

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - Unesp
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - FAAC
Departamento de Comunicação Social - DCSO

Rafael Marques De Luca

O INFOTENIMENTO NO MUNDIAL DA RÚSSIA DE 2018: UMA ANÁLISE DE
CONTEÚDO DO PROGRAMA CENTRAL DA COPA

BAURU – SP
2018

Rafael Marques De Luca

O INFOTENIMENTO NO MUNDIAL DA RÚSSIA DE 2018: UMA ANÁLISE DE
CONTEÚDO DO PROGRAMA CENTRAL DA COPA

Monografia apresentada ao Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientação: Prof. Dr. José Carlos Marques

BAURU – SP
2018

Rafael Marques De Luca

O INFOTENIMENTO NO MUNDIAL DA RÚSSIA DE 2018: UMA ANÁLISE DE
CONTEÚDO DO PROGRAMA CENTRAL DA COPA

Banca examinadora:

Prof. Dr. José Carlos Marques (Orientador)

Profa. Dra. Ângela Maria Grossi de Camargo

Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente

BAURU – SP
2018

Agradecimentos

Em tempos cercados pelo fascismo e pelo ódio, se faz preciso bradar alto o grito de “Ele não, ele nunca!”. Também é necessário deixar registrado na história que este trabalho foi produzido durante o governo golpista de Michel Temer. Fora Temer!

Entrando de vez nos agradecimentos, não podia iniciar com outra pessoa que não fosse minha mãe, a mulher mais forte que já conheci. Obrigado Vania por me permitir chegar tão longe, me acolhendo nos tropeços e me impulsionando aos meus sonhos. Minha irmã também foi e é uma das minhas fortalezas. Obrigado Marília por também ter me dado a oportunidade de ser padrinho do João, o ser mais iluminado do universo.

Deixo aqui meu sentimento de saudade ao meu pai Luiz, falecido durante minha graduação.

Além de muito agradecer meu orientador, professor Zeca, preciso agradecer também a quem esteve comigo durante boa parte do trajeto. Obrigado Bruno Ribeiro, Edgard Vicentini, Érika Alfaro, Fabio Toledo, Lucas Guanaes e Rodrigo Correia por todas as risadas aos sábados de manhã, por todas as conversas acolhedoras, pela Locomotiva e por todos os momentos de cumplicidade.

Valeu Monge, vulgo Gustavo Guimarães, e Karime Farache pela parceria em Bauru, em São Paulo e na vida toda. Espero só que não gastemos mais cem reais em um cinema para assistir filmes ruins.

Valeu Juliana Borges por ter sido uma amiga tão importante nesse ciclo. Sem você não teria sido a mesma coisa. Te desejo sempre muita felicidade e boa sorte.

Obrigado aos meus companheiros de RepTralha pelos games, cafés, memes, e pelas sessões de Mo Bamba, Drake e Kanye West. Em especial Felipe Assis, Leonardo Biazzi, Lucas Marques e João Victor. Gratidão por tudo, ou quase tudo.

Gostaria de agradecer também todas as demais pessoas que conheci e que participaram diretamente do meu processo de evolução pessoal. Menção honrosa ao meu notebook Compac, por me acompanhar durante todo meu processo de formação desde o ensino médio.

Enfim, meu muito obrigado a quem acreditou em mim, este trabalho também é seu, e obrigado Bauru por todo ensinamento. Nam-Myoho-Rengue-Kyo.

“O medo tem alguma utilidade, a covardia não”

(Mahatma Gandhi, O discurso)

Resumo

Por meio da análise de conteúdo proposta pela estudiosa francesa Laurence Bardin (2009) este trabalho analisou a cobertura da Copa do Mundo promovida pelo programa *Central da Copa*, veiculado pela Rede Globo. Apresentado pelo jornalista e apresentador Tiago Leifert, a atração que foi ao ar entre os dias 14 de junho e 15 de julho levou ao receptor uma mistura cada vez mais corriqueira entre informação e entretenimento, designada a partir dos anos 1980 pelo neologismo infotenimento. Fábria Dejavite (2006), uma das poucas pesquisadoras do tema no Brasil, aponta que o jornalismo de infotenimento, relacionado também a editoriais denominadas *Soft News*, encontra sucesso na simplicidade e na rapidez com que é assimilada por quem assiste. Desta forma, o jornalismo encontrava, enfim, uma forma eficiente de atrair o público notabilizado da chamada sociedade da informação de acordo com Castells (1999). Autores como Geoffrey Baym (2008) e Daya Thussu (2007) pontuam de forma negativa e positiva a respeito dos impactos desse tipo de jornalismo, que, em muitos casos, apenas diverte o receptor em detrimento a informá-lo. Nas frentes qualitativa e quantitativa, este trabalho categorizou e analisou nove edições do programa que foram ao ar nas vésperas e nos dias de jogo da seleção brasileira. Por meio de um olhar crítico, buscou-se observar abordagens específicas da imprensa, e, principalmente, responder se o programa informa por meio do entretenimento, ou se apenas entretém por meio de informações.

Palavras-chave: Infotenimento; Central da Copa, Análise de Conteúdo, Jornalismo, Informação, Rede Globo; Ecossistema da desinformação.

Abstract

Through the analysis of content proposed by the French scholar Laurence Bardin (2009), this work analyzed the coverage of the FIFA World Cup promoted by the Central da Copa, broadcast by Rede Globo. Presented by the journalist and presenter Tiago Leifert, the attraction that aired between June 14 and July 15 took to the receiver an increasingly common mix between information and entertainment, designated since the 1980s by the neologism infotainment. Fábila Dejavite (2006), one of the few researchers of the subject in Brazil, points out that infotainment journalism, also related to Soft News, finds success in the simplicity and speed with which it is assimilated by those who watch. In this way, journalism was, in short, an efficient way to attract the well-known public of the so-called information society according to Castells (1999). Authors like Geoffrey Baym (2008) and Daya Thussu (2007) score negatively and positively on the impacts of this type of journalism, which in many cases only amuses the audience instead of informing. On the qualitative and quantitative fronts, this work categorized and analyzed nine editions of the program that aired on the eve and days of the Brazilian National Team games. Through a critical eye, it was sought to observe specific approaches of the press, and, mainly, to answer if the programs informs by means of entertainment, or if only entertain by means of information.

Keywords: Infotainment, Central da Copa, Analysis of content, Journalism, Information, Rede Globo; Ecossistema da desinformação.

Lista de Quadros

Quadro 1 – Primeira véspera analisada (Brasil x Suíça).....	47
Quadro 2 – programa veiculado após a estreia do Brasil na Copa do Mundo.....	49
Quadro 3 – Segunda véspera analisada (Brasil x Costa Rica).....	51
Quadro 4 – programa veiculado após a vitória contra a Costa Rica.....	53
Quadro 5 – Terceira véspera analisada (Brasil x Sérvia).....	55
Quadro 6 – Programa veiculado após vitória do Brasil sobre a Sérvia por 1 a 0.....	58
Quadro 7 – último Central veiculado antes do jogo entre Brasil e México. Foi ao ar dois dias antes da partida.....	61
Quadro 8 – programa veiculado após a vitória por 2 a 0 sobre o México.....	63
Quadro 9 – programa veiculado após a derrota por 2 a 1 para a Bélgica.....	65
Quadro 10 – Formas ativas mais destacadas no Programa 1.....	71
Quadro 11 – Formas ativas mais destacadas no Programa 2.....	74
Quadro 12 – Formas ativas mais destacadas no Programa 3.....	77
Quadro 13 – Formas ativas mais destacadas no Programa 4.....	81
Quadro 14 – Formas ativas mais destacadas no Programa 5.....	84
Quadro 15 – Formas ativas mais destacadas no Programa 6.....	87
Quadro 16 – Formas ativas mais destacadas no Programa 7.....	90
Quadro 17 – Formas ativas mais destacadas no Programa 8.....	93
Quadro 18 – Formas ativas mais destacadas no Programa 9.....	96
Quadro 19 – Formas ativas mais destacadas nos programas.....	100
Quadro 20 – Quadro geral dos programas analisados.....	102

Lista de Gráficos

Gráfico 1 – Nuvem de palavras do Programa 1.....	70
Gráfico 2 – análise de similitude produzida a partir do programa Iramuteq.....	72
Gráfico 3 – Nuvem de palavras do Programa 2.....	73
Gráfico 4 – análise de similitude do Programa 2 produzida a partir do programa Iramuteq.....	75
Gráfico 5 – Nuvem de palavras do Programa 3.....	76
Gráfico 6 – análise de similitude do Programa 3 produzida a partir do programa Iramuteq.....	78
Gráfico 7 – Nuvem de palavras do Programa 4.....	79
Gráfico 8 – análise de similitude do Programa 4 produzida a partir do programa Iramuteq.....	82
Gráfico 9 – Nuvem de palavras do Programa 5.....	83
Gráfico 10 – análise de similitude do Programa 5 produzida a partir do programa Iramuteq.....	85
Gráfico 11 – Nuvem de palavras do Programa 6.....	86
Gráfico 12 – análise de similitude do Programa 6 produzida a partir do programa Iramuteq.....	88
Gráfico 13 – Nuvem de palavras do Programa 7.....	89
Gráfico 14 – análise de similitude do Programa 7 produzida a partir do programa Iramuteq.....	91
Gráfico 15 – Nuvem de palavras do Programa 8.....	92
Gráfico 16 – análise de similitude do Programa 8 produzida a partir do programa Iramuteq.....	94
Gráfico 17 – Nuvem de palavras do Programa 9.....	95
Gráfico 18 – análise de similitude do Programa 9 produzida a partir do programa Iramuteq.....	97
Gráfico 19 – comparação geral dos comentários feitos nos programas analisados.....	98
Gráfico 20 – Nuvem de palavras geral dos programas.....	99

Lista de Figuras

Figura 1 – Estúdio Central da Copa 2018.....	31
Figura 2 – Iluminação utilizada pelo programa.....	32
Figura 3 – Personagem Cascadura Jr.....	35
Figura 4 – Personagem interpretada por Mari Santos.....	36
Figura 5 – Canal do Seu Léo.....	37
Figura 6 – DJ Bárbara Labres.....	38
Figura 7 – Tabela metodológica produzida pelo CIESPAL para análise de textos de jornalismo científico.....	43
Figura 8 – Formas ativas utilizadas para análise através do programa Iramuteq.....	69

Sumário

1 Introdução.....	13
2 A presença da “notícia atrativa” no impresso.....	15
2.1 O entretenimento migra para a tela e para o rádio.....	18
2.2 Definições e conceitos sobre “infotenimento”.....	21
2.3 Jornalismo de Infotenimento: informa ou entretém?.....	25
3 Análise do Infotenimento utilizado no Central da Copa 2018.....	30
3.1 Cenário tecnológico.....	31
3.2 Iluminação pirotécnica.....	32
3.3 Conversa informal como estratégia.....	33
3.4 Offs.....	34
3.5 Crônicas e narrações de Cascadura Jr.....	35
3.6 Toca pra Mari.....	36
3.7 Canal do Seu Léo.....	37
3.8 DJ Gata: a objetificação da mulher no esporte.....	38
4 Metodologia utilizada na Análise de Conteúdo do Central da Copa.....	40
4.1 Análise Qualitativa.....	42
4.1.1 Opinião.....	44
4.1.2 Recursos de Infotenimento analisados.....	44
4.2 Análise Quantitativa.....	45
5 Aplicação da metodologia: análise qualitativa do Central da Copa.....	46
5.1 Comentários sobre o Programa 1.....	48
5.2 Comentários sobre o Programa 2.....	50
5.3 Comentários sobre o Programa 3.....	52
5.4 Comentários sobre o Programa 4.....	55
5.5 Comentários sobre o Programa 5.....	57
5.6 Comentários sobre o Programa 6.....	59
5.7 Comentários sobre o Programa 7.....	62
5.8 Comentários sobre o Programa 8.....	64
5.9 Comentários sobre o Programa 9.....	66
6 Aplicação da metodologia: análise quantitativa do Central da Copa.....	68
6.1 Programa 1.....	69

6.2 Programa 2.....	73
6.3 Programa 3.....	76
6.4 Programa 4.....	79
6.5 Programa 5.....	83
6.6 Programa 6.....	86
6.7 Programa 7.....	89
6.8 Programa 8.....	92
6.9 Programa 9.....	95
7 Resultados Comparativos.....	98
7.1 Considerações gerais sobre os recursos utilizados.....	100
8 Considerações finais.....	109
Referências bibliográficas.....	113
Anexos.....	120

1 Introdução

Os conceitos de interatividade e entretenimento parecem estar cada vez mais misturados aos preceitos e condutas do jornalismo esportivo. Nesse sentido, este trabalho analisou o programa Central da Copa, da TV Globo, que retornou à grade da emissora durante a realização da Copa do Mundo de 2018.

Munindo-se de teorias e de conceitos jornalísticos, o presente trabalho colocou uma “lupa”, por assim dizer, sobre os discursos e conteúdos veiculados pelo programa nas edições da véspera e também nos dias de jogos da seleção brasileira de futebol.

Pretendemos então compreender de que maneira o programa utilizou práticas e profissionais de jornalismo para os conteúdos expostos no programa.

Entendendo que os programas esportivos, principalmente os exibidos em televisão aberta, buscam, cada vez mais, a linha do entretenimento para seus jornais e programas de debate, percebemos que jornalistas e demais profissionais da imprensa estão sendo corriqueiramente chamados a participar de programas que utilizam apenas o humor e o entretenimento, em detrimento a informar e a seguir alguns conceitos relacionados ao jornalismo.

Dessa junção entre informação e entretenimento designou-se o termo Infotenimento, cunhado na década de 1980 e que ganhou de fato espaço nas pesquisas acadêmicas e profissionais da área da comunicação a partir dos anos 1990. Para Deuze (2001), esse conceito de jornalismo que deve se preocupar não apenas em informar, mas, sobretudo, entreter, pode ser dividido entre os produtos que utilizam elementos de entretenimento em gênero de jornalismo informativo e aqueles que foram estabelecidos após o surgimento do Infotenimento.

Pontua Fábria Dejavite (2006) que a fronteira entre jornalismo e o entretenimento nunca foi clara, sendo que atualmente é praticamente impossível delimitar claramente onde ambos começam e terminam.

O programa estudado e analisado pelo presente trabalho, o Central da Copa, apresentado pelo jornalista Tiago Leifert, e que foi ao ar durante os dias 14 de junho e 15 de julho, período em que transcorreu a Copa do Mundo de futebol, trouxe em suas edições práticas jornalísticas, tais como entradas ao vivo, explicação e análise de lances e números, além de informações sobre todos os jogos e informações sobre a competição. No entanto, a atração que foi ao ar nas noites em que

ocorreram jogos da competição se notabilizou por suas práticas de entretenimento, tais como interação com a plateia, utilização de recursos tecnológicos no estúdio e também nas matérias produzidas, além de bate-papo descontraído.

No entanto, mesmo que historicamente esse setor da imprensa já apresente uma linguagem marcadamente informal, com os adventos e aprimoramentos da televisão e da internet, programas como o Central da Copa estão cada vez mais presentes no nosso cotidiano, menos propensos a informar, e cada vez mais interessados na parte do entretenimento, o que não seria um problema se não se utilizasse de práticas jornalísticas e também de profissionais da área.

Um dos fatores de maior problematização é a recorrente utilização de repórteres, comentaristas/jornalistas para compor debates e análises de cunho jornalístico em produtos de entretenimento, e que, em muitos casos, opta por pautas e discussões rasas sobre o desporto de maior apelo no país, fato que é claramente observável em opiniões e conversas de futebol entre pessoas que assistem a tais programas para obter repertório sobre o assunto.

Com isso, o presente trabalho analisou as edições do programa nos dias e também nas vésperas de jogos da seleção brasileira, utilizando para tal as teorias do infotenimento aliadas à Análise de Conteúdo trazida pela francesa Laurence Bardin.

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN 2009, p.44)

Em outras palavras, a análise de conteúdo constitui um bom instrumento para investigação de léxicos e sentenças proferidas durante os programas analisados, podendo entender como e quais são os efeitos causados por ela no receptor.

2 A presença da “notícia atrativa” no impresso

Desde a criação dos primeiros jornais, a dialética entre a moral jornalística e o interesse de mercado sobre a mercadoria informação se refletiu diretamente na produção e no consumo midiático. Na Grã-Bretanha, por exemplo, os jornais de folhas largas e com informações mais “qualificadas”, segundo Thussu (2007) eram produzidos e destinados às elites burguesas dominantes, que buscavam, além de notícias, discussões e comentários envolvendo política e economia, assuntos estes de interesse direto de uma pequena parcela da população britânica. Juntamente à comercialização de veículos endereçados à elite, começou também a circulação de pequenos jornais que ofereciam versos baratos, sensacionalismos e notícias voltadas ao entretenimento, tais como casos criminais e até mesmo fofocas da nobreza.

Em 1846, como lembra Thussu (2007), era criado o primeiro jornal semanal ilustrado do mundo, o *London News*. O desenvolvimento da imprensa popular se deu muito pela inserção de literatura de rua, relacionando fatos cotidianos e entretenimento. Shepherd (1973, p.115 *apud* Thussu, 2007, p.16) destaca que sua atratividade estava relacionada diretamente às ilustrações utilizadas alternadamente em relação aos textos e títulos expressivos, assim como chamadas sensacionalistas e dramáticas.

Com a bem-sucedida aceitação das classes populares inglesas ao conteúdo trazido nas páginas do impresso semanal londrino, Thussu (2007) aponta que a mídia popular encontrou igual ou maior aceitação quando aportou nos Estados Unidos no decorrer desse mesmo século. De acordo com Thussu (2007, p, 17), os Estados Unidos, nação que dispersou os ideais de uma sociedade consumista e voltada a comunicação de massa, também pode ser considerado o inventor da indústria de informação e entretenimento.

Com o jornal impresso sendo a porta de entrada para o entretenimento na área jornalística, Dejavite (2006) demonstra indícios dessa mistura já no século XVII, quando publicações pré-modernas, como *Fait divers*¹ e *canards*², começavam a ser publicadas de maneira industrial por meio do surgimento de novas técnicas de

¹ Do francês, a expressão *Fait Divers* significa fatos diários, ou fatos cotidianos que eram veiculados nos jornais da época.

² Do francês, a expressão *Canards* no vocabulário popular representa um fato falso, contos inverossímeis ou uma fofoca mentirosa.

impressão. A autora, no entanto, ratifica que o grande salto dessa mistura entre notícia e entretenimento está vinculado diretamente com o desenvolvimento da imprensa sensacionalista norte-americana, representado primordialmente pela fundação do jornal New York Sun, em 1833.

O *Sun* aumentou sua circulação impressionantemente, sobretudo, por apelar para novos leitores até então ainda não atingidos por um jornal. Um dos mais importantes aspectos do jornal de tostão de Day, e de outros veículos que o seguiram, foi a redefinição de valores para se adaptar aos gostos, interesses e capacidades de leitura de níveis menos instruídos da sociedade. Até então, notícia geralmente significava relatos de acontecimentos sociais, comerciais e políticos de importância genuína, ou outras ocorrências de interesse comum. Benjamim Day, todavia, encheu seu jornal com notícias de outro gênero - relatos de crimes, histórias pecaminosas, catástrofes e outras desgraças -, notícias que a gente da rua achava empolgante, divertida ou engraçada. (MARCONDES FILHO, 2000, p.24)

Baldsty³ (1992) afirma que os conteúdos de entretenimento, isto é, matérias ligadas a editoriais culturais como moda e esporte, por exemplo, já representavam metade do conteúdo dos grandes jornais ao final do século XIX, ganhando cada vez mais espaço em relação a editoriais mais tradicionais e mais complexas para uma grande parcela de leitores, como Política e Economia.

Os conteúdos que ficaram conhecidos como “jornalismo amarelo”, segundo Thussu (2007), caracterizaram a competição entre magnatas que comandavam dois dos principais veículos de imprensa americanos. William Randolph Hearst, dono do *The New Yorker Journal*, e Joseph Pulitzer, proprietário do jornal *New York World* protagonizaram uma grande competição pela audiência por meio de reportagens sensacionalistas e escandalosas que encontraram grande aceitação por parte do público nova-iorquino.

Com tiragens de até um milhão de exemplares por dia, os dois veículos foram fundamentais para massificação do híbrido entre informação e entretenimento no mercado norte-americano. (DEJAVITE, 2006, P.57).

O grande sucesso de notícias sensacionalistas desde os primórdios do jornal impresso foram intensificados com o desenvolvimento de área de publicidade e propaganda nos Estados Unidos, áreas que inclusive seriam decisivas nas primeiras décadas do século XX para dispersar a cultura da sociedade estadunidense pelo mundo.

³ Gerald L. Baldsty. *The commercialization of News in the nineteenth century*; University of Wisconsin Press, 1992.

O desenvolvimento da imprensa popular também foi sustentado pela ascensão da indústria da publicidade nos EUA. Até o final do décimo nono século, a publicidade tornou-se um elemento poderoso na criação da sociedade mais consumista do mundo e, até o final da Primeira Guerra Mundial, os Estados Unidos já se possuíam uma rede avançada de indústrias culturais que serviu para promover valores americanos. (THUSSU, 2007, p. 17-18)

Se em lugares como a Grã-Bretanha e os Estados Unidos o crescimento de jornais populares com caráter popular já era expressivo, no Brasil os jornais impressos, sejam eles mais informativos ou sensacionalistas, eram quase inexpressivos durante o período monárquico.

Segundo Melo (2005), a igreja era responsável por informar a população por meio dos sermões e conselhos de padres. Apenas em 1808, com a chegada da família real ao país, o Brasil passou, de forma oficial, a contar com veículos de imprensa que informavam a elite portuguesa, liderada pelo rei D. João. A chamada Imprensa Régia, ainda de acordo com Melo (2005), fundada para fornecer notícias positivas sobre o regime, apenas supria uma pequena parcela da população que contava com alfabetização.

O censo de 1872 mostrava que cerca de vinte e dois por cento da população sabia ler (GONÇALVES, 2013, p. 11), fato que dificultou o estabelecimento de veículos de imprensa independentes e populares no país.

O primeiro jornal fundado no Brasil foi a Gazeta do Rio de Janeiro, criada em 10 de janeiro de 1808. Ao mesmo tempo, em Londres, Hipólito da Costa, segundo Gonçalves (2013) já idealizava o Correio Brasiliense, jornal que seria marcante oposição do regime monarquista.

O início do jornal impresso brasileiro utilizou como estratégia histórias em formato de folhetins para atrair leitores em um mercado extremamente reduzido por conta do analfabetismo predominante. Baseado na obra de Alexandre Dumas *O capitão Paulo*, o primeiro folhetim publicado no país, foi parte de uma edição do periódico fluminense *O Comércio*, em 1838.

Importante até mesmo para criação de uma cultura de leitura na população brasileira, os jornais impressos, segundo Barbosa (2007) se consolidaram por meio dos recursos literários, como crônicas e contos, passando a possuir papel fundamental no entretenimento dos leitores.

Com o passar das décadas do século XX, tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos e na Europa, os jornais impressos passaram a competir não apenas entre si

para atrair a atenção do público, mas também com dois veículos que encontraram grande aceitação em uma parcela significativa da população mundial. O rádio e, posteriormente, a televisão.

2.1 O entretenimento migra para a tela e para o rádio

A grande demanda por notícias ilustradas, leves e chamativas fez com que outras formas de entretenimento ligadas à imagem surgissem na virada de século. O advento do cinema, por exemplo, proporcionou para uma parcela da população pequenas películas que traziam imagens que a partir de agora também se movimentariam, ao contrário da realidade das folhas de jornais. Além de pequenos filmes, noticiários também foram criados utilizando as técnicas de filmagem possibilitadas pelo novo meio. Thussu (2007) aponta que o primeiro noticiário da Grã-Bretanha surgiu em 1910, baseando-se tecnicamente no equivalente francês *Pathé-Journal*, idealizado por Charles Pathé dois anos antes.

As imagens e notícias em movimento fizeram um estrondoso sucesso perante a comunidade britânica, tanto que em maio de 1917, segundo Thussu (2007), o *British War Office* assumiu o controle dos noticiários para produzir materiais que exaltassem as campanhas do exército real durante a Primeira Guerra Mundial (1914-18).

Nos Estados Unidos, o entretenimento e a cultura popular também acabaram sendo apropriados pelas autoridades do país para auxiliar na imposição de ideais patrióticos.

