

Infotenimento como estratégia de comunicação ambiental: um estudo sobre a aproximação entre informação e entretenimento a partir da série "Nosso Planeta"¹

Mateus Hipólito Barbosa²
João Paulo Malerba³
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Resumo

Este artigo aborda o Infotenimento como uma estratégia comunicacional relevante na mediação de conteúdos ambientais, tomando como objeto de análise a série documental “Nosso Planeta”, da Netflix. A pesquisa parte de uma concepção teórica sobre o conceito de Infotenimento e sua inserção na sociedade da informação, destacando seus potenciais e limites. Metodologicamente, adota-se a análise de conteúdo e filmica para identificar como a série articula recursos narrativos e visuais com informações científicas, com o objetivo de promover conscientização ambiental. Os resultados apontam que o Infotenimento pode potencializar o alcance e o impacto das mensagens, mas também apresenta riscos de superficialização e despolitização das causas estruturais da crise ecológica.

Palavra-chave: infotenimento; jornalismo ambiental; série documental; conscientização ambiental.

Introdução

Nas últimas décadas, o avanço das tecnologias digitais e a consolidação da chamada sociedade da informação⁴ promoveram mudanças no modo como os conteúdos jornalísticos são produzidos, distribuídos e consumidos. Neste cenário, destaca-se o fenômeno do Infotenimento (Dejavite, 2006), um formato comunicacional que combina estratégias típicas do entretenimento com a função informativa do Jornalismo, buscando ampliar o alcance e a atratividade das mensagens. Tal hibridização tem provocado debates sobre as fronteiras entre informação e entretenimento, assim como sobre a legitimidade e a eficácia desse modelo, especialmente no tratamento de temas considerados sérios ou complexos, como as questões ambientais.

¹ Trabalho apresentado na IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – 21ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Recém graduado no Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF, e-mail: mateus.hipolito@estudante.ufjf.br.

³ Orientador do trabalho, professor da Faculdade de Comunicação da UFJF e docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora – PPGCom-UFJF, e-mail: joaopaulo.malerba@ufjf.br.

⁴ Termo que define uma etapa do desenvolvimento social e econômico em que a informação se torna o principal recurso estratégico, organizando as atividades humanas ao redor de sua produção, distribuição e utilização por meio das tecnologias eletrônicas. Esse conceito caracteriza a sociedade contemporânea, marcada pelo avanço tecnológico do século XX, especialmente nas áreas de comunicação e processamento de dados.

Neste artigo, o Infotenimento é analisado como uma estratégia comunicacional capaz de informar amplos públicos acerca da problemática ambiental, tendo como objeto de estudo a série documental “Nosso Planeta”, uma produção original da Netflix lançada em 2019. A série se caracteriza por uma narrativa audiovisual, que alia informações científicas sobre ecossistemas e mudanças climáticas a uma estética filmica, com cinematografia e trilha sonora marcantes e histórias dramatizadas de diversas espécies da fauna e flora.

A análise foi realizada a partir da seleção de dois episódios da série — “Um Só Planeta” e “Mares Costeiros” —, escolhidos por sua representatividade e diversidade temática. O foco da análise concentrou-se na identificação de traços típicos do Infotenimento, como a presença de narrativas envolventes, o apelo estético e emocional e a combinação entre entretenimento e informação, buscando compreender como esses elementos contribuem para a mediação das questões ambientais junto ao público.

Este artigo, que apresenta alguns dos resultados de uma pesquisa de trabalho de conclusão de curso⁵, parte do pressuposto de que o Infotenimento, ao integrar elementos informativos e narrativos, pode atuar como uma ponte entre a ciência e a sociedade, promovendo a conscientização sobre temas ambientais de forma mais acessível. Assim, o objetivo principal desta pesquisa é analisar como a série “Nosso Planeta” articula características do Infotenimento para construir uma mensagem ambiental que combina conhecimento técnico e apelo emocional.

A relevância do tema reside, portanto, em refletir sobre os limites e potencialidades do Infotenimento como instrumento de mediação audiovisual da ciência, particularmente no contexto da crise climática e da necessidade urgente de ampliar o engajamento social com a causa ambiental. Para isso, a investigação fundamenta-se em aportes teóricos sobre o Infotenimento, com destaque para a contribuição de Fábila Angélica Dejavitte (2006), e se estrutura a partir de uma análise qualitativa da série, utilizando como metodologia a análise de conteúdo, com foco nos elementos narrativos, discursivos e audiovisuais que caracterizam sua linguagem.

