

## Sobre telejornalismo e entretenimento: uma breve análise da adaptação na linha editorial do Jornal Nacional para cobertura da Copa do Mundo de 2014<sup>1</sup>

Carlos Eduardo MARQUIONI<sup>2</sup>  
Universidade Tuiuti do Paraná (UTP), Curitiba, PR

### Resumo

No presente artigo é analisado brevemente o destaque atribuído ao futebol no Jornal Nacional em função da Copa do Mundo da FIFA realizada no Brasil no ano de 2014. Potencialmente motivado pela relevância cultural que a modalidade esportiva tem no país (que envolve inclusive estabelecimento de identidade cultural), e com aparente interesse no aumento dos índices de audiência (sabidamente em queda) do factual diário da Rede Globo a partir da cobertura do evento, são apresentados dados empíricos coletados em projeto de pesquisa conduzido pelo autor que permitem observar o que se considera como uma adaptação na linha editorial do telejornal. Apresenta-se que tal adaptação iniciara ainda antes do torneio começar, e pode ser observada quantitativa e qualitativamente em relação às categorias de matérias tipicamente veiculadas no programa.

**Palavras-chave:** televisão; telejornal; Jornal Nacional; Copa do Mundo no Brasil.

São comuns as referências ao Brasil como sendo ‘o país do futebol’: tais referências podem ser observadas particularmente na imprensa esportiva (considerando, por exemplo, as crônicas de Nelson Rodrigues publicadas em jornais do Rio de Janeiro ao longo de décadas e que são, frequentemente, disponibilizados em formato de coletânea<sup>3</sup>). De fato, o futebol constitui uma das referências para o estabelecimento de identidade nacional no país, habilitando a percepção de uma “comunidade imaginada” (ANDERSON, 2011). As origens da relação do futebol com a identidade brasileira remetem aos preparativos para a Copa de 1950 – então a quarta edição do torneio organizado pela FIFA, e primeira vez que o evento ocorreu no Brasil (FIFA, 2015)<sup>4</sup>. Na ocasião, se considerava que o futebol caracterizaria “uma oportunidade valiosa de [o Brasil] se apresentar para o mundo como uma grande nação dentro e fora dos gramados” (FRANZINI, 2010, p. 248). O futebol, a malandragem e o samba passaram ser apresentados como “os principais elementos da cultura popular que pretensamente formavam a identidade nacional brasileira” (FRANZINI, 2010, p. 261).

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

<sup>2</sup> Docente do Programa de Mestrado e Doutorado em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná; participa dos grupos de pesquisa *INCOM – Interações comunicacionais, imagens e culturas digitais* (PPGCOM UTP/Curitiba) e *GECu – Estudos culturais* (FCHS Unesp/Franca). e-mail: cemarquioni@uol.com.br.

<sup>3</sup> Como exemplos dessas coletâneas do jornalista, escritor e dramaturgo carioca podem ser citados “A pátria em chuteiras”, “À sobra das chuteiras imortais” e “Brasil em campo”.

<sup>4</sup> Para conteúdo adicional relativo à constituição da identidade nacional brasileira a partir do futebol ainda antes da Copa do Mundo de 1950, consulte (FRANZINI, 2000).

O plano de apresentar o Brasil ao mundo (e aos próprios brasileiros) como potência do futebol em 1950 teve que ser adiado com a derrota da seleção do país para o Uruguai na final do torneio realizada no estádio do Maracanã (*palco* que fora então construído para a  *festa do futebol no país do futebol*). Contudo, oito anos após a realização da primeira Copa do Mundo em território brasileiro, a relação da identidade do país com o esporte começou a ser estabelecida com o efetivo

trunfo [da seleção brasileira de futebol], na [Copa do Mundo da FIFA realizada na] Suécia, em [19]58, [que] foi, para nós [, brasileiros,] tão importante como a Primeira Missa [rezada no país, quando da chegada dos portugueses no ano de 1500]. Começava o Brasil. Nós nos inaugurávamos. Tudo o que ficava para trás era o pré-Brasil. [...] Depois de 58, o país continua subdesenvolvido, ao passo que cada brasileiro, pessoalmente, está investido de uma imensa potencialidade criadora (RODRIGUES, 2012, p. 119-120).

Entende-se, assim, que ao menos desde a primeira conquista do torneio pelos jogadores brasileiros de futebol, passa a ser possível observar a relevância cultural que foi atribuída à modalidade esportiva no país (com destaque especial a cada quatro anos, quando ocorre uma nova edição do torneio organizado pela FIFA – é comum observar no Brasil durante a realização das Copas do Mundo mesmo pessoas que não tem interesse usual por futebol acompanhando as partidas e torcendo pelo *escrete canarinho*).