. A Comissão Pública de Informações nos Estados Unidos entra em contato com Hollywood para produzir filmes patrióticos e um grande número de agentes do governo não eram avessos a serem vistos com estrelas de cinema, reconhecendo o poder de imagens em movimento e também do infotenimento. (THUSSU, 2007, p. 19)

Vivendo a recente emancipação monárquica que ocorrera no final do século XIX, o Brasil, no início de sua aventura republicana, ainda convivía com altos índices de analfabetismo, o que impossibilitou, assim como nos décadas anteriores à independência, um mercado diminuto em relação aos jornais impressos se comparado aos Estados Unidos e a Grã- Bretanha.

Com isso, a porta de entrada para o infotainment em terras brasileiras foi o rádio, que teve sua primeira experiência no ano de 1922. Segundo Meneguel (Acesso em 30 out 2018), a partir da década de 1930, o rádio trouxe o mundo para dentro das casas de milhões de brasileiros que antes eram alijados de informação e entretenimento.

Exercendo grande influência na vida das pessoas, o rádio passou a criar modas, inovar estilos e influenciar práticas cotidianas. Segundo as autoras:

Os diversos programas, como as radionovelas, programas de auditório, humorísticos, de variedades, de calouros e outros, fizeram tanto sucesso que marcaram profundamente a vida das pessoas, transformando-se em parte integrante do cotidiano. Além da divulgação de manifestações artísticas, mantinha as pessoas informadas e integradas, superando os limites físicos. (MENEGUEL, acesso em 30 out 2018, p. 2)

Se na Europa e na América do Norte o cinema era utilizado nas primeiras duas décadas como forte influenciador nos costumes e na exaltação do patriotismo nacional, no Brasil, durante o período do Estado Novo (1937-45) de Getúlio Vargas.

Por meio de um uso mais político-pedagógico como lembra Meneguel (acesso em 30 out 2018), o governo brasileiro levou até a população transmissões que ratificaram a imagem de uma sociedade única e harmônica. Programas como A Hora do Brasil, obrigatoriamente retransmitido por todas as emissoras em cadeia nacional, levaram até o ouvinte informações, mas também culturas nacionais e civilistas.

O rádio, portanto, a partir da década de 1930 passou a ser o principal meio de cultura, informação e entretenimento da maior parte da população brasileira durante as quatro primeiras décadas do século XX.

Thussu (2007) aponta que com o desenrolar da Segunda Grande Guerra (1939-45), o cinema europeu e norte-americano, que assim como o rádio no Brasil, fora o principal meio de informação e divertimento de um enorme contingente populacional, perde espaço para o aparelho televisor, iniciando assim uma nova dinâmica na dispersão de notícias e entretenimento.

McChesney (1993, *apud* Thussu, 2007) aponta que a televisão já nasceu imersa em ideais relacionados à publicidade. Para tal, as receitas geradas pela audiência ocupavam papel preponderante para a criação ou manutenção da programação de um determinado canal. Shows de talentos, como o *Tonight Show*,

veiculado pela emissora NBC desde 1954, além de atrações como o *Candid Camera*, programa de pegadinhas lançado em 1948, demonstram que a partir de agora “o ideal de “interesse público” era definido somente pela lógica do mercado” ⁴(THUSSU, 2007, p. 27)

No Brasil, como salienta Matos (2005), é indispensável falar do início da história da televisão no país sem associa-la ao sistema de comunicação do qual faz parte. Ao término dos anos 1940 e começo da década de 1950, o rádio já havia consolidado seu padrão industrial, principalmente, após a grande popularização após o período do Estado Novo. Com uma estrutura nacional de dispersão de sinais, a televisão se acoplou a esse sistema, segundo Matos (2005), iniciando assim suas transmissões de sinais próprios. Jambeiro (2002) traz que os primeiros experimentos que envolveram imagens no Brasil ocorreram em 1946 durante uma transmissão de circuito interno.

De acordo com Leal (2009), no dia 18 de setembro de 1950, às 17 horas em São Paulo, a TV Tupi-Difusora, controlada pelos Diários Associados de Assis Chateaubriand, emitiu os primeiros sinais abertos de televisão para pouco mais de quinhentos aparelhos receptores localizados na capital paulista. O Brasil foi o primeiro país da América Latina a ter uma emissora de televisão e o sexto no mundo, perdendo apenas para Inglaterra, Estados Unidos, França, Alemanha e Holanda (Jambeiro, 2002, p. 51)

Embora a Era da TV no Brasil comece oficialmente em 1950, somente nos anos 60 o novo meio de comunicação vai se consolidar e adquirir os contornos de indústria. Nos anos 50 a televisão era operada como uma extensão do rádio, de quem herdou os padrões de produção, programação e gerência, envolvidos num modelo de uso privado e exploração comercial. Nos anos 60 a televisão começou a procurar seu próprio caminho, a adquirir processos de produção mais adequados às suas características enquanto meio e transformou-se assim no poderoso veículo de transmissão de idéias e de venda de produtos e serviços que é hoje (Jambeiro 2002 *apud* Leal 2009, p. 7).

Como ressaltou Dejavite (2006), a tevê trouxe um novo rumo para a notícia, encontrando no entretenimento um discurso para basear-se. “A partir disso, converteu tudo que aparecia na tela em diversão, inclusive a notícia” (DEJAVITE, 2006, p.60).

⁴ Traduzido pelo autor.

Em pouco tempo, brasileiros, estadunidenses e britânicos adotaram esse meio como forma principal de adquirir informação e também divertimento.

O crescente interesse pela televisão por parte dos receptores denotava a procura por informação mais concisa e mais adequada ao cotidiano agitado (DEJAVITE, 2006, p. 60).

Em meio a esse cenário mundial proporcionado pela popularização da Tv, no qual o receptor passou a buscar conteúdos mais leves e graficamente atraentes, o jornalismo, seja impresso, radiofônico ou televisivo, passou a adotar uma linguagem mais leve, tornando a notícia mais fácil de ser entendida, e também mais atraente aos olhares e ouvidos do receptor, utilizando-se de recursos gráficos como imagens, fotos ou recursos sonoros.

Buscando entender de forma mais profunda a relação entre o jornalismo e o entretenimento, passou-se, de acordo com Thussu (2007), ao final dos anos 1980 a estudar o que ficou conhecido como *infotainment*, ou infotenimento, um mix dos gêneros jornalismo e entretenimento que se espalhou de vez por meio da programação televisiva, chegando atualmente até a internet, meio de informação que de forma crescente vem se tornando a principal forma de entretenimento e informação do mundo no século XXI.

2.2 Definições e conceitos sobre “infotenimento”

Geoffrey Baym (2009) define infotenimento como um conjunto de programas que obscurecem as distinções tradicionais entre gêneros de programação de televisão orientados para a informação e entretenimento. Segundo o autor, esse conjunto denota o declínio de notícias e assuntos públicos que geram discussão e o crescimento de uma forma de entretenimento que imita o estilo da notícia.

Derivado da mistura entre práticas de entretenimento e práticas jornalísticas, esse termo surgiu nos Estados Unidos durante a década de 1980, ganhando força a partir do decênio seguinte, para designar de forma mais precisa a mistura entre o *show business* e a notícia, que não é considerada relevante apenas por informar, mas, principalmente, para atrair uma maior audiência. (NEVEU, 2006, p.19)

O termo infotenimento é um conceito relativamente novo, que surgiu na década de 1980 e passou a ser discutido mais profundamente a partir de 1990. Podemos defini-lo como a junção da informação ao entretenimento sob a forma da notícia jornalística. Não só as reportagens sensacionalistas ou baseadas em fatos corriqueiros e do dia a dia devem ser consideradas infotenimento. Qualquer notícia que utiliza na explicação dos fatos elementos didáticos para a compreensão do acontecimento, como uma ilustração, uma fotografia, um infográfico, uma tabela inserida é caracterizada por unir a informação ao entretenimento, pois, além de divulgar os fatos utilizou elementos adicionais para despertar a curiosidade e chamar a atenção do público. Esses mecanismos são facilmente identificados em matérias denominadas soft (Lima, 2010, p. 31)

Fábia Dejavite (2006, p.72) define INFOtenimento⁵ como um espaço destinado às matérias que visam informar e divertir. “Esse termo sintetiza de maneira clara e objetiva, a intenção editorial do papel de entreter no jornalismo”

O valor-notícia vinculado ao “entretenimento” como uma estratégia comunicacional para cativar o público com o produto “informação” (AGUIAR, 2008, p.16) é uma das principais características atreladas ao infotenimento. Para Gutmann (2008, p.2) esse termo não foi cunhado a fim de um julgamento à priori, mas, sobretudo, para ampliar o debate acadêmico contemporâneo sobre a aproximação entre entretenimento e informação.

Ao mesmo tempo em que vimos o surgimento crescente de programas que floresceram desta mistura profunda entre conteúdo e entretenimento, percebe-se também um aspecto complexo desses híbridos com implicações diretas na área de comunicação, informação pública e até mesmo discursos democráticos.

Há aí uma preocupação acadêmica com o fenômeno relacionando aos produtos de infotenimento, já que há uma invasão de entretenimento nas formas e normas práticas do jornalismo. Postman (1985, *apud* Baym, 2009, p. 1) mostra temeridade com o exponencial crescimento deste conceito, uma vez que a posição ocupada pela informação racional, qualificativa e, sobretudo, jornalística, seria diminuída em favor da espetacularização televisiva, baseada no divertimento e nos enredos dramáticos.

Ao menos três fatores confluentes foram preponderantes para o avanço do conceito de infotenimento nos meios midiáticos. O primeiro a ser citado aqui é sem dúvida o fator tecnológico. Para Baym (2009), a adoção em larga escala de cabos de televisão, o desenvolvimento de sistemas de transmissão via satélite com sinal

⁵ Grafia específica utilizada pela autora. Para este trabalho, utilizamos a grafia simples em português “infotenimento”, ou *infoteinment* em inglês.

digital, e a expansão massiva da internet propiciou uma enorme gama de canais e avanços tecnológicos na área de produção.

Com a expansão crescente do acesso à televisão e, contemporaneamente, à internet, resultou-se então em uma circulação em larga escala de textos, imagens e vídeos.

Outro fator decisivo no avanço da dispersão de notícias e, sobretudo, de produtos ligados ao infotenimento, foi o econômico. Baym (2009) descreve que os grandes conglomerados midiáticos, a fim de uma maior lucratividade, de combater a fragmentação da audiência e também evitar a multiplicidade de fontes, impulsionou uma reconceituação dos conceitos tradicionais de mídia, o que acarretou em um declínio da função pública da informação em detrimento do maior lucro gerada por ela.

Possuindo uma grande variedade de meios de comunicação previamente distintos, empresas de mídia contemporânea buscaram ainda maximizar as eficiências econômicas através do compartilhamento de recursos, pessoal e abordagens de conteúdo através do que antes era considerado incompatível. A linha entre programação informacional e de entretenimento, outrora uma marca da prática midiática, foi obscurecido pelo entrelaçamento sinérgico de conteúdo em múltiplos canais e gêneros (BAYM, 2009, p.2)

O terceiro fator preponderante para a existência de produtos híbridos de informação e entretenimento foi o cultural. Inserido em um contexto marcado pela diversidade multicultural e relativismo de muitas tradições e padrões culturais causados pelo processo de globalização, os conceitos tradicionais de noticiário e de função social do jornalismo tornaram-se mais maleáveis para as empresas midiáticas, abrindo espaço para que a programação jornalística fosse cada vez mais conectada a fatores de entretenimento. “O aprofundamento da fusão de discursos, outrora diferenciados, de notícias, política, show business e marketing formam a nova paisagem midiática definida pela permeabilidade da forma e pela fluidez do conteúdo” (Baym, 2009, p. 2)

No Brasil, encontramos poucos estudos e pesquisas relacionadas ao que se convencionou chamar de infotenimento. No entanto, é cada vez mais comum observamos como os produtos televisivos, isto é, telejornais, *talk-shows*, e também os produtos ligados à internet, adotaram os conceitos do infotenimento para uma população que cada vez mais almeja se informar e se distrair. (VIEIRA, 2010, p.49)

Souza (2005, p.126) complementa a ideia de Vieira (2011) ao ressaltar que na *TV all News* a informação já está inserida dentro de um perfil de programa voltado ao entretenimento que não permite que a audiência se canse do que está sendo veiculado.

A guerra comercial pela disputa do olhar dos leitores fez com que a notícia se transformasse progressivamente em uma mercadoria, uma *commodity* da informação, perdendo, inclusive, sua razão fundamental, que é a de informar. Na opinião de Dejavite (2006), com isso o jornalismo encontra seu objetivo, tendo como missão selecionar, apurar, interpretar, redigir, produzir e converter o acontecimento em um fato jornalístico. Este último sua matéria-prima no mercado da informação.

O conceito de notícia também sofreu alterações ao longo da segunda metade do século XX. Na visão otimista da autora, a informação que antes era mais extensa, uma vez que além de oferecer a informação também promovia uma contextualização para permitir o receptor entendê-la de forma mais profunda, passa agora a ser mais dinâmica, oferecendo assim informação, entretenimento e contexto em um único produto, mais rápido e prático ao receptor.

“Esse tipo de conteúdo tem sido denominado notícia light. Se as informações jornalísticas não tiverem essas características não vão chamar a atenção da audiência” (Dejavite, 2006, p.68).

O segredo do seu sucesso está na simplicidade, ou seja, no modo fácil de ser entendida e comentada, no estímulo do imaginário social e na ocupação do tempo livre dos indivíduos. {...} Resumidamente, a notícia light pode ser definida como aquele conteúdo rápido, de fácil entendimento, efêmero, de circulação intensa, que busca divertir o receptor. (DEJAVITE, 2006, p, 70)

Definida por Tarruella e Gil (1997, p. 163-164), a notícia light possui ao menos três características marcantes, isto é, capacidade de distração; servindo como passatempo e divertimento; espetacularização; estimulando aspirações e nutrindo o imaginário; e alimentação de conversas diárias; por meio de temas de conversação do dia a dia, pontos comuns e boataria.

2.3 Jornalismo de Infotainment: informa ou entretém?

Com o noticiário da televisão se voltando cada vez mais para o *infotainment* no mundo globalizado (Thussu 2007 p 10), o conceito de jornalismo vem sofrendo alterações à medida que as tecnologias e técnicas empregadas pelo entretenimento, que seriam parte de uma estratégia mais eficaz para informar e, portanto, qualificar o receptor, estão na verdade diminuindo o caráter informativo dos produtos que utilizam o jornalismo de infotainment como estratégia.

O noticiário da televisão está se voltando para o infotainment - soft news, enquanto o jornalismo público e a esfera pública estão sendo minados; a globalização é visível em todo o mundo, dos EUA à Índia; até mesmo conflito e guerra são retratados em notícias de televisão de uma maneira divertida, legitimando uma ideologia neoimperialista que enfatiza a superioridade da democracia de livre-mercado; e finalmente novas tecnologias de comunicação global criaram novas possibilidades de infotainment (THUSSU, 2007, p 10-11).⁶

Bourdieu (1997, p.104-105) ressalta que desde o século XIX os jornais impressos já se distinguiam entre aquele que ofereciam notícias sensacionalistas, e outros que propunham conceitos mais objetivos de notícia, marcados pela presença de análises e comentários que qualificavam os leitores de forma mais profunda. Com a nova forma de organização social derivada do avanço tecnológico e do processo de globalização, denotado por alguns autores como Sociedade da informação (CASTELLS 1999), onde a informação desempenha papel principal na produção de riquezas e no desenvolvimento econômico, se torna cada vez mais necessário o questionamento sobre qual é a função do produto de infotainment. É feito para informar por meio do entretenimento, ou é para entreter por meio da informação?

Aguiar (2008, p.16) define que o valor notícia-entretenimento tornou-se uma estratégia para seduzir o público para a mercadoria “informação”. Dessa forma, produtos como o Central da Copa, analisado neste trabalho, utilizam práticas jornalísticas como uma estratégia para atrair a audiência para o programa.

⁶ Tradução feita pelo autor.

Traquina define o papel do profissional em jornalismo como (2005, p.147) “o papel do jornalista é definido como o observador que relata com honestidade e equilíbrio o que acontece, cauteloso em não emitir opiniões pessoais”.

Com isso, a atividade profissional jornalística pode ser interpretada como “papel socialmente legitimado para produzir construções da realidade que são publicamente relevantes”. (ALSINA, 1996, p.18) Em outras palavras, o jornalista necessita possuir competências para analisar os acontecimentos, atribuindo a eles sentido e valores que possam ser interpretados pela sociedade.

Nesta perspectiva, o discurso jornalístico ganha especial relevo, tendo uma relação mais direta com o debate sobre os processos de construção social da realidade. (SILVEIRA E MARÔPO, 2011, p.3)

Podemos então definir o jornalismo como um meio fundamental de construção do discurso público formado por três características que segundo McNair (2007, p. 5) formam o “estatuto privilegiado” do jornalismo na formação do discurso e da opinião pública.

As duas primeiras são a exatidão e a veracidade, que segundo Silveira e Marôpo (2011, p. 9-10) são qualidades diretamente ligadas ao conceito de objetividade, necessário para legitimar o discurso noticioso. A terceira característica, a novidade, é outro valor fundamental para as narrativas jornalísticas, já que a interpretação ou os fatos precisam contar com algum ineditismo a fim de despertar interesse nos receptores.

Os jornalistas constroem antecipadamente a audiência a partir da cultura profissional, da organização do trabalho, dos processos produtivos, dos códigos particulares (regras de redação), da língua e das regras dos campos das linguagens para, no trabalho da enunciação, produzirem discursos. E o trabalho que os profissionais do jornalismo realizam, ao operar sobre os vários discursos, resulta em construções que, no jargão jornalístico, podem ser chamadas de notícias” (VIZEU, 2005, p.94 apud TELES, 2015)

Como cita Wolton (2014, p.301), “Quanto mais fácil tecnicamente fazer a informação, mais seu conteúdo traz dificuldades. O que se ganha em facilidades técnicas se perde em significação”. Pode-se dizer então que as tecnologias, sobretudo as técnicas de entretenimento vinculadas ao jornalismo, fizeram com que houvesse uma perda de qualidade e significado no discurso jornalístico.

O sucesso atingido pelos produtos de infotenimento influenciou a forma em que a narrativa jornalística é construída. Para Dejavite (2006), o infotenimento é baseado apenas em uma narrativa simples, com a presença de comentários para recriar uma realidade ou uma perspectiva, assim como em novelas ou filmes.

No entanto, dever-se-ia acrescentar rapidamente que muitas vezes essa “realidade” é contada como uma telenovela, e aparece quase sempre em pedaços, em acontecimentos, uma avalanche de acontecimentos perante a qual os jornalistas sentem como primeira obrigação dar respostas com notícias, rigorosas e se possível confirmadas, o mais rapidamente possível, perante a tirania do fator tempo.” (TRAQUINA, 2005, p.19 e 20)

Ora, como é possível então que o discurso jornalístico, que se baseia na transmissão real dos fatos e seus contextos, possa coexistir em um mesmo produto que recria uma interpretação por meio de opiniões e que encontra o valor-notícia ligado ao entretenimento?

Visando compreender de forma mais clara os resultados da exposição aos conteúdos de infotenimento, estudos empíricos foram produzidos a fim de entender se a estratégia do *infotainment* pode ser usada para de fato qualificar o processo informativo. De acordo com Baym (p.3 2008):

Especificamente, estudos empíricos examinaram os efeitos do consumo de infotenimento sobre conhecimentos políticos factuais, avaliação de candidatos, saliência de questões e engajamento político, a última incluindo votar, ser voluntário em campanhas e discutir política com familiares e amigos. Os resultados foram relativamente consistentes: o infotenimento tem o potencial de atingir pessoas que em outras formas prestariam pouca ou nenhuma atenção às notícias e informações políticas. Que a exposição pode resultar no aumento do conhecimento factual entre os que, por outro lado, estão politicamente desprendidos (Baym. p.3.2008)

Com a análise do autor percebemos que é possível utilizar o infotenimento de forma qualificante e informativa, utilizando as estratégias vinculadas ao entretenimento para estimular o consumo de informações por aqueles que não demonstrariam interesse em assuntos como política, economia, entre outros.

Dejavite (2007) aponta que o papel do infotenimento foi discutido em painéis de discussão ocorridos em 1998 na Universidade do Sul da Califórnia. Pode-se então, segundo Dejavite (2007), apontar que a fronteira entre as notícias e a ficção e fronteira entre o jornalismo e o infotenimento, ficaram obscurecidas.

Nesse sentido, definir a importância do conteúdo do jornalismo de INFOtenimento não é tarefa fácil. Seu conceito está diretamente relacionado com todos os aspectos positivos e negativos identificados em relação ao entretenimento, e, claro, com as suas próprias características e limitações. Mesmo assim, não há como negar sua relevância que cresce a cada dia. Se o jornalismo negar para o público esse conteúdo estará também negando a sua missão principal: a de servir a sociedade. (DEJAVITE, 2007, P.13)

Em um estudo sobre as eleições presidenciais da Holanda em 1994, Brants (2005), observou três aspectos problemáticos em relação ao uso do infotenimento neste caso: “Em primeiro lugar, se constituiu a principal forma pela qual a política é representada; em segundo, se levou a que se omitissem outros aspectos; em terceiro, se conduziu a uma distorção da imagem da política” (BRANTS, 2005, p.52)

A crítica feita pelo autor após observar os impactos dos programas políticos no eleitorado holandês baseia-se, sobretudo, no fato das pessoas terem evitado outras notícias mais longas complexas sobre os candidatos. De acordo com o autor, neste caso específico, as pessoas foram seduzidas por imagens e acabaram se desinformando sobre os programas propostos pelos candidatos (BRANTS, 2005, p.55)

Brants (2005) conclui em seu trabalho que da mesma forma que os produtos de infotenimento podem causar desinformação sobre um assunto específico, como um programa governamental proposto por um político, o híbrido de notícia e entretenimento pode funcionar também como uma forma de atrair a atenção de um público que, de outro modo, não se preocuparia com assuntos mais densos como política e economia.

Entretanto, o que observamos em programas como o *Central da Copa* é que o discurso jornalístico é deixado em segundo plano, sendo, inclusive, utilizado para recriar uma interpretação dos fatos exibidos utilizando profissionais e técnicas do jornalismo para reiterar e credibilizar essa reinterpretação.

Durante a análise do *Central da Copa*, foi observado no programa 9, por exemplo, uma fala de Tiago Leifert em que ele relata que o papel da imprensa é o de proteção ao jogador Neymar, que sofria duras críticas de outros veículos jornalísticos nacionais e internacionais.

E você torcedor brasileiro, fique de olho. Porque a Inglaterra já está de olho na gente. A imprensa britânica está batendo muito no Neymar, para desestabilizar. A gente tem que fazer a nossa parte, que é proteger o menino. (LEIFERT, 02/06/2018)

Em sua fala, o apresentador do *Central da Copa* leva o receptor a interpretar que o papel da imprensa é o de defesa, e não o de informar e qualificar a discussão sobre o esporte. No caso do *Central da Copa*, o entretenimento, a fala em defesa ao Brasil, o ufanismo, e outros discursos e conteúdos veiculados que mais à frente serão demonstrados são dominantes perante a informação verdadeira, de qualidade.

Albert Hunt ⁷(2013, p.28-29) enfatiza que as técnicas de edição da televisão nos fazem olhar a realidade pelos olhos de quem as produz, enxergando assim uma nova versão da realidade. O tom dos noticiários e programas também é construído para que nós nos asseguremos de que, por meio de repetições, aquela realidade criada pode ser equiparada à “realidade real”.

⁷ Tradução feita pelo autor.

3 Análise do Infotainment utilizado no Central da Copa 2018

O programa “Central da Copa” foi criado pela Rede Globo em 2010, durante a realização do mundial da África do Sul, para continuar a experiência bem-sucedida do *Globo Esporte São Paulo*, que a partir do ano anterior, sob o comando do jornalista Tiago Leifert, adotou uma linha editorial mais jovial e descontraída. Sem a bancada fixa que havia sido eternizada pelo jornalista Léo Batista⁸, o novo Globo Esporte passou a contar com apresentadores jovens e mais móveis no estúdio, com maior interação com o cenário e com uma linguagem descontraída, assemelhando-se a um bate-papo informal sobre futebol.

Reconduzindo a atração que havia sido criada em 14 de agosto de 1978 a uma nova fase, o jornalista formado pela Universidade de Miami foi o responsável pelos novos projetos da emissora relacionando o jornalismo esportivo como produto de entretenimento.