A sociedade da informação e o consumo midiático

⁵ BARBOSA, Mateus Hipólito. Jornalismo Ambiental, Infotenimento e Documentário: uma análise da série “Nosso Planeta” da Netflix. 2025. Orientador: Dr. João Paulo Malerba. 60 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2025.

O conceito de Infotainment surgiu na década de 1980, mas consolidou-se a partir dos anos 1990, como resultado das transformações no campo da comunicação e da convergência entre informação e entretenimento. Para Fábia Angélica Dejavitte (2006), o termo designa o Jornalismo que, ao mesmo tempo em que informa e presta um serviço ao receptor, também oferece diversão, operando por meio de uma linguagem acessível e envolvente, capaz de atingir um público mais amplo.

Segundo a autora e doutora em Ciências da Comunicação Fabia Angélica Dejavitte, o Infotainment caracteriza-se por um conjunto de elementos estilísticos e narrativos que incluem: textos fluidos e coloquiais; uso abundante de adjetivos e advérbios; dinamismo; estímulo à curiosidade, ao lazer e à ocupação do tempo livre; além da personalização e dramatização de histórias, que aproximam o receptor das narrativas apresentadas. A incorporação desses elementos visa atender às necessidades da sociedade contemporânea, marcada pela aceleração das rotinas, pela fragmentação das atenções e pelo desejo de consumir conteúdos leves, rápidos e agradáveis.

Nesse sentido, a função informativa do Jornalismo se articula a uma dimensão lúdica e emocional, deslocando o foco tradicional da objetividade para uma lógica que valoriza o espetáculo e o impacto sensorial. Assim, o Infotainment sintetiza, de maneira clara e objetiva, a intenção editorial do papel de entreter no jornalismo, pois segue seus princípios básicos ao mesmo tempo que atende às necessidades de informação do receptor dos dias de hoje.

Segundo Dejavitte, a sociedade de informação cria uma espécie de segmentação midiática que acaba por gerar novos produtos de informação destinados a diferentes públicos:

A mídia tende, agora, a compartilhar sua influência por meio de um conteúdo especializado, que procura atingir mais individualmente o receptor. Não apenas os jornais diários impressos, as revistas, como também os canais de televisão, convergem à segmentação. Na verdade, com o desenvolvimento das tecnologias de informação, houve um grande progresso nas opções midiáticas e culturais no mercado. O público acaba por se dividir em segmentos. A mídia, ao procurar atender ao interesse cada vez mais amplo da audiência, tem se tornado um provedor eletrônico de produtos de informação e de entretenimento. (Dejavitte, 2006, p.14)

Neste sentido, a natureza atrativa e elucidativa dos conteúdos de entretenimento atrai um público, que por sua vez, poderia não acessar determinadas informações se não fosse pela característica lúdica atribuída ao formato. Assim, é possível dizer que a

segmentação midiática mudou a forma como produtos de cunho informativo são consumidos e possibilitou a criação de novas formas de obtenção de informação por meio de materiais originalmente designados para entretenimento.

A popularização desses materiais ocorre simultaneamente ao avanço das tecnologias digitais e ao fortalecimento das plataformas de streaming, como a Netflix, que passam a investir em produções audiovisuais que unem conteúdo informativo a uma estética cinematográfica apurada, criando experiências sensoriais e afetivas intensas. Nesse contexto, obras como “Nosso Planeta” exemplificam a potencialidade desse formato, ao tratar de questões complexas, como a crise ambiental, por meio de recursos narrativos típicos do Infotainment.

No livro “INFOtainment. Informação + Entretenimento no Jornalismo” (Dejavite, 2006), a autora apresenta exemplos que ilustram a combinação entre informação e entretenimento na esfera jornalística. Entre eles estão as reportagens conduzidas por Glória Maria para o programa Fantástico, em que a jornalista explorava culturas, locais e vivências ao redor do mundo, despertando o interesse do público por meio de histórias cativantes e curiosas. Outro caso citado é o da Zebrinha, personagem animada que divulgava os resultados da Loteria Esportiva, oferecendo um tom lúdico à informação e transformando esse conteúdo em algo leve e atrativo.

A autora também destaca o próprio Fantástico, da Rede Globo, que desde 1973 se apresenta como “o show da vida”, demonstrando como o Jornalismo de Infotainment tem conquistado um espaço expressivo. Esse tipo de conteúdo busca atender às curiosidades do público, estimular aspirações, proporcionar um alívio emocional diante das frustrações e alimentar a imaginação, criando uma experiência que vai além da simples transmissão factual. Assim, o Infotainment não apenas informa, mas estabelece uma conexão emocional com os espectadores, tornando-se um recurso interessante para o engajamento do público.

