não traz legislação, não faz uma reflexão como deveria ser uma reflexão acerca de crimes [...] o principal problema dos programas que cobrem crimes é esse, que eles não se distinguem entre entretenimento e jornalismo [...] (TREVISAN, 2015, transcrição nossa)

A colocação é bastante significativa dentro do propósito deste projeto, que mostra o quanto é importante trazer para a Academia a discussão sobre a ambivalência entre jornalismo e entretenimento e seus benefícios. Ao pegar de exemplo o jornalismo sensacionalista, a ideia é trazê-lo para a realidade da profissão e não apenas ignorá-lo como sendo um formato caricato do jornalismo. Ele não é visto apenas em programas de linguagem popular, mas está presente também em mídias tradicionais como o Jornal Nacional e a Folha de São Paulo. Isso fica mais evidente quando acontecem grandes tragédias ou a morte de celebridades mundiais. Há exploração excessiva com reportagens especiais, links ao vivo e tudo o que for possível para alimentar o interesse popular pelo assunto.

Esse gênero deve fazer parte das discussões teóricas da comunicação para entender sua aceitação, o contexto social, o que desperta esse interesse do público, como pensam os profissionais envolvidos neste universo e o pensamento

crítico em relação a esta linguagem. Afinal, já que ele faz parte das possibilidades profissionais de um jornalista, não seria mais correto discuti-lo e entendê-lo, ao invés de vê-lo como algo menor, quase insignificante dentro da profissão?

O jornalismo sensacionalista no Brasil tem como principal referência o programa pioneiro **O Homem do Sapato Branco**, que surgiu na década de 1960, com sua produção interrompida em 1969 pela ditadura militar, retornando a outros canais abertos durante a década de 1980. Assim como o jornalismo com entretenimento, ele é algo antigo que ao longo das décadas ganhou novos formatos, novas linguagens, seja no rádio, na televisão ou na mídia impressa, ele também progrediu e hoje se estabeleceu como um gênero.

São essas inovações que a dissertação quer discutir, sejam elas tecnológicas, de linguagem, de escrita ou de abordagem, independentemente de serem pensadas de forma macro (o curso) ou de forma micro (a matriz curricular), mas que sejam discutidas, pensadas e aplicadas da melhor forma. Eis o principal motivo pelo qual este trabalho é ilustrado com exemplos práticos de conteúdos amplamente conhecidos pelo público, para mostrar que, de fato, a profissão de jornalista e a comunicação mudaram – e para melhor. Falar em incorporar o entretenimento ao jornalismo não é depreciá-lo, mas sim atualizá-lo. É mostrar que há novas possibilidades na profissão:

Não desperdice a oportunidade de aprender qualquer coisa nova, tenha paixão pelo conhecimento, entusiasme-se por isso, porque você sempre irá poder aplicar isso em uma boa reportagem de jornalismo, um bom texto [...] tem mil caminhos para quem faz jornalismo hoje. Você pode ser roteirista de podcast, você pode ser roteirista de (série do gênero) “true crime”, de qualquer coisa (HERMANN, R. *et al.*, 2023, transcrição nossa).

Esta fala da jornalista Rosana Hermann é uma verdade absoluta dentro do que é hoje o jornalismo, agora uma profissão de multitalentos coerente com os novos tempos de multimeios. O entretenimento tem relação direta com essa mudança, porque está ligado diretamente aos propósitos das redes sociais e da busca incessante que as plataformas de streaming fazem por conteúdo. O jornalismo de entretenimento é o sensacionalismo, é a celebridade, é o

comportamento, é a cultura, é o esporte, é a ciência e tecnologia, é a política, é a história, é a inclusão, é a sustentabilidade, é prestação de serviço. Segundo Ivan Martins:

O jornalismo de entretenimento é jornalismo. A gente [comunidade jornalística] tende a ter um preconceito com isso, mas isso é jornalismo. Tem muito público, tem muito leitor, tem muito interesse. Há muitos títulos tratando disso e há excelentes jornalistas fazendo isso (MARTINS; ARBEX JR, 2021, n. p., transcrição nossa).

Como mostra a extensa e diversificada lista de referências usadas para a realização desta dissertação, ela não é uma voz solitária quanto a necessidade de as IES oficializarem de forma definitiva a união entre o jornalismo e o entretenimento, dando a esta junção o caráter acadêmico que lhe é necessário.

A proposta desse projeto é exatamente reacender a discussão coletiva deste tema que há anos está estagnada no debate entre os limites das duas áreas, e trazer esta reflexão sob o ponto de vista de sua produção e de sua forma de trabalho.

Capítulo 1

Metodologia: Mapeamento Sistemático

A ideia de se fazer uma reflexão sobre a criação de um novo conteúdo acadêmico, no caso desta dissertação o Jornalismo de Entretenimento, surgiu da consequência do que acontece no mercado de trabalho: é grande o número de recém-formados que chegam às redações, emissoras e produtoras sem o preparo necessário para a rotina e prática do trabalho em jornalismo, rádio, televisão e internet. Não só isso, chegam sem referências de história, de programas e de profissionais que ajudaram a escrever a história da comunicação. A observação é de um profissional que atua há 37 anos entre publicidade, fotografia, televisão e mídia impressa. Junta-se a este fato, a estranha não obrigatoriedade de se obter o diploma de jornalismo.

A pergunta inicial que deu início ao desenvolvimento deste tema foi: será que o problema da falta de preparo para profissão está nas matrizes curriculares dos cursos de Jornalismo e Rádio-TV-Internet?

A partir desta questão, foi feita uma pesquisa das universidades e faculdades que trabalhavam com esses dois cursos ou similares, mas com denominações diferentes como Comunicação Social – Audiovisual, Comunicação Social – Rádio e Televisão (TV), Comunicação e Multimeios, Audiovisual e outros, mas que têm matriz curricular bem próxima ou igual às matrizes de Jornalismo e Rádio-TV-Internet (RTVI)¹.

¹ Entre as instituições de Ensino Superior pesquisadas neste primeiro momento há públicas e privadas: Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Universidade de Brasília (UnB), Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), Universidade de São Paulo (USP), Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Universidade Federal do Cariri (UFCA), Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Universidade Federal do Paraná (UFPR), Faculdade Cásper Líbero, Faculdade Paulus de Comunicação (Fapcom), Universidade Cruzeiro do Sul, Centro Universitário Belas Artes, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), Fiam-Faam Centro Universitário, Centro Universitário Teresa D’Ávila (Unifatea), Fundação Armando Álvares Penteado (Faap), Universidade Metodista de São Paulo, Centro Universitário Sant’Anna (Unisant’Anna), Universidade Metodista de Piracicaba (Unimep), Faculdade Paulista de Comunicação (FPAC), Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), Mackenzie.

Para encontrar os cursos, as matrizes e as disciplinas, a busca foi feita pelos sites oficiais de cada instituição. O que dificultou um pouco essa análise das matrizes curriculares das instituições públicas e privadas foi a falta de informações detalhadas sobre as disciplinas e sobre as próprias matrizes. O máximo que foi encontrado neste sentido foram textos genéricos e sem aprofundamento sobre a formação e as competências da profissão (seja em Jornalismo ou RTVI)².

O critério inicial não envolvia apenas as IES que tivessem um desses cursos de comunicação, mas que tivessem os dois cursos: Jornalismo e RTVI (ou similares). O intuito não era apenas comparar as matrizes desses dois cursos em instituições diferentes, mas também ver como uma mesma instituição elaborou as matrizes desses dois cursos, que são muito próximos, para saber como foram pensadas as diferenças entre elas.

Esta primeira pesquisa serviu para mostrar que era possível seguir com o tema desejado uma vez que todas as matrizes se mostraram muito parecidas, algumas praticamente iguais, apenas diferenciando um pouco alguns nomes de disciplinas como, por exemplo, “Sociologia da Comunicação” e “Sociologia do Jornalismo” ou “Antropologia do Audiovisual” e “Antropologia da Comunicação”.

A partir desta comparação, que detectou um desequilíbrio significativo entre disciplinas teóricas (em maior número) e disciplinas práticas (em menor número), a dissertação começou a ser elaborada com foco, primeiramente, nesta disparidade entre teoria e prática na matriz curricular.

Feita a análise comparativa, a próxima etapa foi a busca por estudos e análises sobre teoria e prática nas matrizes curriculares dos cursos de Jornalismo e Rádio-TV-Internet. Neste caso, por ser algo muito específico, a pesquisa foi feita não só no Google, mas também no Google Acadêmico e no site Capes

² A inexistência de explicações a respeito de cada disciplina dificultou o entendimento do conteúdo delas e levantou outra questão, que não tem ligação direta com esta dissertação: um potencial futuro aluno de Graduação em Jornalismo ou RTVI, recém-saído do Ensino Médio, seja no âmbito privado ou público, tem a noção do que é, por exemplo, Antropologia do Audiovisual, Sociologia da Comunicação, Pós-Produção em Áudio, Filosofia da Comunicação, Teorias do Contemporâneo, Fundamentos da Sociologia, Comunicação Comparada, Introdução aos Estudos de Linguagem, Antropologia Cultural, Desenho de Som, Design Multimídia, Antropologia Teológica, Métodos Quantitativos, Semiótica da Comunicação? Entende-se que o mínimo de explicação do conteúdo e de como se trabalha as disciplinas no curso seria mais atrativo para quem procura a sua futura formação profissional.

Periódicos. Yahoo e Bing foram outros buscadores usados para esta pesquisa, assim como outros navegadores como Firefox, Opera e Microsoft Edge. Porém os resultados das buscas foram praticamente os mesmos.

Não só para este assunto específico, mas a pesquisa feita também para outros tópicos da dissertação foi feita dando preferência para textos mais recentes, principalmente, entre 2018 e 2023.

As mudanças tecnológicas que ocorreram nessas duas primeiras décadas do século XXI foram intensas. Primeiro, as pessoas tiveram que aprender a lidar com a chegada do computador desktop, no trabalho e em casa.

As possibilidades e ferramentas eram diferentes se pensarmos, por exemplo, entre 2000 e 2010 ou 2010 e 2020. Do computador desktop, para o *Wireless Fidelity* (Wi-Fi) e o smartphone, diversas ferramentas surgiram e se aprimoraram, enquanto outras caíram em desuso. As mudanças foram marcantes se pensarmos em comunicação, jornalismo, rádio, televisão e internet: TV a cabo, internet discada, dados móveis e smartphones.

Há uma geração de estudantes de jornalismo da década de 1990 que iniciou o curso utilizando máquina de datilografia e terminou o curso fazendo diagramação de jornal e revista no computador. Ou seja, a forma de se pensar e fazer comunicação mudou muito, e muito rápido, de meados dos anos 1990 até 2020 – quando muitas ferramentas digitais de comunicação já estavam estabelecidas.

Um ótimo exemplo que mostra a importância dessa preocupação em encontrar material mais recente é a citação do livro intitulado **Obras jornalísticas: uma síntese** (ARAÚJO; SOUZA, 2008, p. 307), especificamente em um trecho do sétimo capítulo, intitulado **Novas tecnologias e estudos da comunicação**:

Pierre Lévy tornou-se porta-voz das novas tecnologias. Ele acredita que todos são emissores ao mesmo tempo, como é o caso da internet. Emissor-receptor, o internauta (aquele que se informa por meio do computador) está fora da massa, pois ele faz parte de um público segmentado que escolhe qual informação quer obter no momento mais oportuno.

O livro é de 2008 e duas colocações ilustram o avanço da tecnologia e a descontextualização com os tempos atuais. A primeira é o fato de as autoras do

livro se preocuparem em explicar o termo “internauta”, algo hoje desnecessário; e a outra é se referir à comunicação feita através do computador desktop como sendo segmentada – e não de massa. De fato, ainda em 2008 não era toda casa brasileira que podia ter um computador e as *Lan Houses* eram muito procuradas; e ainda em 2008 nem todo mundo estava acostumado com novos termos surgidos a partir do uso da internet. Apesar do exemplo ser já do século XXI e ter apenas 16 anos (2008-2024), a tecnologia e o comportamento social mudaram imensamente desde então.

A reflexão a respeito de um novo propósito para o jornalismo acadêmico que o una oficialmente com o curso de Rádio-TV-Internet sendo, assim, Jornalismo de Entretenimento – proposto por esta dissertação, só é possível por causa do contexto atual da tecnologia e da sociedade. A internet e as redes sociais, todas essas ferramentas foram pensadas inicialmente como entretenimento e se tornaram um poderoso meio de comunicação e trabalho. YouTube (2005), X/Twitter (2006), Facebook (2006), Instagram (2010) e Netflix (2010) aperfeiçoaram seus mecanismos de interação e ganharam um novo propósito a partir de 2013, principalmente no Brasil, quando 35,6 milhões de smartphones foram comercializados dando início a popularização dos aplicativos móveis e que coincidiu com as manifestações contra o aumento das tarifas do transporte coletivo que tomou o país naquele momento. Pode-se dizer que essas manifestações, que aconteceram entre junho e julho 2013, deram um novo significado às redes sociais que passaram a transmitir imagens ao vivo e, a partir deste fato, a relação da sociedade com a tecnologia da comunicação mudou. O jornalismo mudou.

Por tudo isso, a pesquisa deu preferência ao conteúdo produzido entre 2018 e 2024, mas não renunciou ao que foi produzido antes. A busca foi por trabalhos acadêmicos, livros, entrevistas, reportagens e conteúdo em vídeo, além de pesquisas e dados de mercado.

A respeito dos textos encontrados para a primeira pesquisa sobre teoria e prática, surpreendeu a riqueza do material, inclusive de estudos que fizeram

análise curricular de instituições de todo o país. Muitas citações foram usadas³, mas outros tantos conteúdos a respeito desse tema foram lidos, porém não aproveitados de forma direta, lembrando que todo conteúdo pesquisado, mesmo que não tenha sido efetivamente aproveitado, ajudou na realização do trabalho. Todos eles, cada um em seu contexto, mostraram o desequilíbrio entre teoria e prática, assim como a análise comparativa das matrizes realizada anteriormente.

Apesar da intenção de buscar conteúdo mais recente, o uso de conteúdo produzido entre 1998 e 2015 foi importante, porque nesse período foram feitos muitos estudos e pesquisas sobre os temas jornalismo com entretenimento e infotainment. Os trabalhos encontrados, artigos, dissertações, teses e outros, a maior parte data entre 2003 e 2015.

Para procurar os textos também foi usado o Google, Google Acadêmico e o site Capes Periódicos, além dos outros buscadores e navegadores já citados. Essas ferramentas de busca serviram para todas as pesquisas. Além da pesquisa na internet, ela também foi feita em sebos físicos, livrarias e no site Estante Virtual, que reúne sebos de todo o Brasil.

A reflexão e o debate sobre o que é o novo jornalismo, tendo como principal característica a junção com o entretenimento, diminuiu ao longo do tempo, apesar de o jornalismo de entretenimento estar cada vez mais evidente no mercado. Para buscar conteúdo a respeito de jornalismo e entretenimento, a pesquisa foi obrigada a ir além dos trabalhos acadêmicos, ampliando a busca por livros e por material em vídeo disponível no YouTube.

Não foram encontrados livros que tratam de forma direta sobre a simbiose entre jornalismo e entretenimento – apenas a obra intitulada **Showrnalismo**, de José Arbex Júnior (2001), mas que traz uma reflexão voltada unicamente para as notícias do jornalismo impresso tradicional. Para suprir essa falta, livros que abordam o jornalismo e a comunicação de forma geral também foram alvos da pesquisa, além de trabalhos acadêmicos.⁴

³ Bernardo e Leão (2012), Machado (2021), Marques de Melo (2020, 2023), Almeida, Silva e Melo (2015), Pôrto Júnior e Ormanzeze (2023), Costa e Dias (2015), Melo (2004), Bucci (2015), Associação Brasileira de Imprensa ([20--?]).

⁴ Serelle (2012), Silva (2002), Carvalho (2014), Veleda (2018), Machado (2000), Nassife (2014), Comparato (2000), Pereira, Assis e Antonioli (2014), Instituto de Arte e Comunicação Social (2020), Veleda (2018), Shuen e Sousa (2005), Globo (2004), Yorke (1998), Scalzo (2003), Miranda e Aguiar (2019, 2020), Moreira (2019), Aguiar, Lazarini e Afonso (2003), Yoshiaky (2013), Ikeda e colaboradores (2012), Carvalho (2014), Canavilhas, Rodrigues e Giacomelli (2019), Silva

Analisar essa quantidade de material pesquisado que aborda a mistura entre jornalismo e entretenimento foi necessário por alguns motivos: por haver muito conteúdo com a mesma abordagem; para se ter o maior número de opiniões possíveis; e para entender a história e o contexto. A busca pelo termo “jornalismo de entretenimento” também resultou em abordagens segmentadas que falam sobre o jornalismo esportivo e cultural. Para entender o jornalismo de entretenimento, foi preciso, primeiramente, entender essas duas áreas em separado e seus contextos dentro da comunicação. Isso deu uma importância especial a todo o material acadêmico encontrado, porque há reflexão teórica sobre tudo isso. Apesar disso, a falta de diversidade na abordagem do conteúdo encontrado sobre o jornalismo de entretenimento ficou clara não só nos trabalhos acadêmicos, mas também no conteúdo em vídeo.

Na busca por vídeos foram usados termos e palavras como “jornalismo de entretenimento”, “jornalismo e entretenimento”, “infotenimento”, “infotainment”, “entretenimento no jornalismo”, “informação e entretenimento”, entre outras variações similares e, em todas elas, os resultados foram os mesmos, com pouquíssima variação. Do que foi encontrado, entre os usados na dissertação, há documentários, reportagens, programas de debate e entrevistas.⁵

Com raras exceções, todo esse conteúdo sobre jornalismo e entretenimento, seja em texto ou vídeo, é similar em sua abordagem: todos eles tentam achar o limite entre jornalismo e entretenimento; teorizam a respeito das duas áreas e suas junções; falam em comunicação de massa, receptor e mensageiro; debatem sobre a diferença entre informação, notícia, o jornalismo de utilidade pública e aquele que distrai; ademais, tentam definir o que é jornalismo através de pautas como política, economia, esporte e cultura. Ao contrário de todos eles, esta dissertação faz sua reflexão a partir da prática, do ponto de vista do mercado de trabalho, do que acontece nele e do que é preciso para formar o novo profissional dessa nova comunicação e desse novo jornalismo.

(2019), Oliveira Sobrinho (2011), Rossi (1994), Araújo e Souza (2008), Amaral (2008), William (2002), Bial (2005), Barcellos (1992), Blikstein (1987), Bessa (2006), Bucci (2015), Field (1997).

⁵ Vídeo Doc Infotenimento (2012), Lobato e D'Amora (2016), Trevisan (2015), Baker (2016), O entretenimento no jornalismo (2019), Chegue mais perto (2024), Bial (2019), BuzzFeed (2017).

A abordagem da prática, esse é um dos motivos de se ter entre os livros, as biografias de José Bonifácio Sobrinho, o Boni, ex-executivo da Rede Globo; de Silvio Santos, dono e idealizador do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT); de Roberto Marinho, que criou o Grupo Globo; do comunicador e apresentador Chacrinha; e literatura prática como **Jornal Nacional: a notícia faz história, Da criação ao roteiro, 4 roteiros e Rota 66**. Esses livros trazem as histórias de pessoas que se tornaram profissionais já dentro mercado e que tiveram carreiras baseadas unicamente na prática. A mesma coisa acontece com os livros sobre roteiro, sobre o Jornal Nacional (JN) e o **Rota 66**, de Caco Barcellos (1992), são livros que mostram a prática.

Há alguns textos acadêmicos que citam como exemplos de jornalismo de entretenimento (ou infotainment) apenas talk shows e o programa CQC – Custe o Que Custar, da Rede Bandeirantes, transmitido entre 2008 e 2015 – e não vão muito além disso. O entretenimento e o jornalismo estão juntos desde o início do rádio e da televisão e em incontáveis produções. Não se pode limitar sua prática com poucos exemplos, e essa é uma das preocupações desta dissertação, que também se baseia em exemplos de como são realizados programas com formatos diferentes, filmes, revistas, jornais entre outros produtos, projetos e personagens que fazem o jornalismo de entretenimento. Para o material em vídeo também houve a preocupação com a data, e foi possível encontrar conteúdo recente. Entre os depoimentos há quem fale a respeito das ferramentas de trabalho e de como é o trabalho do profissional, mas é algo pontual. A maior parte dos depoimentos também teoriza sobre pauta, limites, seriedade e diversão.

Algo em comum em muitos desses conteúdos é o fato de vários jornalistas mostrarem preocupação ou serem contra a junção de jornalismo com o entretenimento. Eles mostram uma clara ojeriza em relação ao entretenimento, e até um certo desdém, colocando o jornalismo acima dele. Se pensar na questão de utilidade pública, há razão na preocupação, mas o entretenimento jamais irá entrar nesta seara que é exclusiva do jornalismo. Essas áreas podem se misturar, mas não necessariamente em todos os conteúdos produzidos. Cada assunto e formato vai determinar se será entretenimento, jornalismo ou a mistura dos dois.

Em uma reflexão prática e objetiva, o jornalismo de entretenimento só enriquece mais o conhecimento e expande as capacidades profissionais. Tudo é informação e as duas áreas estão dentro deste grande universo. Dessa forma, elas podem trabalhar juntas ou não, assim como os filmes que tem seus gêneros bastante distintos, mas que tudo é cinema.

Durante a produção dos textos e pesquisas para a dissertação, houve interesse em saber como funcionam os cursos e as matrizes de universidades internacionais e, através de busca realizada com o Google, encontrou-se sites oficiais de universidades nos Estados Unidos, no Canadá, na África e em países da Europa como Polônia, Alemanha, Inglaterra, Espanha, Bélgica e Rússia⁶. Mas uma vez encontrados os sites, eram raros os que davam acesso fácil ao conteúdo desejado pela pesquisa. Muitas vezes foi preciso entrar na área de conhecimento (no caso, Humanas), depois entrar no departamento e, por fim, entrar no curso. Não foi uma pesquisa simples e rápida.

A pesquisa por universidades estadunidenses, principalmente as da Califórnia, foram pensadas por estarem no país onde o cinema, o rádio, a televisão e o conteúdo digital são referências para o mundo. Ao pesquisar a Europa, a busca foi por países fora do eixo conhecido do cinema e TV, como Bélgica, Rússia e Polônia. A ideia de pesquisar o continente africano também foi para buscar mercados diferentes dos mais conhecidos.

A maioria dessas universidades dão ênfase para a prática, mas tendo estudos teóricos; trabalham com poucas disciplinas por semestre e a duração do curso é de 3 anos, com algumas exceções. Surpreendeu saber, através desta pesquisa, que muitas das ideias que estão presentes nesta dissertação têm similaridade com o que acontece nessas instituições estrangeiras: há muito seminário e workshops com presença de profissionais do mercado; os conteúdos

⁶ Entre as citadas na dissertação, estão: Artevelde University of Applied Sciences – Gante, Flandres Oriental, Bélgica; Calarts School Of Film And Video – Califórnia, EUA; Dekra Hochschule fur Medien – Berlim, Alemanha; Film and TV School of Academy of Performing Arts in Prague (Famu); Hillsborough Community College – Flórida, EUA; Kanbar Institute of Film & Television – Flórida, EUA; Los Angeles Film School – Califórnia, EUA; Novosibirsk State University – Novosibirsk, Rússia; Toronto Film School – Toronto, Canadá; Universidade Academia de Cultura Social e Midiática – Torún, Polónia; Universidade de Berkeley – Berkeley, EUA; Universidade de Cabo Verde – Praia, Cabo Verde; Universidade da Cidade do Cabo – Cidade do Cabo, África do Sul; Universidade do Estado da Califórnia – Los Angeles, EUA; Universidad Europea del Atlántico – Santander, Espanha; University Stanford – Palo Alto, EUA; University of Winchester – Hampshire, Inglaterra; Universidade de Witwatersrand – Joanesburgo, África do Sul.

elaborados pelos alunos alimentam os meios de comunicação da Universidade (site, YouTube, Instagram etc.); há mais espaços nas matrizes para o aluno criar matriz personalizada, entre outros detalhes. Todas elas mostraram que a forma de pensar o Jornalismo de Entretenimento como objeto de estudo não é algo fantasioso, mas sim possível, através da construção de uma matriz moderna, pela dinâmica de trabalho entre os professores e pela ajuda efetiva de convidados vindos do mercado profissional.

A busca por pesquisas de mercado e por dados também foi necessária para complementar toda essa reflexão. Os novos hábitos de se consumir informação, notícias e conteúdos variados em vídeo, áudio e texto têm ligação direta com o uso de smartphones, das smart TV, internet, redes sociais e plataformas de streaming. Também se reflete no contexto social atual e no modo como se consome os conteúdos produzidos. Nos últimos 10 anos (2014-2024) muita coisa mudou e as pesquisas e os dados contribuíram para entender essa recente mudança de comportamento da população, por exemplo:

- Global Overview Report – sobre o uso de redes sociais (DIGITAL, 2022);
- Instituto Pró-Livro (5ª EDIÇÃO DA RETRATOS..., 2019);
- Relatório Canais de Mídia (OPINION BOX, 2023);
- Relatório DataReportal (2023);
- ONU News (MAIS DE TRÊS QUARTOS..., 2023).