Jornalismo esportivo é uma coisa sem vida, sem emoção, sem paixão, isto está na matéria do exame de doping, em uma briga de torcida. Mas o esporte é legal porque ele diverte, ninguém assiste ao jogo do Corinthians para se informar, assiste para se divertir, para torcer, xingar o juiz. O jornalismo no Globo Esporte estava muito pesado, eu brinco que a gente estava numa rave usando smoking. Hoje eu acho que é muito mais entretenimento do que informação, ele tem um peso maior no programa. (LEIFERT 2009 *apud* BEZERRA, 2009)

Com planos sequências, ausência de telepromter^{9*}, recursos visuais, matérias mais longas, e um tom de conversa informal, o editor Tiago Leifert já apontava que o *Globo Esporte São Paulo* seria um teste da emissora para futuros projetos da casa, “Então o Globo Esporte é a primeira tentativa da Globo aqui em São Paulo de mudar isso, de tentar fazer com que as pessoas conversem mais, mas estamos longe ainda de conseguir” (LEIFERT 2009 *apud* Bezerra 2009, p.8)

O *Central da Copa* foi sem dúvida a expansão desse formato que busca informar por meio de produtos de entretenimento. E passando pelos mundiais de 2010 e 2014, a atração voltou à tela da emissora para ser o diário do canal sobre a copa do mundo realizado na Rússia entre os dias 14 de junho e 15 de julho.

⁸ Léo Batista foi um dos idealizadores e também apresentador-fixo do Globo Esporte, que foi ao ar pela primeira vez em 14 de agosto de 1978.

⁹ Equipamento fixo, geralmente acoplado à câmera, no qual o apresentador lê o texto, ou o roteiro do programa.

3.1 Cenário tecnológico

Figura 1 – Estúdio Central da Copa 2018



Foto do programa Central da Copa/produzido pelo autor

Segundo Gomes *apud* Maurício (2009, p.2.), o infotainment possui inúmeros recursos para construir a estrutura de conteúdo e as estratégias semiótico-discursivas. “incluir-se-iam os recursos sonoros, grafismos, vinhetas, narrativa leve e agradável, bate-papo de apresentadores de telejornais entre si e com repórteres, entre outros”.

Com uma plateia em formato de torcida organizada, grandes recursos de iluminação e um cenário interativo que contou, inclusive, com um campo de futebol tecnológico, o *Central da Copa* utilizou todos estes recursos tecnológicos supracitados para atrair a atenção do público por meio destas estratégias de entretenimento.

O cenário da atração contou com dois telões nos quais eram transmitidas informações complementares às matérias e quadros veiculados nos programas. O primeiro, posicionado na posição vertical, típica de programas de auditório e telejornais, foi utilizado para mostrar dados estatísticos de jogadores e partidas por meio do SANDI, ou sistema de análise, dados e insights, criação própria do *Central da Copa*.

O segundo telão, utilizados durante todas as edições analisadas por este trabalho, foi denominado por este trabalho como campo tecnológico. Posicionado no chão do estúdio e com design que remete ao um campo de futebol, essa ferramenta foi palco de demonstrações práticas, tais como mapa de calor¹⁰ dos atletas, escalações, mudanças de posicionamento, e movimentações táticas dos times. Também foram vistos ilustrações dos locais das partidas, incluindo localização geográfica dos estádios no mapa russo, além de projeções em 3D de ursos dançantes que interagem com a plateia.

3.2 Iluminação pirotécnica

Figura 2 – Iluminação utilizada pelo programa



Foto do programa Central da Copa/produzido pelo autor

Outra característica visual utilizada pelo *Central da Copa* que é marcadamente um fruto de produtos de entretenimento foi a iluminação como forma de interatividade entre estúdio e os temas tratados durante as edições. Tirando

¹⁰ Recurso muito utilizado por analistas de desempenho, o mapa de calor mostra por meio de cores os locais mais ocupados por um jogador durante o jogo.

como exemplo os dias em que os jogos do Brasil foram tema central, a iluminação do programa alternou de cor e intensidade, fazendo alusão ao verde e amarelo que caracteriza o país, e por meio de feixes mais intensos de luz, capturou a atenção do receptor para o programa que começava.

3.3 Conversa informal como estratégia

Suprindo umas das funções centrais do que se convencionou caracterizar o infotainment, a de alimentação de conversas do dia a dia, por meio de um bate-papo descontraído que informe e divirta ao mesmo tempo, o *Central da Copa* utilizou um tom de conversa informal sobre futebol durante suas análises e comentários sobre os assuntos tratados. Fábria Dejavite (2007, p.6) conceitua esse tipo de discurso como:

O segredo desse tipo de notícia está na sua narrativa simples, ou seja, no modo fácil de ser entendida e comentada, no estímulo do imaginário social e na ocupação do tempo livre dos indivíduos. Sua essência baseia-se na interpretação ou recriação dos fatos não apenas na perspectiva da realidade social, mas, principalmente, no uso da linguagem do entretenimento, como fazem as telenovelas e os filmes.

Com a presença fixa dos membros do programa, sendo eles o apresentador e editor-chefe, Tiago Leifert, os comentaristas Caio Ribeiro, ex-jogador e membro da equipe de esporte do canal desde 2008, Bárbara Coelho, jornalista do Sportv, e Júlio César, ex-goleiro da seleção brasileira, o Central contou também com convidados ligados à emissora dos mais diversos ramos artísticos, tais como: Fernanda Freitas (atriz), Fiuk (cantor pop), Deborah Secco (atriz) Letícia Colin (atriz), Érico Braz (ator), Jayme Matarazzo (ator), Kaká (ex-atleta), Renato Góes (ator), Toni Garrido (vocalista do Cidade Negra), Marcelo Adnet (humorista), Di Ferrero (cantor), Fátima Bernardes (jornalista), Henri Castelli (ator), Klebber Toledo (ator) e Luíza Possi (cantora)

3.4 OFFS

Para construção do elemento humorístico que marcou a atração, o *Central da Copa* construiu em seus *offs*¹¹ narrativas que ensejaram o debate entre os convidados. Lima (2010), autora de análise sobre o *Central da Copa* de 2010, observou àquela altura que “A utilização do humor como ferramenta de aproximação entre os telespectadores e a atração era possibilitada pela não utilização de textos fixos de apresentação”.

Dentro das edições analisadas, a presença de *offs* bem-humorados foram marcantes em matérias que trouxeram informações sobre os jogos da Argentina, rival que desde a primeira edição da atração da Rede Globo é ironizado, e da Alemanha, responsável pelo 7 a 1 aplicado no Brasil na semifinal da Copa do Mundo de 2014.

Com a sobreposição entre as práticas jornalísticas e o conteúdo de diversão utilizado pelos produtos do entretenimento, Tiago Leifert, assim como observado por Lima (2010), tem liberdade para opinar e narrar os fatos com humor sutil ou não, como nas derrotas alemãs ou argentinas quando o apresentador e a arquibancada do programa comemoram os resultados negativos dos rivais.

¹¹ Pode ser explicado como sendo a passagem ou a gravação com informações a serem usadas no decorrer da matéria. É o roteiro escrito que complementa a imagem, denotando assim o tom da matéria ou da reportagem.

3.5 Crônicas e narrações de Cascadura Jr.

Figura 3 – Personagem Cascadura Jr



Foto do programa Central da Copa/produzido pelo autor

Humorista nascido no município fluminense de Niterói em 24 de janeiro de 1976, Márvio Lúcio dos Santos Lourenço, que ficou conhecido como “Carioca”, ganhou notoriedade no cenário nacional por meio do programa de comédia *Pânico no Rádio*, transmitido desde 1993 pela Rádio Jovem Pan FM, e que ganhou a televisão a partir de 2003, quando a emissora RedeTV! apostou na atração humorística como um dos destaques de sua programação.

“O Cascadura é um apanhado de tudo que envolve transmissão de futebol. Misturo TV a cabo, TV aberta e rádio. Tento colocar todas essas referências dentro de um único personagem”. Márvio Lúcio, criador do personagem Cascadura Jr, descreveu em entrevista ao Portal Ig ¹² quais foram suas inspirações para construção desse personagem que apareceu em todas as edições analisadas.

¹² Entrevista veiculada no dia 9 de julho de 2018.

O cenário utilizado para a atuação do humorista foi feito com um *chroma-key*¹³ simples onde foi inserido um fundo de cabine de imprensa de estádio, simulando a presença *in loco* do narrador. Por meio dessa ambientação, Cascadura narrou jogos que foram secundarizados na pauta do programa e também fez crônicas relacionadas às vitórias brasileiras na competição. O humor do quadro foi baseado na exacerbação de trejeitos cômicos de narradores como Galvão Bueno, Cléber Machado e Luís Roberto, e em clichês ultrapassados, tais como brincadeiras com a terminação dos sobrenomes sérvios (vistos no programa 4, 5 e 6), além de trocadilhos infantis com conotação sexual utilizando o léxico “Peru”, (programa 5) usado quando a Dj Bárbara Labres foi participante do quadro, causando incômodo na convidada.

3.6 Toca pra Mari

Figura 4 – Personagem interpretada por Mari Santos



Foto do programa Central da Copa/produzido pelo autor

¹³Técnica que consiste em sobrepujar uma imagem sobre a outra por meio de uma anulação de cor padrão, geralmente verde ou azul.

A atriz e humorista Mariana Santos de Souza, natural da cidade do Rio de Janeiro, estreou na televisão em 2006 pelo Canal Brasil, mesmo ano em que começou suas aparições no programa de humor da Rede Globo, *Zorra Total*. Em 2012, Mari Santos, nome artístico adotado pela humorista, começou a participar do programa *Amor & Sexo*, alcançando renome nacional que a fez permanecer até hoje como participante fixa da bancada de jurados da atração apresentada por Fernanda Lima.

Outro esquete humorístico utilizado durante o Central da Copa foi o de Mari Santos, humorista do canal, que interpretou uma repórter que foi enviada para a cobertura da copa sem saber nada sobre esporte.

Com o mesmo recurso empregado para ambientar o narrador Cascadura Jr, Mari Santos atuou com um *chroma-key* que simulou uma sala de imprensa. Desta forma, a repórter fazia perguntas pouco ligadas ao futebol, e o elemento de humor era encontrado nas inserções de respostas reais dos atletas nos contextos criados pelas perguntas formuladas.

Reforçando um clichê nocivo à presença feminina nas áreas de atuação da imprensa esportiva, o quadro apenas renovou a figura da mulher que não entende de futebol.

3.7 Canal do Seu Léo

Figura 5 – Canal do Seu Léo



Foto do programa Central da Copa/produzido pelo autor

Jornalista, dublador e locutor, João Baptista Bellinaso Neto, conhecido nacionalmente como Léo Batista, nasceu no município paulista de Cordeirópolis em 22 de junho de 1932. Após seu início como locutor em um serviço de alto-falantes criado pelo primo Antônio Beraldo, Léo Batista, em 1950, se torna redator da Rádio Globo, onde pode cobrir a Copa do Mundo de 1950 e também noticiar fatos históricos, como o suicídio de Getúlio Vargas em 1954.

Contratado pela Rede Globo em 1970, Léo Batista participou da criação de programas renomados do canal, tais como *Globo Esporte* e *Jornal Hoje*, e se tornou um dos profissionais mais longevos da emissora carioca.

O quadro “Canal do Seu Léo”, apresentado por Léo Batista, renovou a figura do ex-apresentador do *Globo Esporte*, inserindo-o no papel de um *youtuber*¹⁴ que explicava conceitos jovens à audiência, como no programa 7, onde ele trouxe o significado da comemoração do atacante Griezmann, inspirada no jogo *Fortnite*.¹⁵

3.8 DJ Gata: objetificação da mulher no esporte

Figura 6 – DJ Bárbara Labres



Foto do programa Central da Copa/produzido pelo autor

¹⁴ Pessoa formadora de opinião que regularmente posta ou aparece em vídeos da plataforma.

¹⁵ Jogo online de maior sucesso, se baseia no formato *Battle Royal*, isto é, o último a sobreviver vence.

Nascida em Lajeado, interior do Rio Grande do Sul, Bárbara Labres atua como DJ e teve sua primeira aparição no programa *The Voice Kids*, veiculado pela Rede Globo. Atualmente com 24 anos, a gaúcha atua diretamente com produtores musicais de sucesso no Brasil, e possui um canal na rede social *YouTube* com mais de cinquenta e nove mil seguidores.

Araújo (2018), que estudou o espaço de atuação das mulheres no cenário do jornalismo esportivo da televisão aberta do Brasil, enfatiza que:

Diante desse cenário, revela-se a objetificação feminina e minimização de suas capacidades em duas faces: aquela que exclui o conhecimento da mulher caso seus atributos físicos não sejam considerados adequados e, a segunda, que exclui o conhecimento da mulher que possui tal característica, mas é limitada a ela, considerando que os dois pontos (estética e conhecimento) não possam caminhar juntos. Resumidamente, aquelas que não têm o atributo exigido são reduzidas, e aquelas que têm também são. (ARAÚJO, 2018, p.55)

A presença de Bárbara Labres pode ser inserida diretamente no que a autora afirmou. Presente por seus atributos físicos, fato que inclusive a faz ganhar o apelido de “DJ Gata”*, a participante foi utilizada de forma secundária no programa, quase não participando das discussões (encontrando mais espaço no Programa 8), aparecendo apenas em cortes gerais das câmeras. O *Central da Copa*, reforçou perante a opinião pública mais uma problemática ligada ao jornalismo esportivo, reduzindo a presença da DJ a uma visão machista velada de que a mulher, no contexto do esporte, é um objeto estético do programa.

4 Metodologia utilizada na Análise de Conteúdo do Central da Copa

Utilizando-se dos conceitos da Análise de Conteúdo (AC) proposta pela francesa Laurence Bardin (2009), codificar o material se faz necessário para que se possa transformar signos em sistemas mais pragmáticos, conseguindo assim uma análise mais precisa e fidedigna do conteúdo em questão.

Esse modelo de análise, de acordo com Campos (2004), sistematizou-se ainda nos primeiros quarenta anos do século XX, quando foi importante utensílio para pesquisar propagandas e artigos da imprensa nos Estados Unidos. Os primeiros estudos quantitativos relacionados a veículos de imprensa foram promovidos pela Escola de Jornalismo de Columbia, sendo que o primeiro grande trabalho na área foi escrito por Harold Lasswell. Teórico da comunicação estadunidense, Lasswell analisou artigos da imprensa e propagandas no período da Primeira Guerra Mundial.

Após uma ampla utilização na área política, principalmente nos esforços de guerra norte-americanos da primeira metade do século passado, a análise de conteúdo foi aprimorada por áreas psicossociais, nas quais sua epistemologia e seus métodos se ampliam de forma mais qualificada.

Com a chegada dos anos 1960, os computadores ganharam papel central nas análises submetidas pelos pesquisadores. “O computador vem oferecer novas possibilidades” (BARDIN, 2009, 24). Com mais capacidade para destrinchar e analisar os léxicos e as outras frentes do objeto analisado, os computadores permitiram uma maior capacidade de entender como e quais são os valores dos índices estudados, além de possibilitar a criação de um banco de dados onde os resultados podem ser comparados de forma mais precisa e prática.

Marcado pelo grande avanço da tecnologia, a AC pode ser designada como uma técnica de investigação de descrição sistemática e objetiva, e que divide o processo de análise em três fases, sendo elas: a pré-análise, a exploração do material, e o tratamento dos resultados finais, ponto esse onde a intuição do pesquisador, o ato de inferir e de interpretar, faz-se presente de forma mais definitiva (BARDIN 2009).

Na análise de conteúdo, a inferência é considerada uma operação lógica destinada a extrair os aspectos latentes da mensagem analisada. Assim

como o arqueólogo ou o detetive trabalham com vestígios, o analista trabalha com índices cuidadosamente postos em evidência, tirando partido do tratamento das mensagens que manipula, para inferir (deduzir de maneira lógica) conhecimentos sobre o emissor ou sobre o destinatário da comunicação. (FONSECA JÚNIOR, 2005, p. 284)

A escolha do material é uma parte fundamental no trabalho de pesquisa. Para Silva (2009), seguir o rigor exigido em pesquisas científicas e também delimitar a composição do corpus é uma etapa importante do processo investigativo. Para este trabalho, foram escolhidos como Corpus as edições do programa *Central da Copa* que foram ao ar nas vésperas e nos dias de jogos da seleção brasileira durante a última edição da Copa do Mundo, realizada do dia 14 de junho a 15 de julho de 2018.

Vale aqui lembrar que não houve programa na véspera da última partida do Brasil no mundial, contra a Bélgica. Portanto, o corpus conta com nove edições que foram gravadas e disponibilizadas juntamente ao material deste trabalho, permitindo assim que os vídeos fossem revisados e reutilizados diversas vezes durante as análises qualitativas e quantitativas.

Após uma pré-análise, seguida do manuseio e leitura do material, começa então a terceira e última fase da Análise de Conteúdo: a de interpretação e inferência em cima dos resultados.

Para Bardin (2009), “Codificar o material é necessário, para que dessa forma possamos transformar signos em sistemas mais pragmáticos a fim de conseguirmos uma maior precisão na análise, além de uma melhor representação do conteúdo”.

Com os índices codificados, o pesquisador consegue sistematizar os resultados, separando-os assim de forma mais clara para categorizá-los a fim de facilitar a leitura e o entendimento da análise.

O presente trabalho, após sistematizar os resultados obtidos nas tabelas que vem a seguir, separou a AC em duas frentes: a qualitativa, na qual foram relacionados conceitos do infotainment e dos conteúdos e discursos mostrados no corpus do material, e a quantitativa, em que foram observados por meio do auxílio do programa Iramuteq¹⁶ o léxico empregado nos vídeos.

¹⁶ Interface desenvolvida pelo Lerass, Laboratório de Estudos Aplicados e Pesquisa em Ciências Sociais da Universidade de Toulouse 3, funciona com base R e permite análises multidimensionais de textos e questionários

4.1 Análise Qualitativa

Nas palavras da estudiosa francesa “a abordagem não quantitativa recorre a indicadores não-frequenciais suscetíveis de permitir inferências; por exemplo, a presença (ou a ausência) pode constituir um índice tanto (ou mais) frutífero que a frequência de aparição” (BARDIN, 2009, p.140)

Buscando enxergar aquilo que está aparente, mas, sobretudo, o que não está, este trabalho preparou tabelas de assunto que foram inspiradas pelo Protocolo de análise de conteúdo para notícias científicas em telejornais, confeccionado por Ramalho et al. (2012). Elaborado por pesquisadores das dez nações pertencentes à Rede Ibero-Americana de Capacitação e Monitoramento em Jornalismo Científico, a ferramenta que a seguir será apresentada foi adaptada para este trabalho a fim de qualificar a delimitação das partes analisadas, ou seja: os conceitos de infotainment apresentados no programa, os personagens que fizeram parte de cada edição, as matérias e assuntos tratados, as opiniões emitidas, e comentários desqualificativos em relação aos rivais do Brasil, e a objetificação da figura da mulher.

Figura 7 – Tabela metodológica produzida pelo CIESPAL para análise de textos de jornalismo científico

Dimensões	Categorias de análise
1. Características gerais	País de origem do telejornal Nome do telejornal Data de exibição Dia da semana em que foi exibida Etiqueta
2. Relevância	A matéria faz parte de uma série de notícias? Duração da matéria Bloco do telejornal em que foi veiculada A matéria foi mencionada na abertura do programa?
3. Tema	Lembrete Principal área de conhecimento
4. Narrativa	Enquadramento (<i>frame</i>)
5. Tratamento	Recursos visuais: uso de animações, tabelas de dados, infográficos, diagrama, esquema ou mapa Veiculação de imagens de cientistas Locais onde aparecem os cientistas
	Locais onde aparecem os cientistas A matéria faz conexão com um <i>site</i> de ciência? Explora-se alguma forma de interação com o público (informa endereço de <i>email</i> para contato; convida a visitar o <i>site</i> do próprio telejornal; convida a participar de uma pesquisa; convida a enviar depoimentos/fotos/vídeos; convida os telespectadores a interagir entre eles em um espaço do próprio meio, como fóruns e chats)? A matéria explica algum conceito ou termo científico? A matéria menciona controvérsias (científicas ou não)? A matéria menciona benefícios concretos da ciência? A matéria menciona promessas da ciência? A matéria menciona danos concretos da ciência? A matéria menciona riscos potenciais da ciência? A matéria faz recomendações aos telespectadores? A matéria oferece informações de contexto? A matéria apresenta a ciência como uma atividade coletiva?
6. Atores	Fontes Vozes Gênero dos cientistas entrevistados
7. Localização	Localização geográfica do evento científico ou objeto de pesquisa Localização geográfica dos pesquisadores/instituições envolvidos no estudo

Fonte: Ramalho et al (2012)

4.1.1 Opinião

Baseando-se nos tópicos e na estrutura do quadro anterior, foram criados tópicos de análise específicos para a frente qualitativa da análise de conteúdo proposta por este trabalho. Portanto, os quadros seguintes foram divididos em seis categorias, sendo elas:

- **Comentários opinativos e/ou humorísticos:** falas não embasadas ou que contaram com léxicos que indicam afirmações pessoais, como “eu acho” ou “eu vejo assim”, e que não contaram com nenhum dado analítico; somado a esse quesito, também foram contabilizadas falas que levaram a alguma risada, ou que possuíam humor.
- **Comentários analíticos:** falas que foram complementadas por algum dado concreto, como números e estatísticas pertinentes.
- **Comentário ufanista ou defensor em relação ao Brasil:** falas que elevaram a seleção brasileira a um patamar irreal, defesas exageradas de jogadores, técnico ou camisa, exaltação da história da seleção como forma de inferiorização do(s) adversário(s).
- **Críticas aos adversários e a arbitragem:** falas negativas em relação aos adversários (violência exagerada, mediocridade técnica, medo do Brasil) e ao árbitro (omissão em relação à violência contra os brasileiros, falta de lisura, teoria da conspiração, falta de qualidade)
- **Críticas ao Brasil:** falas onde o desempenho do time é questionado, momentos de crítica individual aos atletas e ao treinador.
- **Exaltação da beleza física de mulheres:** falas onde as profissionais que fizeram parte da atração foram exaltadas por atributos físicos em detrimento a suas qualidades profissionais, falas que constrangeram mulheres que participaram do programa.

4.1.2 Recursos de Infotainment analisados

Para conseguirmos expor os conceitos de infotainment não apenas de forma separada, mas também como parte fundamental da narrativa do Central da Copa

2018, levamos em consideração os recursos tecnológicos mais evidentes, como as interações com o cenário do programa (iluminação do estúdio, campo tecnológico e telão) e as artes utilizadas nas matérias e quadros da atração (legendas, grafismos, trilhas sonoras, offs).

4.2 Análise Quantitativa

Levando em consideração que a abordagem quantitativa suporta-se na frequência de aparição de determinados elementos da mensagem (BARDIN, 2009 p.140), foi utilizado o software Iramuteq para a realização da análise e para criação de um banco de dados que permitisse uma aferição mais detalhada do corpus trabalhado.

O software de análise textual gratuito Iramuteq, desenvolvido por Pierre Ratinaud (LAHLOU, 2012; Ratinaud & Marchand, 2012) e licenciado por GNU GPL (v2), permite fazer análises estatísticas sobre corpus textuais e sobre tabelas indivíduos/palavras. Ele ancora-se no software R e na linguagem Python (CAMARGO, 2013, e JUSTO, 2013, p.1)

Para analisar os léxicos utilizados nos nove programas que compuseram o corpus do trabalho, foram decupados todas as falas que fizeram parte dos debates e das crônicas que foram veiculadas em algumas edições.

5 Aplicação da metodologia: análise qualitativa do Central da Copa

Para Bardin (2009), a análise qualitativa corresponde a um procedimento intuitivo, mais subordinável aos índices que surgem durante a análise, permitindo com mais clareza enxergar possíveis relações e diferenças entre as variáveis do discurso do locutor.

O que caracteriza a análise quantitativa é o fato de a inferência - sempre que é realizada - ser fundada na presença do índice (tema, palavra, personagem, etc), e não sobre a frequência da sua aparição, em cada comunicação individual. (BARDIN, 2009, p.141)

Para que se possa aplicar de forma correta as metodologias relacionadas à AC, se faz necessário uma categorização dos índices a serem observados pelo pesquisador. Bardin (2009) cita que as categorias são rubricas ou classes que reúnem um dado grupo de elementos em torno de uma titulação específica.

Levando em consideração os critérios de homogeneidade, pertinência com o tema, objetividade e produtividade, formulamos uma tabela que reúne os títulos nos quais agrupamos os índices observados.