À medida que o Jornalismo adota estratégias providas do entretenimento, tende a alcançar uma audiência mais ampla e diversificada, considerando que muitos telespectadores buscam conteúdos mais leves e acessíveis em seus momentos de lazer. Atualmente, é frequente observar a rejeição de parte do público a notícias longas ou que abordem temas sensíveis e considerados excessivamente negativos. Nesse contexto, as informações mais leves e voltadas para o entretenimento acabam se beneficiando do desejo de escapismo que predomina entre os consumidores de mídia.

Além disso, o Infotenimento se relaciona com a noção de mediação da ciência, ao facilitar o acesso de públicos não especializados a informações técnicas e científicas. Conforme aponta Peter Nelson (1994), o jornalista — ou produtor audiovisual — deve ter a consciência de que, ao reportar questões ambientais, atua como um tradutor, tornando compreensível um “jargão” que, de outro modo, soaria como uma linguagem estrangeira para o público leigo.

Assim, o Infotenimento surge como uma possibilidade de dinamizar a comunicação ambiental, superando parte das limitações que o Jornalismo Ambiental enfrenta, como a dificuldade de chegar até o público com temáticas que, muitas vezes, são percebidas como distantes ou excessivamente técnicas.

Elementos do infotenimento na série “Nosso Planeta”

A série em análise exemplifica como o Infotenimento pode ser utilizado como ferramenta eficaz para informar sobre questões ambientais. A produção combina recursos estilísticos, como imagens de alta definição, trilha sonora emotiva e edição dinâmica, com informações científicas sobre a biodiversidade e os impactos das mudanças climáticas. Esses elementos não apenas mantêm o interesse do espectador, mas também facilitam a assimilação de conteúdos complexos, reforçando o papel do Infotenimento na mediação audiovisual da ciência.

A estrutura narrativa dos episódios, centrada em histórias de sobrevivência, reprodução ou migração de diferentes espécies, gera uma forte personalização dos fenômenos naturais, característica típica do Infotenimento. Ao transformar animais e ecossistemas em “personagens” e inserir conflitos dramáticos — como a luta pela sobrevivência ou o impacto humano nos habitats —, a série aproxima-se das estratégias de storytelling utilizadas no entretenimento ficcional, promovendo identificação e empatia junto ao público.

Apesar da ausência de diálogos, a série conta com textos fluídos e narrativa bem desenvolvida. Isso se dá pela riqueza de detalhes e informações presentes no roteiro e pelo trabalho técnico de entonação do narrador. Além disso, também podemos observar que o texto dispõe descrições abundantes e repletas de um teor quase pessoal, abusando de adjetivos (em sua maioria positivos) na construção da ambientação dos locais e do desenrolar dos acontecimentos.

Em relação à filmagem e edição dos episódios, podemos observar o uso constante de câmeras lentas, cortes e *time-lapses*⁶. Ainda dentro deste tópico, podemos analisar os enquadramentos e movimentos de câmera. Essas escolhas técnicas muitas vezes passam despercebidas, mas constituem um papel importante na construção da narrativa:

Tomadas de perspectiva obrigam o espectador a ver do ponto de vista do personagem. Apresentar, pelo ângulo do assassino, seu lento caminhar em direção à vítima que está de costas amplia o sentimento de vulnerabilidade que esse tipo de narração provoca no espectador. Isso é válido até mesmo quando se trata de um animal. Steven Spielberg explora esse recurso em Tubarão e em Parque dos Dinossauros, no qual boa parte dos ataques dos "monstros" é mostrada pelo ângulo destes, acentuando a impressão de impotência e fragilidade das vítimas. (Duarte, 2002, p. 43)

Nesse sentido, a série utiliza enquadramentos de câmera para atribuir a visão que deseja a determinada espécie. Por exemplo, em cenas de caçadas (como por exemplo a dos tubarões⁷ no quarto episódio e dos lobos⁸ no primeiro episódio) a presa é vista de um ângulo que a retrata em local de submissão e fraqueza, já o predador é capturado pelas câmeras como magnífico, ocupando grande parte do espaço da tela.

No âmbito referente aos estímulos de curiosidade e distração, o documentário é exemplo de obra audiovisual repleta de fatos curiosos e imagens que transportam o espectador a um lugar de êxtase e fantasia, acentuando as belezas naturais presentes na Terra, sem postergar a realidade da degradação ambiental intensificada pela ação humana.