Em relação aos meios de comunicação – particularmente a TV –, o evento faz com que tipicamente “toda a programação do período” (FECHINE, 2008, p. 74) seja orientada à sua cobertura. Este artigo apresenta cenário (a partir de dados empíricos coletados em projeto de pesquisa conduzido pelo autor) que permitiu observar que, de fato, uma ampla cobertura do evento ocorre ainda antes de o torneio iniciar, promovendo o que se considera como uma variação na linha editorial do telejornal com maior audiência no país (o Jornal Nacional, veiculado de segunda-feira a sábado pela Rede Globo em horário nobre). Assim, aborda-se o telejornal evidenciando que a Copa proporcionou (ainda antes do evento) uma ênfase ao tema do Entretenimento maior que aquela considerada como padrão em uma emissão típica do programa.

Mas é relevante destacar que os dados empíricos não foram coletados com o objetivo de analisar o telejornal em relação à Copa do Mundo; de fato, a ocorrência do torneio da FIFA pode ser considerada quase que um acaso para a pesquisa (ainda que o autor do presente artigo soubesse que o evento seria realizado). Ocorre que independente do contexto esportivo e de identidade nacional a partir do futebol, o pesquisador iniciou em 01 de janeiro de 2013 uma investigação que tinha como objetivo avaliar em que medida

ocorreria entre as emissoras brasileiras de televisão uma uniformização dos *convites diretos à interatividade*<sup>5</sup> (particularmente em *programas jornalísticos equivalentes*<sup>6</sup>). Os *programas equivalentes* selecionados para análise foram um telejornal e uma revista eletrônica veiculadas pelas redes Globo e Record<sup>7</sup>: eram abordadas edições do Jornal Nacional e do Fantástico (da Globo), comparativamente a seus *equivalentes* Jornal da Record e Domingo Espetacular (da Record). Complementarmente à uniformização nos *convites diretos à interatividade*, esperava-se abordar na investigação também as mudanças na *experiência televisual*<sup>8</sup> a partir do uso concomitante de dispositivos: ocorre que ao ser constatada a ampliação do uso da Internet no Brasil, o aumento da disponibilidade de dispositivos móveis e as possibilidades de *operação* da televisão em conjunto com esses dispositivos, teria sido estabelecido um contexto de adaptação de ordem cultural no sistema televisivo que potencialmente impactaria a *experiência televisual*, afetando tanto o público (que sofre influência nos modos de assistir TV) quanto as emissoras (que necessitam repensar as formas de produção e veiculação de conteúdos) e os anunciantes (que teriam impactado o alcance do anúncio de seus produtos). Para conduzir o projeto de pesquisa, foi definido um cronograma para coleta de dados empíricos nos programas selecionados. Tal cronograma fora definido independentemente da Copa do Mundo no Brasil em 2014<sup>9</sup>. Contudo, uma vez que a realização da Copa coincidiu (ao menos em parte) com as coletas de dados empíricos previstas para o projeto de pesquisa, no momento quando os dados

<sup>5</sup> Considera-se que ocorre um *convite direto à interatividade* quando apresentadores de programas televisivos informam oralmente ao espectador (durante a transmissão do conteúdo) a possibilidade de interagir com a emissora. No caso de programas jornalísticos, tipicamente os âncoras/apresentadores realizam tais convites. O interesse investigativo do autor era então orientado particularmente àqueles *convites* que referenciavam o uso de um *website* na Internet como alternativa para executar ações ou acessar conteúdos relacionados/complementares aos veiculados na TV.

<sup>6</sup> São considerados *programas equivalentes* aqueles que pertencem à mesma “forma cultural” (WILLIAMS, 2005, p. 39-76) e possuem elementos que permitem constatar a utilização de programa de outra emissora como *referência/inspiração*, tanto para sua concepção quanto para produção. O programa mais recente é considerado *equivalente* àquele veiculado há mais tempo.

<sup>7</sup> A opção pelas emissoras foi justificada pelo fato de que elas ocupavam, respectivamente, primeiro e segundo lugar nos índices de audiência no momento em que iniciou o projeto de pesquisa em questão.