Quadro 1 – Primeira véspera analisada (Brasil x Suíça)

EDIÇÃO:	16/06/2018, Nº 3
DURAÇÃO	37 Minutos
TEMA:	Véspera da estreia do Brasil (contra a Suíça)
Linha Fina	Jogos do dia, com destaque para a estreia da Argentina e a preparação do Brasil para o primeiro jogo
Convidados	Fernanda Freitas (atriz) e Fiuk (ator/músico)
Recursos gráficos (infotenimento)	• Iluminação pirotécnica • Arte usada na Matéria 2 explicando a tecnologia do VAR • Demonstração do gol no Campinho do estúdio • Mapa no campo tático mostrando a localização da Islândia • Imagens de um longa produzido pelo goleiro da Islândia (ilustração) • Tabela do grupo D (ilustração dos comentários sobre a Argentina) • Imagens do avião do Rolling Stones (ilustração) • Foto de Caio Ribeiro com fã • Ilustração Guerreiro • ilustração cueva • Escalação do brasil no campo • Ilustração suíça • Ilustração goleiro galã • Participantes jogando altinha no gramado
Interação com a plateia	Caio Ribeiro no meio da arquibancada Tiago Leifert fingindo jogar uma camisa para a torcida Chamando torcida da Islândia Fã da foto com o Caio Ribeiro interagindo com o comenta Torcida gritando “bananão”
Entradas ao vivo	Não teve
Matérias	• Matéria 1: França x Austrália (estreia do Árbitro de Vídeo) • Matéria 2: Segundo tempo de França x Austrália (gols) • Matéria 3: Argentina x Islândia (estreia do país em copas) • Matéria 4: Jogos do dia seguinte (agenda)

Melhores dos jogos (com patrocínio oficial da FIFA)	Sim
Crônicas (Se sim, tema)	Brasil manda no futebol (crônica de exaltação)
Comentários opinativos e/ou com algum teor de humor	63
Comentários embasados (com dados)	15
Comentários ufanistas/defensivos ao Brasil	6
Críticas ao adversário/árbitro	0
Críticas ao Brasil	0
Quadros humorísticos	Quadro 1: Cascadura Júnior narrando a estreia do árbitro brasileiro
Aparições da DJ	5
Exaltação da beleza física de mulheres	2

Fonte: produzida pelo autor.

5.1 Comentários sobre o Programa 1

Com o jogo entre Argentina e Islândia como assunto principal dessa edição, o Central baseou-se em comentários com tom humorístico em relação a Argentina, e também brincando com a utilização da sigla VAR, sigla em inglês do Árbitro de Vídeo, em uma letra de funk. Tiago Leifert e Caio Ribeiro interagiram diversas vezes com a plateia fantasiada de islandeses para saudar o tropeço argentino. Os *offs* das matérias auxiliaram na construção do tom humorístico e da edição, principalmente quando relacionadas ao jogo da Argentina. Comparações irônicas entre França e Brasil também foram feitas pela atração. As dificuldades da França em abrir o placar e ganhar bem da Austrália fizeram com que Leifert ironizasse parte da imprensa brasileira ao indicar que se fosse o Brasil neste mesmo cenário, as críticas seriam duríssimas.

O campo tecnológico do estúdio foi muitas vezes utilizado por Leifert e Caio Ribeiro, que demonstraram lances do dia, além de apresentar a disposição tática do

Brasil para a estreia contra a Suíça, e também demonstrar noções de posicionamento dos jogadores para o telespectador.

Elogios à beleza da comentarista Bárbara Coelho também foram observados nesta edição. Durante a participação da jornalista no quadro de humor apresentado por Márvio Lúcio, o humorista elogia a beleza da profissional e em muitos momentos a deixa sem graça. Somado a isso, podemos apontar a utilização acessória da Dj Bárbara Labres que não participou de forma ativa dos diálogos entre os participantes do programa, aparecendo apenas em alguns cortes específicos de imagem, dando a impressão de que o programa havia colocado a apenas para “embelezamento” do programa.

Quadro 2 – programa veiculado após a estreia do Brasil na Copa do Mundo

EDIÇÃO:	17/06/2018, Nº 4,
DURAÇÃO	28 minutos
TEMA:	Estreia do Brasil contra a Suíça
Linha Fina	Pós-jogo de Brasil x Suíça, melhores momentos de Costa Rica x Sérvia e lances de Alemanha x México.
Convidados	Deborah Secco (atriz) e Letícia Colin (atriz)
Recursos gráficos (infotainment)	• Iluminação pirotécnica • Lance do gol sofrido pelo Brasil (explicação) • Exemplificação do lance no gramado (3x) tecnológico • Tela dividida entre estúdio e equipe de transmissão direto da Rússia • Lance polêmico de Gabriel Jesus • Representação do lance do pênalti (Deborah Secco e apresentador) • Representação do gol brasileiro • Ilustrações de possíveis faltas em Neymar • Ilustração do gol da Sérvia • Arte do grupo no gramado tecnológico
Interação com a plateia	Aplausos Resposta da pergunta feita por Tiago Leifert Apresentador lança bola para a plateia Torcedores mexicanos tocando violão e comemorando

Entradas ao vivo	Galvão Bueno direto do estádio
Matérias	Matéria 1: Alemanha x México (exaltação da derrota alemã)
Melhores dos jogos (com patrocínio oficial da FIFA)	Sim
Crônicas (Se sim, tema)	Não teve
Comentários opinativos e/ou com algum teor de humor	57
Comentários embasados (com dados)	9
Comentários ufanistas/defensivos ao Brasil	15
Críticas ao adversário/árbitro	28
Críticas ao Brasil	4
Quadros humorísticos	Cascadura Júnior narrando Costa Rica x Sérvia (piada sobre a qualidade e com os nomes dos sérvios)
Aparições da DJ	3
Exaltação da beleza física de mulheres (comentários, assobios...)	2

Fonte: produzido pelo autor.

5.2 Comentários sobre o Programa 2

Único programa analisado a ir ao ar logo após o jogo do Brasil, essa edição teve menos recursos de infotainment em relação ao anterior, tendo em vista a duração de pouco menos de trinta minutos.

Com a entrada ao vivo do narrador Galvão Bueno e do comentarista de arbitragem Arnaldo César Coelho, o programa baseou-se em reclamar da atuação da arbitragem do jogo entre Brasil e Suíça.

Com muitos replays em câmera lenta, o programa construiu um discurso ufanista baseado na revolta com os erros de arbitragem, exaltando também toda a história do futebol brasileiro, e também protecionista em relação ao jogador Neymar,

atleta de 26 anos que foi chamado de “Menino Ney” e que havia, na visão do programa, sido caçado violentamente no campo de jogo.

Fugindo do mal desempenho da equipe em campo, o programa conseguiu virar os holofotes para as falhas técnicas da arbitragem ao invés de pontuar falhas e pontos frágeis da equipe, desqualificando o debate sobre os fatos ocorridos dentro de campo.

Quadro 3 – Segunda véspera analisada (Brasil x Costa Rica)

EDIÇÃO:	21/06/2018, Nº 8.
DURAÇÃO	39 minutos
TEMA:	Véspera da segunda partida do Brasil na Copa do Mundo
Linha Fina	Jogos do dia entre Peru x França, Argentina x Croácia e preparativos da partida do Brasil contra a Costa Rica
Convidados	Érico Brás (ator e comediante) e Jayme Matarazzo (ator)
Recursos gráficos (infotainment)	• Iluminação pirotécnica • Trilhas sonoras de tensão na matéria da Argentina • Ilustração das falhas do goleiro • Lances do jogo • Grupo da Argentina no Campo Tecnológico (explicação da situação do grupo) • Tela dividida entre a jornalista Glenda e o estúdio • Escalação do Brasil no campo tecnológico • Mapa de calor e grupo do Brasil • Vídeo de música da seleção direto da Rússia • Pinturas de ruas no campinho • Imagens da torcida australiana • Classificação do grupo C (Austrália, França, Peru e Dinamarca) • Imagens ilustrativas de agressões da partida da França • Computador de análises, números e estatísticas * (2x) • Imagens Keylor Navas
Interação com a plateia	Arquibancada comemora com o apresentador a derrota argentina (3x) Torcida pedindo dança do apresentador

entradas ao vivo	Glenda Kozlowski (agenda da seleção e informação da cidade)
Matérias	• Matéria 1: Derrota argentina (matéria do jogo) • Matéria 2: França x Peru • Matéria 3: Marcos Uchôa traz detalhes da Costa Rica
Melhores dos jogos (com patrocínio oficial da FIFA)	Sim
Crônicas (Se sim, tema)	Não teve
Comentários opinativos e/ou com algum teor de humor	51
Comentários embasados (com dados)	7
Comentários ufanistas/defensivos ao Brasil	5
Críticas ao adversário/árbitro	0
Críticas ao Brasil	0
Quadros humorísticos	Cascadura Júnior narrando Austrália x Dinamarca Canal do Seu Léo na Copa (Léo Batista) Central Kids
Aparições da DJ	4
Exaltação da beleza física de mulheres (comentários, assobios...)	0

Fonte: produzido pelo autor.

5.3 Comentários sobre o Programa 3

Seguindo a linha humorística do primeiro programa analisado, o terceiro também manteve o tom humorístico e irônico em relação à Argentina. Com a plateia comemorando a derrota dos sul-americanos juntamente com Tiago Leifert e os demais membros do programa, o Central utilizou-se de trilhas sonoras dramáticas na matéria relacionada aos argentinos, além de incluir uma legenda com a letra da música criada para brincar com Messi, intitulada “Messi Tchau”.

Passando também pelo jogo entre França e Peru, onde a discussão foi marcada apenas pelas agressões dos jogadores dentro de campo, esvaziado

completamente o debate técnico sobre a França, seleção que viria a ser campeã do torneio. Trazendo os preparativos do time para o jogo, Tiago Leifert e Caio Ribeiro demonstraram de forma mais didática o que era um mapa de calor e como os jogadores brasileiros teriam vantagem em campo. No entanto, não houve demonstração tática ou apontamentos sobre a Costa Rica, que teve apenas seu goleiro, Kaylor Navas, como figura destacada no debate entre os participantes do programa.

Era apresentado nesta edição o SANDI, Sistema de análise de números, dados e insights. Sua primeira participação já foi marcada por uma informação equivocada, relacionada à velocidade máxima atingida pelo atacante peruano Carrillo

Quadro 4 – programa veiculado após a vitória contra a Costa Rica

EDIÇÃO:	22/06/2018, Nº 9.
DURAÇÃO	38 minutos
TEMA:	Pós-jogo de Brasil x Costa Rica
Linha Fina	Comentários da partida do Brasil e dos jogos entre Suíça x Sérvia e
Convidados	Kaká (ex-jogador) e Renato Góes (ator)
Recursos gráficos (infotainment)	• Iluminação pirotécnica • Animação holográfica de Neymar no Campinho tático • Imagem da partida com Neymar e Marcelo nervosos • Imagens para ilustrar juiz perseguindo Neymar • Ângulos diferentes dos gols do Brasil • Demonstração com mapa de calor dos posicionamentos de Neymar nos jogos até aqui • Holograma de Neymar no campinho tecnológico • Demonstração do lance com Tiago Leifert e Caio Ribeiro • Escalação do Brasil • Classificação do grupo do Brasil • Arte com os próximos jogos • Imagens de Tite Caindo • Arte da tabela do grupo da Argentina • Imagens e trilha sonora de exaltação ao “menino Ney”

Interação com a plateia	Plateia vestida de verde e amarelo comemora a vitória durante todo programa Resposta de pergunta sobre possível pênalti em Neymar Torcida responde se concorda com escalação Kaká jogando bola com membros da plateia
entradas ao vivo	Não teve
Matérias	• Matéria 1:Resumo do jogo do Brasil • Matéria 2: Primeiro gol do Brasil em detalhes • Matéria 3: Detalhe do possível pênalti • Matéria 4: Detalhes do segundo gol • Matéria 5: O que conversaram os jogadores entre si
Melhores dos jogos (com patrocínio oficial da FIFA)	Sim
Crônicas (Se sim, tema)	Caio Ribeiro: A torcida sempre acredita - obrigação do torcedor Tiago Leifert: Carta de Amor ao “menino Ney”
Comentários opinativos e/ou com algum teor de humor	51
Comentários embasados (com dados)	3
Comentários ufanistas/defensivos ao Brasil	11
Críticas ao adversário/árbitro	7
Críticas ao Brasil	1
Quadros humorísticos	Cascadura Jr: Crônica do jogo do Brasil Imagem do dia: Tite caiu Toca pra Mari: quadro de uma repórter despreparada
Aparições da DJ	2
Exaltação da beleza física de mulheres (comentários, assobios...)	1

Fonte: produzido pelo autor

5.4 Comentários sobre o Programa 4

O programa do segundo pós-jogo da seleção brasileira na Copa do Mundo foi marcado por fortes críticas em relação à postura defensiva da Costa Rica, chamada pelo apresentador Tiago Leifert de “medrosa”. Na visão geral do programa, que contou nesta edição com o ex-atleta Kaká, o Brasil jogou muito bem contra um adversário que apenas sabia se defender.

O juiz da partida, pela segunda vez na competição, foi duramente criticado por não ter defendido os atletas brasileiros das faltas costa-riquenhas. Vale lembrar que foi nessa partida que o atleta Neymar ofendeu de forma baixa todos os adversários que vinham reclamar de suas quedas cenográficas, além de ter solicitado que o árbitro não o tocasse mais em um momento que o árbitro tentou de forma mais aproximada pedir que Neymar não simulasse mais de forma acintosa.

O Central da Copa continuava a defender pessoalmente o jogador Neymar, imputando na imprensa brasileira um papel de defesa necessária ao craque brasileiro, já que a imprensa mundial criticava o cai-cai desenfreado praticado pelo atacante. Dessa forma, o programa omitia das críticas o papel secundário a que Neymar vinha ocupando no torneio.

O quadro humorístico “Toca pra Mari” apareceu pela primeira vez nesta análise. A humorista Mari Santos interpreta uma repórter que cobre a Copa do Mundo *in loco*, mas que não entende nada de futebol. A retratação de um clichê do jornalismo esportivo, no entanto, serve apenas para reforçar preconceitos relacionados à mulher no jornalismo esportivo.

Quadro 5 – Terceira véspera analisada (Brasil x Sérvia)

EDIÇÃO:	26/06/2018, Nº 12.
DURAÇÃO	32 minutos
TEMA:	Véspera do último jogo do Brasil na primeira fase
Linha Fina	Classificação sofrida da Argentina e preparativos da seleção brasileira para o último jogo da primeira fase
Convidados	Toni Garrido (músico)

Recursos gráficos (infotainment)	• Iluminação pirotécnica • Trilha sonora de sofrimento na matéria 1 da Argentina • Gol da Argentina por vários ângulos diferentes, alternando a velocidade da imagem (slow motion) • Escalação do Brasil no campinho tático • SANDI mostrando estatísticas do time brasileiro e do adversário (média de altura) • Campinho tecnológico mostra mapa da Rússia, mostrando também local do jogo e horário • Tela dividida entre a repórter e o apresentador Tiago Leifert • Legenda da música da Argentina durante a matéria "Na Torcida" • Horários dos jogos e datas dos confrontos de oitava de final ilustrados no campinho tecnológico • Imagens do técnico argentino nos gols do time (com uma seta apontando para onde o espectador deve olhar) • Imagens dos jogadores australianos abraçando familiares • Legenda do hino peruano na matéria 5
Interação com a plateia	Tiago Leifert fala como Alejandro, torcedor argentino que balança uma bandeira. Aplausos nos finais e nos inícios das matérias, quadros e entradas ao vivo Argentino Alejandro em primeiro plano após as matérias da Argentina
entradas ao vivo	Glenda Kozlowski traz informações do time brasileiro
Matérias	• Matéria 1: Primeiro tempo da Argentina • Matéria 2: Meninas analisando a seleção • Matéria 3: Na Torcida (Argentina) • Matéria 4: Time grande não cai (segundo tempo da Argentina) • Matéria 5: Jogo entre Peru x Austrália
Melhores dos jogos (com patrocínio oficial da FIFA)	sim
Crônicas (Se sim, tema)	Não teve
Comentários opinativos e/ou com algum teor de humor	33
Comentários analíticos (com dados	9

e imagens)	
Comentários ufanistas/defensivos ao Brasil	3
Críticas ao adversário/árbitro	0
Críticas ao Brasil	0
Quadros humorísticos	Canal do Seu Léo: análise da Sérvia Toca pra Mari: analisa a Sérvia (Brasil só vence times com C) Narração de Cascadura Jr ao lado da DJ (deixando ela sem graça)
Aparições da DJ	7
Exaltação da beleza física de mulheres (comentários, assobios...)	3

Fonte: produzido pelo autor.

5.5 Comentários sobre o Programa 5

Além do normal tom humorístico em relação à Argentina, esta edição do programa contou com um argentino comemorando a classificação para as oitavas de final. Com muitas imagens durante o debate, os membros do programa, em especial a jornalista Bárbara Coelho, puderam tecer comentários analíticos, embora rasos, em relação ao time de Messi.

O campinho tecnológico, além de ter sido utilizado para demonstração da escalação do Brasil e de mostrar a situação dos grupos da Copa, também serviu como mapa da Rússia, situando de forma mais prática o receptor em relação ao local do jogo, ao horário, mas também ao estádio onde o jogo entre Brasil e Sérvia havia sido disputado.

Na parte humorística da atração, o humorista Márvio Lúcio, responsável por interpretar o narrador Cascadura Jr, narrou a partida entre Peru e Austrália ao lado da Dj Bárbara Labres. O tom humorístico do quadro, no entanto, se deu pela utilização clichê da palavra Peru com conotações sexuais, algo que deixava a Dj em muitos momentos incomodada.

Já na parte de análise do adversário, o programa apenas trouxe estatísticas referentes à média de altura do time sérvio, deixando de lado qualquer informação relevante sobre o adversário brasileiro.

Quadro 6 – Programa veiculado após vitória do Brasil sobre a Sérvia por 1 a 0

EDIÇÃO:	27/06/2018, Nº 13.
DURAÇÃO	37 minutos
TEMA:	Pós-jogo do último jogo do Brasil na primeira fase
Linha Fina	Repercussão das partidas do dia, principalmente a que envolveu o Brasil e a Alemanha
Convidados	Marcelo Adnet (humorista)
Recursos gráficos (infotainment)	• Iluminação pirotécnica em verde e amarelo • Capas de jornais alemães (vingança do 7x1) • Legenda de música mostrada no “Na Torcida” • Escalação do Brasil com demonstração dos comentaristas no campinho tecnológico, • Imagens dos lances perigosos do Brasil • Música épica na matéria 1 • Imagens dos gols do Brasil • Imagem do goleiro rival usando tiara • Imagem lesão de Marcelo • Tela dividida entre a repórter e o apresentador Tiago Leifert • Trilha sonora K-pop • Memes brincando com a derrota da Alemanha • Informações sobre os confrontos das oitavas de final mostradas no Campinho tecnológico • Imagem do gol de pênalti da Costa Rica sobre o Suíça • Tabela dinâmica durante a matéria 4 • Hologramas de ursos dançando no campo tecnológico
Interação com a plateia	Torcida com máscaras coreanas Plateia exaltando Brasil, cantando músicas de arquibancada, nomes de jogadores
entradas ao vivo	Glenda Kozlowski traz informações do time brasileiro

Matérias	• Bolão do Apocalipse: previsões que deram certo • Na torcida: imagens dos brasileiros em metrô de Moscou • Matéria 1: Análise do gol e lance semelhante • Matéria 2: Segundo gol do Brasil • Matéria 3: Acompanhamento do jogo com cegos • Matéria 4: Eliminação Alemanha (6 minutos)
Melhores dos jogos (com patrocínio oficial da FIFA)	Sim
Crônicas (Se sim, tema)	Não teve
Comentários opinativos e/ou com algum teor de humor	49
Comentários analíticos (com dados e imagens)	10
Comentários ufanistas/defensivos ao Brasil	14
Críticas ao adversário/árbitro	0
Críticas ao Brasil	0
Quadros humorísticos	Crônica de Cascadura Jr: classificação do Brasil
Aparições da DJ	5
Exaltação da beleza física de mulheres (comentários, assobios...)	1

Fonte: produzido pelo autor.

5.6 Comentários sobre o Programa 6

Nesta edição o programa foi dividido entre dois assuntos principais: a eliminação precoce da Alemanha e a vitória do Brasil. A eliminação alemã foi tratada pela atração com tom de vingança pela derrota de 7 a 1 aplicada pela seleção europeia no Brasil na Copa de 2014. Os *offs* das matérias exaltaram a atuação dos coreanos e ironizaram as falhas alemãs, como no momento em que alguns atletas europeus se lamentavam pelos erros cometidos dentro de campo.

A torcida, ao som de músicas coreanas, comemorava junto aos membros do programa a eliminação do rival. Foram mostradas capas de jornais alemães e *memes*¹⁷ do Neymar brincando com a saída precoce da seleção germânica.

Em relação ao Brasil, o tom da análise continuou positivo em relação à atuação da seleção brasileira. Demonstrando no campo tecnológico todas as movimentações do gol brasileiro, a cada comentário a torcida aplaudia o que reforçava as opiniões apresentadas pelos participantes da atração.

Um recurso artístico utilizado de forma bastante interessante foi a inserção de uma tabela dinâmica durante a última matéria que mostrava como a situação do grupo F, que envolvia México, Suécia, Alemanha e Coréia do Sul, mudava conforme os gols dos jogos foram ocorrendo. A cada alteração, a tabela foi se atualizando durante a narrativa da matéria que durou cerca de seis minutos, muito longo se comparada com as outras utilizadas na atração.

¹⁷ Montagem ou imitação popular na internet que visa divertir por meio de ironias, comparações, apontamentos, ou outros recursos humorísticos.

Quadro 7 – último Central veiculado antes do jogo entre Brasil e México. Foi ao ar dois dias antes da partida

EDIÇÃO:	30/06/2018, Nº 16.
DURAÇÃO	32 minutos
TEMA:	Véspera do confronto de oitavas de final contra o México.
Linha Fina	Classificação da França, do Uruguai e prévia do jogo do Brasil contra o México.
Convidados	Di Ferrero (músico)
Recursos gráficos (infotenimento)	• Iluminação pirotécnica • Foto antiga de Mbappé (ilustrando comentário) • Som do Papa Léguas • Arte com média de velocidade no campinho tecnológico (comentário sobre Mbappe). • Imagens do gol de Pavard e dos jogadores da França (ilustrando o debate) • Imagens do Messi e dos jogadores argentinos (ilustrando o debate) • Imagem de Griezmann comemorando o gol e procurando familiares na arquibancada pós-jogo • Imagens de ruas pintadas no campinho tecnológico • iluminação do programa em verde e amarelo • Imagem de Marcelo treinando (debate) • Mapa da Rússia com a localização do jogo, o horário e o estádio da partida no campinho tático • Imagens de Neymar dando autógrafos • Comparação de Messi e Cristiano Ronaldo em copas no campinho tático - holograma dos jogadores • Cristiano Ronaldo mostrando as pernas musculosas (debate) • Gol do Uruguai (debate) • Imagem de Cristiano Ronaldo ajudando Cavani a sair de campo • hologramas dos ursos dançando no campinho tecnológico • Cantor Di Ferrero performando no palco
Interação com a plateia	Palmas antes e depois das matérias e quadros Torcida cantando música satírica para Argentina
Entradas ao vivo	

Matérias	• Matéria 1: Mbappé eliminando a Argentina • Matéria 2: França se recupera e vira o jogo • Matéria 3: reações argentinas pós-eliminação • Matéria 4: Minha Rua na Central • Matéria 5: Portugal x Uruguai
Melhores dos jogos (com patrocínio oficial da FIFA)	Sim
Crônicas (Se sim, tema)	Não teve
Comentários opinativos e/ou com algum teor de humor	38
Comentários analíticos (com dados e imagens)	8
Comentários ufanistas/defensivos ao Brasil	3
Críticas ao adversário/árbitro	0
Críticas ao Brasil	0
Quadros humorísticos	Canal do Seu Léo (explicação da comemoração de Griezmann) Toca pra Mari:: comparação do Brasil com o México
Aparições da DJ	1
Exaltação da beleza física de mulheres (comentários, assobios...)	0

Fonte: produzido pelo autor.

5.7 Comentários sobre o Programa 7

Com a eliminação da seleção argentina, o discurso adotado foi o de críticas a Lionel Messi, ressaltando a dependência brutal do time argentino em relação ao craque do Barcelona. O tom humorístico, no entanto, permanece à medida que os membros do programa agradecem pela eliminação da seleção rival.

Junto com Messi, Cristiano Ronaldo também foi eliminado da competição. A derrota portuguesa frente ao Uruguai serviu de ensejo para a comparação entre as duas estrelas mundiais que dominam o cenário da modalidade desde 2008. Neymar

foi tido pelos membros do programa como maior craque que ainda se manteve no torneio.

