

Infotainment: A Híbridização entre Informação e Entretenimento no Canal Foquinha¹

Camilla SALUSTIANO²
Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, RR

RESUMO

O infotainment se destaca nas discussões sobre comunicação e pode ser encontrado em várias produções jornalísticas. Este trabalho estuda o canal de *YouTube* Foquinha e tem o objetivo de compreender de que forma são explorados os elementos de infotainment utilizados nas mídias tradicionais na veiculação de informações. Para isso, seguiu-se a metodologia de análise de conteúdo. Foi observado que o infotainment é empregado quando a Foquinha busca obter informações dos entrevistados ou veiculá-las ao internauta de forma lúdica, mas ainda demonstrando preocupação em abordar os fatos.

PALAVRAS-CHAVE

Infotainment; Jornalismo; Entretenimento; *YouTube*; Análise de conteúdo.

INTRODUÇÃO

A necessidade das empresas de comunicação em superarem a audiência dos veículos concorrentes, aliado ao surgimento de novas mídias e aos avanços tecnológicos, fez com que os jornalistas adotassem estratégias para cativar a atenção do público consumidor. Uma dessas táticas foi unir o entretenimento com a informação na construção das notícias, formando o termo “infotainment” (infotainment), criado na década de 1980 por Udo Michael Krüger, mas popularizado apenas nos anos 1990 (Falcão, 2017). A informação passou a ser transmitida de outras formas, com mais valorização à estética e à ludicidade, dramatização da narrativa e exploração dos recursos sensoriais da população – na tentativa de entreter para segurar a presença do público.

A inserção do infotainment no jornalismo foi evoluindo gradualmente, do jornal impresso aos dias atuais, com o uso da internet.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (Comunicação, Cultura e Internet), evento integrante da programação do 21º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 22 a 24 de maio de 2024

² Graduada no curso de Jornalismo da UFRR, e-mail: camisalu@outlook.com

Dessa forma, surgiu a possibilidade de construir uma carreira na internet. Essa conjuntura tornou viável para jornalistas a migração de jornais para plataformas digitais, onde podem empreender e ainda veicular informações. Esse é o caso da jornalista Fernanda Catânia, criadora de um canal de jornalismo de entretenimento no YouTube, o Foquinha, que é o objeto de estudo deste trabalho.

Esta pesquisa tem, portanto, o objetivo de compreender de que forma o canal Foquinha explora os elementos de infotenimento utilizados nas mídias tradicionais desde o início da prática na veiculação das notícias.

JORNALISMO DIGITAL E ENTRETENIMENTO

Com o surgimento e a popularização da internet, o jornalismo precisou se adaptar à realidade do mundo digital. Num primeiro momento, o recurso era utilizado apenas para abrigar uma transposição dos conteúdos impressos. Segundo Steganha (2010), ao longo do tempo, os internautas foram entendendo de que maneira eles podiam usar os recursos digitais e se beneficiarem com eles.

Com os avanços das necessidades do público leitor e a busca pela audiência no meio digital, Steganha (2010, p.36) afirma que é necessário que o jornalismo encontre maneiras de aproveitar esse contexto sem espetacularizar as notícias, contemplando apenas “o grotesco, o bizarro e o inusitado”, como ocorre nas mídias de massa, que fazem uso desses artifícios para manter o público interessado. “Notícias que enfatizam mortes, tragédias, escândalos, que tem apelo sexual e sangue ganham lugar de destaque em certas homes pages [...], que é a parte mais valorizada pelos anunciantes” (Steganha, 2010, p.36). A pesquisadora afirma ainda temer que o jornalismo esteja se moldando em uma nova forma de entretenimento. Dessa forma, acredita que a distância entre a informação e o divertimento nos jornais tem diminuído cada vez mais.

Outros autores, como Dejavite (2006), Alves (2013) e Falcão (2017), defendem que o entretenimento se tornou uma parte inerente do jornalismo, principalmente na construção da informação (infotenimento). Por isso, acreditam que os meios de comunicação devem acompanhar a evolução da sociedade e das novas vontades dos cidadãos, como uma maneira de se aproximar ao máximo do público. Falcão (2017), assim como Steganha (2010), disse que os veículos contemporâneos passaram a valorizar mais a ludicidade, e que também estão mais preocupados em agradar o gosto

do consumidor e, por isso, aceitam que ele interfira na dinâmica da construção de notícias.

METODOLOGIA

Para desenvolver a proposta, utilizou-se o método de análise de conteúdo, baseado em Laurence Bardin (2011), com abordagem qualitativa de três vídeos do canal. No estudo, foram delimitadas três categorias de análise: entretenimento, infotenimento e jornalismo.