<sup>8</sup> A *experiência televisual* (ou *experiência de TV*) pode ser apresentada brevemente como o fator de reconhecimento (em caráter processual) da televisão enquanto televisão (para além do aparato, do *hardware*, do aparelho de TV propriamente dito). Considera-se que tal reconhecimento é proporcionado por dois elementos: o (i) “fluxo” (WILLIAMS, 2005, p. 89-90) televisual planejado – incluindo os intervalos comerciais – e o (ii) aspecto de ‘ao vivo’ da TV. Assim, para ser caracterizada uma *experiência de TV*, os elementos (i) e (ii) necessitam estar presentes, ou haveria para o público uma outra *experiência*, uma *experiência de outra ordem*.

<sup>9</sup> As coletas de dados empíricos foram planejadas no mês de dezembro de 2012, e ocorreram ao longo de seis períodos, em 2013 (Ano 1) e 2014 (Ano 2). Durante o Ano 1 os dados foram coletados em três períodos; no Ano 2 também houve três períodos de coleta de dados empíricos. Cada programa teve 2 veiculações acompanhadas em cada período, totalizando 6 programas analisados por ano, ou doze programas durante o projeto de pesquisa. Para este artigo, apenas as coletas relativas ao Ano 2 (quando ocorreu a Copa do Mundo da FIFA no Brasil) são consideradas.

empíricos coletados durante o Ano 2 da pesquisa estavam sendo tabulados e analisados (já após o término do torneio), foi possível observar um cenário interessante associado ao mundial de futebol não apenas *durante* a realização da Copa, mas que de fato iniciava ainda antes do torneio começar, e que se estendeu durante o torneio (a vigésima edição do evento durou 31 dias: de 12 de junho a 13 de julho de 2014).

Em outros termos, a análise dos dados tabulados proporcionou, adicionalmente aos objetivos investigativos originalmente previstos, também um acompanhamento parcial da cobertura do evento nos telejornais das duas emissoras então líderes de audiência no país – para este artigo, apenas os dados relativos à Rede Globo (mais especificamente ao Jornal Nacional) são considerados. O cenário observado permitiu identificar o que se considera como uma variação na linha editorial do Jornal Nacional, no sentido em que a cobertura do evento promoveu a apresentação de conteúdos que acabaram distanciando o factual diário da distribuição *típica* das categorias de matérias jornalísticas apresentadas<sup>10</sup>.

A apresentação do que foi considerada como variação na linha editorial do telejornal requer inicialmente a apresentação de valores de referência (que constituiriam os conteúdos *típicos* veiculados no telejornal da emissora). Para estabelecer esses valores de referência foi elaborada a Tabela 1 (abaixo), na qual é apresentada uma tabulação dos dados empíricos obtidos em duas ações de coleta no início do ano de 2014 (no Período 1 do Ano 2). Os dados obtidos em 06 de janeiro e 24 de janeiro<sup>11</sup>, após análise qualitativa, originaram três informações principais para cada categoria (em relação a cada dia): a duração total das matérias (em minutos), a quantidade de matérias da categoria e o percentual a que essa quantidade corresponde (considerando o total de matérias veiculadas no dia, e não a duração da veiculação). A partir dos valores aferidos para os dois dias de coleta de dados empíricos, foi calculada uma média (também disponível na Tabela 1) intitulada *Valores Referência (Típicos)*, que corresponde à *distribuição geral* das categorias entre as matérias

---

<sup>10</sup> Foram definidas como categorias de análise qualitativa das matérias jornalísticas apresentadas: *Segurança* (para tratar do tema da violência, de denúncias, fatalidades, terrorismo, notícias policiais e judiciais), *Entretenimento* (para matérias relativas às artes [música, TV, cinema, artes plásticas etc.], curiosidades do mundo animal, esportes, culinária), *Serviço* (para prestação de serviços em geral, incluindo previsão do tempo) e *Cotidiano* (englobando notícias de política e economia, situações do dia-a-dia [inclusive quando envolvendo comoção e óbitos] e aspectos religiosos). Foram categorizadas também a escalada e as chamadas de conteúdos dos próximos blocos do programa (*Chamadas conteúdo*). Vale observar ainda que as categorias de análise foram definidas para o projeto de pesquisa ainda antes do início da Copa do Mundo.