O episódio que mostra o processo de acasalamento de diferentes espécies de pássaros e coreografias cômicas e inusitadas executadas pelos machos para atrair as fêmeas⁹ (Figura 1) é o mesmo que evidencia uma longa sequência de geleiras caindo sobre as águas do mar, destacando a gravidade dos impactos do aquecimento global no nosso planeta. Essa dicotomia é essencial para o estabelecimento de uma história atrativa, capaz de seduzir o espectador, independentemente do tema abordado.

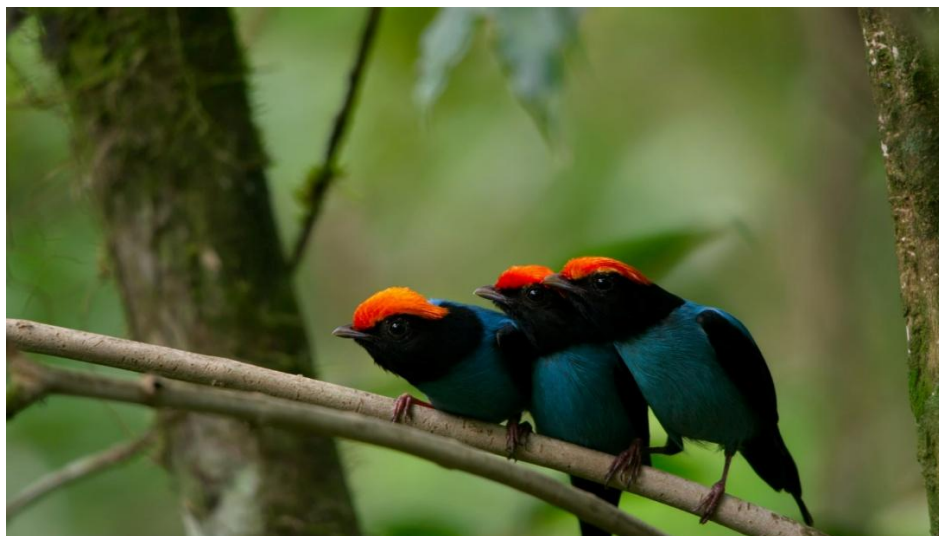
⁶ Processo de acelerar o conteúdo de um vídeo, geralmente utilizado para demarcar passagens longas de tempo.

⁷ (Nosso Planeta, 2019, ep. 4, 13 min, 10 s).

⁸ (Nosso Planeta, 2019, ep. 1, 33 min, 18 s).

⁹ (Nosso Planeta, 2019, ep. 1, 27 min, 24 s).

Figura 1 - ritual de acasalamento de uma espécie de pássaros.



Fonte: Reprodução Netflix (2019).

O último traço a ser observado relativo ao conteúdo de Infotainment presente no documentário é a personalização de histórias e dramatização de conflitos. Essa característica do Infotainment está presente em todos os momentos ao longo dos episódios, desde a forma como o texto descreve a morte de filhotes de flamingos que foram debilitados pelo sal solidificado em suas patas¹⁰, até a maneira em que a narrativa transforma os tubarões – tidos como predadores sanguinários – em peças-chave para a manutenção dos recifes marinhos¹¹ (Figura 2). Esses recursos presentes na narrativa auxiliam os espectadores a criar um senso de identificação com a série, permitindo que haja maior assimilação das informações passadas pelo transmissor.

¹⁰ (Nosso Planeta, 2019, ep. 1, 16 min, 5 s).

¹¹ (Nosso Planeta, 2019, ep. 4, 16 min, 10 s).

Figura 2 - cardume de tubarões nos mares costeiros.



Fonte: Reprodução Netflix (2019).

Funções e impactos do infotennimento

De acordo com Dejavite (2006), o Infotennimento cumpre funções de distração, evasão e engajamento. A série ilustra essa tríade ao proporcionar ao espectador uma experiência visualmente agradável, ao mesmo tempo em que o confronta com a urgência das questões ambientais. Assim, o consumo de conteúdos como “Nosso Planeta” transcende a mera condição estética, assumindo também um papel educativo e mobilizador, alinhado à ideia de uma mídia que informa, mas também entretém.

A série atua como um exemplo de mediação entre o conhecimento científico e o público amplo, utilizando a lógica do Infotennimento para tornar as informações ambientais mais acessíveis e atraentes. Por meio de uma linguagem clara, imagens impactantes e uma trilha sonora cuidadosamente composta, promove-se uma experiência imersiva que estimula o interesse pela conservação ambiental.