A dois dias do jogo contra o México, as únicas informações trazidas sobre a seleção brasileira foram relacionadas à volta de Marcelo após lesão e o fato de Neymar ser o único a dar autógrafos na chegada ao hotel da seleção brasileira.

Quadro 8 – programa veiculado após a vitória por 2 a 0 sobre o México

EDIÇÃO:	02/07/2018, Nº 17.
DURAÇÃO	41 minutos
TEMA:	Pós-jogo da classificação do Brasil
Linha Fina	Pós-jogo de Brasil e México, Neymar perseguido por adversários e os detalhes do jogo entre Bélgica x Japão
Convidados	Fátima Bernardes (jornalista e apresentadora) e Henri Castelli (ator)
Recursos gráficos (infotainment)	• Iluminação e efeitos sonoros de comemoração a vitória do Brasil • Círculos nos jogadores a se prestar a atenção (Matéria 1) • Tabela de artilheiros da seleção brasileira • Escalação do Brasil e mudanças táticas no campinho tecnológico (demonstração Caio Ribeiro) • Imagens do Brasil em campo (debate) • Posicionamento de Gabriel Jesus no campinho tecnológico • Imagens da torcida comemorando na Rússia • Explicação do Balanço defensivo com os participantes do programa no campinho • Imagens do Programa do Faustão (previsão Cláudia Raia) • Imagens de famosos comemorando a vitória brasileira • Imagens do Neymar sofrendo faltas • Imagens do torcedor bizarro com a bandeira do Brasil • Ursos dançando no gramado tecnológico
Interação com a plateia	Comemorando a classificação Aplausos reafirmando comentários Aplausos antes e depois dos quadros e matérias Torcida gritando Neymar

entradas ao vivo	Não teve
Matérias	• Matéria 1: Primeiro gol do Brasil • Matéria 2: Segundo gol do Brasil • Matéria 3: crianças assistindo o jogo no Instituto Neymar • Matéria 4: Neymar sofrendo agressões durante o jogo • Matéria 5: Japão x Bélgica
Melhores dos jogos (com patrocínio oficial da FIFA)	Sim
Crônicas (Se sim, tema)	Não teve
Comentários opinativos e/ou com algum teor de humor	54
Comentários analíticos (com dados e imagens)	6
Comentários ufanistas/defensivos ao Brasil	29
Críticas ao adversário/árbitro	8
Críticas ao Brasil	1
Quadros humorísticos	Crônica Cascadura Jr: jogo do Brasil Toca pra Mari:: falando com Neymar
Aparições da DJ	8
Exaltação da beleza física de mulheres (comentários, assobios...)	0

Fonte: produzido pelo autor.

5.8 Comentários sobre o Programa 8

Após a classificação para as quartas de final, o discurso adotado pelo programa foi de que o Brasil finalmente havia se divertido com a bola no pé, mostrando um futebol alegre. Baseando-se apenas em dois conceitos simplórios sobre futebol, os comentaristas, mais uma vez, deixaram de apontar as falhas do time, que era considerado pelo programa como perfeito e merecedor do troféu que

vinha logo à frente. O treinador Tite também pouco foi questionado pelas escolhas táticas ou jogos ruins do seu time.

Além de justificar a alegria nas pernas do time brasileiro, o Central continuou focando atenção em uma possível teoria da conspiração mundial contra o “Menino Ney”, na qual a imprensa inglesa estaria criticando o jogador brasileiro para que pudesse obter algum tipo de vantagem num possível confronto entre os times.

Tiago Leifert, de forma extremamente equivocada, coloca como papel da imprensa o de defender o jogador perante as críticas de outros veículos, algo que foi visto em todas as edições analisadas.

“O VAR está prejudicando muito o Brasil nessa copa”. Frases como esta dita pelo ex-goleiro Júlio César comprovam o foco exagerado nas atuações da arbitragem, estaria atrapalhando os planos de título da seleção de Neymar. Dessa forma, o Central passou a adotar um discurso de “nós contra todos” durante as edições analisadas.

Quadro 9 – programa veiculado após a derrota por 2 a 1 para a Bélgica

EDIÇÃO:	06/07/2018, Nº 19.
DURAÇÃO	35 minutos
TEMA:	Pós-jogo da eliminação do Brasil
Linha Fina	Impressões do jogo que marcou a eliminação do Brasil e comentários sobre a classificação da França
Convidados	Klebber Toledo (ator) e Luiza Possi (música)
Recursos gráficos (infotainment)	• Iluminação sóbria • Imagens do segundo gol sofrido pelo Brasil (debate) • Imagens para ilustrar o conceito de “falta tática” • Imagens de erros de passe do Brasil (debate) • Imagens de lances perigosos a favor do Brasil(debate) • Números da partida entre Brasil x Bélgica no telão (debate) • Vídeo de torcedores brasileiros que estavam na Rússia apoiando o Brasil após a eliminação • Música otimista no fechamento do programa (Tá Escrito - Grupo Revelação)

Interação com a plateia	Aplausos reafirmando comentários Aplausos antes e depois dos quadros e matérias Plateia respondendo pergunta do apresentador
entradas ao vivo	Não teve
Matérias	• Matéria 1: imponderável. O azar que causou a eliminação brasileira • Matéria 2: Conhecendo o “Feiticeiro de Samara”
Melhores dos jogos (com patrocínio oficial da FIFA)	Sim
Crônicas (Se sim, tema)	Caio Ribeiro: Brasil eliminado após ter feito tudo certo
Comentários opinativos e/ou com algum teor de humor	43
Comentários analíticos (com dados e imagens)	8
Comentários ufanistas/defensivos ao Brasil	11
Críticas ao adversário/árbitro	0
Críticas ao Brasil	8
Quadros humorísticos	0
Aparições da DJ	4
Exaltação da beleza física de mulheres (comentários, assobios...)	0

Fonte: produzido pelo autor.

5.9 Comentários sobre o Programa 9

Apenas após a eliminação do time na Copa do Mundo que o Central da Copa passou a pontuar criticamente a seleção brasileira e também enaltecer a atuação adversária, sem vincular a arbitragem ao tropeço do time. No entanto, passou a vigorar nas matérias, offs, e comentários que o fator sorte foi definitivo para a derrota

brasileira. O discurso de que “a sorte estava do lado rival” dominou os blocos relacionados ao assunto.

Com uma matéria especificamente encaixada no espelho do programa para mostrar que o azar foi determinante na eliminação da seleção brasileira, Tiago Leifert e os demais participantes da roda de conversa adotaram um tom de desabafo, colocando também o fator físico dos europeus como outro dominante em relação ao Brasil.

Em nenhum momento a atração criticou os erros de convocação do técnico Tite, que manteve pelo menos dois atletas lesionados entre os 23 disponíveis para a competição. Além disso, apenas em alguns poucos momentos foi visto de fato um bom futebol por parte do Brasil, que contou com um Neymar displicente e um time com pouca criatividade ofensiva.

6 Aplicação da metodologia: análise quantitativa do Central da Copa

Segundo Bardin, a abordagem quantitativa está fundamentada na frequência de aparição de determinados elementos da mensagem. “A abordagem quantitativa e a qualitativa não tem o mesmo campo de ação. A primeira obtém dados descritivos através de um método estatístico. Graças a um desconto sistemático, esta análise é mais objetiva” (BARDIN, 2009, p.149)

O IRAMUTEQ oferece a possibilidade de diferentes formas de análise de dados textuais, desde aquelas bem simples, como a lexicografia básica (como cálculo Corpus (conjunto de textos) Texto (conjunto de segmentos de texto) Segmento de Texto 5 de frequência de palavras), até análises multivariadas (classificação hierárquica descendente, análise pós-fatorial). (Camargo e Justo, 2013, p. 4).

Para ajustar os comandos do programa, selecionamos índices lexicais que permitissem uma análise mais limpa por assim dizer, favorecendo o processo de leitura e de demonstração de resultados.

Figura 8 – Formas ativas utilizadas para análise através do programa *Iramuteq*.

Clés d'analyse

Choix des clés d'analyse
0=éliminé ; 1=active ; 2=supplémentaire

Adjectif	1	voir liste	Conjonction	0	voir liste
Adjectif démonstratif	1	voir liste	Formes non reconnues	1	voir liste
Adjectif indéfini	0	voir liste	Nom commun	1	voir liste
Adjectif interrogatif	0	voir liste	Nom supplémentaire	1	voir liste
Adjectif numérique	0	voir liste	Onomatopée	0	voir liste
Adjectif possessif	0	voir liste	Pronom démonstratif	1	voir liste
Adjectif supplémentaire	1	voir liste	Pronom indéfini	0	voir liste
Adverbe	1	voir liste	Pronom personnel	0	voir liste
Adverbe supplémentaire	0	voir liste	Pronom possessif	0	voir liste
Article défini	0	voir liste	Pronom relatif	0	voir liste
Article indéfini	0	voir liste	Préposition	0	voir liste
Auxiliaire	0	voir liste	Verbe	1	voir liste
Chiffre	0	voir liste	Verbe supplémentaire	1	voir liste

OK

Fonte: produzida pelo autor.

6.1 Programa 1

Gráfico 1 – Nuvem de palavras do programa 1



Fonte: produzido pelo autor

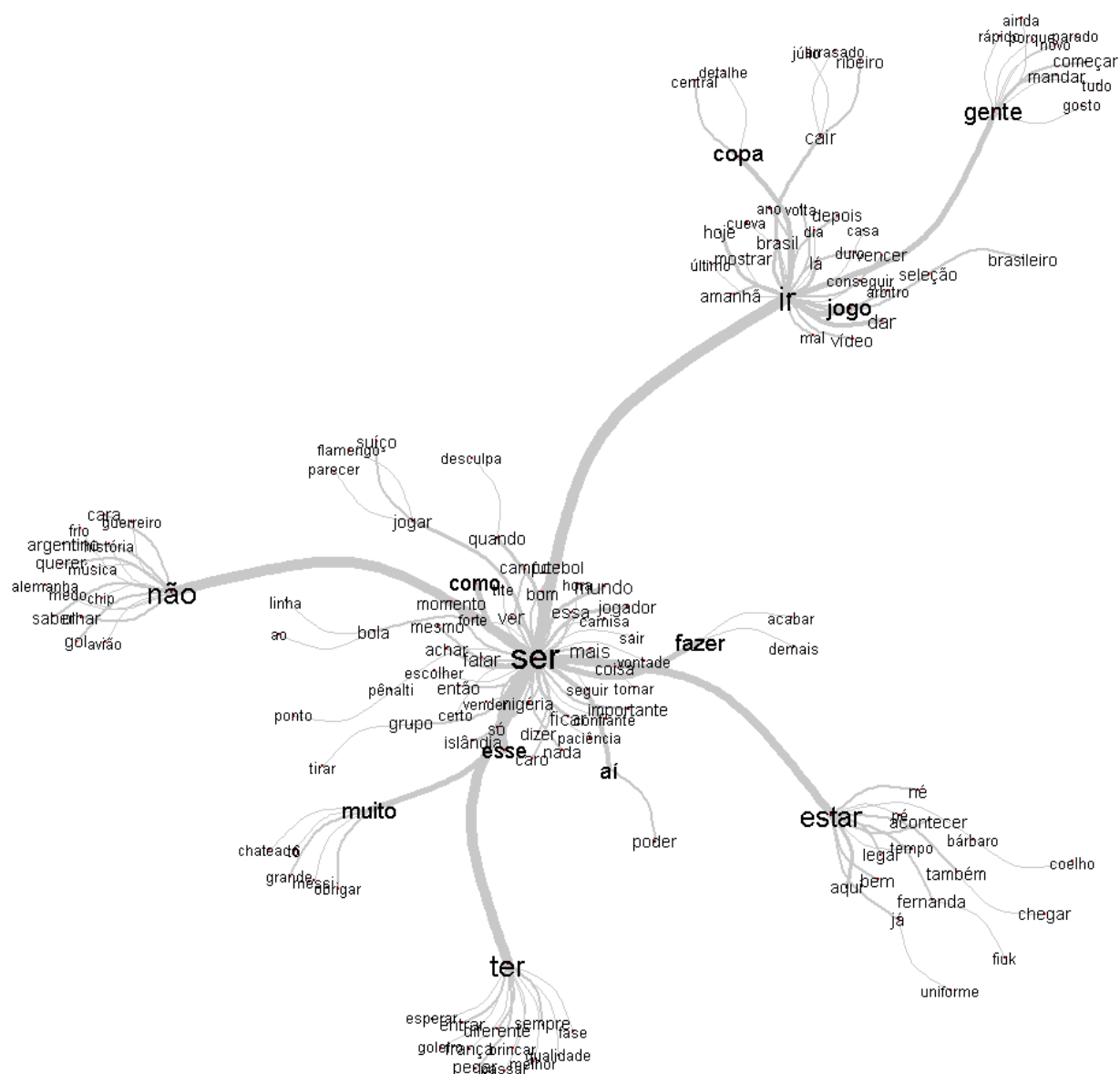
Visando estabelecer uma conexão mais íntima com o telespectador, o Central da Copa optou por uma linguagem mais coloquial, marcada pela utilização de expressões como “gente”, além de verbos suplementares na terceira pessoa, tais como “temos”, “vamos”. As palavras-instrumento, definidas por Bardin (2009) como palavras funcionais de ligação, como artigos, preposições, pronomes, entre outros, foram muito utilizadas, outra mostra do tom de conversa simples adotado pela atração. A massiva utilização de advérbios que expressam intensidade, como “muito” (vinte e oito vezes), e “mais” (dezenove vezes), demonstram uma superlativação dos assuntos, principalmente aqueles relacionados à seleção brasileira, como no caso da crônica utilizada nessa edição.

Quadro 10 – Formas ativas mais destacadas no Programa 1

SER	83	VERBO SUPLEMENTAR
IR	68	VERBO SUPLEMENTAR
TER	54	VERBO SUPLEMENTAR
NÃO	47	ADVÉRBIO (NEGAÇÃO)
ESTAR	45	VERBO
GENTE	32	NOMINAL
MUITO	28	ADVÉRBIO (INTENSIDADE)
JOGO	23	NOMINAL
FAZER	21	VERBO SUPLEMENTAR
COPA	21	NOMINAL

Fonte: produzido pelo autor.

Gráfico 2 – análise de similitude produzida a partir do programa *Iramuteq*



Fonte: produzido pelo autor

No gráfico de Similitude 2 fica evidente como o *Central da Copa* tratou a estreia da seleção brasileira, cercando o assunto com formas lexicais com expressões de defesa ou ufanismo em relação ao assunto. Verbos como “mandar”, utilizados em sentenças como “a gente manda nisso (futebol)”, e “gosto”, exprimindo concordância com a escalação e com o treinador Tite antes da estreia, além da não utilização de léxicos que demonstrem negação, esses vinculados com “Alemanha” e “Argentina” em outro polo do programa, explicita o otimismo adotado nesta edição.

6.2 Programa 2

Gráfico 3 – Nuvem de palavras do Programa 2.



Fonte: produzido pelo autor

Após o empate do Brasil na estreia contra a Suíça, o tom adotado pelo programa foi o de crítica ao árbitro, tido pelo programa como principal responsável pelo tropeço brasileiro. O destaque nas palavras “árbitro”, citada vinte e quatro vezes, o advérbio “não”, ditas outras trinta e duas vezes, e a expressão “falta”, utilizada em vinte e quatro oportunidades, estão relacionados diretamente com o teor crítico em relação à arbitragem.

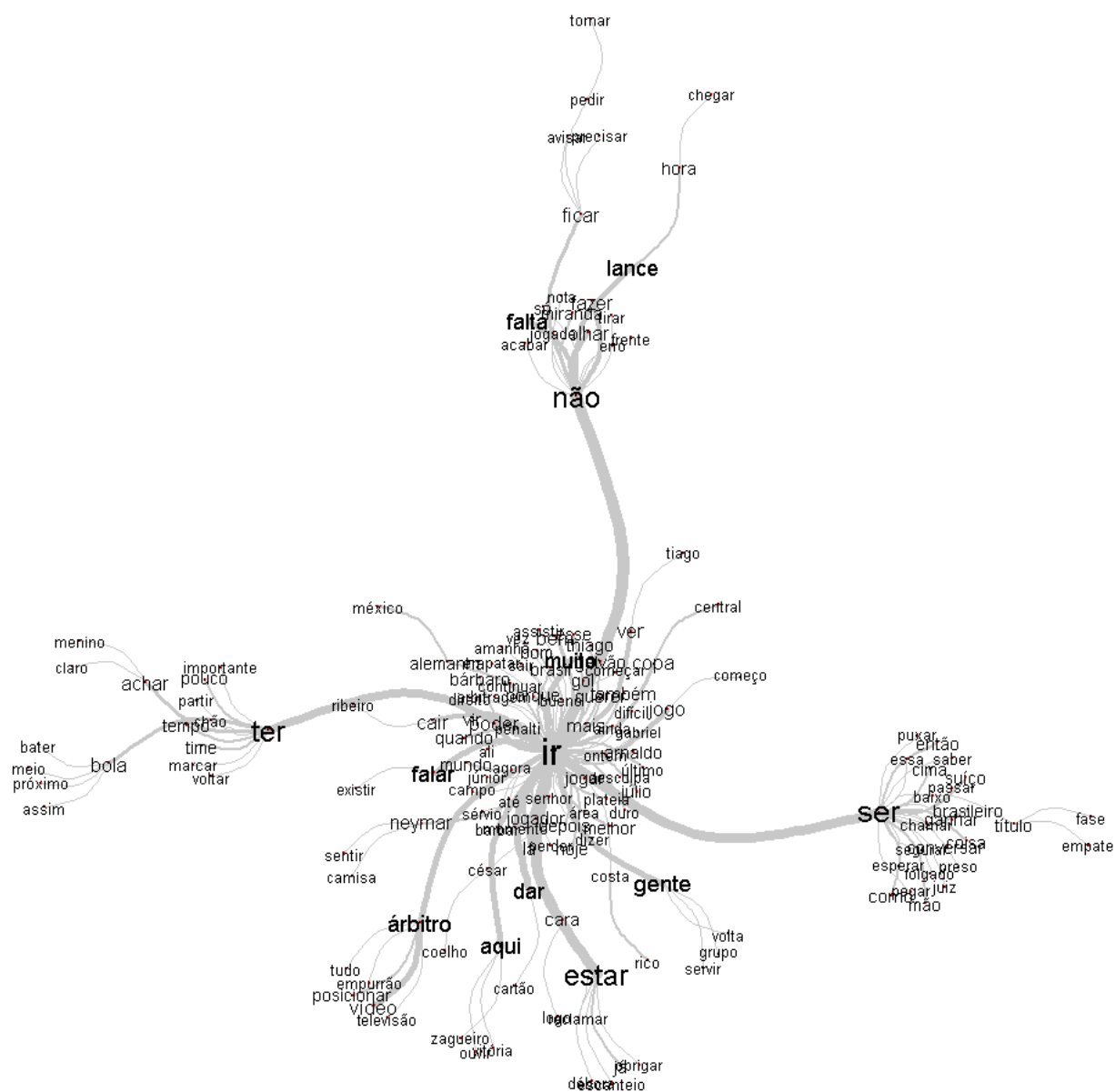
O verbo suplementar “ir”, usado oitenta e três vezes no programa de cerca de meia hora, também demonstra a indignação dos convidados e membros fixos do Central. Sentenças, como “Foi falta”, “fomos prejudicados” e “o árbitro foi mal” foram ouvidas diversas vezes durante o debate dos lances, quando quase nenhuma palavra crítica ao desempenho brasileiro foi encontrada.

Quadro 11 – Formas ativas mais destacadas no Programa 2

IR	83	VERBO SUPLEMENTAR
TER	49	VERBO SUPLEMENTAR
ESTAR	42	VERBO
NÃO	38	ADVÉRBIO (NEGAÇÃO)
ÁRBITRO	24	NOMINAL
GENTE	24	NOMINAL
FALTA	24	NOMINAL
DAR	21	VERBO
FALAR	19	VERBO
VÍDEO	18	NOMINAL

Fonte: produzido pelo autor.

Gráfico 4 – análise de similitude do Programa 2 produzida a partir do programa *Iramuteq*



Fonte: produzido pelo autor

Com a derrota da Argentina, o programa utilizou muitos pronomes pessoais, como “ele” e “eles”, usados quarenta e seis vezes nesta edição. Dessa forma, o Central criou um tom dramático e ao mesmo tempo humorístico para caracterizar a situação argentina na competição. A falha do goleiro argentino Caballero foi um dos principais pontos levantados na discussão, sendo que a palavra “goleiro” apareceu onze vezes.

Quando o assunto foi a segunda partida do Brasil, o programa assumiu um papel otimista em relação as mudanças feitas pelo Tite. Frases como: “O que que a gente precisa fazer para ganhar?”, “A gente precisa ganhar amanhã!” e “isso é bom para gente!” apareceram muito, principalmente quando os participantes do programa fizeram prognósticos do jogo e falaram sobre as mudanças no time.

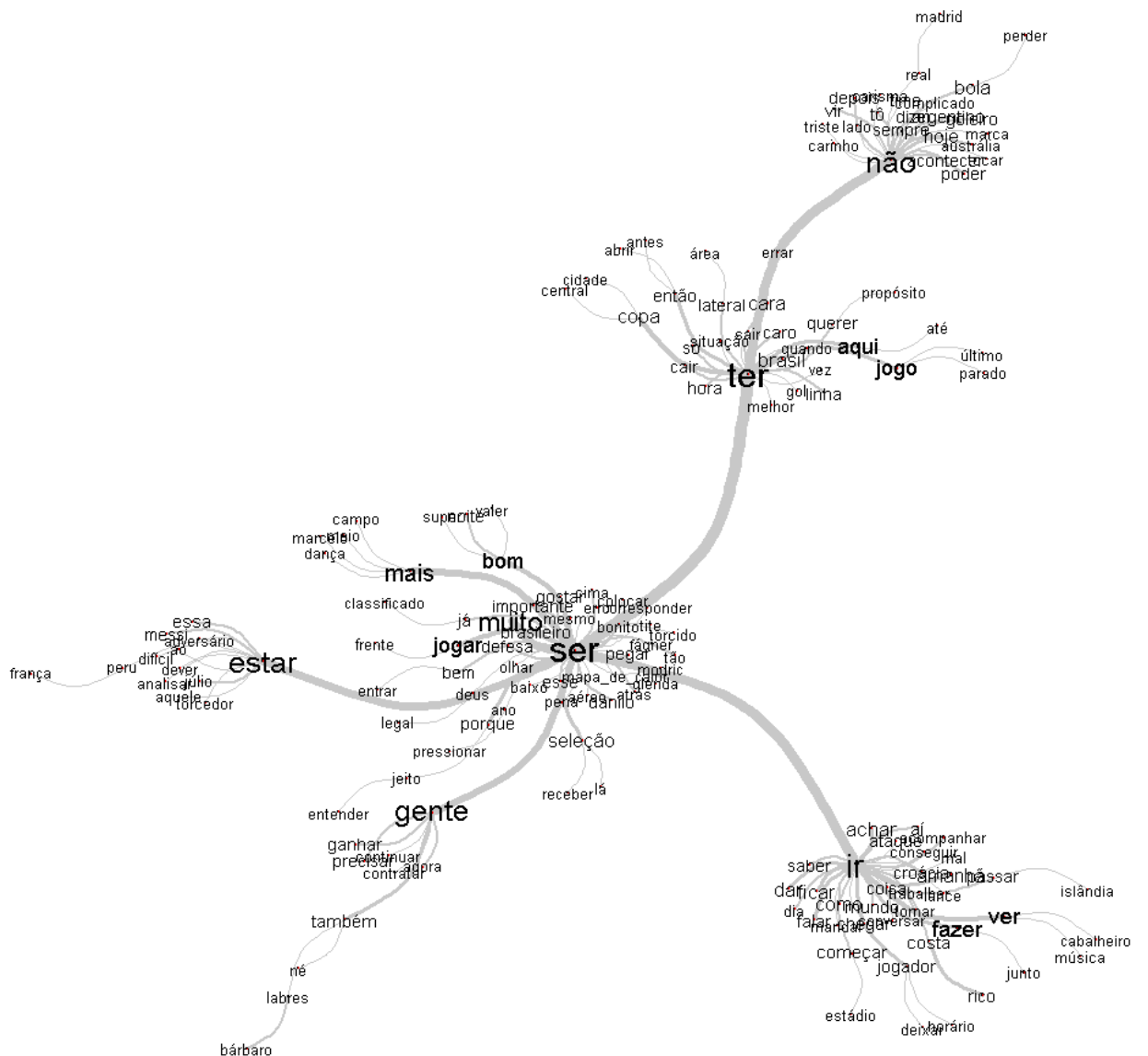
A expressão “gente”, foi usada em quarenta e sete oportunidades, tendo destaque avantajado na nuvem de palavras. Além disso, os verbos “ser” e “ir” foram os léxicos mais utilizados nessa atração. Frases como: “Vamos ganhar amanhã!” e “Ele é um dos melhores jogadores do mundo!” foram usadas no momento em que o jogo contra a Costa Rica foi tema do programa.