<sup>11</sup> Vale uma breve descrição do método de coleta e registro, uma vez que todas as coletas apresentadas a seguir passaram pelo mesmo processo: o programa foi assistido em “fluxo” (WILLIAMS, 2005, p. 89-90), e cada matéria veiculada teve um título atribuído, além da categorização apresentada em nota de rodapé anterior. Ainda, cada intervalo comercial foi categorizado; tanto matérias veiculadas quanto blocos do telejornal e comerciais tiveram horários de início e término identificados. Todos os dados foram tabulados em planilhas de cálculo eletrônica para facilidade de manuseio e habilitação de análises.

veiculadas no programa: entende-se, aqui, que esses valores de referência constituem aqueles apresentados durante uma veiculação usual do Jornal Nacional, e definem o que pode ser considerado como a espécie de *tom de seriedade* atribuído ao programa (ainda que o telejornal tenha adotado no ano de 2015 um formato de apresentação mais informal<sup>12</sup>, as categorias dos conteúdos veiculados ainda mantém o *tom de seriedade*): enquanto o tema *Segurança* é abordado em média por 39% das matérias jornalísticas veiculadas, *Cotidiano* responde por 26%, *prestação de Serviço* por 11,5%, *Chamadas de conteúdos* do programa por 14,5%, ao passo que *Entretenimento* é associado a 9% das matérias veiculadas.

**Tabela 1: Índices médios dos conteúdos veiculados no Jornal Nacional no Período 1 (Ano 2) de coleta de dados empíricos – aproximadamente 5 meses antes do início da Copa**

Categoria	06/01/2014			24/01/2014			Valores Referência (Típicos)		
	Duração (minutos)	# matérias	Percentual	Duração (minutos)	# matérias	Percentual	Duração (minutos)	# matérias	Percentual
Segurança	12	9	35,0%	15	12	43,0%	13,5	10,5	39,0%
Entretenimento	0	0	0,0%	9	5	18,0%	4,5	2,5	9,0%
Serviço	8	5	19,0%	1	1	4,0%	4,5	3	11,5%
Cotidiano	11	8	31,0%	10	6	21,0%	10,5	7	26,0%
Chamadas conteúdo	1	4	15,0%	1	4	14,0%	1	4	14,5%

Fonte: tabulado pelo autor a partir dos conteúdos veiculados pela emissora

É importante destacar que mesmo no caso dos dados tabulados como *Entretenimento* apresentados na Tabela 1, nenhuma das matérias veiculadas nos dois dias considerados abordou o tema da Copa do Mundo. Esta não menção potencialmente está associada ao fato de o torneio ter data de início distante quando da coleta empírica (cerca de cinco meses), o que ajuda a reforçar a afirmação de se tratar de uma emissão típica (que não sofre influência óbvia e direta de um evento como a Copa do Mundo da FIFA). A validade dos dados apresentados na Tabela 1 como referência pode ser aferida com a aproximação do evento da FIFA e, especialmente, com seu término: com a aproximação do mundial, categorias mais *sérias* tipicamente veiculadas pelo programa cederam lugar a matérias de *Entretenimento* – particularmente aquelas relacionadas à Copa do Mundo<sup>13</sup>; por outro lado,

<sup>12</sup> Consulte (WILLIAM, 2015).

<sup>13</sup> Para ilustrar é possível citar o Jornal Nacional veiculado em 07/05/2014 (ainda antes do início do evento), no qual 19 minutos do programa abordaram o tema da seleção brasileira de futebol. No programa veiculado em 09/07/2014 (durante a realização do evento), 27 minutos do programa tiveram como tema a Copa do Mundo.

o final da Copa proporcionou uma espécie de *retorno à condição de normalidade*<sup>14</sup> (os valores observados em relação às categorias analisadas passam a tender novamente para aqueles de referência apontados na Tabela 1 – as tabelas a seguir detalham o cenário).

Por ser sabido que no Brasil os índices de audiência das emissoras de TV aberta estão em queda (trata-se efetivamente de um fenômeno generalizado entre as emissoras no país: o próprio Jornal Nacional tem, há alguns anos, sido objeto de quedas frequentes de público<sup>15</sup>, ainda que o programa mantenha um *share* de audiência superior a 50%<sup>16</sup>), e considerando que a Rede Globo firmara contrato com a FIFA para o evento<sup>17</sup> que, sabidamente, provoca comoção (e paralização) nacional (inclusive em função do estabelecimento de identidade citado), é possível inferir que a ênfase atribuída à cobertura do torneio pelo factual diário deve constituir uma tentativa de aumento de audiência.