Contudo, é importante refletir sobre o equilíbrio entre os elementos informativos e os componentes de entretenimento. A comercialização da mensagem ambiental, quando moldada excessivamente pelos imperativos do mercado e das plataformas de streaming, pode reduzir o potencial crítico da produção, transformando o discurso ambientalista em um produto de consumo cultural, o que levanta questões éticas sobre a instrumentalização da causa ambiental para fins comerciais.

O entretenimento no Jornalismo ainda enfrenta resistência e é frequentemente visto como um elemento secundário dentro do ramo editorial. A ideia de que a informação

deve ser séria e profunda leva à marginalização de conteúdos que buscam, além de informar, envolver e entreter o público. Esse tipo de abordagem é muitas vezes considerada um desvio do propósito jornalístico, sendo relacionado à alienação ou à distração de temas considerados mais interessantes e “valiosos”. Segundo Dejavite:

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

Apesar do criticismo, o Infotainment continua se expandindo e se consolidando como um modelo eficaz de comunicação, justamente por sua capacidade de atrair e engajar os receptores, tornando a informação mais acessível e presente no cotidiano de mais pessoas.

Considerações finais

A análise da série “Nosso Planeta” revela que o Infotainment, enquanto estratégia comunicacional, pode ser útil para ampliar o alcance e a eficácia das mensagens ambientais. A série consegue transformar conteúdos científicos sobre a biodiversidade e as mudanças climáticas em narrativas atrativas e emocionalmente envolventes, potencializando a conscientização do público sobre a necessidade da preservação ambiental.

Entre os principais resultados, destaca-se a capacidade da produção de integrar informação qualificada e entretenimento, utilizando recursos audiovisuais de alta qualidade que favorecem o envolvimento do espectador. A presença de narrativas personalizadas, que humanizam os fenômenos naturais, e a utilização de técnicas narrativas típicas do entretenimento contribuem para a facilidade de assimilação das mensagens ambientais.

No entanto, também foi identificado que a série mantém uma postura predominantemente despolitizada, evitando discutir diretamente as causas estruturais da degradação ambiental, como o papel das corporações e o sistema capitalista. Esse aspecto confirma uma das críticas recorrentes ao Infotainment: sua tendência a privilegiar o apelo emocional e a estética em detrimento de análises críticas mais profundas.

Assim, a partir da análise realizada, é possível afirmar que o Infotainment pode desempenhar um papel cada vez mais central nas estratégias comunicacionais contemporâneas, especialmente no que diz respeito à mediação de conteúdos socioambientais. A série em análise exemplifica como a fusão entre informação e entretenimento pode ser utilizada para atingir públicos mais amplos sobre questões ambientais, promovendo conhecimento e engajamento a partir de uma abordagem estética, emocional e acessível.

Em suma, o Infotainment surge como um instrumento para aproximar o público de temas complexos, mas sua efetividade na promoção de uma mudança social e política mais profunda depende da forma como é estruturado e das escolhas narrativas que orientam sua produção. Para futuras pesquisas, vislumbra-se ampliar a análise comparativa entre diferentes obras audiovisuais e avaliar de maneira empírica a recepção do público e seu impacto na mobilização social em prol do meio ambiente.

Referências

- ANTONELLI, Diego. **Jornalismo, direitos humanos e meio ambiente**. Curitiba: Contentus, 2020. 111 p.
- DEJAVITE, Fábila. A. **Infotainment: informação + entretenimento no jornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2006. 124 p.
- DEJAVITE, Fábila. A. **A notícia light e o jornalismo de infotainment**. Artigo apresentado no VI Encontro de Núcleo de Pesquisa, 2007.
- DUARTE, Rosalia. **Cinema & Educação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2002. 126 p.
- NELSON, Peter. **10 dicas práticas para reportagens sobre o meio ambiente**. Ed. International Center for Journalists/ World Wildlife Fund; 1994. 50 p.
- Nichols, Bill. **Introdução ao Documentário**. Campinas: Papirus, 2005. 265 p.
- NOSSO Planeta. Produção: Alastair Fothergill, Keith Scholey e Colin Butfield. Reino Unido: Silverback Film, 2019. 8 episódios (402 min). (Série documental).
- WORLD WILDLIFE FUND. Our Planet. **WWF**, 2019. Disponível em: <https://www.worldwildlife.org/pages/our-planet>. Acesso em: 15 fev. 2025