Quadro 12 – Formas ativas mais destacadas no Programa 3.

SER	81	VERBO SUPLEMENTAR
IR	66	VERBO SUPLEMENTAR
TER	58	VERBO SUPLEMENTAR
NÃO	48	ADVÉRBIO (NEGAÇÃO)
GENTE	47	NOMINAL
ESTAR	43	VERBO SUPLEMENTAR
MUITO	31	ADVÉRBIO (INTENSIDADE)
MAIS	26	ADVÉRBIO (INTENSIDADE)
BRASIL	25	NOMINAL
VER	22	VERBO SUPLEMENTAR

Fonte: produzido pelo autor.

Gráfico 6 – análise de similitude do Programa 3 produzida a partir do programa *Iramuteq*



Fonte: produzido pelo autor

Marcado pela crônica de defesa a Neymar no final desta edição, foi possível perceber com facilidade a presença do nome do jogador, utilizado trinta e cinco vezes durante o programa. A expressão “menino Ney”, que foi juntada durante a análise para que ela pudesse ser observada nos gráficos, também aparece em destaque na parte inferior do gráfico, já que foi utilizada em nove oportunidades, e próxima a ela, está o verbo “cair”, usado dezoito vezes.

Os verbos “ser”, utilizado em sessenta e quatro oportunidades, e “ir”, usado setenta e quatro vezes, foram muito usados para ressaltar qualidades técnicas de Neymar. Em diversos momentos o programa o colocou acima, ou no mesmo patamar, dos jogadores Messi e Cristiano Ronaldo, que disputam a posição de melhor futebolista do mundo desde 2008. Na visão do programa, Neymar enfrenta a dura missão de vestir a “camisa mais pesada do mundo”.

O discurso adotado pelo programa foi o de que o Brasil fez um bom jogo, adjetivo que aparece em destaque quinze vezes. Criticando a postura defensiva da Costa Rica, o programa também relativizou os momentos de raiva demonstrados por Neymar. O verbo “achar”, usado vinte e duas vezes foi muito empregado em frases do tipo: “Você acha fácil a vida de Neymar?”, “Como você acha que é receber tantas críticas?”

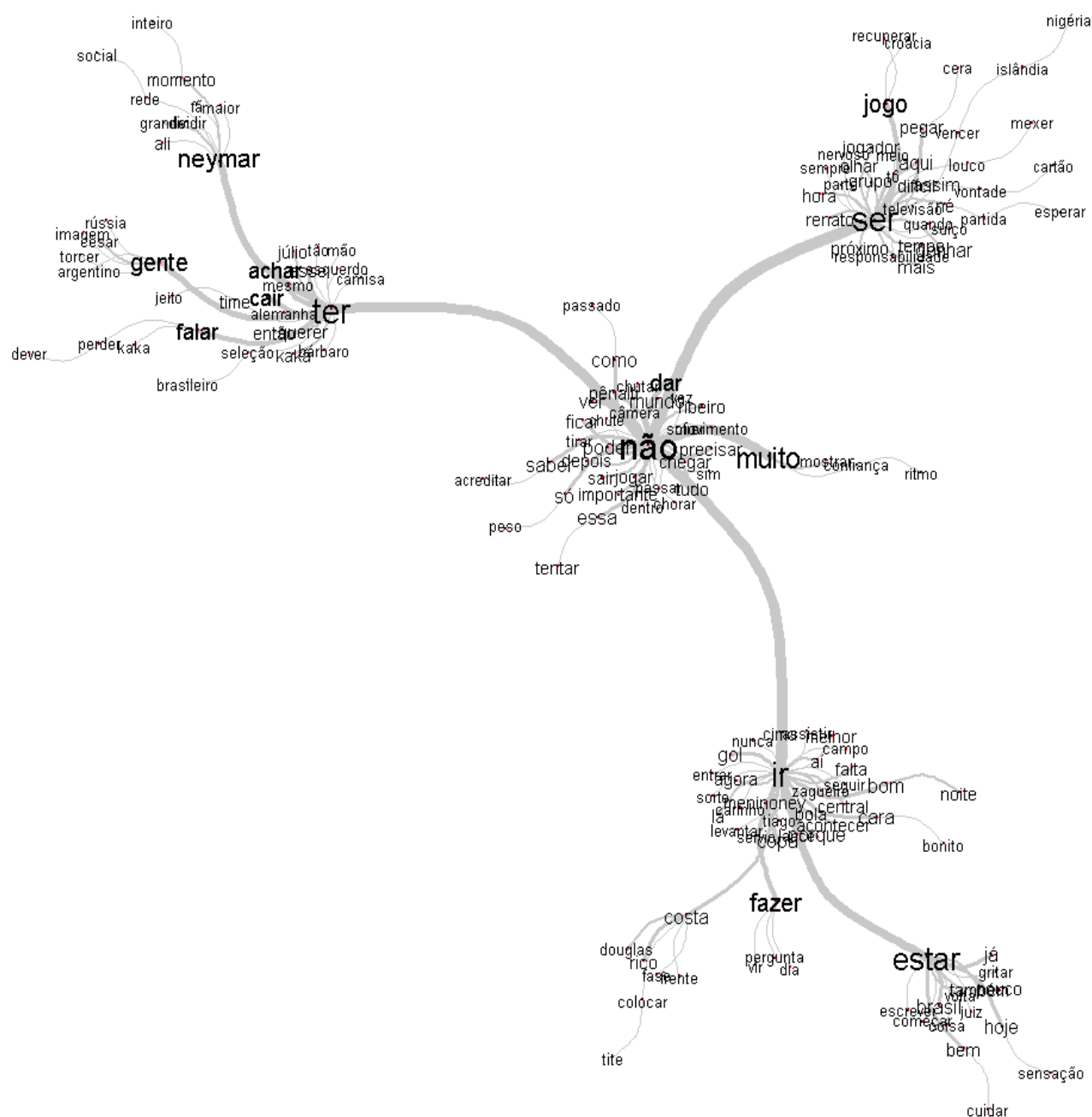
Dessa forma, Tiago Leifert pautou o programa, e, por conseguinte o receptor, de forma a apoiar incondicionalmente o time brasileiro, e o “jovem” Neymar.

Quadro 13 – Formas ativas mais destacadas no Programa 4.

IR	74	VERBO SUPLEMENTAR
NÃO	73	ADVÉRBIO (NEGAÇÃO)
SER	64	VERBO SUPLEMENTAR
TER	51	VERBO SUPLEMENTAR
ESTAR	43	VERBO
NEYMAR	35	NOMINAL
MUITO	34	ADVÉRBIO (INTENSIDADE)
GENTE	26	NOMINAL
JOGO	25	NOMINAL
FAZER	23	VERBO SUPLEMENTAR

Fonte: produzido pelo autor

Gráfico 8 – análise de similitude do Programa 4 produzida a partir do programa *Iramuteq*



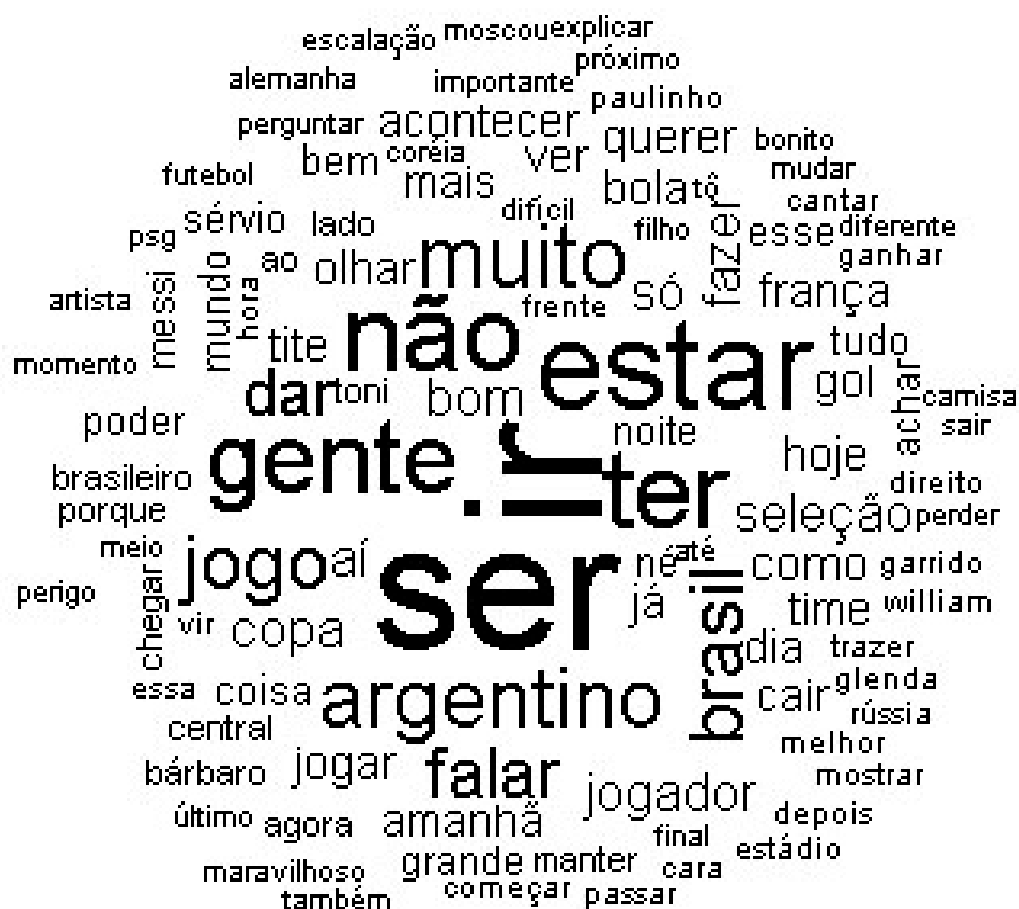
Fonte: produzido pelo autor

A posição de defesa ao Neymar assumida de fato neste programa analisado fica evidente com o gráfico de similitude, onde podemos observar que o tema “Neymar” aparece em evidência no polo inferior da análise.

Proximamente conectado ao verbo “ir”, a expressão “menino Ney” aparece próximo ao verbo “levantar”, utilizado muitas vezes de forma irônica para demonstrar que o jogador superará as críticas, e também do verbo “cuidar”, usado várias vezes pelo apresentador como função da imprensa.

6.5 Programa 5

Gráfico 9 – Nuvem de palavras do Programa 5



Fonte: produzido pelo autor.

O tema “Argentina” ocupou grande parte do tempo desta edição. Não à toa a palavra “argentino” foi utilizada em dezenove ocasiões, O pronome pessoal “Ele” também foi amplamente utilizado durante a atração. Citado trinta e seis vezes, o pronome foi encontrado em maior agrupamento quando os comentaristas utilizavam imagens do jogo para mostrar como algum jogador reagiu ou agiu dentro de campo.

Com o destaque comum do léxico “gente”, dito em vinte e cinco oportunidades, indicando um tom de bate-papo e de intimidade com o receptor, a utilização do advérbio de tempo “amanhã” também teve destaque na parte inferior da nuvem, próximo aos verbos “jogar” e “passar”, indicando os preparativos do jogo do Brasil contra a Sérvia que aconteceria no dia seguinte.

Quadro 14 – Formas ativas mais destacadas no Programa 5

IR	52	VERBO SUPLEMENTAR
SER	47	VERBO SUPLEMENTAR
ESTAR	32	VERBO
TER	28	VERBO SUPLEMENTAR
NÃO	27	ADVÉRBIO (NEGAÇÃO)
GENTE	25	NOMINAL
MUITO	20	ADVÉRBIO (INTENSIDADE)
ARGENTINO	19	NOMINAL
JOGO	17	NOMINAL
BRASIL	17	NOMINAL
FALAR	15	VERBO
DAR	13	VERBO

Fonte: produzido pelo autor

Gráfico 10 – análise de similitude do Programa 5 produzida a partir do programa *Iramuteq*

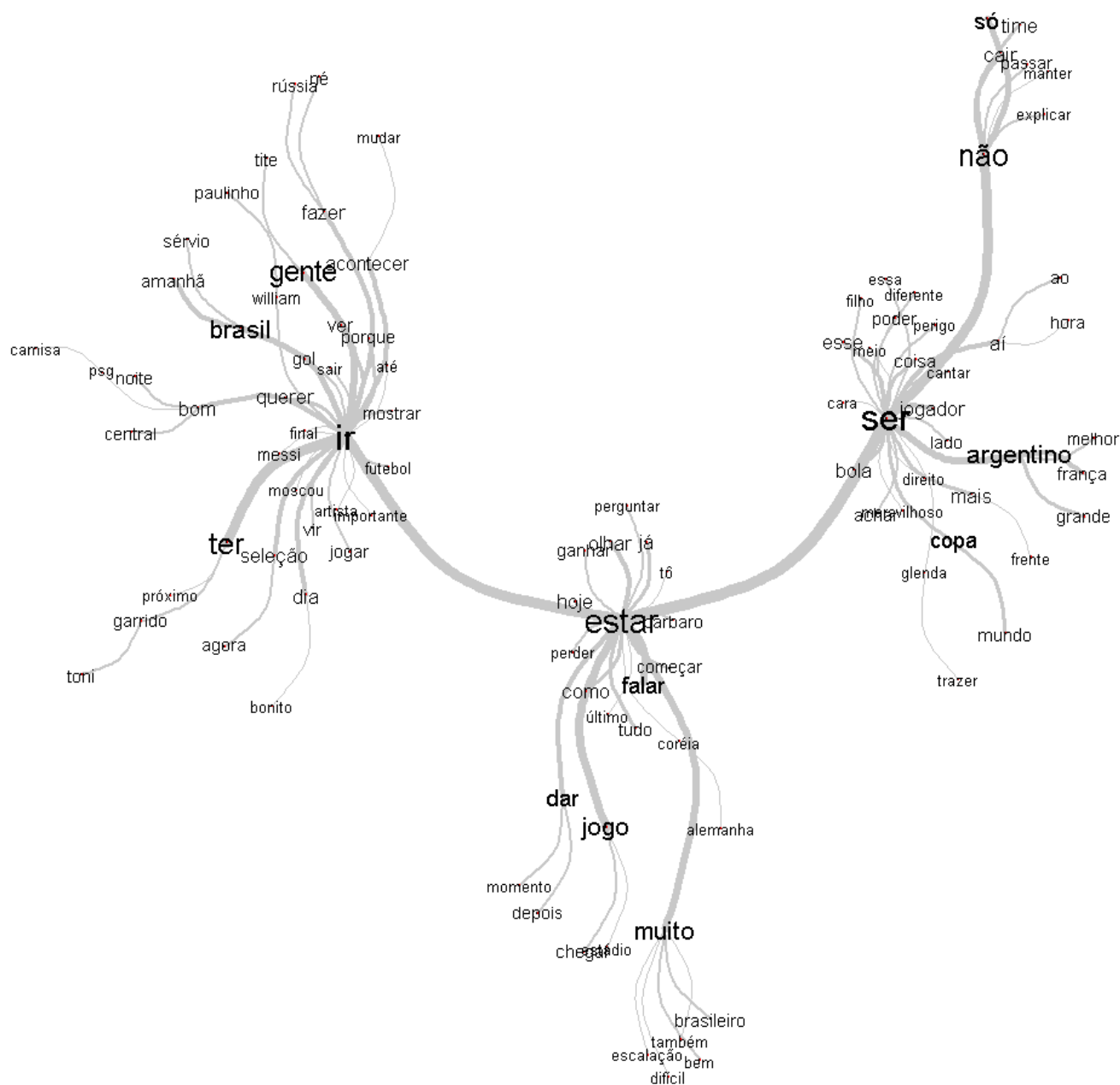


Figura 11: produzida pelo autor.

Com muitos vídeos utilizados durante a discussão sobre a eliminação da Alemanha na primeira fase e a vitória brasileira frente à Sérvia, a atração utilizou amplamente os léxicos que indicam apontamentos, tais como “mostrar”, usada doze vezes, e “aqui”, usado em vinte e uma oportunidades.

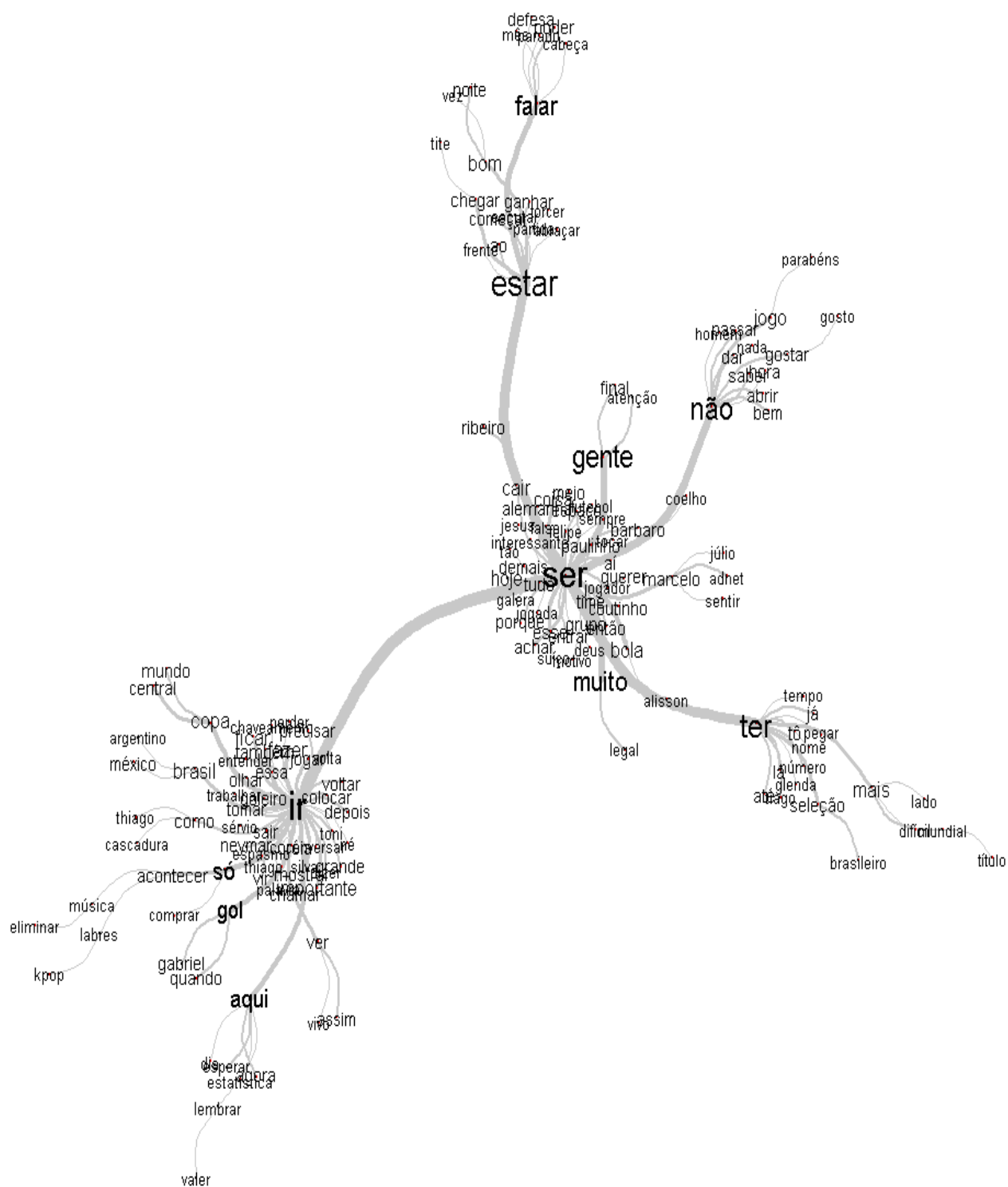
As palavras “Coréia”, “Alemanha”, “Paulinho”, “importante”, e “Brasil” aparecem quase que com a mesma intensidade, mostrando como essas foram dominantes durante o debate.

Quadro 15 – Formas ativas mais destacadas no Programa 6

IR	81	VERBO SUPLEMENTAR
SER	71	VERBO SUPLEMENTAR
ESTAR	58	VERBO
TER	47	VERBO SUPLEMENTAR
NÃO	47	ADVÉRBIO (NEGAÇÃO)
GENTE	39	NOMINAL
MUITO	35	ADVÉRBIO (INTENSIDADE)
FALAR	24	VERBO
GOL	22	NOMINAL
AQUI	21	ADVÉRBIO (LUGAR)

Tabela 15: produzida pelo autor

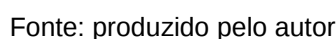
Gráfico 12 – análise de similitude do Programa 6 produzida a partir do programa Iramuteq



Fonte: produzido pelo autor

Já no polo que analisou a vitória brasileira, a discussão se mostrou mais ampliada, com pelo menos três ramificações bem destacadas. Com léxicos como “interessante”, “passar”, “gosto” “Paulinho”, “ganhar”, “bom” e “chegar” vinculados com verbos “ser”, “estar” e “ter”, fica mais evidente como a classificação já era aguardada pelos participantes do programa, que elogiaram muito a atuação do Brasil em mais uma partida instável do time.

Gráfico 13 – Nuvem de palavras do Programa 7.



Com as eliminações de Messi e Cristiano Ronaldo, os nomes dos jogadores aparecem de forma destacada e muito próxima ao centro, indicando o tempo e a importância dado a esse tema nesta edição. O advérbio “não” também aparece destacado. Utilizado cinquenta e quatro vezes, o léxico que indica negação foi utilizado em frases que destacaram a eliminação dos países, e, conseqüentemente, dos dois jogadores.

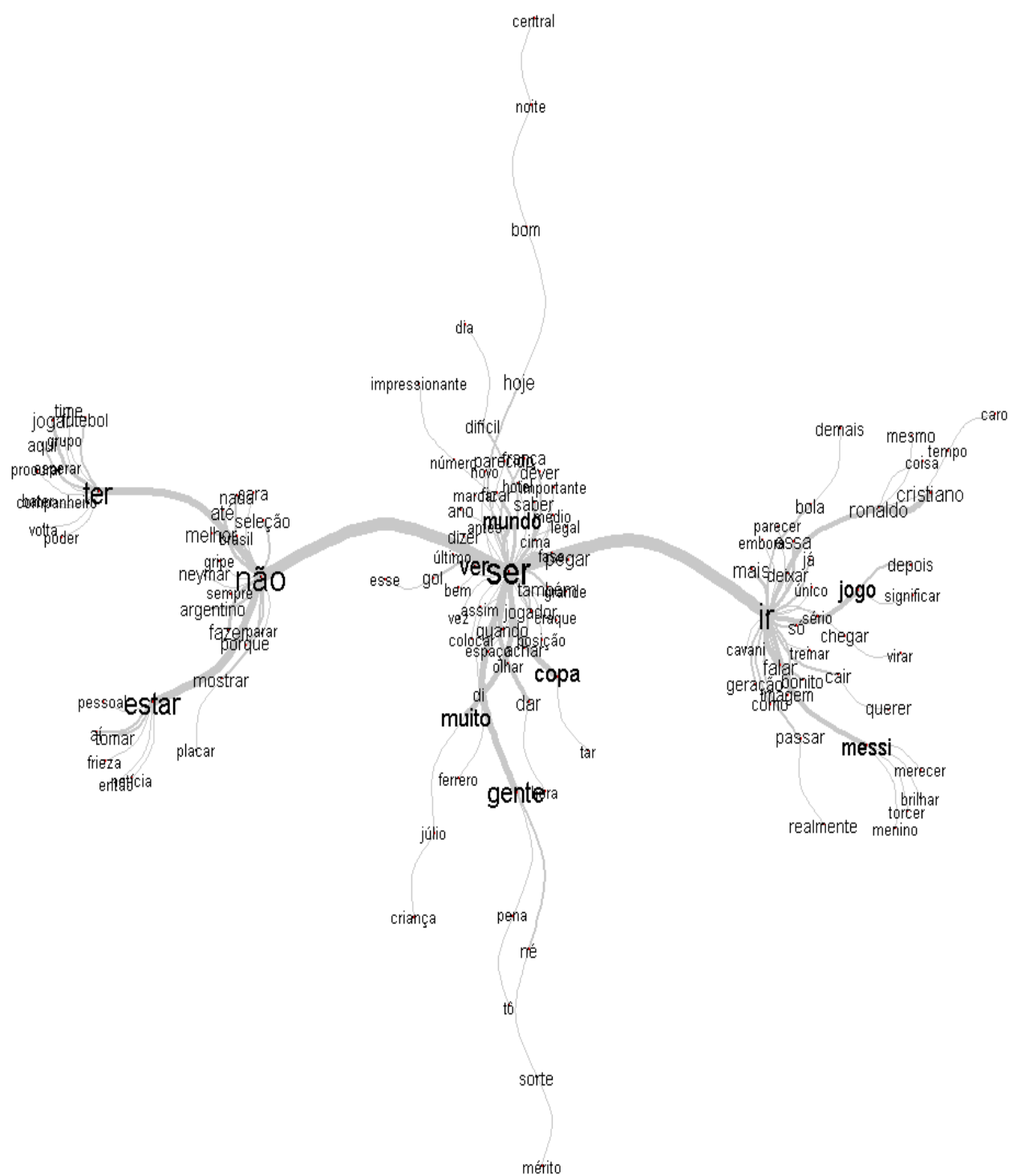
Com espaço de um dia até o jogo do Brasil, pouco se percebe no gráfico a ocorrência de palavras vinculadas com o assunto do jogo.