O período de publicação e/ou produção da maior parte do material pesquisado é de 2003 a 2015. Há conteúdos de 2016 a 2024, mas apenas eles não iriam dar o apoio necessário para a reflexão proposta neste trabalho, principalmente de 2020 a 2024, porque é pouco material e porque eles fazem apenas a análise teórica do conteúdo.

Essa queda na produção de textos acadêmicos a respeito do jornalismo de entretenimento é estranha, mas, ao mesmo tempo, faz sentido se for levar em conta as colocações e reações dos depoimentos e opiniões presentes em todo

esse material pesquisado, seja nos textos acadêmicos ou no conteúdo em vídeo. Os jornalistas tradicionais se posicionam contra a mistura.

Justo em tempos atuais, quando há muito mais conteúdo de jornalismo de entretenimento à disposição do público, os debates e análises diminuiriam. Tudo isso gera novas questões: não seria o momento de as teorias da comunicação se atualizarem? Será que há falta de interesse no assunto também por parte das instituições de Ensino Superior? Elas não deveriam estar na vanguarda?

Todo esse material que aborda diretamente o assunto jornalismo e entretenimento é espelho do que acontece nas matrizes curriculares, tendo teoria em excesso e quase nada a respeito das práticas. Esmiúça-se a teoria, enquanto a prática é preterida. A dissertação, com a ajuda do material que aborda a história, mostra de onde vem a tradição brasileira em dar essa importância maior às teorias.

Como é mostrado, não foi feita apenas uma pesquisa, mas sim várias delas: a matriz curricular de diversas universidades brasileiras, trabalhos acadêmicos sobre teoria e prática na matriz, livros sobre comunicação e prática, trabalhos acadêmicos e vídeos sobre o jornalismo de entretenimento e o infotainment, matrizes curriculares de universidades internacionais, além de dados e pesquisas de mercado. Foram ao menos seis frentes de pesquisa que, agregadas às décadas de experiência na profissão, ajudaram a construir esta dissertação que, para ficar bem ilustrada, é recheada de exemplos práticos. Foi preciso uma base variada e rica de pesquisas para dar sustentação às ideias contidas nesta reflexão sobre os cursos de Jornalismo e Rádio-TV-Internet.

1.1 A informação com entretenimento no Brasil

Em 1844 o telégrafo revolucionou o jornalismo com a possibilidade de se receber e enviar textos de forma mais rápida porque, até então, as notícias eram transmitidas por homens a cavalo ou em trens; em 1876 aconteceu a primeira transmissão de voz por telefone, mas o aparelho só se popularizou – assim como a televisão – a partir da década de 1950. Ainda no século XIX, em 1896, o físico italiano Guglielmo Marconi criou o telégrafo sem fio e assim surgiu, por consequência, a radiodifusão, que em São Paulo (Brasil), principiou em 1899, através do invento do padre Landell de Moura, este que fez a primeira transmissão de voz e música.

No Brasil, o rádio como conhecemos hoje chegou exatamente em 7 de setembro de 1922, na comemoração do centenário da Independência. Essa transmissão, em caráter experimental, aconteceu no Rio de Janeiro e, após o pronunciamento do presidente Epitácio Pessoa, foi tocada a ópera “O Guarani”, de Carlos Gomes. Ou seja, logo em sua inauguração, voz e música foram transmitidas para aqueles poucos cidadãos que tinham aparelho de rádio, além dos aparelhos colocados pelo Governo nas cidades Rio de Janeiro, Niterói e Petrópolis. As primeiras emissoras radiofônicas do Brasil começaram a operar já em 1923 e suas programações tocavam óperas, davam notícias e agenda cultural, além de declamar poesias. Para os brasileiros a Era de Ouro do Rádio aconteceu na década de 1930, quando ele se popularizou e passou a ser uma importante fonte de entretenimento. Pessoas e famílias se aglomeravam ao lado dos aparelhos para escutar notícias, ouvir novelas e música. Essas primeiras emissoras que surgiram a partir de abril de 1923, não eram emissoras criadas por grupos de comunicação, mas sim por amigos e curiosos que se juntavam e montavam o equipamento. Eram emissoras apenas locais, municipais, de curto alcance. Graças ao rádio, houve uma mudança de comportamento não só na sociedade brasileira, mas no mundo.

Com relação aos experimentos para a criação da televisão, já em 1924 e 1925 aconteceram as primeiras transmissões experimentais de imagens sem

som. Essas transmissões foram realizadas em laboratório e, finalmente, em fevereiro de 1926, aconteceu a primeira transmissão de televisão para um grupo de pessoas que viram a imagem preta e branca de um rosto com apenas 30 linhas de definição (*FIRST TELEVISION PICTURES...*, 2011). As primeiras transmissões de televisão aconteceram na década de 1930, primeiramente em países europeus e depois nos Estados Unidos. Ela se tornou sonho de consumo já na década de 1950. Foi só após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945) que a fabricação de aparelhos televisivos aumentou. Já no início da década de 1960, mais de 90% dos lares americanos tinham aparelho de televisão. Em terras brasileiras, a venda de televisores aumentou significativamente a partir da década de 1970, apesar de a inauguração das primeiras emissoras de TV ter acontecido em 1950 (TV Tupi SP) e 1951 (TV Tupi RJ).

Essa contextualização do início do rádio e da televisão é importante porque mostra que esses dois meios de comunicação se desenvolveram praticamente juntos, e nada mais natural do que os dois serem próximos no seu modo de se trabalhar e produzir. A única diferença entre as duas formas de comunicação é o fato de o rádio ser só áudio e televisão ser áudio e vídeo. As ferramentas de trabalho são as mesmas: o modo de produção, o roteiro, a pauta, o texto e redação, formatação de programas. Até mesmo o ambiente de trabalho é similar. Para se fazer rádio é preciso ter equipe de produção, transporte, verba de produção, direção, coordenação, pós-produção, estúdios e, claro, todo aparato técnico para a transmissão. Na televisão é igual, mas com o acréscimo do equipamento de vídeo.

Tudo isso serve para o jornalismo impresso, que também tem o mesmo *modus operandi* de produção que esses meios. Não é à toa que eles utilizaram, em muitos casos, profissionais que iniciaram a carreira no jornalismo tradicional, uma vez que esse jornalismo tradicional é bem mais antigo que rádio e televisão. Esse costume da migração dos profissionais da mídia impressa para os meios eletrônicos, se iniciou junto com a operação desses meios, e é assim até os dias atuais. O jornalista está presente em praticamente todos os meios de comunicação: mídia impressa, rádio, televisão, internet, redes sociais e nas mais diferentes editorias e produções.

Mesmo com toda tecnologia que surgiu ao longo das décadas, essa junção não só se manteve, como se fortaleceu e se mostrou fundamental em tempos de redes sociais. Tudo isso só prova que o Jornalismo de Entretenimento existe desde o surgimento das rádios e TVs. Ao pensar na divisão de produção dentro dos dois formatos, há o “departamento de jornalismo” e o “departamento de entretenimento”. Os dois meios, logo nas primeiras transmissões ao público, tinham em sua grade programas desses dois gêneros. Exemplos dessa força com o público na Era do Rádio – da década de 1940 até 1960 – não faltam e pode-se citar Repórter Esso, as radionovelas e a geração de cantores(as) do rádio.

Foram as rádios que cobriram, até a chegada da televisão nos anos 1950, os principais acontecimentos do Brasil e do mundo na década de 1940, como a Segunda Guerra Mundial que, ao terminar oficialmente em setembro de 1945, os brasileiros só acreditaram na notícia quando o âncora do Repórter Esso, Heron Domingues, noticiou o fato.

A força das rádios na sociedade brasileira também pode ser medida pelas publicações impressas que se dedicavam exclusivamente aos seus ídolos e conteúdo, pelo apelo popular dos artistas das radionovelas e cantores(as). São muitas as revistas, mas eis algumas delas: **O Rádio** (1923), **Electron** (1926), **Cine Rádio Jornal** (1930), **Carioca** (1935), **Revista do Rádio** (1948).

A partir da década de 1950, as emissoras de rádio passaram a dividir a atenção com a televisão que, por sua vez, ganhou força ao longo dos anos, até chegar ao auge de sua popularização na década de 1970. O crescimento da televisão foi tão significativo que ela foi responsável pelo fim das radionovelas, o que era algo impensável e inimaginável até meados dos anos 1960. Com o surgimento da televisão muito se discutiu sobre o fim das rádios, mas esse tipo de questionamento sempre acontece quando uma nova forma de comunicação surge. Assim foi quando disseram que a internet acabaria com o jornal impresso e, mais recentemente, que as plataformas de vídeo acabariam com a grade de programação da televisão. Essas discussões que surgem de tempos em tempos são mais uma mostra de que todas essas maneiras diferentes de comunicação se conversam e são complementares.

Profissionais da mídia impressa foram contratados pelas emissoras de rádio e televisão, a mesma coisa aconteceu com publicitários que chegaram à televisão para ajudarem a criar conteúdo, direção de arte e linguagem visual. O ex-diretor de programação e produção da Globo, José Bonifácio Sobrinho (2011), mais conhecido como Boni, que revolucionou a grade de programação da televisão brasileira e a qualidade técnica das novelas e programas, era um publicitário de sucesso antes de migrar definitivamente para a televisão em 1967. Já a partir dos anos 1950, essa mistura de profissionais dentro das redações dos jornais e revistas impressos, rádios e emissoras de televisão era uma realidade.

O termo revista eletrônica começou a ganhar força neste mesmo período e surgiu exatamente pelo fato de programas de rádio e televisão começarem a imitar as editorias de revistas que são divididas em política, comportamento, mundo, esporte, ciência e tecnologia, arte e cultura etc. Todas essas pautas migraram aos telejornais e radiojornais, com uma linguagem do jornalismo formal com apresentadores âncoras sérios e repórteres. Mesmo nesses formatos clássicos o jornalismo de entretenimento está presente.

À medida que essa simbiose ficava evidente até finalmente chegar ao século XXI e às redes sociais, essa evolução também foi sendo incorporada na vida acadêmica, nos cursos de Graduação e Pós-Graduação. Mais que isso, o casamento entre rádio, televisão e mídia escrita fez surgir novos cursos. Houve um momento em que o jornalismo se tornou um curso independente – antes vinculado com Direito, Letras ou Filosofia –, assim como um dia surgiu o curso de Rádio e Televisão que, também em determinado momento, incorporou a Internet. Natural incluir o jornalismo neste contexto.

Graças à tecnologia, o jornalismo de entretenimento serviu de gatilho para os multimeios e para a transmídia, e todas essas formas de comunicação precisam de profissionais com conhecimento em criação de conteúdo, áudio, vídeo e texto. O profissional formado em jornalismo pode precisar fazer uma pesquisa sobre vulcões para uma reportagem factual, assim como o profissional formado em RTVI pode precisar fazer uma pesquisa sobre vulcões para um documentário. É certo que as duas pesquisas chegarão às mesmas fontes, aos mesmos livros,

aos mesmos nomes, mesmos locais etc. É como fazer uma reportagem ou documentário sobre terrorismo e abordar o que aconteceu no World Trade Center em 11 de setembro de 2001, em Nova Iorque, EUA. Ao falar sobre este tema, os dois formatos irão chegar às mesmas imagens e aos mesmos personagens. Com relação a rádio, onde não há imagem, ela poderá optar, por exemplo, por colocar áudios originais dos bombeiros e das pessoas no momento do resgate. Independentemente do que irão usar, os profissionais da rádio ou televisão chegarão aos mesmos livros, mesmos personagens, mesmas reportagens, mesmos documentários etc. Isso em um contexto básico, porque pode-se ter pontos diferenciais na pesquisa, de acordo com a qualidade do profissional.

A mesma situação acontece no jornalismo tradicional quando há um evento como a Copa do Mundo de Futebol. Nos dois meios haverá programas de debate, reportagens, entrevistas, cobertura de treinos e jogos, programas sobre estatísticas, os melhores momentos dos jogos, discussão sobre as jogadas polêmicas. Tanto rádio, quanto televisão, irão contratar jogadores, comentaristas especializados em jogo e em arbitragem, irão enviar suas equipes para o país sede e ter que produzir hospedagem, transporte, alimentação, acesso às áreas permitidas aos jornalistas, cabine de transmissão nos estádios, toda logística entre jogos, programas gravados e ao vivo, entre outras necessidades que este tipo de evento requer. Como se percebe, o *modus operandi* é igual, apenas tendo diferença entre os equipamentos usados: vídeo e áudio.

Ao profissional que irá trabalhar nesses dois meios de comunicação, cabe dominar oralidade, escrita, leitura, pesquisa e produção. Não é só o *casting* de apresentadores que faz entrevistas, produtores e roteiristas também precisam saber entrevistar os personagens de reportagens, documentários, reality shows ou mesmo colher depoimentos na rua.

O entretenimento, a exemplo do jornalismo, é também uma área ampla e de editoriais distintos. Nele há programas gravados e ao vivo, entrevistas, reality shows, seriados, documentários e conteúdos que abordam esporte, cultura, tecnologia, comportamento, política, ciência e tantos outros temas que também fazem parte do jornalismo tradicional. Dentro deste contexto, mas na área acadêmica, o jornalismo de entretenimento seria a união dos cursos de

Jornalismo e Rádio-TV-Internet. A junção destes dois cursos aliada a uma matriz curricular que contemple a prática, vai mais de acordo com a realidade atual do mercado profissional, e essa realidade precisa ser replicada nos ambientes das instituições de Ensino Superior.

O jornalismo de entretenimento sempre existiu, porém, não havia uma definição e um nome para essa área até o final da década de 1990. Por mais que se soubesse que em um documentário sobre a Primeira Guerra Mundial há entretenimento e que em um documentário sobre o cantor Michael Jackson há jornalismo, até o início dos anos 1990 não se pensava, de forma efetiva, na simbiose das duas áreas. Historicamente a rádio e a televisão no Brasil sempre trabalharam com essa “parceria” entre jornalismo e entretenimento. O primeiro programa da televisão brasileira, chamado de TV na Taba, estreou poucas horas após a inauguração da TV Tupi, em 18 de setembro de 1950, e já misturava pautas jornalísticas a pautas de entretenimento. A TV na Taba contou com a participação de atores, jornalistas, esportistas e poesia.

Neste início da TV brasileira, nos anos 1950 e 1960, muitos programas de rádio migraram para a televisão e, entre eles, havia programas com esse perfil que ganharam o termo “infotainment” no início da década de 1990, e que se refere aos conteúdos que entretêm e informam ao mesmo tempo. Era o caso dos programas **Pinga Fogo** (TV Tupi, dos anos 1950 aos 1970), **O Homem do Sapato Branco** (TV Tupi, dos anos 1960 a 1980) e **Caso Verdade** (TV Globo, 1976 e 1982). Todos eles traziam em seu conteúdo, e em suas pautas, temas atuais para a época, relacionados a comportamento, política, dramas pessoais, reportagens, entrevistas, documentários com dramaturgia. Outro ótimo exemplo de que a existência do jornalismo de entretenimento não é de hoje, é o programa semanal da Rede Globo Fantástico, que estreou em agosto de 1973 e continua na grade da emissora no mesmo dia e horário semanal. Fantástico é a primeira revista eletrônica de variedades da televisão brasileira e nela, ainda atualmente, se assiste a editoriais bem definidos e roteirizados: comportamento, política, arte e cultura, saúde, ciência, tecnologia, esporte e curiosidades. Tudo isso tem seu espaço no programa e, tradicionalmente, há uma organização de exibição para cada pauta, muito parecida às revistas impressas.

Além dos programas, os profissionais que apresentavam e/ou trabalhavam nessas produções, também tinham essa particularidade de saber lidar tanto com o tom jornalístico, quanto com a descontração do entretenimento. Entre os programas citados destaca-se o **Caso Verdade** (TV Globo, 1982-1986), que tinha participações diferentes em sua apresentação: esportistas, jornalistas, atores e atrizes estavam entre os mediadores que conduziam as histórias. Nomes como Fausto Silva (Faustão), Pedro Bial, Ana Maria Braga, Sérgio Groisman, Marcelo Tas, Zeca Camargo e Astrid Fontenelle são exemplos concretos de profissionais que atuam tanto em jornalismo quanto em entretenimento. Todos esses nomes surgiram dentro do jornalismo e, ao longo da carreira, migraram para o entretenimento sem perder as características de jornalistas que são. Flávio Cavalcanti, que começou em rádio e era conhecido pelos seus programas musicais, entrevistou, nos anos 1960, o então presidente norte-americano John Kennedy; Faustão, antes de ir para televisão, era um conhecido repórter de campo na cobertura do futebol; Pedro Bial, que cobriu como repórter grandes momentos da nossa história recente (guerras, por exemplo), foi apresentador do reality show **Big Brother Brasil** (TV Globo, 2001)⁷.

Na década de 1990 foram criados os primeiros departamentos de jornalismo de entretenimento dentro das emissoras. O jornalismo mudou junto com o entretenimento e com a mídia, e isso foi importante para o universo da comunicação, inclusive para o mercado publicitário e de marketing.

1.2 A simbiose entre jornalismo e entretenimento

Foi com a popularização da TV a Cabo no Brasil que o conteúdo de jornalismo de entretenimento passou a ser comum no País, com produções feitas em outras nações: Estados Unidos, Inglaterra, França, Alemanha, Espanha, Itália

⁷ Fato curioso do início do programa era a apresentação em dupla de Pedro Bial com a atriz e cantora Marisa Orth. Ao término daquela edição, Pedro Bial, que é jornalista, permaneceu no projeto por conduzir bem; Marisa Orth, que é do entretenimento, fez apenas a primeira edição por não se encaixar no formato.

e Japão. Documentários, séries, filmes, eventos esportivos, a TV a cabo foi um portal para a globalização, a pré-internet que interligou o mundo através de produções de televisão. Entre essas novidades relacionadas ao conteúdo estava uma nova categoria de programa: o reality show, em uma tradução livre, o “programa da realidade”. Nesta categoria, o jornalismo também se mistura ao entretenimento e de maneira mais explícita.

Um reality show sobre sobrevivência na natureza tem conteúdo jornalístico; mesmo o Big Brother – trazido pela Endemol, em 1999 – pode produzir conteúdo jornalístico. Esses programas de desafios que exploram a relação humana em confinamento são, também, conteúdo rico para profissionais que estudam o comportamento humano. E o quanto isto pode se tornar uma pauta jornalística?

Esse tipo de programa surgiu a partir de um experimento da Administração Nacional da Aeronáutica e Espaço estadunidense – *National Aeronautics and Space Administration* (Nasa) – para saber qual seria o comportamento de astronautas caso houvesse uma base na Lua. Ou seja, um experimento bastante sério que possivelmente iria envolver trilhões de dólares, e que seria um grande passo para a humanidade, se tornou um produto de entretenimento de grande sucesso em diversos países.

Há diversos formatos de reality shows que entretêm e informam ao mesmo tempo.⁸

Quilos Mortais aborda os males da obesidade, seus problemas e mostra que há solução e tratamento; Trato Feito, um programa sobre negociação de memorabilias, contextualiza historicamente os objetos, sejam eles relacionados a política, esporte, moda, literatura etc.; Supernanny, acompanha uma babá profissional que é chamada por uma família para ajudá-la a disciplinar os filhos, ensina técnicas aos pais e aborda o universo infantil; a mesma ação acontece no programa O Encantador de Cães, onde um adestrador é chamado para ajudar a disciplinar cachorros e cadelas, e mostra técnicas e dá dicas. O público que quer

⁸ Entre os exemplos estão: **Quilos Mortais** (TLC, 2012), **Acumuladores** (A&E, 2009), **Trato Feito** (History Channel, 2009), **Supernanny** (Channel 4, 2004-2008), **O Encantador de Cães** (National Geographic Channel, 2004), **Largados e Pelados** (Discovery Channel, 2013).

entretenimento ganha informação e quem quer informação, ganha entretenimento.

Hoje – terceira década do século XXI – as redes sociais são como o Fantástico e outros programas de variedades com a diferença de que é o usuário quem escolhe o conteúdo que quer ver (sua timeline). Nas escolhas há entretenimento, comportamento, política, arte, saúde, tecnologia, cultura, ciência, esporte e curiosidades. A diferença para o programa televisivo de domingo é que nas redes sociais há contato com todas essas editorias em formatos diferentes: texto, vídeo, áudio, animação, fotos e ilustrações.

O jornalismo ubíquo propõe que se agreguem ao conceito mais elementos e propriedades do que as atuais terminologias aplicadas ao jornalismo dão conta. Acreditamos que a dimensão tomada pelos dispositivos de tecnologia digital móvel na vida dos consumidores e a consequente transformação causada nos processos de produção, consumo e circulação de conteúdo torna necessária a visualização do jornalismo para além de somente a mobilidade, tomada em seu conceito tradicional, pois essa já não é mais a mesma presente no rádio de pilha ou no jornal impresso (CANAVILHAS; RODRIGUES; GIACOMELLI, 2019, p. 59).

Tudo isso deu um novo caráter ao jornalismo, ao entretenimento e, por consequência, fortaleceu o jornalismo de entretenimento. É a consequência de uma mudança de comportamento da sociedade que se reflete diretamente nas ferramentas de comunicação, principalmente nessas seis áreas: rádio, televisão, mídia impressa, cinema, publicidade e marketing.

O próprio programa Fantástico, durante anos, teve um cenário que remetia aos telejornais clássicos com o jornalista âncora de terno e gravata atrás de uma bancada. Com o passar dos anos, ele ganhou roteiro e apresentação mais dinâmicos. Atualmente os apresentadores ficam em pé dentro de um cenário digital e interativo. Todas as etapas que envolvem uma notícia sofreram mudanças: a forma de produzi-la, a forma de divulgá-la e a forma de recebê-la.

Essa mudança de comportamento é bem mais intensa hoje porque o mundo ainda está em plena revolução tecnológica. Em uma analogia com o mercado fonográfico, que passou por essa mudança na virada do século XX para o século XXI, quando os programas de troca de arquivos de música digitais quebraram o monopólio de distribuição das gravadoras, o mercado foi obrigado a

se adaptar à nova realidade e ao que a tecnologia oferecia. A mudança não foi tranquila ou repentina, mas o fato de o consumidor passar a ter acesso gratuito a todas as músicas digitalizadas no mundo inteiro, mudou a forma de se fazer negócio.

O mercado fonográfico foi obrigado a sair da zona de conforto para se reinventar porque, além de ter que lidar com a queda na compra de produtos físicos como *Compact Discs* (CD) e *Digital Versatile Discs* (DVD), teve que enfrentar a tecnologia que chegou a tal ponto em que possibilitou qualquer pessoa a produzir e gravar músicas de qualidade, mesmo dentro de casa. Ou seja, surgiram gravadoras, produtoras e distribuidoras independentes e muitos artistas passaram a trabalhar neste formato livre, a partir daí não como contratados, mas como parceiros da gravadora.

É isso o que acontece hoje com a comunicação: a tecnologia chegou a tal ponto em que qualquer pessoa pode produzir o próprio conteúdo e criar sua empresa de comunicação. Produzir um jornal, uma revista, um site, um programa em vídeo ou podcast é possível para quem tenha o mínimo de equipamento, que pode ser apenas um smartphone. A informação está mais ágil e o imediatismo exige maior conhecimento da prática.

Ana Paula Vêras de Carvalho (2014, p. 22) diz que o entretenimento não tem a obrigação de fazer rir, mas sim de também despertar interesse, surpreender e estimular o consumidor daquele produto ou daquela notícia. Há uma nova dinâmica no jeito de informar.

Hoje, produzir de forma independente podcast/videocast e conteúdo para as plataformas de vídeo e áudio é muito comum, não só para quem advém do jornalismo ou entretenimento: Pais criam e produzem conteúdo para os filhos; mochileiros relatam suas viagens; professores reforçam o que ensinam em aula; profissionais da saúde tem seus canais de conselhos e dicas; crianças testam e relatam a eficácia de jogos e brinquedos.

No início dos anos 2000, o jornal impresso ainda tinha grande valor como fonte de informação, porém, pouco antes, em meados dos anos 1990, o surgimento de canais de jornalismo, dentro da TV a cabo, deu nova dinâmica às

notícias. Até então era muito difícil acompanhar algum acontecimento em tempo real. O público era obrigado a esperar os chamados “plantões” da programação para saber de atualizações, porém, com a TV a cabo, o público passou a ter cobertura em tempo integral de acontecimentos importantes como foi, por exemplo, no atentado ao World Trade Center, em 11 de setembro de 2001, quando o mundo inteiro assistiu ao vivo o choque do segundo avião na segunda torre do conjunto comercial. Tamanho foi o impacto da transmissão que muita gente pensou que se tratava de uma imagem “replay” do primeiro avião, mesmo tendo na imagem a primeira torre ao lado já atingida.