O *corpus* deste estudo é composto pelo vídeo mais acessado pelo público no terceiro, sexto e nono ano de existência do canal, que existe desde janeiro de 2015. Os três vídeos analisados são de abril de 2017 até outubro de 2023³. Essa escolha justifica-se pelo intuito de avaliar a evolução do canal ao longo dos anos, conforme a plataforma e a criação de conteúdo voltado para a internet enquanto carreira também se consolidava, tanto na produção de conteúdos, quanto na postura da apresentadora, estrutura de cenários e linguagem dos vídeos.

ANÁLISE E RESULTADOS

1º vídeo: QUEM É MAIS PROVÁVEL? ft. RIVERDALE | Foquinha

O vídeo com mais visualizações no terceiro ano do canal é uma entrevista, que aconteceu nos Estados Unidos, com seis atores do elenco principal da série americana, Riverdale, cuja primeira temporada estava em divulgação. Com 5.686.921 milhões de acessos, foi publicado em 17 de abril de 2017. Por ter sido uma entrevista feita em inglês, há legendas durante todo o vídeo.

Na categoria de entretenimento, destacamos a proposta da entrevista, pois era uma brincadeira entre as pessoas do elenco, com o intuito também de ser um vídeo descontraído e engraçado. Além disso, há a linguagem coloquial utilizada pela apresentadora, que fez menção a expressões utilizadas nas mídias sociais daquele momento.

Na categoria de infotenimento, está o conteúdo do vídeo. Conforme os artistas respondiam, também compartilharam informações sobre experiências que tiveram uns

³ Os vídeos que compõem o *corpus* foram coletados em 18 de outubro de 2023.

com os outros nos bastidores, teorias sobre os personagens que interpretaram e detalhes sobre a personalidade dos colegas de atuação.

Na categoria de jornalismo, está o formato de entrevista feito pela apresentadora para obter informações. Os atores foram divididos em duplas, então as entrevistas aconteceram em momentos diferentes e, na edição, foram reunidas.

2º vídeo: BOCA ROSA E FRED REVELAM TODOS OS DETALHES DO NAMORO PELA PRIMEIRA VEZ #BIED | Foquinha

Em 2020, o vídeo mais visualizado do canal, com 2.218.615 milhões de acessos, foi uma entrevista com os influenciadores Bianca Andrade, conhecida como Boca Rosa, e Fred Desimpedidos, que tinham anunciado publicamente o relacionamento há pouco tempo. Foquinha realizou a entrevista por videochamada, pois aconteceu no primeiro ano da pandemia do Covid-19, no mês de setembro.

Na categoria de entretenimento, não foram encontrados elementos em relação ao conteúdo da entrevista. Apesar de modificada, a vinheta do canal ainda conta com um *layout* colorido e chamativo, assim como uma música de fundo agitada. Nesse vídeo a linguagem coloquial usada pela apresentadora fica mais evidente.. A edição segue um estilo lúdico, com referências a memes e cortes com foco em expressões cômicas dos convidados.

Na categoria de infotainment, destacamos o conteúdo da entrevista. A apresentadora preferiu passar a produzir um conteúdo com menos foco em dinâmicas humorísticas, mas ainda com informação dita de forma bem-humorada e leve.

Na categoria de jornalismo, não foram encontradas características além do formato de entrevista.

3º vídeo: FOQUINHA ENTREVISTA: LUÍSA SONZA | Ep. 10

Até o momento da coleta deste *corpus*, em outubro de 2023, o vídeo do canal mais visto neste ano foi uma entrevista de 1 hora 57 minutos e 38 segundos de duração com a artista Luísa Sonza. Com 322.294 mil visualizações, a conversa foi gravada para o quadro “Foquinha Entrevista” em formato de *videocast*⁴.

⁴ Gravação em vídeo que também pode ser acessada em plataformas de áudio, como um *podcast*.

Na categoria de entretenimento, destacamos a brincadeira feita com Luísa Sonza no final da entrevista. A dinâmica rende algumas informações sobre a relação que Luísa tem com outros artistas, porém, é só um momento de descontração, sem a intenção de informar. Também apontamos nessa categoria a edição do vídeo, que foi feita de maneira simples e mais “crua”, sem incluir memes, destacar falas ou trazer divertimento. Foi adaptada ao estilo de edição de um *videocast*.

Na categoria de infotenimento, identificamos a abordagem da apresentadora e a forma como ela conduziu toda a entrevista, de forma leve e informal, mas com o intuito de trazer informações e buscar novidades sobre a pauta com perguntas fundamentadas, fazendo colocações pertinentes sobre os assuntos abordados. Em diversas vezes, Foquinha fez questão de demonstrar personalidade em relação ao que foi dito pela entrevistada, demonstrando reações de choque, divertimento e emoção, também fez elogios ao trabalho da artista e opinou sobre as músicas do álbum. Além disso, percebemos que, com exceção do momento de jogo, todo o conteúdo da entrevista enquadra-se nesta categoria, pois tratou-se de uma pauta que ainda estava em alta na época e foram compartilhadas diversas informações novas sobre a carreira de Luísa e o novo álbum, que poderiam ser de interesse de portais de notícia. Vale lembrar que, em razão da relação próxima entre as duas e o fato de Foquinha ter trabalho com Luísa, notamos um conflito de interesses que pode ter impactado nos processos éticos jornalísticos. Por isso, não pode ser categorizado como jornalismo.