Quadro 16 – Formas ativas mais destacadas no Programa 7.

SER	56	VERBO SUPLEMENTAR
NÃO	54	ADVÉRBIO (NEGAÇÃO)
IR	51	VERBO SUPLEMENTAR
ESTAR	33	VERBO SUPLEMENTAR
TER	30	VERBO SUPLEMENTAR
GENTE	25	NOMINAL
MUITO	20	ADVÉRBIO (INTENSIDADE)
COPA	19	NOMINAL
VER	17	VERBO SUPLEMENTAR
JOGO	17	NOMINAL

Fonte: produzido pelo autor

Gráfico 14 – análise de similitude do Programa 7 produzida a partir do programa Iramuteq



Fonte: produzido pelo autor

Do lado oposto, percebemos palavras mais leves e confiantes relacionadas ao Brasil, caso de “melhor”, “esperar” e “mostrar”, indicando esperança e expectativa de vitória sobre o México, que teve o léxico “gripe” como o mais destacado quando os comentários se referiram à seleção da América do Norte.

Com a palavra “Neymar” aparecendo trinta e duas vezes durante o programa, o assunto central foi a vitória contra o México, mas, sobretudo, a defesa do Central ao jogador brasileiro. Palavras como “muito”, pronunciada quarenta e nove vezes, foram usadas para qualificar as faltas aplicadas pelos mexicanos, assim como “esse”, usado dez vezes e, em sua maioria, para mostrar quem agrediu o jogador brasileiro.

O léxico “falar”, empregado vinte e nove vezes, está relacionado com a defesa de Neymar em relação aos setores da imprensa nacional e internacional que, nas palavras utilizadas pelos participantes do programa, perseguem o camisa dez brasileiro.

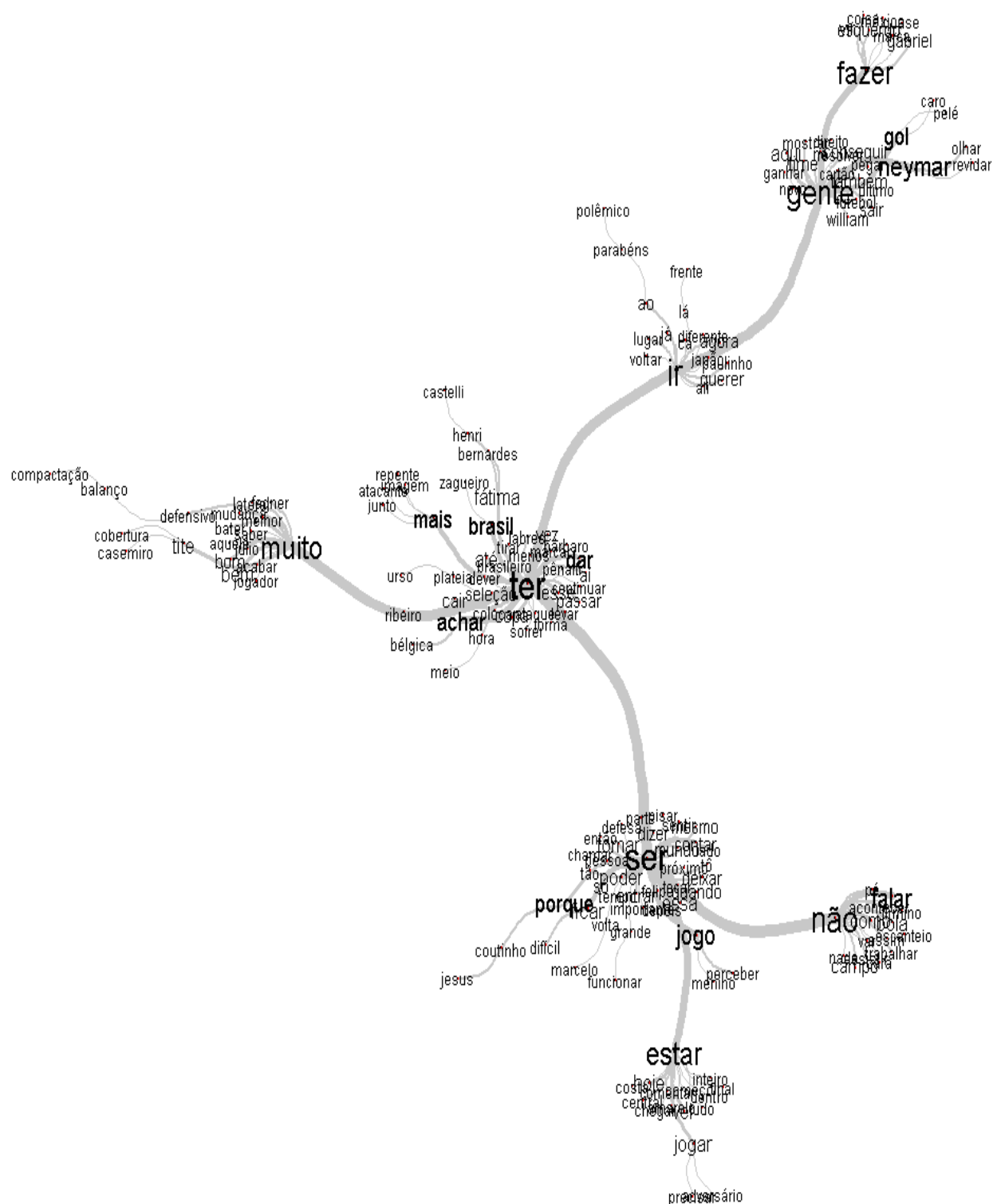
Com esse clima de defesa marcante, mais uma vez pouco enxergamos palavras alusivas ao desempenho técnico do time, muitas vezes apenas elogiados durante este, mas também durante os outros programas analisados.

Quadro 17 – Formas ativas mais destacadas no Programa 8.

SER	79	VERBO SUPLEMENTAR
TER	77	VERBO SUPLEMENTAR
NÃO	69	ADVÉRBIO (NEGAÇÃO)
IR	66	VERBO SUPLEMENTAR
GENTE	52	NOMINAL
MUITO	49	ADVÉRBIO (INTENSIDADE)
ESTAR	46	VERBO
FAZER	41	VERBO SUPLEMENTAR
NEYMAR	32	NOMINAL
FALAR	29	VERBO

Fonte: produzido pelo autor

Gráfico 16 – análise de similitude do Programa 8 produzida a partir do programa *Iramuteq*



Fonte: produzido pelo autor

Após a eliminação do Brasil na competição, o Central voltou a utilizar o velho clichê da imprensa esportiva brasileira de ressaltar a história da camisa e do nosso futebol nos momentos de derrota ou eliminação. A utilização massiva dos verbos “ser”, usado cento e vinte oito vezes, e “ter”, que apareceu noventa e uma vezes em frases que expressavam algum patriótico cego foram percebidos diversas vezes durante este programa.

A palavra “sorte”, usada em sete oportunidades, também foi utilizada como explicação da derrota, ressaltando ao receptor que a derrota se deve em maior parte ao azar do time brasileiro durante o jogo contra a Bélgica.

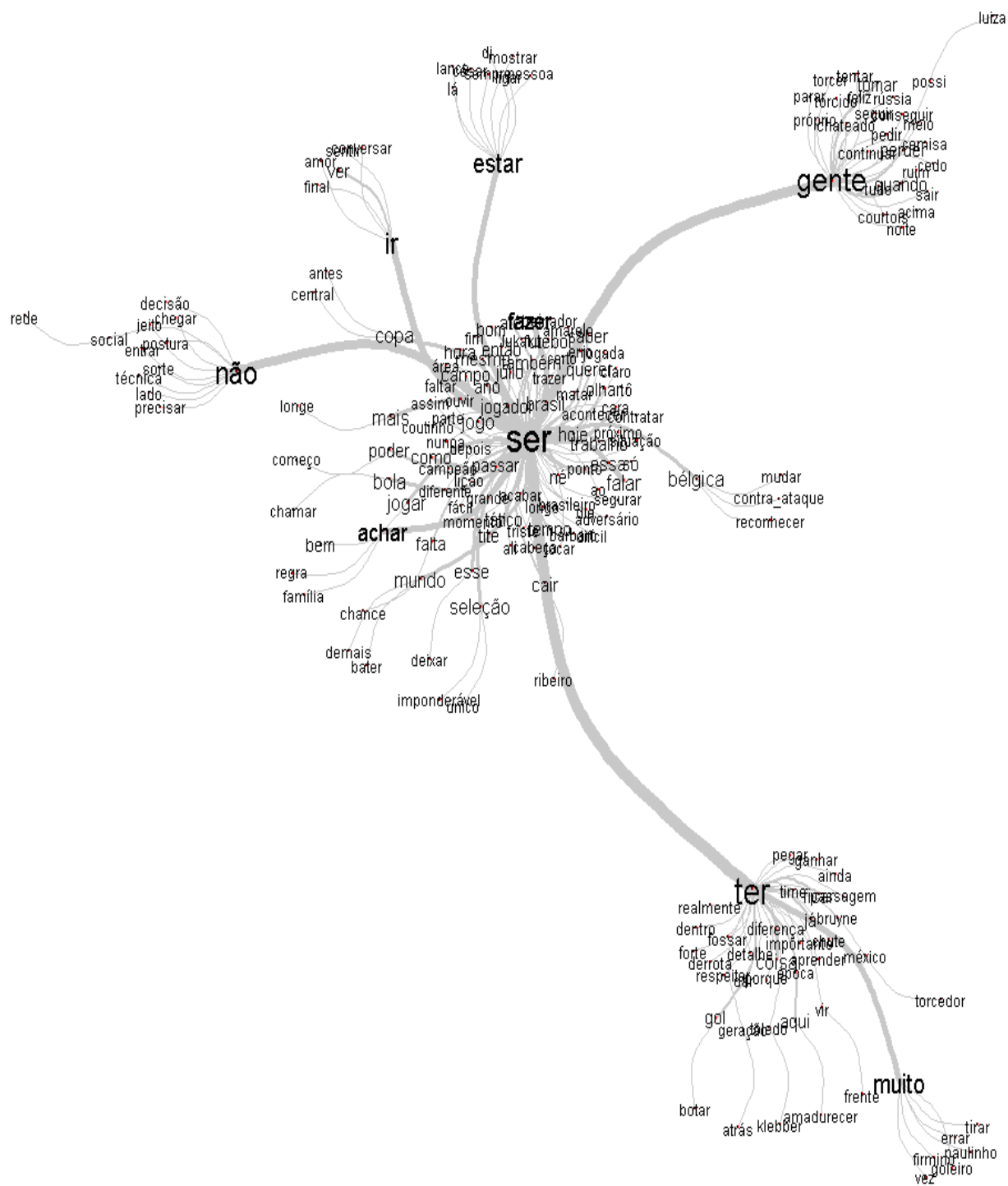
Pode-se perceber também que o nome de Neymar, ressaltado no gráfico nos programas anteriores, é praticamente imperceptível no gráfico de nuvem. No entanto, observa-se mais facilmente o nome do treinador Tite, que foi alvo de algumas críticas leves, assim como o time de forma geral. Ficou do discurso a ideia de que o time fez tudo certo e que não venceu, pura e simplesmente, por azar.

Quadro 18 – Formas ativas mais destacadas no Programa 9.

SER	128	VERBO SUPLEMENTAR
TER	91	VERBO SUPLEMENTAR
GENTE	87	NOMINAL
NÃO	72	ADVÉRBO (NEGAÇÃO)
IR	62	VERBO SUPLEMENTAR
ESTAR	55	VERBO
MUITO	50	ADVÉRBO (INTENSIDADE)
FAZER	33	VERBO SUPLEMENTAR
MAIS	27	ADVÉRBO (INTENSIDADE)
ACHAR	26	VERBO

Fonte: produzido pelo autor

Gráfico 18 – análise de similitude do Programa 9 produzida a partir do programa Iramuteq

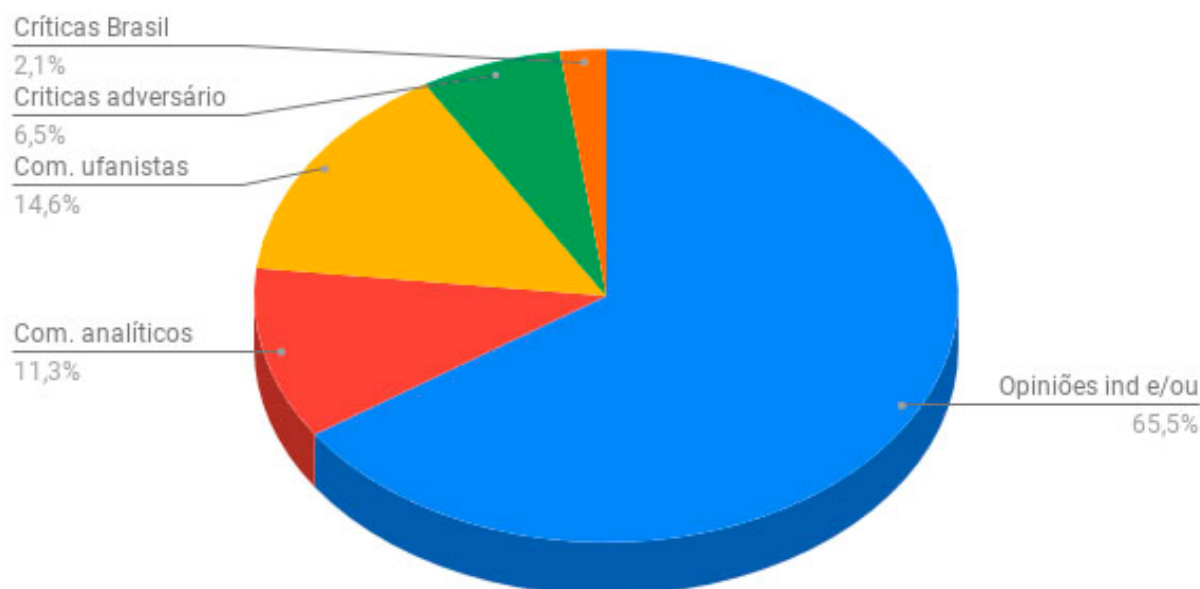


Fonte: produzido pelo autor

Com a derrota brasileira como assunto geral da atração, podemos observar no polo da esquerda, mais próximo ao centro do assunto, a ocorrência de palavras como “sorte”, “imponderável”, “família” e “triste”, relacionadas diretamente à derrota do Brasil. Já em relação à Bélgica, percebemos que o léxico “reconhecer”, “contra-ataque” e “fortes” mostram que o teor do discurso relacionado ao adversário passou por mérito estratégico, e também por mérito físico, outro lugar comum da imprensa esportiva que coloca o jogador europeu como mais forte fisicamente, que se impõe pela força.

7 Resultados Comparativos

Gráfico 19 – comparação geral dos comentários feitos nos programas analisados



Fonte: produzido pelo autor.

Como pode ser observado no gráfico acima, mais de 65% de comentários foram categorizados como *opinativos e/ou humorísticos*. Se juntarmos esse número aos comentários *Ufanistas*, observamos que 80,1% da falas analisadas foram baseadas em opiniões pessoais divertidas e/ou ufanistas em relação a seleção brasileira, confirmando o terceiro conceito de infotenimento trazido por Tarruella e Gil (1997), que se baseia na alimentação de conversas, oferecendo temas para o dia a dia, ocupação de tempo livre e divertimento.

Gráfico 20 – Nuvem de palavras geral dos programas.

Quadro 19 – Formas ativas mais destacadas nos programas.

SER	657	VERBO SUPLEMENTAR
IR	603	VERBO SUPLEMENTAR
TER	485	VERBO SUPLEMENTAR
NÃO	475	ADVÉRBO (NEGAÇÃO)
ESTAR	397	VERBO SUPLEMENTAR
GENTE	357	NOMINAL
MUITO	285	ADVÉRBO (INTENSIDADE)
FAZER	191	VERBO SUPLEMENTAR
JOGO	185	NOMINAL
FALAR	165	VERBO

Fonte: produzido pelo autor.

7.1 Considerações gerais sobre os recursos utilizados

No programa *Central da Copa*, observou-se que pelo menos dois recursos se repetem em todos os programas que fizeram parte do corpus de análise. A iluminação pirotécnica adotada pela atração esteve presente em 100% dos programas observados, assim como a utilização do campo tecnológico, utilizado em muitos momentos durante as edições analisadas.

Outros dois recursos de infotainment observados no corpus analisado foram a utilização de imagens ilustrativas de lances de jogo durante o debate, permitindo assim que o telespectador visse de maneira mais evidente os pontos defendidos pelos comentaristas, e também a utilização de recursos gráficos ou físicos para demonstrações de lances de jogo. Por meio de encenações no campo tecnológico ou por grafismos visuais que facilitaram o entendimento do receptor, o programa contou ainda com ilustrações de estádios e dos locais onde os jogos ocorreram, como pode ser observado no quadro comparativo geral a seguir.

A interação com a plateia também foi um dos recursos de entretenimento utilizados pelo *Central da Copa*. Aplausos do auditório antes e depois de alguma matéria ou comentário importante fizeram parte de todos os programas analisados

Quadro 20 – Quadro geral dos programas analisados

	Programa 1	Programa 2	Programa 3	Programa 4	Programa 5	Programa 6	Programa 7	Programa 8	Programa 9
Duração	37 minutos	28 minutos	39 minutos	38 minutos	32 Minutos	37 minutos	32 minutos	41 minutos	35 minutos
Tema	Véspera da estreia	Estreia do Brasil contra a Suíça	Véspera da segunda partida do Brasil	Pós-jogo de Brasil x Costa Rica	Véspera do último jogo do Brasil na primeira fase	Pós-jogo de Brasil x Sérvia	Véspera do jogo contra o México	Pós-jogo da classificação do Brasil	Pós-jogo da eliminação do Brasil
Recursos de infotainment	Iluminação pirotécnica Arte usada na Matéria 2 explicando a tecnologia do VAR Demonstração do gol no Campo tecnológico Mapa no campo tático mostrando a localização da Islândia Imagens de um filme produzido pelo goleiro da Islândia (ilustração) Tabela do grupo D (ilustração dos comentários sobre a Argentina)	Iluminação pirotécnica Lance do gol sofrido pelo Brasil (explicação) Exemplificação do lance no campo tecnológico Tela dividida entre estúdio e equipe de transmissão direto da Rússia Lance polêmico de Gabriel Jesus Representação do lance do	Iluminação pirotécnica Trilhas sonoras de tensão na matéria da Argentina Ilustração das falhas do goleiro Lances do jogo Grupo da Argentina no Campo Tecnológico (explicação da situação do grupo) Tela dividida entre a repórter Glenda e o estúdio	Iluminação pirotécnica Animação holográfica de Neymar no Campo tático Imagem da partida com Neymar e Marcelo nervosos Imagens para ilustrar juiz perseguindo Neymar Ângulos diferentes dos gols do Brasil Demonstração com mapa de	Iluminação pirotécnica Trilha sonora de sofrimento na matéria 1 da Argentina Gol da Argentina por vários ângulos diferentes, alternando a velocidade da imagem (<i>slowmotion</i>) Escalação do Brasil no campo tático SANDI mostrando estatísticas do time brasileiro e	Iluminação pirotécnica em verde e amarelo Capas de jornais alemães (vingança do 7x1) Legenda de música mostrada no “Na Torcida” Escalação do Brasil no campo tec. Imagens dos lances perigosos do Brasil Música épica na matéria 1	Iluminação pirotécnica Foto antiga de Mbappé (ilustrando comentário) Som do Papa Léguas Arte com média de velocidade no campinho tecnológico (comentário sobre Mbappé). Imagens do gol de Pavard e dos jogadores da França (ilustrando o debate)	Iluminação e efeitos sonoros de comemoração a vitória do Brasil Círculos nos jogadores a se prestar a atenção (Matéria 1) Tabela de artilheiros da seleção brasileira Escalação do Brasil e mudanças táticas no campo tec. Imagens do Brasil	Iluminação sóbria Imagens do segundo gol sofrido pelo Brasil (debate) Imagens para ilustrar o conceito de “falta tática” Imagens de erros de passe do Brasil (debate) Imagens de lances perigosos a favor do Brasil (debate)

	Imagens do avião do Rolling Stones (ilustração) Foto de Caio Ribeiro com fã Ilustração Guerreiro Ilustração Cueva Escalação do Brasil no campo Ilustração suíça Ilustração goleiro galã Participantes jogando altinha no gramado	pênalti (Deborah Secco e apresentador) Representação do gol brasileiro Ilustrações de possíveis faltas em Neymar Ilustração do gol da Sérvia Arte do grupo no gramado tecnológico	Escalação do Brasil no campo tecnológico Mapa de calor e grupo do Brasil Vídeo de música da seleção direto da Rússia Pinturas de ruas no campinho Imagens da torcida australiana Classificação do grupo C (Austrália, França, Peru e Dinamarca) Imagens ilustrativas de agressões da partida da França	calor dos posicionamentos de Neymar nos jogos até aqui Holograma de Neymar no campinho tecnológico Demonstração do lance com Tiago Leifert e Caio Ribeiro Escalação do Brasil Classificação do grupo do Brasil Arte com os próximos jogos Imagens de Tite caindo Arte da tabela do grupo da Argentina Imagens e	do adversário (média de altura) Campinho tecnológico mostra mapa da Rússia, mostrando também local do jogo e horário Tela dividida entre a repórter e Tiago Leifert Legenda da música da Argentina durante a matéria "Na Torcida" Horários dos jogos e datas dos confrontos de oitava de final ilustrados no campinho tecnológico Imagens do técnico argentino	Imagens dos gols do Brasil Imagem do goleiro rival usando tiara Imagem lesão de Marcelo Tela dividida entre a repórter e o apresentador Tiago Leifert Trilha sonora K-pop Memes brincando com a derrota da Alemanha Informações sobre os confrontos das oitavas de final mostradas no Campo tecnológico Imagem do gol de pênalti da Costa Rica sobre a Suíça	Imagens do Messi e dos jogadores argentinos (ilustrando o debate) Imagem de Griezmann comemorando o gol e procurando familiares na arquibancada pós-jogo Imagens de ruas pintadas no campo tecnológico Imagem de Marcelo treinando (debate) Mapa da Rússia com a localização do jogo, o horário e o estádio da partida no campo tec. Imagens de Neymar	em campo (debate) Posição de Gabriel Jesus no campo tec. Imagens da torcida na Rússia Explicação da defesa do Brasil no campo tec. Imagens do Programa do Faustão (previsão Cláudia Raia) Famosos torcendo pelo Brasil Imagens do Neymar sofrendo faltas Imagens do torcedor	Números da partida entre Brasil x Bélgica no telão (debate) Vídeo de torcedores brasileiros que estavam na Rússia apoiando o Brasil após a eliminação Música otimista no fechamento do programa (Tá Escrito - Grupo Revelação)
--	--	--	---	---	---	---	--	--	--

			Computador de análises, números e estatísticas * (2x) Imagens Keylor Navas	trilha sonora de exaltação ao "menino Ney"	nos gols do time (com uma seta apontando para onde o espectador deve olhar) Imagens dos jogadores australianos abraçando familiares Legenda do hino peruano na matéria 5	Tabela dinâmica durante a matéria 4 Hologramas de ursos dançando no campo tecnológico	dando autógrafos Comparação de Messi e Cristiano Ronaldo em copas no campinho tático - holograma dos jogadores Cristiano Ronaldo mostrando as pernas (debate) Gol do Uruguai (debate) Imagem de Cristiano Ronaldo ajudando Cavani a sair de campo Hologramas dos ursos dançando no campinho tecnológico	bizarro com a bandeira do Brasil Ursos no Campo tec.	
--	--	--	---	---	---	---	--	--	--