Até certo momento, esse tipo de cobertura em tempo real era apenas realizado pelo rádio e televisão, mas com o advento das redes sociais e suas ferramentas de vídeo, áudio e transmissão cada vez mais aprimoradas, o público passou a ter incontáveis opções de formato para consumir informação. Queda de barreiras em estradas, grandes festivais musicais, tornados e outros fatos são transmitidos ao vivo por qualquer pessoa. Essa comunicação mais ágil é reflexo de uma sociedade que também está mais dinâmica, prática e objetiva.

1.3 A quebra de paradigmas na comunicação

O ser humano busca a vida mais prática. Hoje, muito por consequência da pandemia causada pelo *Coronavirus Disease 2019* (Covid-19), as ferramentas de comunicação a distância se aprimoraram. Reuniões, aulas, eventos, o trabalho e até mesmo as consultas médicas passaram a ser realizados a distância. Entre os motivos estão a praticidade e economia. Hoje a rotina está bem mais acelerada do que há 20 anos.

As novelas perderam espaço para as séries que nada mais são do que novelas mais dinâmicas, que se resumem a poucos capítulos por temporada.

A relevância dos telejornais noturnos, dos jornais diários impressos e das revistas semanais diminuiu drasticamente por conta das redes sociais que também trabalham com notícias, factuais ou não. Com textos e/ou vídeos curtos publicados nessas mídias digitais, o público pode acompanhar o desenrolar de uma notícia durante todo o dia. Um bom exemplo recente é a cobertura feita durante a tragédia climática no Rio Grande do Sul, seja na mídia tradicional ou independente, qualquer pessoa pôde assistir aos acontecimentos praticamente ao vivo e a todo instante, por diferentes canais que transmitiam imagens de diferentes cidades.

É preciso repensar a dinâmica dos cursos de Jornalismo e Rádio-TV-Internet para que tenham a praticidade desse cotidiano acelerado nas atividades de suas matrizes.

O surgimento de um novo modelo de conduta (seja em qualquer área) geralmente acontece de forma natural, mas não há uma fórmula exata para a quebra de paradigmas. Em cada área ela acontece de forma diferente: na Ciência é amplamente estudada, mesmo que tenha sido uma descoberta ao acaso; já na Comunicação, que é uma área baseada na criatividade, o novo surge espontaneamente, baseado na prática, por consequência do trabalho constante.

Os filmes de ação de Hollywood, os videocliques, as novelas e séries, os reality shows, em todas essas linguagens há diversas histórias de quebra de padrão, e que é um rico conteúdo para estudo teórico. A transmissão das imagens do homem na Lua; o show de Elvis Presley “Aloha from Hawaii”, de 1973, que foi a primeira transmissão via satélite da história; a série de filmes da franquia do agente 007 que serve de laboratório para muitas inovações técnicas no cinema; o surgimento do videocassete, que mudou toda a indústria do cinema; o roteiro e os efeitos do clipe da música “Thriller” de Michael Jackson; a novela Beto Rockfeller; o reality show Big Brother; o telejornal Jornal Nacional; a campanha da Bombril dos anos 1980 com o ator Carlos Moreno; o jornalismo sensacionalista; a MTV Brasil e o Pânico na TV. Todas essas produções são ótimos exemplos de quebras de paradigmas na comunicação. É preciso coragem para quebrar costumes estabelecidos e essa coragem costuma vir de mentes

inquieta, criativa e proativa. São profissionais com este perfil que a Universidade precisa formar.

A indústria cinematográfica como a de Hollywood, com seu trabalho ininterrupto de produção de filmes, é uma importante referência quanto ao surgimento de novos padrões. A produção, o roteiro, a captação, a tecnologia que envolve os equipamentos, a divulgação, a publicidade, o marketing, os contratos. Tudo o que acontece nela se reflete em todas as áreas da comunicação.

A televisão americana cresceu apoiada na produção da indústria do cinema, usando não só os produtos concebidos para a televisão, como séries e minisséries, mas todo o acervo de longas-metragens [...]. A televisão americana sempre foi, fundamentalmente, uma exibidora. Já a nossa televisão veio do rádio, do teatro e do circo. Como não tínhamos indústria cinematográfica para produzir, tivemos que formar nossos profissionais e, além de simples exibidora, a TV precisou se tornar, compulsoriamente, produtora de seus programas. Só que não havia onde buscar novos profissionais (OLIVEIRA SOBRINHO, 2011, p. 174).

Muitos profissionais da rádio e da televisão aprenderam a lidar com a profissão no dia a dia. As emissoras enviavam novos profissionais, que ainda eram estudantes de Graduação, para estágios em emissoras nos Estados Unidos e na Europa. Equipamentos eram adquiridos e só ao chegar nas emissoras é que os profissionais liam o manual e aprendiam a lidar com eles, usando-os. Nesse início de história da televisão brasileira, muitos desses profissionais até colocavam o próprio dinheiro para realizar produções, criar cenários e acessórios. A criatividade e o dinamismo advindos do rádio e da mídia impressa foram para a televisão.

Desde o início de suas histórias, o rádio, a televisão e a internet sempre foram vanguarda. Surgiram sendo vanguarda e, em suas primeiras décadas, produziram conteúdos que se tornaram referências atemporais, importantes para qualquer profissional da comunicação.

O próprio surgimento desses meios de comunicação pode ser considerado uma quebra de paradigmas e, de forma cronológica, o jornal impresso, a radiodifusão, a fotografia e as imagens em movimento com o cinema e depois a televisão, são consequências uns dos outros. Hoje tudo isso está junto e dentro das redes sociais.

Até o início dos anos 1990 o jornalismo era algo formal, na rádio com uma linguagem rebuscada, e na TV com programas que tinham bancadas e apresentadores âncoras sem expressão facial, vestindo terno e gravata. Esse formato clássico ainda existe em diversas emissoras no mundo todo, mas se tornou comum ver telejornais com apresentadores que fazem uso de linguagem coloquial e se vestem de forma mais casual.

A MTV – Music Television –, que surgiu nos Estados Unidos em 1981, mudou a linguagem televisiva com novas formas de se usar a câmera e a edição de imagens com muito movimento, com reportagens mais ágeis e figurinos despojados. O uso de gírias e a linguagem popular também são exemplos de evolução dos paradigmas. Na MTV se faz jornalismo.

De tempos em tempos, as linguagens ganham novos padrões junto à sociedade e de acordo com as tecnologias do momento. Na década de 1970 surgiu, em Hollywood, uma geração de novos diretores que mudou a linguagem do cinema: Steven Spielberg, Francis Ford Coppola, Martin Scorsese, Ridley Scott, George Lucas e outros que chegaram para mudar tudo e, de forma natural, quebrar regras. **O Poderoso Chefão** (Paramount Pictures, 1972), **Guerra nas Estrelas** (LucasFilm, 1977), **Contatos Imediatos do Terceiro Grau** (EMI Films, 1977) e **Tubarão** (Universal Pictures, 1975) foram algumas das produções cinematográficas daquele período que trouxeram novidades na forma de se escrever o roteiro, produzir, captar e editar (BISKIND, 2009). Esses e outros filmes desta década se tornaram referências atemporais, assim como os diretores Charlie Chaplin, Orson Welles e Alfred Hitchcock. Todos esses nomes mudaram a forma de se trabalhar a partir da quebra de paradigmas e, no rádio e na televisão, isso também acontece de forma contumaz.

Muitos programas de rádio migraram para a televisão a partir dos anos 1950 e 1960. Jornalistas, apresentadores, repórteres e profissionais das artes cênicas ganharam um novo meio de comunicação para trabalhar e, por consequência, essa migração trouxe um novo horizonte para a profissão e para a televisão, que criou produtos/projetos nas áreas do jornalismo e do entretenimento. O hábito de se ouvir novelas e notícias no rádio foi se perdendo à

medida que a televisão se popularizou. Uma quebra de costumes provocada pelo avanço da tecnologia.

Principalmente em televisão, há muitos exemplos de programas e projetos que trouxeram novidades ao universo do audiovisual. As novelas da Rede Globo se tornaram referências para o mundo; nos anos 1990 a MTV Brasil se diferenciava das outras “afiliadas” pelo mundo por criar eventos próprios; programas musicais como **Fábrica do Som** (1983-1984, TV Cultura) e **Perdidos na Noite** (1984-1988, TV Record e Rede Bandeirantes) que eram absolutamente informais e quase caóticos; e mais recentemente o **Pânico na TV** (2003-2012, Rede TV! e Rede Bandeirantes), que criou novas formas de captação, edição e finalização.

Trabalhar com comunicação e audiovisual é trabalhar com criatividade e improviso e, na criação, não pode haver limites. É papel da Universidade incentivar a criatividade através dos conteúdos mostrados em sala de aula e dos trabalhos práticos. Para as disciplinas teóricas isso é conteúdo rico que dá a oportunidade de se trabalhar em simbiose com os docentes ligados às disciplinas práticas. O aluno deve ser estimulado a criar desde o primeiro semestre.

De acordo com **Digital 2022: Global Overview Report**, que publicou uma pesquisa no início de 2022, no mundo há quase 5 bilhões de usuários de redes sociais que somam mais de 10 trilhões de horas gastas de navegação por essas redes. Há muito tempo o ser humano deixou de ter a televisão, o rádio ou a mídia impressa como as únicas fontes de informação. Nas redes sociais e na internet, as editorias se misturam, diferentes formatos convivem juntos e tudo isso é o jornalismo de entretenimento.

As novas práticas do mercado devem chegar às Universidades rapidamente, esse é um dos motivos pelos quais a matriz e os métodos de ensino deveriam estar em constante mudança, diferente de tempos atrás. Um exemplo de novas práticas é a consolidação rápida do podcast, formato que se tornou uma ferramenta de comunicação poderosa. Quando ele começou a se popularizar no mundo a partir de 2005, muita gente passou a questionar a vida das emissoras de rádio, mas isso logo se mostrou impossível. Assim como com o rádio e a

televisão, em que já no início de suas histórias o jornalismo de entretenimento estava presente, com o podcast aconteceu, a mesma coisa.

Tudo começou com um ex-Video Jockey (VJ) da MTV estadunidense que pensou em um sistema onde as pessoas pudessem escutar seu programa de rádio e suas seleções de música de modo offline (sem internet) e a qualquer hora.

Essa novidade surgiu na virada do século XX para o XXI, na mesma época em que o programa de troca de arquivos de música, o Napster, começou a se popularizar entre os jovens usuários da rede mundial. Porém, ainda em 1999 e 2000 não havia tecnologia para baixar arquivos de áudio como o Really Simple Syndication (RSS), sistema considerado o “pai do podcast”, que em uma tradução livre em português significa “distribuição realmente simples”.

Este hábito passou a se popularizar, principalmente nos EUA, a partir de 2005 quando emissoras de rádio, além de disponibilizarem as seleções musicais e programas, também começaram a distribuir notícias. As pessoas passaram a escutar músicas, programas e notícias a hora que quisessem, sem depender dos horários das grades de programação ou de estarem conectadas à internet. Esse foi o princípio da tecnologia que tornou possível o surgimento das plataformas de streaming de vídeo e música como Netflix e Spotify.

A princípio, os profissionais apenas transformavam seus programas de TV e outros conteúdos, em áudio e os deixavam hospedados em um site específico (ainda não havia os smartphones). Com a popularização do formato podcast, que surgiu com a Apple, cada vez mais pessoas passaram a utilizá-lo para poder baixar suas playlists do aparelho de música iPod (daí o nome podcast) ou playlists de outras pessoas que as deixavam disponíveis para quem quisesse ouvir. A partir desse momento, aos poucos, o podcast se tornou algo comum até que, em 2020, se popularizou de forma radical em consequência da pandemia de Covid-19.

Hoje ele deixou de ser apenas um repetidor em áudio de conteúdos produzidos para sites, rádios, televisão e outros meios, e se transformou em um produto de conteúdo inédito e/ou complementar. Mais que isso, o podcast se transformou em videocast: é costume captar em vídeo a gravação do podcast

para assim produzir dois formatos com o mesmo conteúdo, já que o público se divide entre a preferência por áudio e vídeo.

Atualmente os profissionais da comunicação nas rádios, emissoras de televisão e mídia impressa utilizam o podcast para diversos fins, mas ele não fez as rádios desaparecerem, apenas se transformaram em um novo formato de conteúdo, incluindo a publicidade e o marketing. O podcast/videocast hoje é muito comum também no universo corporativista. Grandes empresas produzem esses formatos para distribuir entre os funcionários e os publicar em seus canais internos. Isso mostra que esse formato abriu uma nova oportunidade de trabalho para os profissionais da comunicação.

Assim como outras tantas ferramentas que, ao surgirem, se tornaram objetos de estudo nas universidades, o podcast hoje já faz parte do conteúdo aplicado nas faculdades de Comunicação. Sendo um formato aberto, há várias formas de se produzir um podcast: pode ser feito com apenas uma pessoa, com duas, pode ser um debate, pode haver convidados remotos, reportagem gravada, distribuído apenas em áudio ou também captado em vídeo. Este formato permite ainda se fazer séries e especiais sobre um único tema. Há podcast/videocast sobre gastronomia, medicina, política, música, assuntos paranormais, psicologia, preparo físico, religião, estética, nutrição etc. Para produzi-lo, usa-se as mesmas ferramentas das emissoras de rádio e televisão. Ao escolher um tema, é preciso fazer pesquisa, pré-produção e produção, levantamento de nomes e convidados (se tiverem), criação de roteiro, pauta, textos complementares, pós-produção, edição de texto e vídeo (no caso do videocast).

O podcast hoje já está consolidado como mais um meio de comunicação⁹, de formato livre e independente, por não precisar estar atrelado aos grandes grupos de comunicação. A liberdade deste formato permite que qualquer pessoa se aproprie dele: pode ser uma dona de casa, um aposentado, um grupo de amigos com paixão por algum assunto específico (churrasco, futebol, games),

⁹ Em junho de 2024 foram divulgados dados do Spotify, mostrando haver 5 milhões de podcasts hospedados com mais de 100 milhões de ouvintes no mundo. Nos primeiros dias de liberação para videocast na plataforma, mais de 250 mil foram hospedados (PIGNATI, 2023). São números bastante significativos.

estudantes dos Ensinos Fundamental e Médio, pessoas comuns e de profissões variadas, sem relação com a comunicação.

Esta liberdade que o podcast permite, também o leva para a mistura de profissionais que o universo do audiovisual propõe, uma vez que ele gera outros formatos como séries, filmes e documentários. Até mesmo colunas de jornais e revistas que passaram a ter podcast já se transformaram em conteúdo audiovisual. Por isso, a vantagem de se estudar em Universidades de Comunicação permite ao estudante vislumbrar outras possibilidades além do áudio.

O roteiro de um podcast pode se tornar um roteiro de cinema; uma pesquisa para um podcast pode levar a outras descobertas ou evoluir para outro formato; as entrevistas realizadas podem ser fontes primárias de pesquisa para filmes, livros ou séries. O jornalismo investigativo é um ponto forte dentro desse formato, assim como também passou a ser fonte de estudo: Ciência, Matemática, Física Quântica, Astronomia e astrologia, Tecnologia, História, Geografia, Geopolítica e tantos outros componentes (matérias) se tornam conteúdo de reforço para alunos ou conhecimento para os apreciadores desses assuntos.

As possibilidades abertas por este formato são infinitas e quanto mais se souber usar as ferramentas de trabalho, melhor será o resultado, e essa base de conhecimento já é dada pelas Universidades de Comunicação.

O podcast/videocast é um excelente objeto de trabalho para a sala de aula, exatamente pelo modo de produção, que é igual ao ensinado nos cursos de Jornalismo e Rádio-TV-Internet, além de não precisar de custos extras para a sua realização (principalmente no caso de ser apenas áudio). É uma ótima ferramenta de trabalho para aplicar o que a presente dissertação propõe: o trabalho prático e teórico juntos. Ou seja, ele é ótimo para se trabalhar temas com abordagem teórica e filosófica. Os temas, a abordagem e a pesquisa podem ter o protagonismo das disciplinas teóricas; a pré-produção, produção, captação e pós-produção tendo a prática como protagonista.

Este é um formato que permite esse tipo de trabalho já que teoria e prática, apesar de estarem no mesmo projeto, são independentes. O trabalho prático é

aplicado no momento de se pensar o formato, cenário, luz, captação e edição, exatamente como acontece em uma emissora ou produtora, quando surge um novo programa, onde a ideia e o formato são definidos primeiro para, em seguida, acionar direção de arte, cenário e toda parte técnica.

Capítulo 2

Teoria e Prática

2.1 A prática na comunicação

A palavra “*theoria*” surgiu do latim. Seu significado tem diversas definições e todas levam para o mesmo sentido: “aquele que olha”, “olhar”, “vista”, “contemplação”, “reflexão”, “esquema mental”, “conhecimento racional do que se vê”. A “hipótese” e a “especulação” também fazem parte das definições. Ao trazer esses conceitos para o contexto aqui discutido, fica nítido que a teoria depende da prática para existir, e não o contrário. Ainda assim, são as disciplinas teóricas que predominam na maior parte dos cursos de Jornalismo e Rádio-TV-Internet, mas há uma explicação para a tradição de a teoria predominar, principalmente nestes dois cursos que são os objetos de estudo desta dissertação.

O primeiro jornal da história foi o **Acta Diurna**, criado pelo imperador romano Júlio César, em 59 antes de Cristo (a.C.), mas não era como os jornais impressos que conhecemos hoje. O **Acta Diurna** chegava a diversas cidades e era, geralmente, colocado em uma espécie de placa para quem quisesse ler. Além disso, também era costume lê-lo em público, pois a leitura e escrita nesse período da história eram bastante restritas.

Graças à prensa de Gutenberg, criada entre 1439 e 1440, a história dos periódicos – e da comunicação – ganhou as características do que veio a se tornar o jornal impresso que conhecemos hoje mas, apesar de a história mostrar que as notícias escritas já circulavam desde 59 a.C., foi só em 1869 que surgiu a primeira Escola de Jornalismo, dentro da Washington College (Virginia, EUA). Não tinha a intenção direta no preparo de novos profissionais, e durante os séculos XVIII e XIX a matriz era direcionada às artes liberais como música, lógica, gramática e retórica (MIRANDO, 1995). Se estudava mais a Ciência do Jornalismo do que as técnicas.

Não à toa, em diversas dessas Universidades (inclusive no Brasil) o jornalismo era inserido dentro de outros cursos como o de Direito e de Filosofia. Logo em seguida a Washington College, surgiram outras faculdades, inclusive na Europa, onde a primeira delas foi na Alemanha. As faculdades estadunidenses tinham conceitos diferentes das faculdades europeias: enquanto na América o estudo era mais voltado para a prática, no Velho Continente o foco era a teoria.

No Brasil, o estudo do jornalismo chegou no século XX e a discussão entre teoria e prática já estava presente entre os primeiros profissionais e cursos. A característica singular da grade curricular brasileira era a mistura dos dois estudos, mas a teoria levava vantagem sobre a prática, até porque o jornalismo era usado para a ascensão social, mais do que para informação de massa.

Nos primeiros tempos do jornal no Brasil, não existia o profissional que se dedicava exclusivamente ao jornalismo. Eram outros profissionais, a maior parte advogados e estudantes de Direito ou Filosofia, que faziam um jornalismo voltado para os assuntos da elite com um texto rebuscado para impressionar os intelectuais e burgueses que eram leitores desses primeiros jornais. Não eram notícias populares, policiais ou sobre o cotidiano que permeavam esses jornais, mas sim notícias sobre política e outras que mais pareciam colunas sociais.

Por causa desse início onde intelectuais escreviam para intelectuais, os redatores queriam impressionar, objetivando ascensão social, uma carreira na área pública e até mesmo uma carreira política (MELO, 2004, p. 78-79).

Para se ter uma ideia da importância que se dava ao texto, na década de 1940, o carioca **Correio da Manhã**, que liderava as vendas nesse período, tinha em seu time um grupo editorial formado por ninguém menos que Aurélio Buarque de Holanda, Graciliano Ramos e Rodolfo Mota Lima. Mais que isso, nas primeiras décadas do século XX havia clara divisão dos funcionários dentro das redações. A distância entre repórteres e redatores era gigante e quem ganhava notoriedade era o redator – que era o estudante universitário – por redigir o texto; já o repórter era de origem mais humilde e não tinha conhecimento acadêmico.

O jornalista pioneiro Costa Rego notou esse distanciamento (e preconceito) e trabalhou para que isso acabasse. Obrigar outros profissionais a estudarem jornalismo para que continuassem na profissão foi uma de suas primeiras medidas. O surgimento das escolas de jornalismo também tinha o propósito de dar o caráter profissional para a área, assim, afastando esses profissionais que até então se dividiam entre sua ocupação principal e o jornalismo.

A parte prática como as técnicas de reportagem e fotografia; a diagramação de jornal e revista; a criação de pauta e outros gêneros de textos, nada disso fazia parte do conteúdo do que era o curso de Jornalismo. Essas primeiras décadas de jornalismo nas universidades foram também as primeiras décadas da fotografia, do rádio e da imagem em movimento. Não por acaso os primeiros jornais eram feitos apenas com texto e ilustrações como caricaturas e reprodução de situações ou locais. Por tudo isso, o foco inicial destes primeiros cursos era a leitura, a escrita e a aquisição de conhecimentos gerais.

Naturalmente, a porta de entrada do jornalismo no universo acadêmico foi a faculdade que tinha o texto e a oralidade como protagonistas, caso do curso de Direito. À medida que a tecnologia e o profissionalismo avançaram, o estudo do Jornalismo tomou seu rumo próprio. Apesar disso, mais de 100 anos se passaram desde o surgimento dos cursos de Jornalismo e as disciplinas teóricas tradicionalmente permaneceram nas matrizes curriculares, mesmo em plena terceira década do século XXI.

Ter disciplinas teóricas nas matrizes mantém a tradição das Universidades, mas nesses mais de 150 anos de história acadêmica da comunicação desde o surgimento da primeira Faculdade de Jornalismo, o conceito mudou, as técnicas mudaram, as ferramentas de trabalho mudaram e o conhecimento se modificou, tanto na parte teórica, quanto na prática. A estrutura nas redações e emissoras mudou, departamentos e funções deixaram de existir para surgirem novas práticas. Até mesmo a relação entre os profissionais mudou. Por consequência de tantas mudanças a forma de aprendizado também precisa de alteração e atualização, para não só acompanhar o que acontece no mercado de trabalho, mas também para voltar a ter um caráter vanguardista. Se no início do século XX

a profissão era calcada na teoria, agora no início do século XXI a profissão é prática.

O jornalista pioneiro Joseph Pulitzer já na época em que as primeiras faculdades de Jornalismo surgiam na Europa, ainda no século XIX, dizia que a redação era um ambiente indispensável para a formação de jornalista (MELO, 2004). Esta afirmação não só continua atual, como fundamental.

O conhecimento que era necessário adquirir para o jornalismo e a comunicação feitos naquele período inicial era baseado no contexto social daquela época e este contexto também mudou a evolução humana e tecnológica.

Todas essas mudanças não podem ser ignoradas pelo universo acadêmico e se faz urgente uma reestruturação completa e radical nos cursos de Comunicação, principalmente, Jornalismo e Rádio-TV-Internet, que são o objeto de estudo deste projeto. Reestruturação não só em suas matrizes, mas também na forma de se aplicar os conteúdos propostos.

No ambiente acadêmico é preciso haver sincronia e simbiose entre os conteúdos práticos e teóricos aplicados em sala de aula. A interdisciplinaridade é necessária em Jornalismo e Rádio-TV-Internet. Estudar a teoria a partir da prática exercida em aula é a melhor forma de fixar o conhecimento. Essa interdisciplina dará às matrizes dos dois cursos uma organização lógica que acompanhará a evolução na aquisição de conhecimento do aluno. Como em uma empresa de comunicação onde os diretores de cada departamento devem conversar, se entender e trabalhar em sincronia, os docentes de cada curso precisam estar, como já dito, em sintonia e sincronia quanto ao conteúdo aplicado no curso.

Ao propor repensar a necessidade atual das disciplinas teóricas ao que acontece hoje no ambiente profissional, a teoria pode ganhar novos propósitos, nova dinâmica e fará mais sentido ao ser incorporada ao que se faz na prática, seja em ambiente acadêmico ou profissional.

Nos primórdios do ensino de jornalismo, já havia profissionais que defendiam a criação de jornais exclusivos da Universidade para serem usados como laboratório. Um exemplo é a Universidade de Missouri que criou um jornal em 1908 para os alunos e que era distribuído tanto na Universidade, quanto no bairro (MELO, 2004, p. 77).