Na categoria de jornalismo, apontamos o formato de entrevista jornalística seguido pela apresentadora, que demonstrou bastante pesquisa para a pauta e profundidade no contexto da carreira da cantora naquele momento e respeitou a relação entrevistador-entrevistado, prestando atenção no que a artista tinha a falar e sem fazer interrupções desnecessárias.

CONCLUSÃO

Acredita-se ter sido cumprido o objetivo do estudo de compreender de que forma o canal Foquinha explora os elementos de infotenimento utilizados nas mídias tradicionais desde o início da prática na veiculação das notícias. Por meio da análise de conteúdo do canal, essa hibridização foi empregada nos momentos em que a apresentadora demonstrava o intuito de obter informações do entrevistado, ou de

veiculá-las diretamente para as pessoas, de forma lúdica, dinâmica e descontraída, mas ainda demonstrando aprofundamento nos temas abordados e fazendo perguntas de interesse do público-alvo da Foquinha.

Além disso, este trabalho identificou que a Foquinha explora os elementos de entretenimento, jornalismo e infotimento em diferentes doses durante cada vídeo. De forma geral, o entretenimento manifestou-se pelas brincadeiras com os entrevistados, pela linguagem coloquial sempre presente, e pela forma como os vídeos foram editados – na maioria das vezes, com a proposta de gerar divertimento em quem assiste. Já os traços de jornalismo apareceram nos momentos em que a apresentadora demonstrou seguir uma pauta, quando checava perguntas no celular, e na profundidade de apuração dos temas abordados em alguns vídeos. Apesar do método de entrevista ser utilizada como um meio de coleta de informações por diversos comunicadores, sem necessariamente estar acompanhado de técnica jornalística, acredita-se que, devido ao fato da Foquinha ser jornalista e ter experiência na área, é coerente estabelecer essa relação entre o canal e a entrevista jornalística em alguns vídeos.

A estrutura do *corpus* permitiu enxergar que, com o passar dos anos, o canal tem-se aproximado cada vez mais do infotimento. Apesar de seguir o formato de entrevista em alguns vídeos, investir em uma apuração aprofundada e transparecer a preocupação em criar um formato que atenda aos interesses do público com veracidade, a Foquinha se distancia do jornalismo nos momentos em que demonstra personalidade. Ela também fez juízo de valor nos vídeos analisados e apresentou alguns comportamentos que colidem com a ética jornalística, como uma relação prévia com os convidados do canal.

REFERÊNCIAS

ALVES, Daniela Filipa Ribeiro. **Infoentretenimento nos programas televisivos: o caso das estações televisivas portuguesas**. 2013. Tese (Doutorado). Universidade da Beira Interior. Covilhã, 2013. Disponível em:

<<https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/1602/1/Daniela%20Alves.pdf>>. Acesso em: 08 jun. 2023.

DEJAVITE, Fabia A. **INFOtenimento: informação + entretenimento no jornalismo**. São Paulo: Paulinas/ Sepac, 2006. 128 p.

FALCÃO, Carllysângela Silva. **O infotimento jornalístico em rede: reconfigurações e desafios do jornalismo contemporâneo**. 2017. Tese (Doutorado em Comunicação)-Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2017.

FOQUINHA. **BOCA ROSA E FRED REVELAM TODOS OS DETALHES DO NAMORO PELA PRIMEIRA VEZ #BIED** | Foquinha. YouTube, 28 de setembro de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=3fRWVnRL8rI>>. Acesso em 18 out. 2023.

FOQUINHA. **FOQUINHA ENTREVISTA: LUÍSA SONZA** | Ep. 10. YouTube, 5 de outubro de 2023. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=n8j2LkBFi8U>>. Acesso em 18 out. 2023.

FOQUINHA. **QUEM É MAIS PROVÁVEL? ft. RIVERDALE** | Foquinha. YouTube, 17 de abril de 2017. Disponível em: <<https://youtu.be/f-BEpRuJptU?si=gW5BmuEGYXStwTDI>>. Acesso em 18 out. 2023.

STEGANHA, Roberta. **Jornalismo na internet: A influência das redes sociais no processo de confecção das notícias de entretenimento e celebridade**. 2010. Tese (Mestrado). Universidade Estadual Paulista. Bauru, 2010. Disponível em: <<http://bocc.ufp.pt/pag/steganha-roberta-jornalismo-na-internet.pdf>>. Acesso em: 09 jun. 2023.