							Cantor Di Ferrero cantando no palco		
Interação com a plateia	Caio Ribeiro no meio da arquibancada Tiago Leifert fingindo jogar uma camisa para a torcida Chamando torcida da Islândia Fã da foto com o Caio Ribeiro interagindo com o comenta Torcida gritando “bananão” Aplausos	Resposta da pergunta feita por Tiago Leifert Apresentador lança bola para a plateia Torcedores mexicanos tocando violão Aplausos	Comemoração pela derrota argentina (3x) Torcida pedindo dança do apresentador Aplausos	Plateia comemora a vitória brasileira durante todo programa Aplausos Resposta de pergunta sobre possível pênalti em Neymar Torcida responde se concorda com escalação Kaká jogando bola com membros da plateia	Tiago Leifert fala como Alejandro, torcedor argentino que balança uma bandeira. Aplausos nos finais e nos inícios das matérias, quadros e entradas ao vivo Argentino Alejandro em primeiro plano após as matérias da Argentina	Torcida com máscaras coreanas Plateia exaltando Brasil, cantando músicas de arquibancada , nomes de jogadores. Aplausos	Aplausos antes e depois das matérias e quadros Torcida cantando música satírica para Argentina	Comemorando a classificação Aplausos reafirmando comentários Aplausos antes e depois dos quadros e matérias Aplausos antes e depois dos quadros e matérias Torcida gritando Neymar	Aplausos reafirmando comentários Aplausos antes e depois dos quadros e matérias Plateia respondendo perguntas

Entradas ao vivo	Não teve	Galvão Bueno direto do estádio	Glenda Kozlowski (agenda da seleção e informação da cidade)	Não teve	Glenda Kozlowski traz informações do time brasileiro	Glenda Kozlowski traz informações do time brasileiro	Não teve	Não teve	Não teve
Matérias	Matéria 1: França x Austrália (estreia do Árbitro de Vídeo) Matéria 2: Segundo tempo de França x Austrália (gols) Matéria 3: Argentina x Islândia (estreia do país em copas) Matéria 4: Jogos do dia seguinte (agenda)	Matéria 1: Alemanha x México (exaltação da derrota alemã)	Matéria 1: Derrota argentina (matéria do jogo) Matéria 2: França x Peru Matéria 3: Marcos Uchôa traz detalhes da Costa Rica	Matéria 1: Resumo do jogo do Brasil Matéria 2: Primeiro gol do Brasil em detalhes Matéria 3: Detalhe do possível pênalti Matéria 4: Detalhes do segundo gol Matéria 5: O que conversaram os jogadores entre si	Matéria 1: Primeiro tempo da Argentina Matéria 2: Meninas analisando a seleção Matéria 3: Na Torcida (Argentina) Matéria 4: Time grande não cai (segundo tempo da Argentina) Matéria 5: Jogo entre Peru x Austrália	Bolão do Apocalipse: previsões que deram certo Na torcida: imagens dos brasileiros em metrô de Moscou Matéria 1: Análise do gol e lance semelhante Matéria 2: Segundo gol do Brasil Matéria 3: Acompanhamento do jogo com cegos Matéria 4: Eliminação Alemanha (6 minutos)	Matéria 1: Mbappé eliminando a Argentina Matéria 2: França se recupera e vira o jogo Matéria 3: reações argentinas pós-eliminação Matéria 4: Minha Rua na Central Matéria 5: Portugal x Uruguai	Matéria 1: Primeiro gol do Brasil Matéria 2: Segundo gol do Brasil Matéria 3: crianças assistindo o jogo no Instituto Neymar Matéria 4: Neymar sofrendo agressão Matéria 5: Japão x Bélgica	Matéria 1: imponderável. O azar que causou a eliminação brasileira Matéria 2: Conhecendo o "Feiticeiro de Samara"
Melhores dos jogos	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Crônicas	Brasil manda no	Não teve	Não teve	Caio Ribeiro:	Não teve	Não teve	Não teve	Não teve	Caio

(temas)	futebol (exaltação)			A torcida sempre acredita - obrigação do torcedor Tiago Leifert: Carta de Amor ao “menino Ney”					Ribeiro: Brasil eliminado após ter feito tudo certo
Comentários opinativos e/ou com teor de humor	63	57	51	51	33	49	38	54	43
Comentários analíticos (dados e imagens)	6	9	7	3	9	10	8	6	8
Comentários ufanistas/ defensivos ao Brasil	0	15	5	11	3	14	3	29	11
Críticas ao adversário/ árbitro	0	28	0	7	0	0	0	8	0
Críticas ao Brasil	0	4	0	1	0	0	0	1	8
Quadros humorísticos	Quadro 1: Cascadura Júnior narrando a estreia do árbitro brasileiro	Cascadura Júnior narrando Costa Rica x Sérvia (piada sobre a qualidade e com os nomes dos sérvios)	Cascadura Júnior narrando Austrália x Dinamarca Canal do Seu Léo na Copa (Léo Batista)	Cascadura Jr: Crônica do jogo do Brasil Imagem do dia: Tite caiu Toca pra Mari: quadro de uma	Canal do Seu Léo: análise da Sérvia Toca pra Mari: analisa a Sérvia (Brasil só vence times	Crônica de Cascadura Jr: classificação do Brasil	Canal do Seu Léo: explicação de comemoração de Griezmann Toca pra Mari:	Crônica Cascadura Jr: jogo do Brasil Toca pra Mari:: falando com Neymar	Não teve

			Central Kids	repórter despreparada	com C) Narração de Cascadura JR ao lado da DJ (deixando ela sem graça)		comparação entre Brasil e México		
Aparições da DJ	5	3	4	2	7	5	1	8	4
Exaltação da beleza física de mulheres (comentários, assobios...)	2	2	0	1	3	1	0	0	0

Fonte: produzido pelo autor.

Considerações finais

Adotado de formas primárias desde o século XIX, quando jornais já abriam espaço para matérias sensacionalistas que visavam chamar a atenção do olhar do leitor, passando ao século seguinte, no qual se deu o aprimoramento e dispersão de novos meios de comunicação que mudariam a sociedade, o rádio, a televisão e, atualmente, a internet, fizeram com que as empresas de comunicação passassem a adotar novos critérios e formas de transmitir notícias. Adotando uma roupagem simbiótica entre entretenimento e jornalismo, nasceu durante as décadas de 1980 e 1990 aquilo que se convencionou chamar de *infoteiniment*, ou infotenimento.

Com o intuito de aprimorar a forma como o receptor recebe a notícia, as técnicas de entretenimento seriam preponderantes para criar interesse e chamar a atenção de um público cada vez mais amplo e diversificado.

No entanto, com o rolar das engrenagens, os produtos surgidos da junção entre o divertimento e a notícia passaram a despertar dúvidas sobre sua função principal: a de informar.

Este trabalho, sob a luz da análise de conteúdo proposta pela estudiosa francesa Laurence Bardin (2009), se propôs a analisar um desses produtos, o *Central da Copa 2018*, programa veiculado durante o período em que foi disputada a Copa do Mundo de futebol.

Com práticas e também profissionais da área jornalística, o programa de entretenimento da *Rede Globo* teve nove programas analisados, sendo quatro deles veiculados nas vésperas e cinco em dias de jogos da seleção brasileira.

O primeiro ponto discutido sobre a atração foi o caráter informativo que ela ofereceu. As matérias veiculadas e as informações levadas até o receptor por meio de recursos tecnológicos tais como grafismos e artes, contiveram práticas informativas. Contudo, com o discurso amplamente opinativo (gráfico comparativo), o *Central da Copa* pouco qualificou o receptor para que ele se aprofundasse nos detalhes táticos e técnicos dos jogos do Brasil e de seus adversários. Nas edições analisadas, os comentários feitos pelos membros e por convidados foram pouco qualificados, isto é, poucos permitiram que a audiência se informasse mais sobre as questões tecnológicas, técnicas e táticas referentes à competição. O Árbitro de

Vídeo, por exemplo, foi utilizado em muitos momentos como bode-expiatório nos fracassos do Brasil. Teorias de conspiração vazias em relação à perseguição da arbitragem contra o time (observadas nos programas 2, 4 e 8) e também em relacionadas à imprensa mundial (programa 8) alimentaram o clássico clichê da imprensa esportiva do país: o “nós contra todos”.

Com apenas 14 comentários críticos ao Brasil, os comentaristas pouco teceram observações importantes sobre o desempenho da seleção, visivelmente oscilante durante o certame. Dessa forma, o *Central* transmitiu um tom ufanista de otimismo em relação ao Brasil, usando as demonstrações táticas e os aplausos da plateia como formas de ratificação dos comentários.

Os quadros humorísticos apresentados pela atração, sendo eles *Cascadura Jr*, *Toca pra Mari*, *Canal do Seu Léo* e *Central Kids*, foram encaixados nas grades dos programas para entreter o público utilizando fatos secundários ocorridos durante a Copa do Mundo, tais como jogos de menor apelo, comemorações inusitadas, atuação do árbitro brasileiro, entre outros. O maior acerto do programa nesse quesito foi a utilização do apresentador Léo Batista como *youtuber*, oferecendo ao telespectador uma figura lendária do jornalismo esportivo nacional em uma faceta mais moderna.

Porém, a utilização de uma repórter desinformada no quadro “Toca pra Mari” (programas 4, 5, 7 e 8), e as narrações clichês de Márvio Lúcio, que inclusive criaram um constrangimento grande para Bárbara Labres no programa 5, serviram apenas para reforçar preconceitos em relação à atuação da mulher no jornalismo esportivo. Ora, ao veicular uma mulher desinformada atuando na cobertura de um mundial de futebol, o programa reforça por meios humorísticos uma visão recorrente em um país conservador e machista como é o Brasil. Nos programas 1, 2, 4, 5 e 6 temos inclusive a presença de comentários alusivos à beleza das participantes do programa. A utilização da DJ também reforça o conceito de objetificação da mulher no cenário da imprensa esportiva nacional, já que ela não é convidada a interagir de forma concreta nas discussões, mas ela é utilizada nos cortes de câmera gerais do programa, ressaltando assim seus atributos físicos que, inclusive, a fizeram ficar conhecida como “DJ Gata”, fato esse que criou um momento de constrangimento para a participante em relação à exposição de suas redes sociais pessoais pelo apresentador Tiago Leifert na edição do dia 19 de junho.

Outro fator preocupante encontrado nesta edição de 2018 do *Central da Copa* é a ressignificação do papel da imprensa apontado pelo programa. Tiago Leifert, jornalista, apresentador e editor-chefe da atração, durante duas edições (6 e 8) ressalta que o papel do programa e da imprensa brasileira de forma geral era o de defesa, sobretudo, do jogador Neymar. Na fala de Leifert, o atleta de 26 anos vinha sendo vítima de uma espécie de perseguição de setores da imprensa nacional, ou seja, a imprensa que criticava o jogador e o time pelas atuações ruins e pelos erros cometidos pelo camisa dez. O *Central da Copa* também citou a imprensa inglesa, que, de acordo com Leifert, estava criando pautas negativas a fim de prejudicar o “Menino Ney”, causando assim algum prejuízo ao Brasil em um possível cruzamento na fase de mata-matado certame. É extremamente problemático que em um momento no qual a pós-verdade, isto é, substantivo que denota circunstâncias nas quais fatos objetivos, como o verdadeiro papel da imprensa, tem menos influência em moldar a opinião pública do que apelos pessoais, assim como essa afirmação feita por Tiago Leifert.

Ora, se na atual conjuntura nacional em que o chamado ecossistema da desinformação está tão em voga na vida da população, influenciando, inclusive, um pleito presidencial de forma tão perigosa, qual a função de comentários como este em que o papel da imprensa é simplesmente o de defesa, e não o de vigilância, ou de qualificação sobre os assuntos tratados.

Para responder essa pergunta se faz necessário também responder uma pergunta feita no capítulo quatro: produtos de infotimento, como o *Central da Copa*, informam por meio do entretenimento, ou entretêm por meio de informações?

Com o final da análise do corpus, onde foram observados que as opiniões pessoais dominaram a dinâmica da atração - que pouco criticou ou analisou o time e os adversários brasileiros de forma profunda -, e que as informações que foram trazidas pela atração foram condicionadas a apelos pessoais, como o papel da imprensa e a visão simplória na análise do esporte, o *Central da Copa* entretive por meio de algumas informações que serviram para credibilizar as opiniões do programa por meio de jornalistas, como a Bárbara Coelho, Marcos Uchôa, Marcelo Courregge e o próprio Tiago Leifert. Desta maneira, neste caso específico da aplicação do infotimento, a informação qualificante passou longe do debate.

Como explicitado durante o corpo deste trabalho, as técnicas do infotainment tem grande potencial para atrair de forma mais profunda e duradoura a atenção de uma população cada vez mais dispersa e com menos tempo disponível em seu dia a dia. Produtos interativos, que entretenham, e que informem com qualidade são extremamente benéficos ao jornalismo moderno, que precisa se atualizar para voltar a se comunicar de forma mais direta com o receptor. No entanto, utilizar jornalistas ou práticas relacionadas à área para apenas entreter e, de certa forma, desqualificar o processo informativo faz com que editorias mais leves, como esporte, cultura, moda, entre outras, deixem de se aprofundar em temas caros à população.

Referências bibliográficas

ALSINA, Miguel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós, 1996.

AGUIAR, Leonel Aguiar de. **Entretenimento: valor-notícia fundamental**. Revista Estudos em Jornalismo e mídia. Revista Acadêmica Semestral do Programa de Mestrado em Jornalismo e Mídia da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Santa Catarina:, Florianópolis, v.5, n.1, p.13-23, jan./jun. 2008.

ARAÚJO, Érika, A. **O lugar da mulher no jornalismo esportivo: uma análise dos programas Jogo Aberto e Globo Esporte São Paulo 2018**, Monografia - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2018.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009, 4 ed.

BALDSTY, Gerald L. **The Commercialization of News in the Ninetheenth Century**, Wisconsin; University of Wisconsin Press, 1992.

BARBOSA, Socorro de Fátima Pacífico. **Jornal e literatura: a imprensa brasileira no século XIX**. Porto Alegre: Nova Prova, 2007.

BAYM, Geoffrey. **“Infotainment”: The International Encyclopedia of Communication**. Donsbach, Wolfgang Ed. Blackwell Publishing, 2008. Disponível em:<communicationencyclopedia.com/subscriber/tocnode?id=g9781405131995_chunk_g978140513199514_ss32-1> Acesso em: 24 outubro 2018.

BRANTS, Kees. **Quem tem medo do infotainment?**; European Journal of Communication, 1998, vol. 13(3): 315-335. Revista Media & jornalismo, p 39-58, 2005.

BEZERRA, Patrícia. **Globo Esporte São Paulo: Ousadia e Experimentalismo no Telejornal Esportivo**. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, 2009. Disponível em: <intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0543-1.pdf> Acesso em: 24 outubro 2018

BLAKLEY, Johanna. **Entertainment goes global: mass culture in a transforming world. Lear Centrer**. Disponível em: <www.entertainment.usc.edu/> Acesso em: 24 outubro 2018.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1997. Tradução de Maria Lúcia Machado.

BUCCI, Eugênio. **“Brasil em tempo de TV”**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2005. 1º Ed. 1997

CAMARGO, Brígido V; JUSTO, Ana Maria. **Tutorial para uso do software de análise textual IRAMUTEQ em português**. Universidade Federal de Santa Catarina; Laboratório de Psicologia Social da Comunicação e Cognição. 2013. Disponível em: <iramuteq.org/documentation/fichiers/tutoriel-en-portugais>. Acesso em: 24 outubro 2018.

CAMPOS, Claudinei José Gomes. **Método de Análise de Conteúdo: ferramenta para análise de dados qualitativos no campo da saúde**. Rev Bras Enferm, Brasília, p.611-614, set/out, 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/reben/v57n5/a19v57n5.pdf>>. Acesso em: 20 outubro 2018.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede**. 4ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DEJAVITE, Fabia Angélica. **INFOtenimento: informação + entretenimento no jornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2006. (Coleção pastoral da comunicação: teoria e prática. Série comunicação e cultura)

_____. Fabia Angélica. **A Notícia light e o jornalismo de infotenimento**. In: Trabalho apresentado no XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Santos, 2007

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

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa. Análise do conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). **Metódos e técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

GOMES, Itania Maria Mota. **O infotainment na televisão. Grupo de Trabalho Mídia e Entretenimento do XVIII Encontro da Compós, PUCMG, 2009.**

GONÇALVES, Mariana. **O Jornalismo Literário no século XIX: a imprensa entre folhetins, crônicas e leitores**; XXVIII Simpósio Nacional de História, 2013. Disponível em: <
snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1371346244_ARQUIVO_artigoanpuh_versao
final_.pdf>. Acesso em: 30 outubro 2018

GUTMANN, J. F. **Aspectos audiovisuais do infotainment: o CQC como propósito de análise.** 2008. Disponível em:<<http://www.tvrealidade.facom.ufba.br/coloquio%20textos/Ju%20Gutmann.pdf>> Acesso em: 24 outubro 2018.

HOUAISS, Antônio. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Editora Objetiva Ltda, Rio de Janeiro, 2009.

HUNT, Albert. **The language of television: uses and abuses volume 8**. Routledge Library Editions: television, 2013.

IRAMUTEQ: **Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires. Un logiciel libre construit avec des logiciels libres**. Lerass, Laboratório de Estudos Aplicados e Pesquisa em Ciências Sociais da Universidade de Toulouse 3, 2018.

JAMBEIRO, Othon. **A TV no Brasil do século XX**. Salvador: 2002, EDUFBA.

LAHLOU, Saadi. **Text Mining Methods: An answer to Chartier and Meunier. Papers on Social Representations**, 2012.

LIMA, Melina F. **Jornalismo e Infotainment na Copa do Mundo 2010: uma análise sobre o “Central da Copa”**; Monografia, Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”; Bauru 2010.

MARCONDES FILHO, Ciro. **A Saga dos cães perdidos**. São Paulo: Ed. Hacker, 2000.

MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de. **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

McNAIR, Brian. **The Sociology of Journalism**, Hachette Livre UK Company, edition 2007.

MELO, Patricia Bandeira de. **Um passeio pela História da Imprensa: o espaço público dos grunhidos ao ciberespaço**. Comunicação e informação, V 8, nº 1 pág 26 - 38. – jan/ jun. 2005. Disponível em: <fundaj.gov.br/geral/artigo_passeio_historia_imprensa.pdf>. Acesso em: 01 novembro 2018.

MENEGUEL, Y. P. **O rádio no Brasil: do surgimento à década de 1940 e a primeira emissora de rádio em Guarapuava**. Disponível em: <diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/713-4.pdf>. Acesso em: 27 outubro 2018.

NEVEU, Erik. **Sociologia do Jornalismo**, São Paulo, Ed. Loyola, 2006.

PADEIRO, Carlos Henrique. **O Entretenimento na construção do Jornalismo Esportivo no Brasil**. Rio de Janeiro: UERJ, 2013. Disponível em: <http://www.coneco.uff.br/sites/default/files/institucional/o_entretenimento_na_construcao_do_jornalismo_esportivo_no_brasil.pdf> Acesso em: 25 junho 2018.

RAMALHO, Marina et. Al. Ciência em telejornais: uma proposta de ferramenta para análise de conteúdo de ciência em telejornais. In: MASSARANI, Luiza. (Org.). **Monitoramento e capacitação em jornalismo científico: a experiência de uma rede ibero-americana**. Rio de Janeiro: Museu da Vida / Casa de Oswaldo Cruz / FIOCRUZ; Ciespal, 2012.

RATINAUD, Pierre. & MARCHAND, Pierre. ***Application de la méthode ALCESTE à de “gros” corpus et stabilité des “mondes lexicaux”: analyse du “CableGate” avec IraMuTeQ.*** Em: Actes des 11eme Journées internationales d'Analyse statistique des Données. JADT 2012, Liège.

SILVA, Edna **Propostas Metodológicas para a Análise de Telejornais**, 2009, <<https://vdocuments.mx/propostas-metodologicas-para-a-analise-de-telejornal.html>> . Acesso em: 25 outubro 2018.

SILVA, Fernanda Mauricio da. **Jornalismo esportivo como área específica na televisão: O pacto sobre o papel do jornalismo no Globo Esporte e Bate-Bola.** In: Trabalho apresentado no XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro, 2005.

SILVEIRA, Patrícia; MARÔPO, Lidia. **Jornalismo e construção social da realidade: um contributo para o debate teórico;** Revista Comunicando, Vol. 3, 2014. Disponível em: <revistacomunicando.sopcom.pt/ficheiros/20141219-0_2.pdf>. Acesso em: 04 novembro 2018.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Seja o primeiro a saber: a CNN e a globalização da informação.** São Paulo: Summus, 2005.

TARRUELLA, Ramón Massó; GIL, Joaquín García-Lavernia. **Noticias frente a hechos:** entender la realidad después de leer los periódicos. Barcelona: CIMS, 1997.

TELES, Thayson R. **A produção de notícia: globalização, novos métodos, novos discursos.** Observatório da Imprensa, Ed. 867, 2015. Disponível em: <observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/a-producao-de-noticia-globalizacao-novos-metodos-novos-discursos/>. Acesso em: 30 outubro 2018.

THUSSU, Daya K. **News as Entertainment: The Rise of Global Infoteinment;** London: Sage, 2007

.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo. Porque as notícias são como são.** 2ª ed; Florianópolis: Insular, 2005. V.2.

VASCONCELOS, Túlio. **O jornalismo e a construção social da realidade,** Observatório da Imprensa, Ed. 674, 2011. Disponível em: < <http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/ed674-o-jornalismo-e-a-construcao-social-da-realidade/>>. Acesso em: 30 outubro 2018.

VIEIRA, Eloiza, **Um Estudo Exploratório sobre o infotretenimento como estratégia na produção de conteúdo para telejornalismo,** Monografia - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2010.

WOLTON, Dominique (2004). **Pensar a comunicação.** Brasília: Editora UNB

Fontes Online

Veja São Paulo: **Tiago Leifert deixa DJ do Central da Copa sem graça com comentário.** In: Vejasp. Disponível em: < vejasp.abril.com.br/blog/pop/tiago-leifert-barbara-labres-dj-central-da-copa/>. Acesso em: 24 de outubro 2018.

O Dia: **Márvio Lúcio conta que sua adaptação à estrutura da Globo foi rápida.** In: Portal Ig. Disponível em: < odia.ig.com.br/diversao/televisao/2018/07/5555110-marvio-lucio-counta-que-sua-adaptacao-a-estrutura-da-globo-foi-rapida.html#foto=1>. Acesso em 24 outubro 2018

Programas analisados

Programa 1: **Central da Copa – íntegra 16/06/2018.** In: Globoplay. Disponível em: < globoplay.globo.com/v/6815240/programa/>. Acesso em: 24 outubro 2018.

Programa 2: **Central da Copa – íntegra 17/06/2018.** In: Globoplay. Disponível em: <globoplay.globo.com/v/6815599/programa/>. Acesso em: 24 outubro 2018.

Programa 3 **Central da Copa – íntegra 21/06/2018.** In: Globoplay. Disponível em: <globoplay.globo.com/v/6825637/programa/>. Acesso em: 24 outubro 2018.

Programa 4: **Central da Copa – íntegra 22/06/2018.** In: Globoplay. Disponível em: <globoplay.globo.com/v/6827460/programa/>. Acesso em: 24 outubro 2018.

Programa 5: **Central da Copa – íntegra 26/06/2018.** In: Globoplay. Disponível em: <globoplay.globo.com/v/6835187/programa/>. Acesso em: 24 outubro 2018.

Programa 6: **Central da Copa – íntegra 27/06/2018.** In: Globoplay. Disponível em: <globoplay.globo.com/v/6837025/programa/>. Acesso em: 24 outubro 2018.

Programa 7: **Central da Copa – íntegra 30/06/2018.** In: Globoplay. Disponível em: <globoplay.globo.com/v/6844295/programa/>. Acesso em: 24 outubro 2018.

Programa 8: **Central da Copa – íntegra 02/07/2018.** In: Globoplay. Disponível em: <globoplay.globo.com/v/6846465/programa/>. Acesso em: 24 outubro 2018.

Programa 9: **Central da Copa – íntegra 06/07/2018.** In: Globoplay. Disponível em: <globoplay.globo.com/v/6856340/programa/>. Acesso em: 24 outubro 2018.

Anexos

DVD com as nove edições analisadas neste trabalho.