Ao estudar a teoria através dos trabalhos práticos realizados e discutidos em aula, não haverá corte de disciplinas teóricas, mas sim a adequação aos conteúdos produzidos pelos alunos.

Se em determinado semestre há a disciplina Antropologia Cultural, que se faça então uma atividade sobre algo relacionado ao tema. Seja um minidocumentário, uma reportagem especial, uma pesquisa, um roteiro ou um podcast. Assim, ao mesmo tempo em que o aluno estuda Antropologia Cultural, também produz um trabalho e entenderá a teoria a partir do que está criando. Tudo planejado entre os professores que, em situação especial, podem estar juntos em sala de aula.

Como no exemplo da Universidade de Missouri, que produziu um jornal experimental já em 1908, hoje há diversidade de canais para se trabalhar o conteúdo produzido no curso. É possível até mesmo criar uma grade de programação nos canais digitais.

Hoje, de certa forma, qualquer pessoa pode ser jornalista como consequência das redes sociais. Uns de forma eventual e outros que se levam a sério mesmo não tendo o conhecimento acadêmico. Entender a comunicação produzida pelo jornalismo através do rádio, da TV, da internet e dos impressos e entender o que são todas essas ferramentas de comunicação – das tradicionais até as mais modernas – atinge diretamente a qualidade da produção. E desse entendimento total do contexto, a teoria é conhecimento fundamental.

[...] uma crítica que se faz aos cursos de jornalismo em diversos países por terem como norte apenas a formação de focas para trabalharem na mídia tradicional. Assim, a preparação para a prática deve ter em mente não apenas a formação de repórteres, mas também de todas as funções do jornalismo, inclusive de seu planejamento e gestão; e não apenas a formação de futuros empregados, do setor privado ou público, mas também a capacitação para a sobrevivência como autônomos e para o empreendimento de novos projetos autossustentáveis, com ou sem fins lucrativos (TEMER; CIRINO, 2015, p. 89).

É deste pensamento que vem a reflexão em dar um novo propósito para o jornalismo e para a comunicação através do jornalismo de entretenimento, para agregar conhecimento e ferramentas de trabalho ao jornalismo tradicional. Ir atrás da notícia e apurá-la ou produzir uma pauta, isso hoje é apenas uma das funções

do profissional da informação e da comunicação. O jornalista precisa ter a capacidade de usar o conteúdo que tem em mãos de diferentes formas, caso for preciso. Assim, a proatividade com a criatividade pode valorizar o profissional e o conteúdo diferenciado que este profissional gera, seja com uma notícia factual, um furo ou uma reportagem especial.

A sugestão em preparar o estudante de jornalismo em um contexto muito maior do que apenas o jornalismo tradicional, também vai de acordo com as facilidades tecnológicas que hoje permitem a criação de canais independentes. A realidade do mercado, que gera insegurança profissional, também está dentro do contexto em dar a opção ao aluno de estudar sobre empreendedorismo na comunicação. O jornalismo independente é uma realidade, assim como as produtoras independentes. Com a consolidação das plataformas de streaming, essas empresas independentes também ganharam novos propósitos e novos conteúdos para desenvolver. O jornalista está presente nas equipes de produção e criação de programas de televisão, de documentários, de séries, de reality shows, de podcast. O horizonte profissional se expandiu.

Apenas criar o conteúdo, isso muita gente faz, mas saber tudo o que o envolve e conhecer todo seu contexto, é o grande diferencial que a Universidade deve dar ao estudante, com a simbiose entre prática e teoria, ambas necessárias em tempos de multicomunicação geradora constante de conteúdos diversos.

Capítulo 3

A Formação

3.1 A formação em jornalismo de entretenimento

O ato de aprender se entretendo é algo milenar desde os princípios da história humana. Este fenômeno, para a pedagogia, se chama educação difusa. “As crianças aprendem ‘para a vida e por meio da vida’, sem que alguém esteja especialmente destinado à tarefa de ensinar”, é o que diz o artigo intitulado **Educação difusa – história da educação** (2013, p. 1). As crianças da área rural e as crianças indígenas são bons exemplos do que é a educação difusa: se aprende com o meio onde se vive.

Aprender a pescar para se alimentar é algo muito importante em qualquer aldeia indígena e este aprendizado começa ainda bem cedo na vida, quando a criança acompanha os homens da aldeia na hora tanto da pesca, quanto da caça. Exercendo essas atividades, a criança, aos poucos, aprende a importância de se aproveitar cada parte do alimento. Subir em árvores, procurar iscas, andar no mato e conhecer todos os detalhes da fauna e flora de sua região, tudo isso se inicia de forma lúdica, divertida e sem grandes responsabilidades. Até hoje, nos quilombolas espalhados pelo Brasil, há curandeiros(as) que transmitem seu conhecimento (de ervas, raízes, plantas, frutos) pela prática, assim como nas aldeias indígenas.

Não só com ela, mas com muitas técnicas da pedagogia que também se ensina de forma divertida, principalmente na Educação Infantil, onde se aprende com música, se aprende com desenho e pintura, se aprende com atividade física lúdica e com leituras cheias de desenhos e personagens instigantes. É informação passada de forma leve, descontraída e natural. O entretenimento tem

um ponto em comum com a educação difusa: a informação sem a forma (e o jeito) de informação.

Dá para dizer, objetivamente, que o jornalismo é a apuração da verdade, enquanto o entretenimento não tem essa obrigação e, em certos casos, até passa longe da verdade. Um dos motivos é o fato de o entretenimento ser algo bastante amplo, por isso, é difícil definir um único objetivo nele, como é com o jornalismo. Grosso modo, dá para afirmar que o objetivo do entretenimento é divertir, porém, isso mudou à medida que a comunicação mudou. A informação pode ser passada de forma descontraída e ela não deixa de ser jornalismo.

Neste debate a respeito do jornalismo de entretenimento, muito se discute sobre os limites do jornalismo dentro do entretenimento e, principalmente, do entretenimento dentro do jornalismo. Porém, não existe uma linha que separa as duas áreas, porque ambas as linhas estão cada vez mais misturadas e muito depende dos formatos e conteúdos produzidos. Em outras palavras, aconteceu uma mudança dentro do jornalismo.

Durante os últimos anos, a prática jornalística vem se reconfigurando em função do célere desenvolvimento das tecnologias digitais que permitem, por meio de diversos aparatos, novas formas de checagem, cobertura, produção, edição e publicação de matérias (PÔRTO JÚNIOR; ORMANEZE, 2023, p. 205).

Esta colocação reforça a realidade: o trabalho do jornalista vai além da notícia. Informação não é necessariamente apenas uma notícia sobre política ou economia. Há informação em programas de televisão, em filmes e séries, nas redes sociais. O jornalista de agora e do futuro deve saber trabalhar com a informação, independentemente do formato que a receberá. Até porque ele está presente em todo tipo de produção de vídeo e áudio – e não mais apenas na redação.

No livro intitulado **Desafios do jornalismo: novas demandas e formação profissional** (PEREIRA; ASSIS; ANTONIOLI, 2014, p. 164), é dito que o jornalismo ganhou novas características e que o jornalista é também um produtor de conteúdo.

Hoje, seja nos departamentos de jornalismo das emissoras de televisão ou mesmo nas redações dos jornais impressos, há ilhas de edição, estúdio e cabines de áudio, switchers e estúdios de vídeo; equipes que trabalham para o telejornal, equipes que trabalham em programas de TV e internet, equipes que fazem o conteúdo para Facebook, Instagram e TikTok e equipes que fazem o conteúdo impresso e do site.

Fábia Dejavitte, autora do livro intitulado **Infotainment** (2007), diz, em um vídeo do Canal Letícia Franco Rodrigues Limondre (VÍDEO DOC INFOTENIMENTO, 2012, n. p., transcrição nossa), que “[...] hoje nós vivemos na sociedade da informação, mas um outro valor que é tão importante quanto a informação, é o entretenimento. Hoje, qualquer comunicação que não entreter, não divertir, ela não vai atrair o público [...]”.

Esta afirmação serve não só para a estética da notícia em si, mas da forma como ela é passada hoje, quando é cada vez mais comum ver telejornais fugindo do formato padrão do apresentador âncora atrás de uma bancada. Este formato sempre irá existir, mas agora ele é cercado por cenários digitais interativos, câmeras especiais colocadas em grua, e em traveling, além de outras linguagens que fazem a apresentação de um telejornal ser tecnicamente mais dinâmica.

Um bom exemplo da nova estética da notícia também está presente em programas populares que abordam notícias policiais e o cotidiano das grandes cidades. Para a jornalista Maria Carolina Trevisan (2015, n. p., transcrição nossa), “[...] o principal problema dos programas que cobrem crimes é esse, que eles não se distinguem entre entretenimento e jornalismo [...]”. Ela também afirma que esse tipo de cobertura é focado no crime, sem profundidade em relação ao contexto, à legislação e sem reflexão sobre os crimes. Há quem diga que o sensacionalismo não é jornalismo, mas é. Trata-se de um gênero dentro do jornalismo.

De fato, esse tipo de jornalismo não vai a fundo no contexto da notícia, mas é preciso analisar também o propósito do programa e questionar se o formato não é exatamente para se explorar a espetacularização da notícia para se conseguir

uma boa audiência. Pode-se dizer que é outro gênero de jornalismo? De qualquer forma, o novo profissional deve também estar preparado para este gênero.

Esses programas sensacionalistas também são frutos da nova dinâmica da notícia, inclusive no jeito de falar que é muito próximo da linguagem popular. São programas feitos sem bancada, com apresentadores em pé, entradas ao vivo de repórteres que estão em helicópteros, carros e motos. Como dito, é um gênero que deve ser objeto de estudo teórico – e não desdenhado pela própria profissão.

No Brasil, a maior referência para esse tipo de jornalismo sensacionalista é o antigo programa chamado **Aqui Agora** (SBT, 1991-1997). Ele trouxe uma nova estética e quebrou barreiras em relação a forma de se fazer telereportagem e passar a notícia. Câmera no ombro com imagem em movimento com o operador andando ou correndo; repórter ao lado do policial que está em pleno tiroteio; repórteres que passam a informação *on câmera*, mas preocupados com a movimentação de policiais e de bandidos. Uma estética muito parecida com a que acontece em coberturas de guerras.

Aqui Agora foi um dos produtos jornalísticos que ajudaram a criar uma forma de se fazer jornalismo, independentemente de reportagens policiais. Essa quebra de paradigma da estética visual tem ligação direta com a proposta de se desenhar um novo conteúdo de comunicação e jornalismo juntos. São nas quebras de paradigmas que surgem novas tendências.

Este debate sobre jornalismo e entretenimento não pode ser apenas acerca dos limites de cada área dentro da outra e a busca em entender o que as separa, mas sim em oficializar essa prática nos conteúdos acadêmicos, mesmo que resulte da aglutinação do Jornalismo com Rádio-TV-Internet, o que seria algo natural.

Muito pouco se avançou [desde 2013] na institucionalização de blocos de disciplinas (das humanísticas, de fundamentação geral às teóricas específicas e as “práticas”) voltados para o ensino, a prática e a experimentação das práticas narrativas que estão envolvidos os jornalistas nas sociedades contemporâneas. Não dá mais para seguir ensinando teorias desvinculadas das práticas [...]. Nas primeiras cinco décadas do século passado, o ensino de jornalismo nunca conseguiu resolver um problema central, que continua entre as suas principais limitações: uma plena articulação entre as teorias e as práticas (MACHADO, 2021, p. 4).

De certa forma, essa colocação vai de encontro ao fato de que hoje qualquer pessoa pode ser jornalista. A diferença, inclusive na credibilidade do que e como se faz, está exatamente no fato de se ter uma formação completa. Se lê também que é preciso atualizar os debates a respeito das teorias contemporâneas na comunicação, principalmente desde 2013, quando houve um grande consumo de smartphones, mesmo por classes mais humildes, o que fez a comunicação e a notícia ganharem mobilidade constante.

Hoje, mais de 10 anos após o ápice desse consumo, o Brasil é o país que mais ouve podcast e cerca de 182 milhões de brasileiros usam a internet¹⁰. Por isso que esta nova formação proposta precisa também rever, rediscutir, repensar e reestruturar teorias já existentes e torná-las compatíveis com as novas que surgiram ao longo desses últimos anos. Como é o exemplo do jornalismo sensacionalista e como aconteceu com o surgimento do jornalismo gonzo.

Dessas diversas teorias já discutidas há décadas, há aquelas que já não funcionam mais por consequência do progresso tecnológico, por outro lado, há outras que ganham novos tópicos para análise. Seja cultura da mídia, agenda setting, espiral do silêncio, newsmaking e outras, todas elas foram, de alguma forma, atingidas pelas novas mídias surgidas nessas primeiras décadas do século XXI. A comunicação de massa mudou, o comportamento humano mudou, a influência dos meios de comunicação mudou, a interação com os meios de comunicação também mudou. É fato que a comunicação interpessoal ganhou nova dinâmica. A transmissão de áudio e vídeo está em todos os lugares públicos e privados. Dados da União Internacional das Telecomunicações de dezembro de 2023 mostram que 78% da população mundial usa a internet através do aparelho celular (MAIS DE TRÊS QUARTOS DA POPULAÇÃO..., 2023).

A mesma situação acontece com a semiótica, que desenvolveu novos signos com novas linguagens sejam elas verbais, não-verbais e tecnológicas; analógicas ou digitais. É preciso entender, por exemplo, como nesses tempos tecnológicos em que a comunicação sofre constantes mudanças, se encaixam nas teorias de pioneiros como Charles Peirce e Ferdinand du Saussure. Novos

¹⁰ Desses usuários, 142 milhões acessam o YouTube, 113 milhões o Instagram e 82 milhões o TikTok (DATAREPORTAL, 2023).

signos, novos significados, novas linguagens. Toda essa mudança se torna conteúdo para entender o que muda nas teorias contemporâneas da comunicação. Como o jornalismo de entretenimento se encaixa nessa discussão?

De alguma forma, ele mesmo, o jornalismo de entretenimento, já está presente nos cursos superiores, mas é tratado como Comunicação Social, Multimeios, Multimídia, Audiovisual ou mesmo Rádio-TV-Internet. Ao assumir uma nova denominação, o jornalismo ganhará um novo propósito, sem abandonar seu verdadeiro objetivo, principalmente pelo fato de o diploma de jornalista não ser mais obrigatório.

Independente do que seja jornalismo e entretenimento, é o projeto a ser produzido que definirá qual o percentual será usado para cada área, e o futuro profissional deve ser preparado para isso. Já foram realizados debates, estudos, livros, artigos, dissertações, teses, pesquisas, programas de rádio e TV, mais recentemente podcast, e todo esse conteúdo mostra que é difícil dizer se há um limite entre as duas áreas. Nesse sentido, será possível determinar esse limite de uma forma genérica?

Na prática, já há décadas, jornalistas formados exercem funções que vão além da notícia e de sua apuração; além da busca por personagens e criação de manchetes e reportagens. As funções do jornalista mudaram e o entretenimento informativo tem ligação direta com essa mudança.

Hoje, entre as novas características profissionais do jornalista, está a de ser um contador de história, algo que, na verdade, ele sempre fez, afinal, reportar algo é contar uma história. Seja um jogo de futebol ou um desastre aéreo, o jornalista conta a história do fato.

Quando os jornalistas se aventuram a construir uma produção histórica, de certa forma, “invadem” um campo de atuação diferente daquele das redações de notícias e de reportagens tradicionais. E esse avanço sobre o outro campo de atuação, o do historiador, significa um desafio não apenas de disputa por direitos corporativos, ou mercadológicos, mas também metodológico, exigindo do profissional uma preparação completa e muitas vezes um conhecimento que não necessariamente faz parte do cotidiano de trabalho do repórter (RAVAZZOLO, 2014, p. 44).

David Baker, cofundador da revista de tendências Wired UK, também afirmou, em 2016, que o jornalista iria precisar mudar de função se quisesse sobreviver, e uma das opções seria a de se tornar um contador de histórias e ser um especialista em investigá-las.

Hoje isso de fato acontece, não só por haver mais documentários, filmes biográficos, séries documentais e lançamentos literários, mas também pelo surgimento do podcast, que também faz exatamente este trabalho de pesquisa e apuração mais minucioso. Assim como um repórter faz uma imersão ao produzir uma reportagem especial sobre os boiadeiros do Mato Grosso, por exemplo.

O campo de conhecimento do jornalista cresceu, mas continua diretamente ligado às suas funções tradicionais com texto, pesquisa, roteiro, redação, pauta, leitura, escrita, apuração e oralidade. Só que não mais apenas para escrever notícias com todos os protocolos que ela exige para ser publicada em um site ou jornal, mas agora para também criar roteiros, fazer pesquisas para documentários e longa metragens, fazer apuração de fatos históricos até mesmo na produção de reality shows e talk shows.

Diferente do jornalismo que trabalha com a verdade, o entretenimento pode usar fatos e distorcê-los para adaptá-los a um filme ou história em quadrinhos ficcionais. Porém o que não pode acontecer é a notícia jornalística factual incorporar o entretenimento, porque isso se torna uma mentira, hoje também conhecida como “fake news”. A âncora de um telejornal não pode inventar fatos em uma notícia política do dia. Nessa discussão de um novo conteúdo, a ética é fundamental.

O artigo intitulado **Ética e jornalismo: na Era da Pós-Verdade** afirma que “[...] a sociedade acredita que o produto jornalístico não é uma criação aleatória [...]” e que, para isso, o jornalista usa seu conhecimento para mostrar uma história fiel aos fatos (SILVA; ALSINA, 2018, p. 5).

O próprio Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros diz, em seu artigo 7º, que “[...] o jornalista tem compromisso com a verdade [...]” (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE IMPRENSA, [20--?]). Mesmo para se fazer entretenimento com liberdade de distorcer fatos, é preciso saber a verdade para poder usá-la e

desconstruí-la. Ou seja, mesmo para alterar a verdade para encaixá-la em um conteúdo de ficção, a pesquisa para o entendimento dos fatos é a mesma que se faz em um trabalho jornalístico tradicional.

Todo ser humano sempre viveu na Era Contemporânea, sem exceção, e a ética é uma questão contemporânea, isto é, ela é uma questão de cada tempo [...] Não existe uma ética universal. O que mais se aproximou disso, é a Declaração dos Direitos Humanos de 1948. Mas não existe ética individual.

Esta citação do filósofo e escritor Mário Sérgio Cortella (2023, n. p., transcrição nossa) demonstra o quanto é necessário pensar na evolução e nas mudanças que o tempo causa em teorias que necessitam, assim como a ética, estar de acordo com seu tempo. Quais são as discussões teóricas que precisam de atualização e quais são atemporais? O que precisa ser feito para emparelhar a teoria e a prática existentes hoje, independentemente de quando for este “hoje”? Tal debate pode servir como início de planejamento para o trabalho em conjunto entre docentes de disciplinas teóricas com docentes de disciplinas práticas. Faz parte da ética profissional, mesmo sendo um produto de jornalismo de entretenimento, não passar informações erradas em produções biográficas de personagens históricos ou de momentos importantes da história do mundo em plataformas de streaming e em formatos diferentes como séries, minisséries, documentários e filmes.

Em uma mesma produção, pode haver diversas equipes distintas. Há documentários do canal **History** que misturam cenas que reproduzem situações históricas com depoimentos de pesquisadores, acadêmicos e até jornalistas. Assim é na série documental **Coliseu** (2023, History Channel), onde cenas de época foram reproduzidas para ilustrar os depoimentos dos especialistas¹¹.

No caso desta produção, há equipes que trabalharam nos depoimentos e equipes responsáveis pelas cenas cinematográficas, que envolveram cenário digital, figurino, maquiagem, roteiro, direção e pesquisa. Um jornalista clássico e tradicional, contratado para trabalhar com os depoimentos, pesquisa, pauta e outras informações históricas, não iria conseguir fazer a direção das cenas

¹¹ Segundo a executiva Mary Donahue, que esteve à frente da produção, cada episódio custou 1 milhão de dólares e a equipe de criação contou com a ajuda de, ao menos, 25 especialistas em história romana. Até mesmo os diálogos, palavras e termos foram submetidos a consultoria de especialistas.

reconstituídas, mas isso não o impede de trabalhar junto com as equipes de roteiro e direção das cenas para ajudá-las com as informações que coletou em pesquisas e que ajudarão na elaboração das cenas e seus detalhes. Este profissional (ou equipe), irá fazer um verdadeiro trabalho de apuração e investigação, elaborar pautas, fazer levantamento de conteúdo histórico, pesquisar nomes de especialistas para dar os depoimentos (como é a busca por personagens das pautas dos telejornais), conversar com historiadores, e até mesmo fazer pesquisa de campo (que pode ser comparada a realização de uma reportagem factual), em que o jornalista é obrigado a ir até o local do acontecimento: ele precisa saber tudo o que acontece por ali, vai conversar com moradores, comerciantes, buscar o entendimento da história e os principais personagens para poder pegar os depoimentos necessários para ajudar a contar a história e seu contexto.

Neste caso da produção do canal **History**, não é o jornalismo incorporado no entretenimento ou o entretenimento incorporado no jornalismo, mas sim as duas áreas trabalhando juntas ao mesmo tempo. Uma verdadeira simbiose. É o jornalismo de entretenimento em sua essência.

Também faz parte desta reflexão a forma como determinadas editorias sofrem certo preconceito mesmo entre os profissionais. Política e moda ou notícias internacionais e cinema, cada editoria é importante e levada a sério dentro de seu universo. O jornalista Gabriel Perline, que cobre notícias de televisão no portal **UOL**, diz que apesar do preconceito, o trabalho de apuração e checagem de um furo de reportagem é tão profundo quanto em qualquer outra editoria (O ENTRETENIMENTO NO JORNALISMO, 2019).

O preconceito dentro da própria profissão deveria também ser discutido, afinal, a revista impressa **Contigo** (1963-2018), sobre as produções de televisão, não era feita por jornalistas? Em uma transmissão de Fórmula 1 ou de um festival musical não há jornalistas envolvidos?

O jornalismo não se traduz apenas em notícias sérias de editorias como política, geopolítica, economia e educação. Ele não pode ser visto dessa forma porque é apequenar a profissão e desdenhar profissionais de outras tantas

editorias. A cultura, o esporte, a música, o lazer, a tecnologia, o turismo e em tantas outras áreas há jornalistas especialistas.

Abrir espaço para o jornalismo de entretenimento no conteúdo acadêmico ou mesmo transformar os cursos de Jornalismo e Rádio-TV-Internet em um curso único não seria atualizar a preparação desse novo profissional que o mercado pede? Não seria uma forma de trazer para o ambiente acadêmico o que acontece atualmente na comunicação e acabar com este preconceito que parte unicamente dos próprios profissionais do jornalismo?

Dentro desta nova formação fazem parte as ferramentas digitais e a análise das novas mídias, da busca de novos caminhos de apuração através de fontes não convencionais e bancos de dados on-line (SILVEIRA, 2014, p. 161).

Stefanie C. da Silveira (2014, p. 62), no capítulo intitulado **Narrativas jornalísticas para dispositivos móveis**, usa o termo “jornalismo ubíquo” para dizer que fazer jornalismo para ser consumido em dispositivos móveis como o smartphone não o torna menor pelo fato de ser visto em uma tela menor que a da televisão, o que de certa forma corrobora o que disse o jornalista do **UOL** a respeito de preconceito sobre o jornalismo de celebridades. Não deveria haver mais esse tipo de discussão, principalmente, entre os próprios profissionais jornalistas?

Também foi entre 2010 e 2020 que muito se discutiu e se produziu conteúdos acadêmicos baseados neste assunto: o jornalismo e o entretenimento. Programas de TV e rádio também foram realizados. Em um programa da TV Brasil, de julho de 2012, foi debatido este tema. Desde então, muita coisa mudou no jornalismo e no entretenimento, mas vale destacar o estranhamento da professora Ivete Roldão em relação à programação da TV Globo, quando viu o telejornal **Bom Dia Brasil** encerrar com uma reportagem sobre plantas e jardinagem, e o programa seguinte – o **Mais Você**, da apresentadora Ana Maria Braga – abrir com uma reportagem factual de algo que acontecia naquele momento na Cidade de São Paulo. Ela considerou uma inversão de conteúdo e essa observação feita por ela há mais de uma década ainda serve como fonte para debate:

A última matéria do (telejornal) Bom Dia Brasil, era uma reportagem, ficou ensinando, essa planta você cuida assim [...] bem detalhadamente mesmo, como se fosse um programa de jardinagem. E entrou o programa seguinte com uma reportagem sobre alguma coisa factual sobre o que estava acontecendo em São Paulo naquele momento. Então quem está errado aí? A produção da Ana Maria Braga em colocar jornalismo no programa dela ou a produção e a equipe do Bom Dia Brasil? Então eu fico mais preocupada com isso (JORNALISMO E ENTRETENIMENTO, 2012, n. p., transcrição nossa).

Ivete Roldão talvez não tenha percebido que, no caso do exemplo em questão, são dois produtos diferentes. Todo telejornal – assim como os jornais e revistas impressos – costuma terminar suas edições com pautas leves e distantes do que se diz em política e economia, por exemplo. Neste caso, pode ser esporte, moda, música, cultura e até mesmo ciência e tecnologia. Para a professora, houve um erro: o telejornal com entretenimento e o entretenimento com jornalismo.

Muitas questões são levantadas a partir deste exemplo e deste comentário: Quem assistiu ao **Bom Dia Brasil** pode não ter assistido ao programa seguinte (**Mais Você**) e vice-versa. A professora não entrou em detalhes a respeito da reportagem factual que iniciou o programa **Mais Você**, mas essa decisão pode ter sido tomada pouco tempo antes de o programa ir ao ar e, sendo também um programa ao vivo e de “infotainment”, fez sentido isso acontecer. Essa decisão pode ter sido pensada na pontualidade da grade de programação e, mais delicado ainda, com compromissos comerciais dos horários. Por diversas razões, é também muito difícil as produções conversarem entre elas para saber como irão terminar e iniciar os seus programas.

Este fato de o telejornal terminar com entretenimento e o programa seguinte (de infotainment) iniciar com jornalismo é ótimo conteúdo para uma discussão teórica, como a Ivete Roldão trouxe, mas é preciso perceber que antes há o lado prático deste acontecimento, do dia a dia de uma emissora, dos departamentos de jornalismo, de produção e da direção executiva. São vários departamentos conversando e, entre eles, o jornalismo e o entretenimento, para se chegar a uma melhor decisão que pode ter sido tomada em contexto de urgência.

Independente da notícia dada no programa da Ana Maria Braga, ela depois, nos telejornais, provavelmente se tornou pauta com melhor produção, apuração e detalhamento, pontos que nem sempre são possíveis em uma notícia ao vivo e de último momento.

É preciso lembrar que Ana Maria Braga é jornalista de formação. Ela foi âncora de telejornal na TV Tupi e trabalhou muito tempo com mídia impressa. Na TV, criou o programa **Note e Anote**, no qual fazia direção e produção, além de apresentá-lo, até, enfim, chegar ao formato do **Mais Você**, programa transmitido pela Rede Globo desde junho de 1999, assumidamente de infotenimento.

Ao juntar a experiência de Ana Maria Braga com a proposta editorial do **Mais Você**, provavelmente, não deve ter causado estranhamento para seu público o programa não ter se iniciado da forma habitual, mas sim já com uma notícia de último momento. A forma como a apresentadora conduz o seu programa tem também uma característica jornalística.

Quanto ao fato de o telejornal **Bom Dia Brasil** ter encerrado sua edição daquele dia com uma reportagem sobre jardinagem, é um dos pontos de discussão propostos neste trabalho: um tema como jardinagem, que envolve ciência, biologia e ecologia, não é também um tema jornalístico? Não houve produção, pesquisa, procura por personagens, checagem, elaboração de texto e pauta? Ela não pode ser importante para quem trabalha com jardinagem ou para quem mora em uma casa com jardim? Uma pauta para ser tratada como jornalística precisa necessariamente ser séria? No caso da ciência, ela é mais jornalismo ou entretenimento? Talvez dependa do objeto da notícia para saber se ela entrará como capa do telejornal ou como reportagem descontraída para encerrá-lo. A ciência pode descobrir a cura do câncer, o que certamente seria capa; e pode também descobrir novos fatos a respeito do universo e outros planetas, que pode ser uma ótima pauta de encerramento. Independente da editoria, o trabalho jornalístico é o mesmo. A formação do profissional é a mesma. Há jornalista na equipe do **Bom Dia Brasil** e há jornalista na equipe do **Mais Você**.

O factual, o opinativo, o interessante, o polêmico, o prático, o indispensável, o útil, o curioso, o necessário ou simplesmente divertido. Cabem tantas coisas no jornalismo? Todos esses gêneros são jornalísticos? O que faz com que uma reportagem de política seja mais importante do que uma sobre o lançamento de um novo carro – ou do beijo gay dado numa novela? Simples: não faz. Quem decide o que mais relevante é sempre o leitor, o espectador, o ouvinte e o internauta (BUCCI, 2015, p. 67).

Da mesma forma como está cada vez mais obsoleta a discussão entre os limites entre jornalismo e entretenimento, não há como determinar a importância entre as editorias existentes no universo jornalístico.

Conteúdos diversos sobre bichos de estimação fazem muito sucesso em todas as mídias, inclusive em telejornais formais. Se um deles terminar sua edição com uma reportagem sobre a alimentação dos gatos e cachorros, ela será considerada jornalismo ou entretenimento? Em um tema como este haverá informações importantes para quem tem bichos de estimação, vai falar de sistema digestivo, biologia, anatomia animal e costumes. Mas também se trata de uma pauta mais leve, provavelmente, apoiada com imagens divertidas dos bichos. Numa situação como esta, por que querer colocar este conteúdo dentro de uma área entre duas, no caso, o jornalismo ou o entretenimento, ao invés de aceitar uma nova linguagem? O trabalho não foi realizado por um jornalista que levantou dados, procurou especialistas, apurou informações, elaborou pautas e os textos das passagens, gravou os depoimentos, ajudou na edição, gravou a locução e as cabeças de passagens? Todo esse trabalho não é jornalístico?

Certamente havendo entendimento desta nova frente de trabalho e estudo, será preciso definir suas diretrizes, sem a preocupação de ter que colocar jornalismo, entretenimento, rádio, televisão e internet em áreas específicas.

No filme de aventura **Indiana Jones e a Última Cruzada** (Lucasfilm, 1989), voltado 100% para o entretenimento, estrelado pelos atores Harrison Ford e Sean Connery, seus personagens procuram pelo Santo Graal, um objeto que até hoje não se sabe se é verdadeiro ou não, apesar de ele estar guardado na Catedral de Valência, Espanha. O filme se passa em 1938, perto do início da Segunda Guerra Mundial, e em sua história este objeto sagrado está em posse dos nazistas. Ou seja, um filme ficcional com personagens ficcionais, tem como pano de fundo um

movimento que existiu e provocou talvez a pior guerra que se tem conhecimento no século XX. Há cenas em que aparecem os oficiais e soldados nazistas, locais históricos e cenários de época.

Mesmo sendo entretenimento, houve pesquisa de figurino – tanto dos civis, quanto dos uniformes alemães daquele ano; houve pesquisa dos equipamentos usados pelo exército como automóveis e armas; houve pesquisa sobre a história do nazismo e da geopolítica da Europa em 1938. Mesmo para os personagens que são ficcionais, foi necessário fazer pesquisa sobre o Santo Graal e sua história até se chegar ao ano em que se passa o filme, além do fato de esses personagens serem pesquisadores e acadêmicos na área da Arqueologia, o que exige um nível de conhecimento acadêmico e científico para poder desenvolver certos diálogos.

É certo que a pesquisa para este trabalho de entretenimento foi imensa e envolveu profissionais especializados em todo esse contexto histórico e social que se passa no filme. Na pesquisa de campo para grandes produções como esta, visitas em museus, bibliotecas e locais históricos fazem parte do trabalho. É uma verdadeira investigação, igual ao que se faz no jornalismo. Uma produção como este filme mostra que, tanto a equipe de roteiro, quanto a de produção, precisaram fazer uma imersão em um momento sério na história recente do mundo para fazer entretenimento de qualidade.

“O jornalista deve ser cético ao extremo. O jornalista não deve acreditar em nada. O jornalista não deve servir a nenhuma causa a não ser a causa de informar” (BIAL, 2019, n. p., transcrição nossa).

Esta importante colocação não só define o que é o jornalismo, como também fornece subsídio para uma discussão a respeito da simbiose entre o jornalismo e o entretenimento porque, ao dizer que o jornalismo deve informar a verdade, fala também de uma das formas de entretenimento.

No Brasil, a emissora pioneira da informação com entretenimento é a TV Cultura, que, desde 1969, tem como sua principal missão informar, educar e entreter. Os programas infantis da emissora, desde a década de 1970, têm como característica a educação através do entretenimento.

O programa **Rá Tim Bum** (1990-1994), entre seu conteúdo lúdico, mostrava como são fabricados objetos como o vidro, o violão, o desenho animado, o pão, entre outros. A produção e captação eram feitas como uma reportagem tradicional de jornalismo, com equipe no local – fábrica, padaria, estúdio – mostrando todo o processo de produção, os profissionais, equipamentos etc. Suas produções também envolvem jornalistas e equipe de pedagogos.

Quando você se torna um jornalista de televisão, está entrando numa profissão jovem com raízes principalmente nos jornais, revistas e rádio. Pode ser um mundo confuso: aqueles que nele trabalham relutam em admitir que fazem parte do show business, e muitos títulos de cargos indicam uma ligação remanescente com o jornalismo impresso. Assim, subeditores, redatores, editores, repórteres e correspondentes ainda são encontrados ao lado de roteiristas, produtores, diretores e apresentadores (YORKE, 1998, p. 17).

No entretenimento, o jornalista não trabalha o tempo inteiro com o factual. Pode não ter a rotina de uma redação, de ir atrás da notícia, procurar os personagens, apurar, fazer a reportagem e todo o protocolo que ela exige – de acordo com cada empresa – com o título, lead, aspas, destaque e chamada. Porém, de qualquer forma, ele irá pesquisar, apurar, procurar personagens, escrever, conduzir entrevistas e usar tantas outras ferramentas de trabalho que são comuns entre as duas áreas. Os documentários e séries e filmes biográficos são um bom exemplo da necessidade de se trabalhar a verdade no entretenimento.

Até mesmo um talk show, como o do próprio jornalista e apresentador Pedro Bial, chamado **Conversa com Bial**, é exemplo de jornalismo de entretenimento. E quais são os profissionais que fazem parte da equipe de produção deste programa?

O jornalismo é a tendência natural do programa (Conversa com Bial) porque eu sou jornalista. Tenho uma redação com excelentes jornalistas [...] isso não me preocupa, essa parte do jornalismo a gente vai fazer bem. O além do jornalismo é o que eu quero! E que é o mais difícil [...] É misturar entretenimento, humor. Trazer humor. Música, mas não só música. É tudo o que anda sob esse guarda-chuva chamado entretenimento (BIAL, 2019, n. p., transcrição nossa).

Nesta colocação, Bial mostra que, apesar de ter excepcionais profissionais do jornalismo tradicional trabalhando com ele, talvez falte em sua equipe pessoas que pensem em como inserir entretenimento em seu talk show. Pode ser que

estes jornalistas que estão em sua equipe sejam profissionais vindos da mídia impressa, que tiveram uma formação baseada e enraizada no jornalismo impresso e de rádio. As mudanças foram, e ainda são, intensas. Basta lembrar que até meados da década de 1990, os cursos de Jornalismo ainda estavam se equipando com computadores, e a fotografia e o vídeo ainda eram analógicos e assim permaneceram até os primeiros anos da década de 2000, exatamente quando os computadores começaram a se tornar um equipamento pessoal. Esses primeiros anos entre a chegada da TV a cabo no Brasil e a popularização do computador e da internet via cabo, as mudanças foram muitas. Foram os anos da consolidação do jornalismo de entretenimento.

No jornalismo há o furo de reportagem e no entretenimento há o ineditismo. Os dois casos necessitam de dedicação e apuração. Em uma série documental como **Ilhas Selvagens** (2023, Prime Video) onde se aborda fauna e flora, há muitas cenas inéditas da interação entre bichos e natureza, o que não deixa de ser um furo. Para isso, houve pesquisa, apuração, participação de especialistas, investimento em equipamentos, planejamento, entre outras ações que também são usadas no jornalismo tradicional, principalmente, no investigativo.

Em um dos episódios desta série, a equipe acompanha um grupo conhecido de baleias orcas em seu ritual de caça nunca registrado. Para conseguir as imagens foram necessários dois anos. Na primeira temporada de caça a equipe não conseguiu encontrar o grupo (apesar de esperar por meses), algo que só foi acontecer um ano depois. Houve ajuda de moradores da ilha próxima ao local, de biólogos e especialistas, entre outros profissionais, até, enfim, a equipe conseguir as imagens inéditas.

Algo parecido aconteceu quando o jornalista Roberto Cabrini – especializado em jornalismo investigativo – conseguiu entrevistar o empresário, braço direito e tesoureiro da campanha eleitoral de Fernando Collor (presidente entre 1990-1992), Paulo César (PC) Farias. Para Cabrini conseguir este furo de reportagem, foram meses de investigação envolvendo outros personagens e empresas, viagens internacionais, negociações e vigilância em endereços estratégicos até, enfim, chegar ao personagem principal. Este furo é considerado, até hoje, uma das maiores audiências na história do Jornal Nacional.

É o entretenimento e o jornalismo, cada um dentro de seus contextos, utilizando os mesmos métodos de trabalho. Todo este contexto pode ajudar a mostrar um caminho para a questão principal: como formar este profissional desse novo conteúdo chamado jornalismo de entretenimento? Ao debater uma nova mudança no ensino do jornalismo, é importante lembrar que desde que entrou para o universo acadêmico, ele sofre modificações, todas elas provocadas por mudanças de comportamento na sociedade e nos meios de comunicação, e reforçadas pelo progresso da tecnologia.

Vivemos em tempos onde qualquer indivíduo, empresa ou organização tem o poder de mídia. O jornalismo, mesmo sendo ainda protegido em sua forma clássica, ele se transformou e o jornalista deixou de ser o ator principal da informação. Isso não quer dizer que ele tenha perdido seu poder, apenas ganhou novas formas de atuar (BUCCI, 2015, p. 102).

Essa passagem diz muito sobre as mudanças ocorridas no jornalismo e em seus profissionais, principalmente, nesses últimos 10 anos.

Se o jornalista precisa mudar sua forma de atuar, se faz necessário que o universo acadêmico também repense em sua forma de atuar para passar conhecimento, afinal, se a profissão do jornalista ganhou novos aspectos, é a faculdade quem deve moldá-lo para este novo formato que o mercado pede.

Se as grandes empresas de comunicação perderam o monopólio da informação, por outro lado, ganharam novas mídias. Se qualquer pessoa hoje pode reportar uma notícia, é papel das Universidades pensarem em reestruturar suas matrizes curriculares para formar um aluno que chegue ao mercado com um diferencial, que pode ser o teórico somado com o conhecimento do uso de ferramentas e formas de trabalho diferentes.

O jornalismo já fez parte das faculdades de Direito, Filosofia e Letras, já se transformou em Comunicação Social, entre outros nomes. Começou sem reconhecimento profissional, ganhou cursos de Graduação e Pós-Graduação; e a discussão sobre a obrigatoriedade de seu diploma persiste até os dias atuais.

O debate que acontece agora, dentro e fora do Brasil, é entender as novas diretrizes da profissão para adequá-las ao mercado de trabalho e Ensino Superior.

Primeiramente é preciso aceitar o novo, e a história mostra que isso nunca foi fácil.

Essa é também uma área de intensas transformações, tanto mercadológicas, quanto culturais e tecnológicas, que exigem o desenvolvimento de novos métodos de ensino e práticas pedagógicas, capazes de acompanhar os fluxos comunicativos, além de promover o diálogo com o mercado, sem prescindir dos princípios científicos e reflexivos, como se espera de uma formação escolar formal e baseada no devido rigor epistemológico (PÔRTO JÚNIOR; ORMANEZE, 2023, p. 9-10).

A notícia ganhou uma nova dinâmica e agora virou história, que é atualizada a todo instante. Até a chegada da internet, as notícias tinham um tempo de validade que ia até o jornal impresso do dia seguinte ou até o telejornal do início da noite. Hoje essa validade diminuiu a ponto de quase não existir mais. Este “atraso” que havia, em tempos analógicos, entre a apuração e atualização da notícia até ela ser publicada ou transmitida, quase inexistiu. Pelo bem ou pelo mal, há uma nova urgência. Não só isso, outras demandas surgiram na profissão por consequência de novos conteúdos com diferentes formatos. Daí volta-se novamente para o fato de o jornalista também ser visto como um contador de histórias.

Os ofícios do historiador e do jornalista têm muito em comum. Pode-se dizer, generalizando, que esses dois profissionais reúnem o maior número possível de informações para alcançar com eficiência um objetivo similar: contar (e comunicar) uma história, por escrito, que esteja relacionada à realidade, a algo que aconteceu ou está acontecendo de fato (PEREIRA; ASSIS; ANTONIOLI, 2014, p. 43).

Importante dizer que, ao transformar o jornalista em uma espécie de historiador, isso não quer dizer que ele será apenas mais um repórter investigativo, pelo contrário. A história apurada pode se tornar um documentário, uma reportagem especial, um livro, uma série em podcast, uma série televisiva e pode até mesmo servir como conteúdo para um reality show ou para um programa de auditório. Ou seja, essa transformação é muito mais profunda e envolve novos conhecimentos e aprendizados, do que simplesmente transformá-lo em um historiador. Por isso, os conhecimentos gerais são fundamentais.

Este amplo conhecimento já era uma preocupação entre os primeiros acadêmicos do jornalismo, tantos nos cursos surgidos entre as décadas de 1940 e 1950 até, enfim, o Conselho Federal de Educação determinar, em novembro de 1962, o primeiro currículo mínimo para os cursos de Jornalismo, que foi dividido em três áreas, e que nelas já havia as Disciplinas Gerais com Cultura, História e Geografia, Literatura, Ética, Língua Portuguesa, Estudos Sociais, Civilização Contemporânea e até Publicidade (OLIVEIRA, 2023, p. 19-20).

Passados mais de 60 anos deste primeiro currículo mínimo, todos esses componentes continuam necessários, porém com novas abordagens. Outro fator importante neste progresso no estudo do jornalismo é o fato dele, hoje, estar dentro da área de Comunicação, que é muito mais ampla. A matriz curricular de seus cursos foi, ao longo dessas décadas todas, recebendo novas disciplinas a ponto de deixar claro que a profissão tomou um novo rumo, ganhou novas características.

O desenvolvimento de uma formação docente para os cursos de Jornalismo [...] deve, necessariamente, passar por protocolos que dialoguem com uma realidade atual e complexa. E essa perspectiva transcende a compreensão do desenvolvimento tecnológico como o único fenômeno capaz de sintetizar tais transformações (PÔRTO JÚNIOR; ORMANEZE, 2023, p. 113).

A profissão mudou e quem se forma hoje tem a opção de trabalhar com o jornalismo tradicional das redações dos jornais, telejornais e sites ou então, caso queira, poderá seguir carreira como documentarista, pesquisador ou pauteiro para programas de TV e tantas outras possibilidades que o entretenimento proporciona a quem se formou em jornalismo.

Segundo Manuela Barem, editora-chefe do **BuzzFeed Brasil**, site que trabalha com o jornalismo de entretenimento, a empresa encara as duas áreas como independentes e faz o mesmo trabalho de apuração e checagem de fatos seja qual for a editoria (BUZZFEED, 2017). Nestes novos tempos do jornalismo pós-industrial – que nada mais é do que o jornalismo dos multimeios – o profissional precisa estar preparado para trabalhar com qualquer tema.

Dentro do debate a respeito da regulamentação profissional do jornalismo, está o questionamento da continuidade do curso, uma vez que o diploma não é

mais necessário. Rodrigo Manzano (2014, p. 29-30), em **Desafios do jornalismo**, elenca seis sugestões para fomentar esta discussão. Uma dessas sugestões tem ligação direta com a reflexão proposta nesta dissertação:

II) Mudanças Tecnológicas e Desafios da Profissão: as profundas alterações a que o jornalismo foi submetido na passagem do século XX para o XXI – tanto quanto as percebidas também na anterior – trazem novos desafios profissionais, em especial com a ampliação do volume de informações, os novos modelos organizacionais das empresas jornalísticas e a atuação do usuário das redes sociais como produtor de conteúdo. Deve-se repensar, nesse sentido, a função da formação específica e sua atualização de modo a corresponder a essas novas demandas, bem como é preciso perceber a Universidade como um *think tank* de vanguarda, capaz de fornecer ao mercado soluções práticas combinando com sua sólida formação global, deontológica e de sensibilidade social.

Algumas colocações ajudam a reforçar a importância de se pensar em novos caminhos para a formação em Jornalismo, a começar com os “novos desafios profissionais” que significam novas ferramentas, novas abordagens, novos formatos, novas demandas. O jornalista, que em tempos analógicos era preparado para fazer o trabalho protocolar que a notícia exigia, agora precisa ir muito além da notícia, e essa será uma escolha exclusiva dele. Cabe a faculdade prepará-lo para as opções que irá encontrar na profissão.

A entrada de novas possibilidades no universo do jornalismo e do entretenimento só amplia a capacidade profissional, e o aluno na graduação precisa ser preparado para “os novos modelos organizacionais das empresas jornalísticas”. O que antes era só mídia impressa, rádio ou televisão aberta, hoje há TV a cabo, podcast, canais no YouTube, sites, blogs, plataformas de vídeo, plataformas de áudio, aplicativos de texto, de foto e de vídeo. Mesmo os tradicionais canais conhecidos como *news*, especializados em notícias factuais, têm conteúdos diferenciados como programas especiais sobre ciência e tecnologia, talk shows, programas de debate e documentários. Essas novas demandas, que também transformaram os modelos de negócios, estão ao alcance de qualquer pessoa que tenha interesse em empreender nessa área, o que hoje já é uma realidade com o jornalismo independente e com o surgimento de diversos canais: política, saúde, esporte, culinária, turismo, ciência, humor etc. O novo profissional deve estar preparado para essa concorrência que não para de crescer porque há a “atuação do usuário das redes sociais como produtor de

conteúdo”. Este é um forte argumento para mostrar a necessidade da formação acadêmica, por ser um enorme diferencial ter o diploma, por significar uma formação completa com prática, teoria e contextualização. Ao dizer que “é preciso perceber a Universidade como um *think tank* de vanguarda”, considera-se frisar que isso também deva acontecer no modelo de aula e na interação entre os docentes e as disciplinas. A dinâmica da profissão mudou e essa dinâmica deve ser acompanhada pelas instituições de Ensino Superior.

3.2 Jornalismo e Rádio-TV-Internet: teoria e prática nas matrizes

Ana Carolina Rocha Pessoa Temer e José Antônio Ferreira Cirino (2015, p. 202) fizeram uma análise crítica dos cursos de Comunicação das Universidades federais da região Centro-Oeste do Brasil, de modo que levantam um questionamento sobre as disciplinas teóricas dentro da matriz curricular:

Os principais termos agrupadores encontrados nas disciplinas mais comuns entre todos os cursos e universidades federais nas grades curriculares da Comunicação Social, sendo eles Teorias da Comunicação, Ética, Pesquisa e Metodologia, Texto, Língua e Redação, Fotografia e Imagem, Sociologia, Cinema e Audiovisual, demonstram o eixo teórico-prático no qual se baseia toda a formação dos egressos destes cursos, levando a questionamentos como: estas disciplinas atendem às necessidades atuais do mercado e da própria academia na formação destes indivíduos?

A realidade que se vê nas matrizes curriculares de Jornalismo e Rádio-TV-Internet está longe de privilegiar, ou mesmo equilibrar, o ensino da teoria com a prática. Em todas as dezoito matrizes analisadas – sendo nove de cursos de Jornalismo e nove de cursos de Rádio-TV-Internet – de nove instituições de Ensino Superior diferentes, a teoria é protagonista em praticamente todos os semestres, com algumas exceções.

No caso do curso de Jornalismo, quatro das nove IES analisadas concretizam bem a discrepância entre a teoria e a prática. Na Faap há 56 disciplinas teóricas e 15 práticas; na Cásper Líbero, são 26 teóricas e apenas 10

práticas. Entre as federais, chama a atenção a UnB com 18 disciplinas voltadas para a teoria e 8 práticas; e a matriz da UFPE mostra algo curioso: há 12 disciplinas teóricas e 16 que misturam teoria e prática.

Entre as Universidades de Rádio-TV-Internet – também chamadas de Audiovisual ou Comunicação – o equilíbrio entre a teoria e a prática é maior, mas a teoria também domina a matriz curricular, como mostram também quatro das nove instituições estudadas. A Faap com 49 disciplinas teóricas e 27 práticas; a PUC-SP com 35 teóricas e 14 práticas; a USP tendo teoria em 18 disciplinas e a prática em apenas 8; por fim, a UFRN que aplica teoria em 21 disciplinas, com 7 dedicadas à prática – incluindo o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

Entre as disciplinas teóricas existentes nas matrizes curriculares dos cursos de Jornalismo e Rádio-TV-Internet há “Teorias da Comunicação”, “Antropologia Cultural”, “Filosofia”, “Sociologia”, “Psicologia”, “Teorias Contemporâneas”, “Epistemologia em Comunicação”, “Fundamentos da Teoria Política”. Há também derivações dessas mesmas disciplinas como “Antropologia do Audiovisual”, “Filosofia da Comunicação e Teorias do Contemporâneo”, “Psicologia Social e Comunicação”, “Sociologia da Comunicação”, entre outras que, basicamente abordam o mesmo conteúdo, porém com nomes diferentes. Elas mudam tanto dentro da matriz curricular do mesmo curso, quanto de cursos diferentes.

Na matriz curricular dos cursos de Jornalismo e Rádio-TV-Internet do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, são mais de 70 disciplinas presentes. Desse número total, ao menos 50 delas são teóricas e 24 são práticas, isso se as disciplinas chamadas de “Editoria” tiverem prática, caso contrário, esse número de disciplinas práticas cai para 18. É um evidente desequilíbrio. Todos estes números podem variar dependendo das atividades complementares e da escolha do aluno em relação às disciplinas optativas.

Entre as teóricas, há também disciplinas de assuntos e editoriais muito segmentados que deveriam estar na lista de optativas. São disciplinas relacionadas à política, esporte, moda, arte, tecnologia e ciência. Um aluno interessado na editoria de esporte não deveria cursar disciplinas voltadas para a

área de moda e vice-versa. Certas editorias segmentadas deveriam ser optativas para assim haver mais espaço para disciplinas práticas na matriz comum.

Das nove instituições e dezoito matrizes analisadas, há vinte disciplinas que falam sobre cultura. Entre elas: “Antropologia Cultural”, “Cultura Brasileira”, “Cenários da Cultura Popular”, “Formação Econômica, Social e Cultural do Brasil”, “Cibercultura”, “Semiótica da Cultura e da Mídia”, “Corpo, Cultura e Cidadania” e “Cultura Afro-Ameríndia Brasileira”.

A quantidade de conteúdo teórico pode ser reorganizada em disciplinas já existentes. Um exemplo é a Teoria da Comunicação, disciplina base para diversos temas como jornalismo, cinema, imagens, entre outros; mas há matrizes que a dividem em Teoria do Jornalismo, Teoria do Cinema e Teoria da Imagem. Ao colocar “jornalismo”, “cinema” e “imagens” dentro de uma única disciplina Teoria da Comunicação, abre-se espaço na matriz para atividades práticas e/ou optativas.

Conhecer prática e teoria dá mais valor e qualidade ao trabalho, e é neste entendimento contextualizado que está a formação completa e diferenciada.

[...] uma crítica que se faz aos cursos de jornalismo em diversos países por terem como norte apenas a formação de focas para trabalharem na mídia tradicional. Assim, a preparação para a prática deve ter em mente não apenas a formação de repórteres, mas também de todas as funções do jornalismo, inclusive de seu planejamento e gestão; e não apenas a formação de futuros empregados, do setor privado ou público, mas também a capacitação para a sobrevivência como autônomos e para o empreendimento de novos projetos autossustentáveis, com ou sem fins lucrativos (TEMER; CIRINO, 2015, p. 89).

É deste pensamento que vem a reflexão em dar um novo propósito para o jornalismo e para a comunicação através do jornalismo de entretenimento, para agregar conhecimento e ferramentas de trabalho ao jornalismo tradicional. Ir atrás da notícia e apurá-la ou produzir uma pauta, isso hoje é apenas uma das funções do profissional da informação e da comunicação. O jornalista precisa ter a capacidade de usar o conteúdo que tem em mãos de diferentes formas. Agregar oficialmente o entretenimento ao jornalismo e estudar todo o contexto teórico que essa junção representa só irá valorizar ainda mais as duas áreas: prática e teoria.

3.3 Jornalismo e Rádio-TV-Internet: análise das disciplinas

Ao analisar matrizes curriculares tanto das Universidades particulares, quanto das públicas, pode-se dizer que, na teoria, já existe o jornalismo de entretenimento dentro delas.

A escolha das instituições se deveu tanto à tradição, quanto à procura. Fazem parte desta análise: USP, UnB, UFRJ, UFPE, Cásper Líbero, PUC-SP, Faap e Belas Artes. Todas elas têm cursos de Jornalismo e Rádio-TV-Internet (ou Audiovisual ou Comunicação) e eles se mostram similares. As atividades exigem as mesmas ferramentas usadas nos dois cursos para a realização dos trabalhos e os mesmos docentes atuam em ambos os cursos. Ou seja, estes dois cursos, na prática, são um só. Neles os alunos precisam de equipamento de vídeo e áudio, estúdio e computadores para a produção, criação e ilhas de edição e finalização.

No caso da USP, das trinta disciplinas da matriz do curso de Jornalismo (inclui Estágio e TCC), dezesseis delas estão na matriz de RTVI: Teoria da Comunicação I e II, Jornalismo no Rádio e na TV I e II, História do Jornalismo I e II, Jornalismo visual: fotojornalismo e design da notícia, Legislação em Jornalismo, Laboratório de Fotojornalismo, Telejornalismo I e II, Radiojornalismo I e II, Projetos em Rádio, Projetos em Televisão, Laboratório de Jornalismo – Revista, Documentários, Telejornalismo, Projetos em Televisão, Jornalismo Organizacional, Empreendedorismo em Jornalismo.

Das disciplinas que estão apenas na matriz do Jornalismo, praticamente todas se encaixam na matriz de RTVI por se tratar de assuntos igualmente pertinentes para rádio, televisão e internet. Inclusive, chama a atenção a disciplina Pesquisa em Comunicação fazer parte apenas da matriz deste curso.

A PUC-SP tem os cursos de Jornalismo e Comunicação e Multimeios. Cada um deles tem pouco mais de cinquenta disciplinas, sendo que metade delas estão nas duas matrizes. Mesmo as chamadas exclusivas caberiam perfeitamente em ambos os cursos, é o caso de Mídias: Conceitos e Críticas, Estudos

Orientados em Vídeo, Estratégias de Pesquisa, Redes: mídias sociais e ética informacional, Mídias: interfaces e dispositivos, Audiovisual: cenários, Design: cultura da visualização, que estão no currículo de Comunicação e Multimeios e que poderiam fazer parte do curso de Jornalismo. Assim como o curso de Comunicação e Multimeios, o curso de Jornalismo também dedica maior parte de sua matriz a disciplinas relacionadas a texto, e pouco espaço para disciplinas de criação e produção em mídia eletrônica.

Na Cásper Líbero – a mais antiga Faculdade de Jornalismo do Brasil – os cursos de RTVI e Jornalismo têm 35 disciplinas. No caso do Jornalismo, apenas oito disciplinas são exclusivas e mesmo entre elas há as que poderiam estar na matriz do RTVI: Laboratório de Jornalismo, Economia, História Contemporânea, Ciência Política, História do Brasil Contemporâneo e Metodologia de Pesquisa e Comunicação. Mesmo no caso do Laboratório de Jornalismo, poderia ser uma disciplina em RTVI, pois faz jornalismo. A similaridade entre os cursos fica bastante evidente na lista de disciplinas exclusivas do curso de Rádio-TV-Internet. De doze listadas, nove delas deveriam estar presentes em Jornalismo: Produção e Práticas Web, Edição de Vídeo, Direção de Arte, Roteiro para Audiovisual: documentários e produtos de não-ficção, Pós-Produção em TV e Vídeo, Pós-Produção em Áudio, Elaboração de Projetos, Programação, Audiência e Crítica Audiovisual e Tecnologia e Sistemas de Operações em Rádio, TV e Internet.

Há um fato curioso relacionado às disciplinas que abordam Direção de Arte, Cenário e Direção de Fotografia: Elas estão presentes em todos os cursos de Rádio-TV-Internet, mas ausentes em Jornalismo, sendo que nesta área também há a necessidade da direção de arte, do cenário e da direção de fotografia. Não só para telejornais e programas de debate e entrevistas, mas também para documentários e até mesmo reality shows, dependendo de seu contexto. **Fantástico** (Rede Globo), **Roda Viva** (TV Cultura), **Legião Estrangeira** (TV Cultura), **Mesa Redonda** (TV Gazeta), **Canal Livre** (Rede Bandeirantes) são exemplos de programas produzidos por departamentos de Jornalismo e que necessitam de cenário, direção de arte e direção de fotografia.

Na UnB, os cursos de jornalismo e Rádio-TV-Internet têm em média trinta disciplinas. Das seis exclusivas na matriz de Jornalismo em comparação a matriz do curso de RTVI, todas elas poderiam estar em ambas: Introdução ao Jornalismo, Apuração e Texto Jornalístico, Processos Gráficos em Jornalismo, Empreendedorismo e Gestão da Comunicação, Jornalismo em TV, Assessoria de Comunicação. Todas essas práticas fazem parte da profissão em Rádio-TV-Internet. A disciplina Introdução ao Jornalismo poderia estar em História da Comunicação, que é uma disciplina comum nas matrizes dos dois cursos.

No caso do curso de Comunicação Social – Audiovisual, há dezesseis disciplinas que estão apenas em sua matriz, em comparação ao Jornalismo. Entre elas, dez poderiam fazer parte do Jornalismo. São elas: Oficina Básica de Audiovisual, Documentário, Argumento e Roteiro, Direção, Produção, Som, Edição e Montagem, Legislação, Desenvolvimento e Produção de Projetos, Estética da Comunicação, Tecnologias de Comunicação. Todas essas disciplinas são uma realidade na rotina do jornalista. Em jornalismo também é necessário desenvolver argumento, roteiro, dirigir e produzir reportagens, documentários e programas e, para isso, ter que entender de direção, produção, som, edição e montagem.

Outra curiosidade presente em boa parte das matrizes analisadas é a ausência de disciplinas voltadas ao jornalismo dentro da matriz curricular dos cursos de Rádio-TV-Internet (ou Audiovisual ou Comunicação), como se o jornalismo não fizesse parte desse universo.

Na comparação entre os cursos de Jornalismo e Rádio-TV-Internet da UFRJ, no Jornalismo há mais de quarenta disciplinas, sendo apenas treze delas exclusivas do curso. Em Rádio-TV-Internet também há mais de quarenta disciplinas em sua matriz, sendo apenas sete delas exclusivas desse curso. Entre essas disciplinas aplicadas nesses dois cursos também foram contados os “laboratórios”.

Das treze disciplinas presentes apenas na matriz de Jornalismo, ao menos nove delas poderiam estar na matriz de RTVI: Gêneros Jornalísticos, Pesquisa em Comunicação, Pesquisa em Jornalismo, Cultura e Relações Étnico-Raciais no

Brasil, Análise das Práticas Discursivas, Reportagem, Telejornalismo, Jornalismo de Dados, Inovação e Empreendedorismo. Da mesma forma, das sete disciplinas presentes apenas na matriz de Rádio-TV-Internet, cinco delas não só poderiam estar na matriz de Jornalismo, como são necessárias para a profissão: Comunicação e Realidade Brasileira, Edição de Trilha Sonora, Gravação e Mixagem de Áudio, Edição de Imagem e Som, Direção de Audiovisual.

Em rádio e televisão, os departamentos de jornalismo têm as suas equipes de produção e pós-produção. Além de programas gravados e ao vivo, há reportagens especiais e documentários, entre outros projetos. Todos eles necessitam de profissionais para direção, edição de imagem e som, sonoplastia e respectivos acessórios e equipamentos.

Em todos esses exemplos é visível que as chamadas disciplinas exclusivas das matrizes de cada curso caberiam perfeitamente em uma matriz comum, que poderia ser direcionada a algo diretamente ligado ao jornalismo de entretenimento.

No caso da Faap, as matrizes de Jornalismo e Rádio-TV-Internet têm em média sessenta disciplinas, sendo que mais de quarenta delas estão presentes nas duas matrizes. Ao misturar algumas das disciplinas que são exclusivas de cada curso sem dizer de qual matriz elas fazem parte, fica difícil de identificar os cursos: Geoeconomia Internacional, História Política do Brasil, Comunicação e Hipermídia, Criatividade, Tecnologia do Rádio e Televisão, Organização de Produção – Rádio, Programação e Distribuição na Sociedade de Informação, Cobertura de Grandes Eventos. Elas são do Jornalismo ou do RTVI? Essas disciplinas são necessárias para as duas áreas.

Em relação à UFPE, são quase trinta disciplinas na matriz de Jornalismo e pouco mais de trinta na matriz de Rádio-TV-Internet. Nos dois casos, são mais de vinte disciplinas em comum. Igual aos outros exemplos, as disciplinas exclusivas de cada curso podem estar em qualquer uma das matrizes como, por exemplo, Técnica de Entrevista e Reportagem, Organização da Produção, Preparação e Revisão de Originais, Dicção e Locução, Produção e Direção de Programas, Técnica de Pesquisa Jornalística e Fotografia e Iluminação. Mesmo a disciplina

Técnica de Pesquisa Jornalística serve para RTVI, uma vez que não existe pesquisa apenas para jornalismo.

No Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, são mais de setenta disciplinas que compõem as matrizes dos cursos de Jornalismo e Rádio-TV-Internet. Fundada em setembro de 1925, a Belas Artes é uma instituição pioneira no ensino das artes.

Em suas matrizes curriculares existe um equilíbrio entre as disciplinas que são exclusivas (em maior número), com a diferença sendo pequena. Mas entre as exclusivas que estão no curso de Jornalismo, há disciplinas que também são fundamentais para quem cursa RTVI. São elas: Semiótica da Cultura e da Mídia, Planejamento Visual e Gráfico, Globalização e Interculturalidade, Informação em TV, Comunicação Corporativa, Empreendedorismo e Inovação, Informação e Investigação, Práticas de Produção Integradas, Cidade e Comunidade, Cultura, Públicos e Recepção, Comunicação, Multiculturalismo e Direitos, Direitos Humanos, Esferas do Poder, Assessoria de Mídias e Planejamento de Pesquisa. Além dessas, há as disciplinas chamadas “editorias”, que também fazem parte do universo do rádio, da televisão e da internet: esporte, moda, política, comportamento, arte e cultura, ciência, educação e internacional.

Sendo assim, em uma visão geral da matriz curricular do curso de Jornalismo da Belas Artes, entre a média de setenta disciplinas totais, mais de cinquenta delas também estão presentes na matriz de Rádio-TV-Internet.

No caso de RTVI, em uma lista de 37 disciplinas exclusivas de sua matriz, apenas seis delas não têm ligação direta com o universo do jornalismo: Direção de Atores, Produção de Elenco e Dublagem, Dramaturgia em Rádio, TV e Streaming, Produção Ficcional, Roteiro de Ficção Audiovisual, Storytelling, Videoclipe, Videoarte e Poéticas do Audiovisual.

Entre outras exclusivas vale destacar oito delas: Fundamentos e Organização do Rádio e da TV, Linguagens e Estéticas Audiovisuais, Locução e Apresentação, Fundamentos de Marketing, Gestão Audiovisual e Produção Executiva, Programação, Audiência e Comercialização em Rádio e TV, Vinhetas, Animações e Efeitos Visuais, Audiovisual, Educação e Sustentabilidade.

Apesar de serem disciplinas que são ensinadas apenas para os alunos de RTVI, elas fazem parte da profissão de jornalista, principalmente hoje que, além de tantos programas jornalísticos na TV aberta, há as emissoras exclusivas de notícias como **GloboNews**, **CNN**, **Fox News**, **Record News**, **Band News** e tantas outras pelo mundo, sem citar os canais independentes hospedados em sites e plataformas de vídeos. Todas elas com os mais diversos tipos de formatos de notícia e informação. Jornalismo é parte do Rádio-TV-Internet e vice-versa.

3.4 Cursos internacionais

Os cursos de audiovisual europeus e estadunidenses são diferentes em comparação com os do Brasil. O formato internacional mostra que, da forma como são concebidas as matrizes brasileiras, o ideal seria um curso com 5 anos de duração, mas esta questão envolve a parte financeira do estudante. O quinto ano seria de especialização e opcional para o aluno que poderia, se quisesse, se formar em 4 anos, porém sem a especialização. Este ano extra seria dedicado 100% à função escolhida pelo aluno, que entregaria um projeto em cada semestre junto ao seu grupo formado por outros alunos e que teriam as responsabilidades de produção, roteiro e texto, direção, pós-produção, sendo verdadeiras equipes de criação de conteúdo. Em cada um dos semestres do quinto ano, essas equipes teriam que criar, pré-produzir, produzir e pós-produzir projetos que seriam desenvolvidos e discutidos com os professores práticos (profissionais do mercado) e os professores teóricos (contextualização e linguagens). A mesma situação poderia acontecer no quinto ano com quem desejaria continuar os estudos teóricos.

Algo parecido acontece em alguns cursos estrangeiros que trabalham com disciplinas obrigatórias, mas que, em determinado momento, deixam o aluno livre para escolher suas disciplinas de interesse e montar sua própria matriz.

O grande diferencial destes cursos para os nacionais é o fato deles serem voltados a apenas uma única função dentro do audiovisual – e não como os cursos brasileiros, que preenchem suas matrizes com as mais diferentes disciplinas, fazendo da matriz uma diversidade muito grande de temas, sem focar em uma função específica.

Nas faculdades de Jornalismo e Rádio-TV-Internet do Brasil o aluno, em apenas 4 anos, precisa estudar texto, direção, produção, jornalismo, empreendedorismo, teoria, prática, história, criatividade, equipamento técnico.

No caso das instituições europeias e estadunidenses, os cursos têm um só objetivo, que é formar o aluno na função que ele deseja, seja ela direção, jornalismo, produção, roteiro e escrita criativa, gestão de produção, pós-produção etc. Neles não há mistura de temas. Se o estudante escolher cursar Jornalismo, o curso será voltado apenas às editorias presentes no jornalismo, como é o caso de produção de texto e notícias, apuração de fatos, pesquisa, oralidade, postura diante da câmera, e tudo o que apenas há no universo da profissão de jornalista. O aluno entra para o curso e vai respirar e pensar jornalismo do começo ao fim. Vai produzir notícias, escrever para sites, revistas, redes sociais, rádio; vai aprender a ler um teleprompter, investigar uma fonte ou notícia e outras atividades práticas.

Este é o caso da Los Angeles Film School (Califórnia, EUA), onde há diversos cursos relacionados ao audiovisual: Direção, Produção, Animação, Roteiro, Design de Som, Produção Musical, Negócios do Entretenimento, Efeitos Visuais, entre outros.

Cada uma dessas áreas tem sua matriz curricular voltada apenas para a atividade específica escolhida pelo estudante. Ao escolher o curso de Direção, o aluno terá disciplinas que estão diretamente ligadas a esta função: História do Cinema, Roteiro, Produção, Pós-Produção, incluindo atividades práticas da direção. Neste caso da direção, que precisa estar ciente de tudo o que acontece durante a produção de um filme ou programa de TV, a matriz aborda todas as frentes de trabalho desta função. Já no curso de Roteiro para Filme e Televisão, as disciplinas são específicas: Estrutura da História, Criação de Esboço,

Fundamentos da Escrita, Narrativa Visual, Roteiro Final. Mesma situação acontece com os outros cursos que têm suas matrizes focadas apenas em uma função.

Tanto as faculdades de comunicação europeias quanto as estadunidenses são calcadas na prática, mesmo tendo disciplinas teóricas. O grande diferencial que todas elas destacam em seus sites é exatamente a parte prática, o número de projetos audiovisuais que são realizados durante o curso e os profissionais do mercado que estarão presentes em aula ou em outras atividades acadêmicas. A Calarts School of Film and Video (Califórnia, EUA) diz que os primeiros anos são dedicados às “habilidades técnicas e práticas” com “[...] treinamento técnico rigoroso, incluindo workshops básicos em produção de filmes e vídeos [...]”. Os alunos, nos dois últimos anos do curso de um total de quatro, se dedicam à produção de algum projeto em vídeo ou podem escolher demonstrar alguma habilidade técnica como edição de vídeo ou áudio.

Mais que isso, boa parte dessas instituições fazem questão de explicar detalhadamente em seus sites os seus cursos, as suas disciplinas, os professores e profissionais envolvidos. A pessoa interessada que procura o curso de Comunicação, Jornalismo, Cinema, Televisão, Roteiro, ao ler o site saberá o que vai aprender e o que irá fazer em cada disciplina. Nas instituições brasileiras há, no máximo, a matriz curricular, mas sem detalhes a respeito das disciplinas e o motivo delas estarem lá. Também não informam se há envolvimento de profissionais do mercado, parcerias ou a realização de eventos durante o curso.

Entre os cursos de Ciência da Comunicação da Hillsborough Community College (Flórida, EUA) há o curso Ciência em Programação e Transmissão de Rádio e Televisão (tradução livre), com duração de 2 anos divididos em 3 trimestres a cada ano. Ao todo, nos 6 trimestres há disciplinas como Introdução à Rádio, Apresentador(a)/Falar em Público, Produção em Rádio, Produção de Notícias, Tecnologia, Cinema e Vídeo, Comportamento Humano. Em cada trimestre também há uma disciplina a qual o aluno escolhe. O curso é baseado na prática, há criação de programas e sua matriz curricular é elaborada com disciplinas voltadas apenas ao universo do rádio e televisão. Este curso de Graduação, no sistema estadunidense, serve como um pré-curso para que o

estudante faça seu banco de horas/créditos para conseguir entrar na Universidade desejada.

O Kanbar Institute of Film & Television, da Universidade de Nova Iorque, diz em seu texto de apresentação que realiza mais de 5 mil projetos em vídeo por ano. Entre seus formandos estão diretores, editores e diretores de fotografia de filmes e séries como **Harry Potter e a Pedra Filosofal**, **Uma Noite no Museu**, **Pulp Fiction**, **Lost**, **Breaking Bad**, entre outras produções conhecidas.

Igual ao modelo de Graduação no Brasil, na Universidade do Estado da Califórnia (Los Angeles, EUA) o curso de Tecnologias de Comunicação e Mídia, são 4 anos divididos em 8 semestres. Entre as disciplinas há Produção, Fotografia, Apresentação, Direção de Arte, Redação, Escrita Criativa, Jornalismo, Conteúdo Multimídia, Produção de Notícias, Sociologia e Semiótica. É outro curso centrado nas atividades práticas. Em todos os semestres também há espaço para o aluno escolher uma disciplina de sua preferência. Durante o curso, o estudante produz podcast, roteiros para série e outros formatos, videocliques, institucionais, programas ao vivo. Entre as empresas que fazem parceria com a Universidade, e contratam seus alunos, estão **Discovery Digital**, **Fox Sports**, **NFL** e **CBS Interactive**. Como em outros cursos, há poucas disciplinas em cada semestre para que o estudante tenha espaço para a prática da produção de conteúdo de rádio, televisão, redes sociais e plataformas de vídeo.

Boa parte desses cursos conta com a presença de profissionais renomados da TV e do cinema. Estes profissionais ministram aulas, workshops, seminários e dão consultoria como convidados ou contratados. Essa participação de profissionais ajuda nos trabalhos práticos, uma vez que os alunos precisam produzir conteúdos para televisão, documentários, curtas-metragens, podcast e roteiros.

Os cursos são curtos tendo, no máximo, 3 anos de duração. Porém, como já exemplificado, têm atividades práticas intensas e, como são focados apenas em uma função, há mais tempo para se trabalhar as disciplinas necessárias para, por exemplo, o aluno aprender a escrever e desenvolver roteiros para TV e/ou cinema.

Na University Stanford (Palo Alto, EUA), o curso de Jornalismo tem suas disciplinas voltadas apenas aos temas jornalísticos: pesquisa, texto, cultura digital e editorias diversas. Na matriz há muito espaço para o aluno preencher com disciplinas que vão de acordo com seus interesses, e essas disciplinas a serem escolhidas não estão, necessariamente, no curso de Jornalismo, mas sim em outros cursos ligados à Comunicação.

Ainda na Universidade da Califórnia (em Berkeley, EUA) há um curso de Jornalismo, mas é curto e tem em suas disciplinas produção de notícias, mídia digital, multimídia, podcast, reportagem investigativa e jornalismo internacional.

Mesmo fora do eixo conhecido das principais Universidades de Comunicação, como é o caso da Famu – Film and TV School of Academy of Performing Arts in Prague –, da República Tcheca, os cursos são diferentes em comparação ao Brasil, porque eles também são focados em áreas específicas como Produção, Direção, Jornalismo, Roteiro, Documentário.

No caso da Toronto Film School (Canadá), os cursos são de 3 anos e igualmente focados em áreas específicas como roteiro para cinema, TV e produção de vídeo. No caso do curso de roteiro, há disciplinas sobre história do cinema e da televisão, promoção e marketing, escrita em comédia, escrita em dramaturgia, desenvolvimento de séries, entre outras disciplinas que praticam apenas a criatividade e o texto. Já no curso de Produção de Vídeo, há História do Cinema, Produção, Áudio, Gestão de Produção, Documentário e outras que são relacionadas diretamente com a função de direção e produção.

O curso de Comunicação Audiovisual da Universidad Europea del Atlántico (Santander, Espanha) é similar aos cursos brasileiros, com 4 anos de duração divididos em 8 semestres. É um curso também baseado na teoria, com cinco disciplinas em cada semestre, sendo uma delas, a escolha do estudante. Entre as disciplinas há Teoria da Comunicação, Rotinas de Produção em Jornalismo: Rádio e TV, Métodos e Técnicas de Pesquisa, Sociedade Contemporânea, História do Cinema e Televisão, Gestão em Projetos Audiovisual, e até mesmo Criação Publicitária e Inglês. Além da comunicação, o site da Universidade (em sua apresentação) fala em tecnologia da informação e multimídia. Há

infraestrutura para produzir projetos para rádio, televisão e redes sociais com todo o equipamento técnico necessário. A Universidade tem convênios com empresas de comunicação para a realização de estágio.

Na Artevelde University of Applied Sciences (Gante, Flandres Oriental, Bélgica) há o Curso de Comunicação, com duração de 2 anos (4 semestres) com seis disciplinas em cada um dos semestres. Entre as disciplinas há conhecidas como Pesquisa em Comunicação, Criação de Conteúdo e Marketing Digital, mas há outras como Resolução de Problemas e Tomadas de Decisões, Desenvolvimento Pessoal e Profissional e Comunicação Persuasiva. O segundo ano de curso dependerá dos créditos alcançados pelos alunos no primeiro ano em um sistema utilizado em toda Europa (1 crédito equivale a 28 horas de estudo). Um semestre significa 30 créditos ou 840 horas estudadas e a matriz fica mais personalizada de acordo com o interesse do aluno.

No Continente Africano, a Universidade de Witwatersrand (Joanesburgo, África do Sul), em seu texto de apresentação, diz que trabalha com cinco ciências, entre elas as Humanas, e nela há o Departamento de Literatura, Linguagem e Mídia. Neste departamento há os cursos de Escrita Criativa (apenas Pós-Graduação) e Jornalismo, onde há uma seleção rígida, são apenas 24 estudantes por ano. Segundo o texto de apresentação do curso, “eles [os alunos] estarão envolvidos em um jornal semanal do Campus, um jornal on-line, programação de rádio para transmissão no Campus, produção de notícias de televisão e mídia social”.

Na Universidade da Cidade do Cabo, também na África do Sul, há o departamento Film and Media Studies – em tradução livre, Estudos de Cinema e Mídia. Nele há diversos cursos, entre eles: Escrita Criativa, Cinema e Mídia, Produção, Produção Multimídia e Produção de Roteiro. São 3 anos de curso, em que se trabalha a teoria e a prática. Ademais, não foram encontradas informações sobre a matriz curricular.

Muito próxima do que acontece nas universidades brasileiras, a Universidade de Cabo Verde (Praia, Cabo Verde) tem o curso de Ciências da Comunicação com duração de 4 anos. A formação visa o jornalismo e a

comunicação multimídia. Em sua matriz curricular há disciplinas como Semiótica da Comunicação, Teoria da Comunicação, História da Comunicação, História Contemporânea e Língua Portuguesa. Nos dois últimos anos, as atividades práticas dominam, com laboratórios de televisão, rádio, jornalismo impresso, fotografia e outros.

Fato curioso dessas instituições africanas é que nenhuma delas tem a disciplina “Jornalismo”, mas sim “Mídia”.

A University of Winchester (Hampshire, Inglaterra) tem um curso de Jornalismo que oferece aos alunos um Centro Multimídia 24 horas, onde são produzidos os conteúdos aplicados em sala de aula. O curso tem duração de 3 anos e o aluno, entre suas atividades, tem a possibilidade de trabalhar em casos reais da Justiça que podem conter erros e, com eles, produzir um documentário. A Universidade também tem parcerias com emissoras e produtoras de conteúdo, onde os alunos fazem estágio e os profissionais participam de atividades acadêmicas. São quatorze disciplinas, somando os 3 anos de curso, o que deixa espaço na matriz para as atividades práticas de produção de podcast, roteiros, programas para rádio e televisão. Entre as disciplinas há Mídia Impressa, Documentário, Produção em Rádio, Produção em Televisão e Mídia Digital. É uma matriz que favorece atividades práticas.

Na alemã Dekra Hochschule für Medien (Berlim, Alemanha) há o curso de Cinema e Televisão, com 7 semestres. As disciplinas são baseadas na prática, onde o aluno aprende a operar câmera, gravar áudio, trabalhar em estúdio, dramaturgia, faz análise de filmes, cria roteiros e aprende sobre pós-produção. As poucas disciplinas teóricas são História do Cinema, Psicologia da Mídia, Leis da Mídia e Análise de Imagens e Filmes. Mesmo a matriz curricular tendo tantas disciplinas práticas, ainda assim há espaço para “atividade prática”. A partir do quinto semestre o curso é prático, com estágio e produção de conteúdos diversos, até finalmente chegar ao trabalho final que pode ser um curta-metragem.

A Universidade Academia de Cultura Social e Midiática de Torún, na Polônia, tem sua própria televisão na internet chamada **Tilma TV** – disponível em: <http://tilma.pl> e acesso em: 24 set. 2024 –, que é um espaço para os alunos

publicarem seus trabalhos práticos. O curso tem duração de 3 anos. O primeiro ano é dedicado a disciplinas teóricas como Filosofia, Sociologia, Cultura, Linguagens e Gêneros do Jornalismo. Todos esses assuntos são direcionados ao rádio, à televisão e à mídia digital. No segundo ano, o aluno escolhe uma especialidade entre jornalismo para rádio e televisão, jornalismo cultural ou cultura midiática, e faz estágio no centro de mídia da própria Universidade. O terceiro ano é de atividade prática, com produção de conteúdo para rádio, televisão e outras mídias.

A Novosibirsk State University (Novosibirsk, Rússia) tem curso de Jornalismo com disciplinas teóricas baseadas em Linguística. Há Estudo da Cultura Asiática e Africana, Cultura e Literatura, História Geral, Filosofia e Jornalismo em Rádio e Televisão. Pelas poucas disciplinas, trata-se de um curso de curta duração e não há muitos detalhes disponíveis no site para saber como é a divisão de disciplinas e como são aplicadas as atividades práticas.

Em relação à Pós-Graduação – que não é o objeto de estudo desta dissertação –, também há diferença, porque trata-se de uma especialização mais intensa que costuma ter apenas 1 ano de curso. Ao contrário do Brasil – onde o aluno escolhe um projeto e algumas disciplinas que têm ligação com a dissertação ou tese –, nas instituições estrangeiras analisadas aqui, a Pós-Graduação também obedece a uma matriz pensada especialmente para o Mestrado ou Doutorado. Os alunos interessados na Pós-Graduação precisam cumprir algumas obrigações curriculares, além de precisar ter notas e créditos suficientes para se candidatar ao curso.

Ao separar as funções exercidas no audiovisual em diferentes cursos, essas faculdades estrangeiras fazem uma imersão nas práticas das profissões, deixam o curso mais dinâmico e objetivo, e formam, de maneira mais contundente, alunos de fato especializados, porque além da intensidade dos estudos, há mais espaço na matriz para a produção de conteúdo.

Capítulo 4

O Jornalismo de Entretenimento na Prática

4.1 A prática da profissão

O objetivo deste capítulo é mostrar exemplos da prática da profissão de jornalismo de entretenimento. A rotina do trabalho das equipes de criação e produção, o lado técnico das operações, a direção, a hierarquia e organograma, os problemas e as soluções surgidos em diferentes produções. Nas redações de jornal, internet e rádio; nos departamentos de produção das emissoras abertas; nos projetos das produtoras independentes e agências de publicidade, marketing e conteúdo, a rotina é intensa e parecida: criação, pesquisa, texto, reuniões entre equipes e gravações estão entre as etapas do trabalho de todas essas áreas.

Importante saber que nas equipes de todos os exemplos aqui presentes, independentemente do projeto, há profissionais formados em Rádio-TV-Internet e formados em Jornalismo.

4.1.1 Oscar

Esta é a premiação anual com transmissão ao vivo mais tradicional da televisão mundial. A primeira edição aconteceu em 1929 – em 1927, Philo Farnsworth criou o aparelho de TV como conhecemos hoje –, e atualmente é transmitida ao vivo para uma média de 200 países, assim como acontece com as corridas da Fórmula 1 e eventos esportivos como a Copa do Mundo de Futebol e as Olimpíadas.

Após a transmissão da premiação ser negociada, as emissoras que compram o direito recebem o que no meio televisivo se chama de “bíblia de

transmissão” que diz tudo o que vai acontecer em cada segmento: os convidados que subirão ao palco, quem vai apresentar qual categoria, os vídeos que serão mostrados, as músicas concorrentes que serão tocadas ao vivo e seus autores e intérpretes, os homenageados. Esta “bíblia” inclui o tempo total de transmissão, número de segmentos e tempo de duração de cada um deles, e também de cada intervalo comercial. Todas as emissoras devem se adequar ao formato, caso queiram transmitir a festa completa ao vivo.

No Brasil, é tradição colocar ao início e final de cada bloco/segmento uma dupla formada geralmente por apresentado(a) e comentarista, que passam informações no decorrer da festa. O crítico Rubens Ewald Filho (1945-2019) comentou a premiação por décadas e seu vasto conhecimento era notório e dava credibilidade à informação.

O próprio Ewald Filho é um exemplo de profissional do jornalismo de entretenimento. Sua especialização era o cinema, porém seu conhecimento o levou a escrever para revistas e jornais; apresentar programas e comentar o Oscar em diferentes emissoras de TV abertas e a cabo; escreveu livro, roteiros para cinema e TV e até peças de teatro. Rubens transitava naturalmente entre mídia impressa, rádio, TV e internet, tanto como jornalista e produtor, quanto como apresentador e comentarista. Seu conhecimento envolvia produção e criação para jornalismo e para entretenimento. Ele cursou Jornalismo, Direito, História e Geografia e dava aulas em Cinema e em Jornalismo.

Na transmissão da cerimônia do Oscar, apresentador(a) e comentarista ficam munidos de informações a respeito das categorias, dos filmes concorrentes, dos atores e diretores. Informações estas que ajudam nos comentários e servem como curiosidades para o público. Essas informações complementares são pesquisadas pela equipe de redação, que é a responsável pelos textos desses segmentos locais.

Sendo ao vivo, a transmissão tem equipe técnica do switcher, do estúdio e da produção. São ao menos 25 profissionais envolvidos para a realização de uma transmissão ao vivo como essa, com apenas uma dupla de apresentadores sentados no estúdio cenografado.

Há o trabalho de figurino para produzir roupa de gala dos apresentadores, além da maquiagem e cabelo; mesmo sendo em um estúdio pequeno são necessários direção de arte, cenário e iluminação; é preciso ter a tradução simultânea do evento e o equipamento necessário para realizá-la; em estúdio, há ao menos duas câmeras, sendo uma delas com teleprompter acoplado e o profissional que o opera; sistema de ponto eletrônico; verba de produção para produtores comprarem água, café, lanche, frutas ou qualquer outra necessidade; há a equipe do switcher com ao menos quatro pessoas; os profissionais do departamento de exibição; responsáveis pelo texto; direção, produção e motoristas.

Muitas vezes os canais a cabo que transmitem o Oscar no Brasil têm apenas um escritório representante no País, sem estrutura de TV. Por isso, é comum o aluguel de estúdios que tenham toda a tecnologia para a transmissão ao vivo. Ou seja, é uma transmissão que envolve um orçamento considerável.

A parte administrativa acerta o contrato de transmissão do evento, o contrato dos apresentadores e o contrato com a empresa produtora responsável por toda transmissão em seus mínimos detalhes.

Este é um trabalho pontual que dura entre 1 ou 2 meses, no máximo. Assim que contratados, os profissionais já iniciam o trabalho. A equipe de texto com a “bíblia da transmissão” em mãos inicia o trabalho com leitura individual e coletiva; definição do que se vai ser dito em cada segmento para assim iniciar a pesquisa.

Pegando como base a transmissão do Oscar de 2023, a duração da premiação foi de 3 horas e 40 minutos, que pode significar uma média de quatorze blocos, o que equivale a 28 entradas locais – soma de duas entradas por segmento. Sem citar o famoso tapete vermelho, que é a chegada dos concorrentes e convidados ao local da premiação – podendo esticar a transmissão em mais 1 hora.

Em uma transmissão como esta, tudo pode acontecer, inclusive a queda de sinal do satélite. Por isso, é preciso munir a direção artística e os apresentadores com conteúdos extras que poderão ser usados a qualquer momento, como

reportagens de arquivo ou atuais, trechos de filmes, reportagens biográficas dos indicados, entre outros VTs. A central de transmissão da emissora também fica munida de conteúdo especial ou faixa comercial extra que pode ser colocada a qualquer momento.

Apesar de a equipe de redação ter, através da “bíblia da transmissão”, conteúdo suficiente para elaborar os textos, pesquisas são sempre necessárias. Em todas essas entradas, o imprevisto também terá espaço nos comentários e opiniões a respeito de situações que acontecem fora do protocolo da entrega ou a respeito dos agradecimentos dos vencedores. O trabalho é intenso tanto para produzir a transmissão, quanto durante a transmissão. É bastante comum a contratação de jornalistas para o trabalho de texto, pesquisa e roteiro, bem como para a produção e direção. Neste trabalho, jornalismo e entretenimento estão juntos.

4.1.2 Reality shows

Em relação a reality shows, mesmo os que são similares como o **Big Brother** (Rede Globo) e **A Fazenda** (TV Record), os roteiros são diferentes. Em programas com essa dinâmica de convivência e eliminação, o roteiro é, na verdade, um espelho do que vai acontecer dentro do ambiente: provas, disputas, almoços, festas, debates etc.

Cria-se essas ações para se ter conteúdo que vai além da simples convivência entre os competidores. São situações que vão alimentar as diferenças entre os participantes, ajudar ou acirrar a convivência e mexer com o psicológico. É necessário criar uma rotina e é a direção, a produção e o roteiro que definem todo o conteúdo básico do programa como os dias das eliminações, as provas, as festas, compras da semana etc. O resto do conteúdo será trabalhado de acordo com a dinâmica entre os participantes, com isso, criação, roteiro e pós-produção precisam ser ágeis, porque certas histórias são efêmeras que dizem respeito a um momento específico, ou uma tarde, e só fazem sentido

se forem mostradas no dia do acontecimento – como acontece com certas notícias factuais de telejornais.

O que existe neste formato de reality é o roteiro de pós-produção. A equipe de roteiro acompanha os acontecimentos ao vivo e assiste ao material gravado para escolher as situações que valem a pena ser mostradas. Como exemplo, em uma festa, ao mesmo tempo em que um casal se beija, pode haver alguém passando mal ou discutindo. Então é preciso assistir a todo material para saber como montá-lo na edição. Para se ter todos os acontecimentos captados, é necessário o trabalho simultâneo de diferentes switchers. Enquanto uma equipe trabalha no switcher 1 captando uma conversa séria entre competidores, a equipe do switcher 2 grava as pessoas conversando e dançando na pista. Em certas situações é importante ter o domínio da edição de texto e organização de ideias, funções importantes no jornalismo.

Na pós-produção também, enquanto uma equipe edita os acontecimentos da festa, outra equipe edita a disputa que aconteceu a tarde entre os participantes.

A forma como será mostrado o conteúdo, isso será decisão da equipe de roteiro. Pode acontecer de um participante ter alguma mania e alguém da equipe criar uma história com essa mania. É nesse momento em que a criatividade do roteirista deve aflorar. Saber olhar todo o material e criar formas de exibi-lo.

Então, nesse formato de reality haverá duas etapas de roteiro: uma que fala quais serão as ações do dia e suas dinâmicas, outra para mostrar o que aconteceu nessas ações. Jornalistas estão presentes na equipe dessas produções e são importantes para a edição de texto e a contação de histórias.

Tendo todo o material editado que entrará no episódio do dia à mão, é o momento de ser feito o roteiro final, onde serão escritos os textos do apresentador, os momentos de interação com os participantes e onde será criada a ordem de entrada dos conteúdos. O papel do jornalista neste momento é crucial para a organização textual. Em resumo, nesse tipo de reality roteiristas organizam os acontecimentos do dia, editam o conteúdo gerado por esses acontecimentos e, para finalizar, colocam em ordem com texto e pauta, informações, separação de

blocos, tudo para a transmissão ao vivo (ou gravada) do programa. Tal como em um telejornal: uma vez prontas todas as reportagens do dia, se faz o texto final.

Há outros realitys como **Troca de Esposas** (TV Record), **Supernanny** (Discovery) e **Acumuladores** (Discovery) em que já há um formato e dinâmica pré-estabelecidos com o que irá acontecer em cada segmento. Esses programas são mais dependentes das ações que acontecem do que do roteiro. Sabe-se que o apresentador irá conhecer os participantes que vão falar de suas vidas, a rotina e seus problemas, crises, brigas, diálogos, situações delicadas, amor e ódio, simpatia e empatia, os desafios e os resultados. Todo esse conteúdo será mostrado e tem uma ordem certa para isso. Nesses programas é preciso ter momentos tensos e de emoção. O espectador deve rir, ficar com raiva, chorar e se emocionar. São as equipes de roteiro e pós-produção que darão o tom de cada situação, com os planos e cortes de câmera, trilha sonora e texto. Ao pegar um depoimento importante, é preciso saber conduzir a entrevista para que o participante se emocione ou tenha outro tipo de reação desejada pela direção.

Ao ter que encontrar pais com filhos problemáticos que queiram participar de um reality show a produção faz pesquisa em redes sociais e conversam com pediatras, pedagogos, terapeutas em busca de personagens com boas histórias. Esse tipo de pesquisa é também feita no jornalismo tradicional.

Ao assistir a esses três projetos citados como exemplo, fica clara a estrutura protocolar dos acontecimentos. A mesma fórmula é usada para reality sobre transformações, como mudar o visual, a casa, o carro, as roupas. Mostra-se o antes, a transformação sendo feita e seu resultado.

Dentro dessa estrutura, é preciso escrever os textos do apresentador e/ou locutor, apontar no roteiro quais segmentos devem ser gravados, quais situações serão mostradas, entre outros acontecimentos que vão de acordo com cada participante.

Outros realitys, como os musicais **Popstars** (SBT, 2002-2003), **Ídolos** (SBT em 2006-2007, TV Record a partir de 2007), **The Voice Brasil** (Rede Globo, 2012) também têm seus roteiros já pré-estruturados. Mostra-se os ensaios, depoimentos, bastidores, ansiedade dos competidores.

A equipe de roteiro de programas como estes, também está dentro das ilhas de edição, assistindo ao material, fazendo anotações, separando trechos e em conversa direta com as equipes de externas e com a direção do programa. São roteiristas, redatores e editores de texto que trabalham em sincronia. O conhecimento jornalístico é importante para qualquer reality show.

4.1.3 Documentário

Há incontáveis formatos de documentários, mas muitos deles têm a mesma estrutura que é constituída de depoimentos, imagens de arquivo e quadros gráficos de informações com locução. Com essa estrutura base, o conteúdo pode variar entre trechos de animação, depoimentos espontâneos do público em geral, imagens de reportagens da mídia impressa, fotos, imagens em Super 8 ou Video Home System (VHS), mapas e outros tantos conteúdos ilustrativos.

Em um documentário sobre a cantora Madonna, haverá depoimento atual e de arquivo da própria artista, de artistas amigos, produtores, músicos da banda de apoio dos discos, familiares, amigos de infância, antigas professoras e namorados. Junto a todos esses depoimentos haverá trechos com diversas situações: shows, ensaios, imagens de arquivo pessoal, bastidores de gravações, reportagens de televisão, depoimentos, imagens da infância e adolescência.

Um exemplo da importância da criatividade e da escrita criativa: em um projeto, foi estabelecido o conteúdo e os nomes que irão dar os depoimentos, porém, ao colocar tudo isso em prática, descobre-se que nem todas as fotos desejadas serão possíveis de conseguir e nem todos os nomes da lista de entrevistados poderão participar. Então a partir daí o roteiro começa a se adaptar à realidade e, da mesma forma que se perde parte do conteúdo inicial imaginado,

durante a produção podem surgir novos elementos. Ao fazer um documentário deve-se saber que perdas e ganhos acontecerão durante o processo de produção. Dentro do universo do jornalismo tradicional, ao trabalhar em uma notícia factual ou em uma reportagem especial ou investigativa, perdas e ganhos acontecerão da mesma forma.

Ao roteirista também cabe fazer as pautas para todos os entrevistados. Há casos, inclusive, em que o roteirista divide com a direção a função de conduzir as entrevistas (off câmera).

Feitas as entrevistas e produzido todo conteúdo necessário, começa a etapa de criar o roteiro final ou roteiro de edição, que vai dar uma ordem e um sentido para todo conteúdo disponível. Para isso, o roteirista irá assistir a todas as entrevistas. Junto com a definição dos trechos, ele deverá indicar o material que irá cobrir e ilustrar os depoimentos, além dos possíveis gráficos com informações extras. Em resumo, cabe ao roteiro ser criativo para organizar a forma mais interessante de se mostrar todo o conteúdo que tem em mãos.

Não é difícil encontrar casos de jornalistas que trabalham como editores / montadores de documentários, reality shows e também de filmes longa metragem, porque se trata de como mostrar a história, como passar o texto de cada cena da melhor forma possível. Essa é uma das funções do jornalista.

Hoje, por uma série de razões que incluem a tecnologia e as plataformas de streaming, a dinâmica de documentário mudou e, entre as mudanças, há a série documental que nada mais é do que um documentário com conteúdo e tempo estendidos, por ter muita história.

No primeiro semestre de 2024 a Netflix lançou a série documental **Hitler e o Nazismo: Começo, Meio e Fim**. Ela foi baseada no livro intitulado **A ascensão e queda do Terceiro Reich**, escrito pelo jornalista estadunidense William L. Shirer, que acompanhou durante toda a década de 1930 o nascimento e fortalecimento do nazismo. O livro, lançado em 1960, possui diários do jornalista, observações, histórias de bastidores, entre outras informações que o tornaram referência neste assunto.

A série tem depoimentos de acadêmicos, autores de livros e jornalistas, narração de trechos do livro, além de áudios originais e inéditos do Julgamento de Nuremberg, imagens da Segunda Guerra Mundial em vídeo e fotos, reportagens de jornais impressos e cenas reconstituídas de passagens descritas no livro. Para estas cenas foi feito um casting baseado na semelhança entre os personagens citados. Há cenas de guerra, de Hitler e seus próximos em reuniões e outras situações, e do jornalista William, que acompanhou o julgamento de perto, além de ter vivenciado vários outros momentos junto aos nazistas. Elas serviram para ilustrar os momentos de narração e de áudios originais.

Baseada em textos jornalísticos, a série mostra perfeitamente a simbiose entre jornalismo e entretenimento, tendo o trabalho conjunto entre jornalistas e profissionais do entretenimento. Nada impede de, tanto nesta série, quanto na também citada série **Coliseu** (History Channel), de jornalistas terem feito os roteiros das cenas reconstituídas. A dinâmica de como a informação é trabalhada e passada diz muito sobre o gênero do programa.

A busca pelo material ilustrativo de um documentário segue os mesmos caminhos de uma reportagem investigativa, inclusive na forma de se produzir – só muda o local: redação ou produtora. Em uma pesquisa, o texto precisa ser bem redigido e bem estruturado. É preciso saber tirar as informações necessárias nos depoimentos e, para isso, saber conduzir a entrevista da forma correta e de acordo com o que cada projeto necessita.

O jornalista é preparado para saber lidar, dentro das redações e departamentos de jornalismo, com todas essas etapas descritas, a diferença é apenas o formato da informação. Ao invés de ser dada no jornal, revista ou telejornal, ela é “embalada” como um documentário – ou série ou podcast/videocast. O documentário é uma informação com roupagem de entretenimento e isso não faz dele um produto menor que uma notícia política ou econômica. Um projeto sobre povos originários da floresta amazônica ou sobre o fim do período militar no Brasil são de suma importância como registro histórico. O documentário é só mais um formato que mostra o quanto o jornalismo sempre esteve presente no entretenimento.

Conclusão

Como é dito no início, um dos objetivos desta dissertação é trazer o ponto de vista prático do mercado de trabalho e a realidade que os novos profissionais de jornalismo e rádio-TV-internet irão enfrentar nestas áreas, para esta discussão teórica sobre os limites entre o jornalismo e o entretenimento.

A pesquisa feita para esta dissertação - trabalhos, artigos, livros, conteúdo em vídeo - mostraram que a abordagem sobre o jornalismo de entretenimento tem unicamente o estudo teórico. De 2000 a 2020, os textos sobre este tema foram diminuindo, mas, em uma visão geral, isso é compreensível, já que as conclusões começaram a se repetir e não se encerravam, exatamente, pelo fato de ter um único ponto de vista.

Todo material pesquisado mostra que é preciso reacender essa discussão, principalmente, porque hoje o jornalismo de entretenimento ganha cada vez mais espaço em qualquer canal de comunicação (isso inclui as tradicionais redações do jornalismo). Trazer o olhar do que acontece na prática da profissão para o universo acadêmico, com relação à imersão feita para este trabalho, pode ser entendido como proposta para um novo capítulo dentro dessa conversa que ainda hoje encontra resistência por uma parte dos jornalistas - sejam eles do mercado ou acadêmicos - que mostram desdém dos próprios colegas de profissão, ao diminuir a importância de certas pautas e formatos, por acharem que não são relevantes para a vida do cidadão. Este fato só mostra a importância de se retomar o debate.

As responsabilidades do jornalista mudaram, é fato, e isso acarreta um efeito dominó que provoca outras mudanças, inclusive no âmbito acadêmico. Nesta proposta de ter o jornalismo de entretenimento dentro das matrizes curriculares de Jornalismo e RTVI, teoria e prática precisam estar juntas e contextualizadas. E esta é uma mudança significativa.

Enquanto não houver novos debates acadêmicos sobre o rumo do jornalismo dentro desse contexto de redes sociais e plataformas de áudio e vídeo, e a aceitação da transformação da profissão, e dessa realidade que é o jornalismo de entretenimento, por parte de quem pode ajudar nessa mudança, o curso de Jornalismo irá se afastar cada vez mais da realidade do mercado. É preciso maior

disposição, dentro do universo acadêmico, em aceitar as mudanças que hoje são mais recorrentes, provocadas pela tecnologia.

Como em uma notícia jornalística que precisa apresentar todos os pontos de vista, este trabalho percebeu a necessidade de se falar, dentro desta discussão teórica entre jornalismo e entretenimento, sobre a prática, o bastidor (a produção), sobre o trabalho que se faz para notícia chegar ao público e os vários formatos que hoje é possível dar a ela.

A discussão sobre o futuro do jornalismo e sua simbiose com o entretenimento, dentro das Instituições de Ensino Superior, ainda está aberta e se mostra necessária para atualizar, principalmente, o curso de jornalismo à realidade dos multimeios.

Referências

AGUIAR, C. B. de; LAZARINI, L. de S.; AFONSO, M. R. T. Jornalismo versus entretenimento: uma questão para mídia-educação. **Intercom**, 2003.

ALMEIDA, F. F.; SILVA, R. B. da; MELO, M. B. M. de (org.). **O ensino de comunicação frente às diretrizes curriculares**. São Paulo: Intercom, 2015. Disponível em: http://portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/livro_ensicom_completo_2_correc_ao.pdf Acesso em: 30 out. 2022.

AMARAL, M. F. Os (des)caminhos da notícia rumo ao entretenimento. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 5, n. 1, 2008.

ANDRADE, J. G. Do jornalismo ao entretenimento que futuro: o debate de uma proposta teórico-prática. **Leopoldianum**, Santos, v. 46 n. 129, 2020. Disponível em: <https://periodicos.unisantos.br/leopoldianum/article/view/1006> Acesso em: 10 set. 2024.

ANOS 90: a década que mudou o mundo. Canal *National Geographic*, 2023. 10 vídeos.

ARAÚJO, E. R.; SOUZA, E. C. de. **Obras jornalísticas**: uma síntese. 3. ed. [S. l.]: Vestcom, 2008.

ARBEX JR, J. **Showrnlismo** – a notícia como espetáculo. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE IMPRENSA. **Código de ética dos jornalistas brasileiros**, [20--?]. Disponível em <https://www.abi.org.br/institucional/legislacao/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros> Acesso em: 10 set. 2024.

BAKER, D. **Qual é o futuro do jornalismo?**. Canal Na Prática, 5 set. 2016. 1 vídeo (1 min). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=DC3Z_N-7Uv4 Acesso em: 10 set. 2024.

BARCELLOS, C. **Rota 66** – a história da polícia que mata. São Paulo: Globo, 1992.

BERNARDO, C. H. C.; LEÃO, I. B. Análise das matrizes curriculares dos cursos de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo no Brasil: um retrato da realidade nacional. **Intercom**, São Paulo, v. 35, n. 1, p. 253-274, jan./jun. 2012. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/items/8782ee6d-f188-4dc5-9938-93c5edc9acb2> Acesso em: out. 2022.

BESSA, D. D. **Teorias da comunicação**. Brasília, DF: MEC, 2006.

BIAL, P. **Jornalismo e ceticismo**. Canal Democracia na Teia, 12 maio 2019. 1 vídeo (32 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=uu59D8ZyQLw> Acesso em: 10 set. 2024.

BIAL, P. **Roberto Marinho**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BISKIND, P. **Como a geração sexo-drogas-e-rock'n'roll salvou Hollywood**. [S. l.]: Intrínseca, 2009.

BLIKSTEIN, I. **Técnicas de comunicação escrita**. 5. ed. São Paulo: Ática, 1987.

BUCCI, E. (org.). **Uma escola de jornalismo para o futuro: um legado de Roberto Civita para melhorar a imprensa no Brasil**. São Paulo: Instituto Cultural ESPM, 2015.

BUZZFEED: entretenimento com jornalismo e credibilidade – edição extra. Canal Faculdade Cásper Líbero, 2 out. 2017. 1 vídeo (4 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1je7SPKpkql> Acesso em: 10 set. 2024.

CAMPELO, W. *et al.* Cursos de Graduação em Radialismo no Brasil: trajetória e cenário. **Revista Brasileira de História da Mídia**, v. 3, n. 2, p. 133-151, 2014. Disponível em <https://www.ojs.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/4142> Acesso em: 30 out. 2022.

CANAVILHAS, J.; RODRIGUES, C.; GIACOMELLI, F. (org.). **Narrativas jornalísticas para dispositivos móveis**. Covilhã, Portugal: LabCom.IFP, 2019.

CARVALHO, A. P. V. de. **Análise dos conceitos de jornalismo tradicional, entretenimento e jornalismo de infotainment e as relações (in)existentes entre eles no meio televisivo**. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) – Centro Universitário de Brasília, Brasília, DF, 2014.

CASTRO, R. **O anjo pornográfico**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

CHEGUE mais perto: Pedro Bial dá dicas para quem quer ser jornalista. Canal TV Globo, 24 mar. 2024. 1 vídeo (2 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=C8yhimFq4dY> Acesso em: 10 set. 2024.

COMPARATO, D. **Da criação ao roteiro**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

CORTELLA, M. S. **Não existe uma ética universal**. Canal Café Filosófico CPFL, 29 jul. 2023. 1 vídeo (1 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/shorts/Oji7VvrNIMQ> Acesso em: 10 set. 2024.

COSTA, R. M. C. D.; DIAS, L. O. **O ensino de Jornalismo no Paraná**: dicotomia entre teoria e prática e o currículo que está por vir. Curitiba: UFPR, 2015.

DATAREPORTAL. **Digital 2023 report**. 12 fev. 2023. Disponível em: https://datareportal-com.translate.goog/reports/digital-2023-brazil? x_tr_sl=en& x_tr_tl=pt& x_tr_hl=pt-BR& x_tr_pto=wapp
Acesso em: 10 set. 2024.

DEJAVITE, F. **Infotainment**. São Paulo: Paulinas, 2007.

DIAS, L. M.; ADAMI, A.; SANDE, M. Revistas Especializadas de rádio no Brasil e a espetacularização (décadas de 1920 a 1950). **Revista do Arquivo Nacional**, 2021. Disponível em: <https://revista.an.gov.br/index.php/revistaacervo/%20article/view/1640>
Acesso em: 10 set. 2024.

DIGITAL 2022: global overview report. 2022.

EDUCAÇÃO difusa – história da educação. [S. l.]: Uniasselvi, 2013. Disponível em: <https://www.trabalhosfeitos.com/ensaios/Educa%C3%A7%C3%A3o-Difusa-a-Hist%C3%B3ria-Da/879099.html> Acesso em: 10 set. 2024.

FERREIRA, L. C. Cem anos do rádio no Brasil: o padre brasileiro que inventou o rádio. **Agência Brasil**, 2022. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2022-05/cem-anos-do-r%C3%A1dio-no-brasil-o-padre-brasileiro-que-inventou-o-radio> Acesso em: 10 set. 2024.

FIELD, S. **4 roteiros**: uma análise de quatro inovadores clássicos contemporâneos. São Paulo: Objetiva, 1997.

FIRST television pictures (1920s). Canal *Identchannel*, 9 dez. 2011. 1 vídeo (1 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=OO2q0AzLy6I>
Acesso em: 10 set. 2024.

GLOBO. **Jornal Nacional**: a notícia faz história. Rio de Janeiro, 2004.

HERMANN, R. *et al.* **Jornalismo literário** – 45ª Semana de Jornalismo da PUC-SP. Canal TVPUC, 2 jun. 2023. 1 vídeo (117 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WyoWaWsrVC0> Acesso em: 10 set. 2024.

HIME, G. V. V. C. **Construindo a profissão de jornalista**: Cásper Líbero e a criação da primeira escola de Jornalismo do Brasil. São Paulo: Unifiam/Faam, 2005. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/125406421967807345272755170441800930965.pdf> Acesso em: 10 set. 2024.

IKEDA, A. S. *et al.* Jornalismo esportivo ou entretenimento? Análise da diversidade temática nas notícias do portal globoesporte.com. *In*: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 17., 28-30 jun. 2012, Ouro Preto. **Anais...** Ouro Preto: Intercom, 2012. Disponível em: <https://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/r33-0729-1.pdf>
f Acesso em: 14 set. 2024.

INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL. **História dos meios de comunicação** – programa de aulas. Rio de Janeiro: UFF, 2020.

JORNALISMO e entretenimento. Canal TV Brasil, 18 jul. 2012. 1 vídeo (19 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oFFt0VXtIRA> Acesso em: 10 set. 2024.

JORNALISMO policial: entretenimento ou realmente jornalismo. Canal TV BRASIL, 18 jul. 2012. 1 vídeo (10 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Vmn4qSYquA4> Acesso em: 10 set. 2024.

LOBATO, J. A.; D'AMORA, P. **Imprensa em debate** – jornalismo e entretenimento. Canal São Judas – Mídia Center, 4 nov. 2016. 1 vídeo (26 min). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=GaDIP0Ny0_k Acesso em: 10 set. 2024.

LOPES, A. Estudo do *Spotify* revela que audiência de *podcasts* é 3,5× maior nos dias úteis. **Exame Online**, 2023. Disponível em <https://exame.com/tecnologia/estudo-do-spotify-revela-que-audiencia-de-podcasts-e-35x-maior-nos-dias-uteis> Acesso em: 10 set. 2024.

MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2000.

MACHADO, E. As diretrizes curriculares como matrizes para inovações nos cursos de Jornalismo. **Rebej**, v. 11, n. 29, p. 3-13, 2021. Disponível em <http://rebej.abejor.org.br/index.php/rebej/article/view/452> Acesso em: 30 out. 2022.

MAGALHÃES, A. L. *Spotify* libera publicação de *podcasts* em vídeo para todas as contas. **Terra**, 2024. Disponível em: <https://www.terra.com.br/byte/spotify-libera-publicacao-de-podcasts-em-video-para-todas-as-contas,fceaaf4809ac840334933c9955c74fadw2ulrtlo.html> Acesso em: 10 set. 2024.

MAIS de três quartos da população mundial possuem um telefone celular. **ONU News**, 2023. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2023/12/1825432> Acesso em: 10 set. 2024.

MANZANO, R. **Desafios do Jornalismo**. [S. l.: s. n.], 2014.

MARCHETTI, P. **O diário da turma 1976-1986**: a história do *rock* de Brasília. [S. l.]: Conrad, 2001.

MARQUES DE MELO, J. Costa Rego, o primeiro catedrático de Jornalismo do Brasil. **Intercom**, São Paulo, v. 23, n. 1, jan./jun. 2000. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/2007> Acesso em: 30 out. 2022.

MARQUES DE MELO, J. Comunicações científicas: Costa Rego, o primeiro catedrático de jornalismo do Brasil. **Intercom**, São Paulo, v. 23, n. 1, 2004. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/2007> Acesso em: 30 out. 2022.

MARTINS, I.; ARBEX JR, J. **Programa Desafio Profissão: Jornalismo**. Canal CNU-SP, 28 abr. 2021. 1 vídeo (28 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WnyGjiKk8lw> Acesso em: 10 set. 2024.

MEDITSCH, E. A aplicação das novas diretrizes curriculares: oportunidade para o reencontro do ensino de Jornalismo com o que foi perdido em sua história. *In*: ALMEIDA, F. F.; SILVA, R. B. da; MELO, M. B. M. de (org.). **O ensino de comunicação frente às diretrizes curriculares**. São Paulo: Intercom, 2015. p. 64-103. Disponível em: http://portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/livro_ensicom_completo_2_correcao.pdf Acesso em: 10 set. 2024.

MELO, J. M. de. Os primórdios do ensino de Jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 1, n. 2, p. 73-83, jul./dez. 2004. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2074/1816> Acesso em: 30 out. 2022.

MELLO, J. N. Telejornalismo no Brasil. **Unisecal**, Ponta Grossa, 2009. Disponível em: <https://bocc.ubi.pt/pag/bocc-mello-telejornalismo.pdf> Acesso em: 10 set. 2024.

MIRANDA, A. P. M. de; AGUIAR, L. A. de. Jornalismo e entretenimento: uma contribuição teórica ao debate sobre infotainment. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 42., 2-7 set. 2019, Belém. **Anais...** Belém: Intercom, 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1208-1.pdf> Acesso em: 10 set. 2024.

MIRANDA, A. P. M. de; AGUIAR, L. A. de. Comunicação, política e atores coletivos. *In*: RIBEIRO, A. R. (org.). **O jornalismo na Era do Entretenimento: reflexões teóricas sobre infotainment**. Ponta Grossa: Atena, 2020. p. 181-193. Disponível em: <https://atenaeditora.com.br/catalogo/post/o-jornalismo-na-era-do-entretenimento-reflexoes-teoricas-sobre-infotainment> Acesso em: 10 set. 2024.

MIRANDO, J. A. *The first College Journalism students: answering Robert E. Lee's offer of a Higher Education*. **Institute of Education Sciences**, 1995. Disponível em: <https://eric.ed.gov/?id=ED402599> Acesso em: 10 set. 2024.

MOREIRA, A. I. A. **Jornalismo versus entretenimento**. 2019. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal, 2019.

MUNERATTO, G. *History explora segredos do Império Romano em nova série*. **Tangerina [UOL]**, 16 jan. 2023. Disponível em:

<https://tangerina.uol.com.br/filmes-series/coliseu-history-entrevista> Acesso em: 10 set. 2024.

NASSIFE, E. **Chacrinha** – a biografia. Goiânia: Rara Cultural, 2014.

O ENTRETENIMENTO no jornalismo. Canal FIAMFAAM, 8 abr. 2019. 1 vídeo (2 min) Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=OTnGqhrNItI> Acesso em: 10 set. 2024.

O MUNDO se aproxima da marca de 5 bilhões de usuários de *internet*, 63% da população. **Insper**, 2022. Disponível em: <https://www.insper.edu.br/noticias/mundo-se-aproxima-da-marca-de-5-bilhoes-de-usuarios-de-internet-63-da-populacao> Acesso em: 10 set. 2024.

OLIVEIRA, M. R. de. **Ensino de Jornalismo**. [S. l.: s. n.], 2023.

OLIVEIRA SOBRINHO, J. B. **O livro do Boni**. [S. l.]: Casa de Palavras, 2011.

OPINION BOX. Relatório canais de mídia. 2023. Disponível em: https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F7540%2F1676314671Opinion_box_relatorio_canais_midia.pdf Acesso em: 10 set. 2024.

PEREIRA, C. A. M.; ASSIS, F. de; ANTONIOLI, M. E. (org.). **Desafios do jornalismo**: novas demandas e formação profissional. Curitiba: Appris, 2014.

PEREIRA, M. C.; JOSÉ, T.; UNZELTE, C. **Jornalismo ou entretenimento?** Canal *Hollyfoot*, 22 mar. 2018. 1 vídeo (3 min). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=yGVKs_9h1VU Acesso em: 10 set. 2024.

PERUCH, T. História da televisão. **UFMG**, 2022. Disponível em: <https://www.ufmg.br/espacodoconhecimento/historia-da-televisao> Acesso em: 10 set. 2024.

PIGNATI, G. Dia do *podcast*: consumo entre brasileiros cresceu 28% em 2023, segundo *Spotify*. **Tecmundo**, 29 set. 2023. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/internet/272173-dia-do-podcast-consumo-entre-brasileiros-cresceu-spotify.htm> Acesso em: 10 set. 2024.

PÔRTO JÚNIOR, G.; ORMANEZE, F. **Ensino de Jornalismo na Contemporaneidade**: perspectivas e provocações. [S. l.]: Observatório Edições, 2023.

RAVAZZOLO, Â. **Desafios do jornalismo**: novas demandas e formação profissional. Curitiba: Appris, 2014.

ROSSI, C. **O que é jornalismo?** São Paulo: Brasiliense, 2017.

SCALZO, M. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2003.

SCHMIDT, L. Em 2023 58% dos brasileiros acessaram a *internet* pela TV. **Mundo Conectado**, 3 jan. 2024. Disponível em:

<https://www.mundoconectado.com.br/smarttvs/em-2023-58-dos-brasileiros-acessaram-a-internet-pela-tv> Acesso em: 10 set. 2024.

SERELLE, M. A crítica do entretenimento no jornalismo cultural. **Comunicação Midiática**, 2012.

SHUEN, L.-C.; SOUSA, C. S. **Cobertura esportiva na televisão**: jornalismo ou entretenimento?. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2005.

SILVA, A. **A fantástica história de Silvio Santos**. [S. l.]: Editora do Brasil, 2002.

SILVA, G. R. da (org.). **Novos jornalistas**: para entender o jornalismo hoje. [S. l.]: Laranja Comunicação, 2010. Disponível em: <https://fasam.edu.br/wp-content/uploads/2020/07/Novos-jornalistas-para-entender-o-jornalismo-hoje.pdf> Acesso em: 14 set. 2024.

SILVA, L. J. C. da; ALSINA, M. R. Ética e jornalismo: na Era da Pós-Verdade. **Revista Observatório**, v. 4, n. 3, 2018. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/324833084_ETICA_E_JORNALISMO_na_era_da_Pos-verdade Acesso em: 10 set. 2024.

SILVEIRA, S. C. da. Narrativas jornalísticas para dispositivos móveis. In: CANAVILHAS, J.; RODRIGUES, C.; GIACOMELLI, F. (org.). **Narrativas jornalísticas para dispositivos móveis**. Covilhã, Portugal: LabCom.IFP, 2019.

SOUSA, L.-C. S. C. S. **Cobertura esportiva na televisão**: jornalismo ou entretenimento?. 2005. 158 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2005. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/3427> Acesso em: 10 set. 2024.

TEMER, A. C. R. P.; CIRINO, J. A. F. O ensino da Comunicação Social no Centro-Oeste do Brasil: análise crítica da matriz curricular das graduações das universidades federais. In: ALMEIDA, F. F.; SILVA, R. B. da; MELO, M. B. M. de (org.). **O ensino de comunicação frente às diretrizes curriculares**. São Paulo: Intercom, 2015. p. 184-203. Disponível em: http://portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/livro_ensicom_completo_2_correc_ao.pdf Acesso em: 10 set. 2024.

TEMER, A. C. R. P.; NERY, V. C. A. **Para entender as teorias da comunicação**. Uberlândia: Aspectus, 2004.

TREVISAN, M. C. **Jornalismo policial**: entretenimento ou realmente jornalismo. Canal TV Brasil, 27 out. 2015. 1 vídeo (10 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Vmn4qSYquA4> Acesso em: 10 set. 2024.

VELEDA, Y. S. **Infotenimento**: a hibridização entre jornalismo e entretenimento – análise do programa Bola nas Costas. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) – Faculdade São Francisco de Assis, Porto Alegre, 2018.

VÍDEO Doc Infotainment – informação e entretenimento no jornalismo. Canal Letícia Franco Rodrigues Limondre, 12 jan. 2012. 1 vídeo (16 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2AoKOXoNMAc> Acesso em: 10 set. 2024.

WILLIAM, W. **Olho no lance**: Silvio Luiz. Santana de Parnaíba: *Best Seller*, 2002.

YORKE, I. **Jornalismo diante das câmeras**. [S. l.]: Summus, 1998.

YOSHIKY, D. A. S. **Jornalismo e entretenimento**: uma cobertura do fim do mundo em Alto Paraíso de Goiás sob a ótica do infotainment. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) – Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2013.

5ª EDIÇÃO da retratos da literatura no Brasil. **Instituto Pró-Livro**, 2019.

Disponível em:

<https://www.prolivro.org.br/5a-edicao-de-retratos-da-leitura-no-brasil-2/a-pesquisa-5a-edicao> Acesso em: 10 set. 2024.

Apêndice

Quadro 1 – Referências acadêmicas nacionais
(acessadas entre agosto e outubro de 2022)

IES	Link
Belas Artes	https://www.belasartes.br/graduacao/matriz-cursos-de-graduacao/jornalismo-belas-artes-paraiso
	https://www.belasartes.br/graduacao/matriz-cursos-de-graduacao/producao-multimedia-phygital
	https://www.belasartes.br/graduacao/matriz-cursos-de-graduacao/radio-tv-e-internet
Cásper Líbero	https://casperlibero.edu.br/graduacao/cursos/jornalismo
	https://casperlibero.edu.br/graduacao/cursos/radio-tv-e-internet
ESPM	https://www.espm.br/cursos-de-graduacao/cinema-e-audiovisual
	https://www.espm.br/cursos-de-graduacao/jornalismo
Faap	https://www2.fAAP.br/graduacao/jornalismo
	https://www2.fAAP.br/graduacao/producao-audiovisual
Fiam/Faam	https://portal.fiamfaam.br/curso/comunicacao-social-radio-e-tv
	https://portal.fiamfaam.br/curso/jornalismo
Mackenzie	https://www.mackenzie.br/graduacao/sao-paulo-higienopolis/jornalismo
PUC-SP	https://www.pucsp.br/graduacao/comunicacao-e-multimeios
	https://www.pucsp.br/graduacao/jornalismo
UFMG	https://ufmg.br/cursos/graduacao/2365/77486
	https://ufmg.br/cursos/graduacao/2698/87157
UnB	https://fac.unb.br/audiovisual
	https://fac.unb.br/jornalismo
Unicamp	https://www.comvest.unicamp.br/cursos/curso-comunicacao-social-midialogia

(continua)

(continuação)

IES	Link
UFPE	https://www.ufpe.br/comunicacao-social-bacharelado-cao
	https://www.ufpe.br/cinema-bacharelado-cac
	https://www.ufpe.br/jornalismo-bacharelado-cac
UFPR	https://sacod.ufpr.br/decom/jornalismo
UFRJ	https://ufrj.br/ensino-e-pesquisa/cursos-de-graduacao
UFRGS	http://www.ufrgs.br/ufrgs/ensino/graduacao/cursos/exibeCurso?cod_curso=1489
USP	https://www.eca.usp.br
	https://www.eca.usp.br/departamento/cje

Fonte: Elaborado pelo autor

Quadro 2 – Referências acadêmicas internacionais
(acessadas entre junho e agosto de 2023)

IES	Localização	Link
Akademia Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu	Toruń, Polônia	https://www.aksim.edu.pl
Artevelde University of Applied Sciences	Gante, Bélgica	https://www.arteveldehogeschool.be/en
Calarts School Of Film And Video	Califórnia, EUA	https://www.academyart.edu
Dekra Hochschule fur Medien	Berlim, Alemanha	https://www.srh-berlin.de/landing-pages/dekra-hochschule-fuer-medien
FAMU – Film and TV School of Academy of Performing Arts in Prague	Praga, República Tcheca	https://www.famu.cz/en
Hillsborough Community College	Flórida, EUA	https://www.hccfl.edu
Kanbar Institute Of Film & Television	Flórida, EUA	https://tisch.nyu.edu/kanbar-institute
Los Angeles Film School	Califórnia, EUA	https://www.lafilm.edu
Novosibirsk State University	Novosibirsk, Rússia	https://english.nsu.ru
Toronto Film School	Toronto, Canadá	https://www.torontofilmschool.ca
Universidade Pública de Cabo Verde	Praia, Cabo Verde	https://www.unicv.edu.cv/pt
Universidad Europea del Atlántico	Santander, Espanha	https://www.uneatlantico.es
University of California, Berkeley	Berkeley, EUA	https://www.berkeley.edu
University of Cape Town	Cidade do Cabo, África do Sul	https://uct.ac.za

(continua)

(continuação)

IES	Localização	Link
University of Southern California	Los Angeles, EUA	https://www.usc.edu
University Stanford	Palo Alto, EUA	https://www.stanford.edu
University of Winchester	Hampshire, Inglaterra	https://www.winchester.ac.uk
University of the Witwatersrand	Joanesburgo, África do Sul	https://www.wits.ac.za