Para iniciar a observar as variações nos índices relativos às categorias de análise vale analisar os dados apresentados na Tabela 2, a seguir, na qual é possível constatar um aumento significativo de conteúdos relacionados à categoria *Entretenimento* cerca de um mês e meio antes do início da Copa. Apesar da distância temporal até o início do torneio, enquanto a Tabela 1 apresentava uma média de 9% do conteúdo das matérias para a categoria *Entretenimento*, em 26 de abril o percentual aferido para a categoria em relação ao total de matérias foi de 25% (aproximadamente 10 minutos) e, em 07 de maio, 22% (ou 19 minutos). De fato, o programa foi veiculado em 26 de abril durante 43 minutos no total (considerando intervalos); ao descontar os minutos dedicados à publicidade, o programa teve 34 minutos de conteúdo jornalístico – dos quais 5 minutos foram dedicados à Copa do Mundo da FIFA. Ainda em relação ao dia 26 de abril, vale destacar que das 6 matérias veiculadas relativas a *Entretenimento*, 2 delas tratavam do torneio da FIFA. Em 07 de maio, o programa teve 38 minutos de duração total, dos quais 28 foram de conteúdo jornalístico; a Copa do Mundo foi assunto ao longo de 19 minutos (quando o percentual é calculado em relação ao tempo do telejornal, e não à quantidade de matérias, têm-se que 68% do tempo

---

<sup>14</sup> Em 25/07/2014, quando o evento já havia terminado, apenas 4 minutos do conteúdo veiculado foi relativo ao tema *Entretenimento*.

<sup>15</sup> Como exemplo pode ser mencionada coluna publicada em 18 de setembro de 2014, informando que o “Jornal Nacional voltou a ficar abaixo de 20,0 pontos [na aferição de audiência do IBOPE] na Grande São Paulo nesta quinta-feira (18 [de setembro de 2014]) e teve menos audiência do que a competição musical The Voice Brasil. O telejornal registrou 19,9 pontos, contra 21,1 da estreia do reality show. Na quinta anterior (11), o JN marcou 19,1 pontos e ficou pela primeira vez abaixo da novela das seis Boogie Oogie (19,5)” (EM CRISE, 2015).

<sup>16</sup> Consulte (COUTINHO, 2012, p. 147-149).

<sup>17</sup> Para a cobertura da Copa do Mundo, a Rede Globo firmou contrato com a FIFA para ser a “emissora oficial do Mundial” (GLOBO COPA, 2015) e chegou mesmo a adaptar sua grade horária para atender às necessidades do torneio.

do Jornal Nacional foi dedicado ao evento). Assim, todos os 19 minutos relativos à categoria *Entretenimento* foram dedicados à cobertura do evento que sequer iniciara (todas as 4 matérias de *Entretenimento* veiculadas no dia abordaram a Copa do Mundo).

**Tabela 2: Índices médios dos conteúdos veiculados no Jornal Nacional no Período 2 (Ano 2) de coleta de dados empíricos – aproximadamente 1 mês e meio antes do início da Copa**

Categoria	26/04/2014			07/05/2014		
	Duração (minutos)	# matérias	Percentual	Duração (minutos)	# matérias	Percentual
Segurança	11	5	21,0%	2	2	11,0%
Entretenimento	10	6	25,0%	19	4	22,0%
Serviço	1	1	4,0%	1	1	6,0%
Cotidiano	11	8	33,0%	6	7	39,0%
Chamadas conteúdo	1	4	17,0%	1	4	22,0%

Fonte: tabulado pelo autor a partir dos conteúdos veiculados pela emissora

William Bonner (editor chefe e apresentador do telejornal quando da coleta de dados) afirmara em seu livro – publicado cinco anos antes do evento, mas referenciando explicitamente a Copa do Mundo – que o que o noticiário diário da Rede Globo pretende fazer quando veicula conteúdos relativos ao mundial é “trazer ao público as principais informações do evento esportivo que mais cativa os brasileiros. E é exatamente isso que a imensa maioria dos telespectadores espera [sic] [...]: que o Jornal Nacional seja uma espécie de diário daquele evento” (BONNER, 2009, p. 185-186). O que é curioso, no entanto, é observar que tal cobertura não se limita ao período de realização do mundial. Ainda, que parece haver uma efetiva mudança de linha editorial, no sentido em que todas as categorias qualitativas consideradas (exceto as chamadas de conteúdo do programa) *cedem* espaço no telejornal para o tema *Entretenimento*.

A Tabela 3, a seguir, apresenta dados relativos ao terceiro período de coleta de dados empíricos no Ano 2 da pesquisa. Esses dados contemplam tanto (i) uma edição do Jornal Nacional veiculada por ocasião da eliminação da Seleção Brasileira do torneio (após derrota por 7 a 1 para a Alemanha), e da classificação da Argentina para a final da Copa do Mundo da FIFA no Brasil (trata-se das semifinais do torneio) quanto (ii) dados relativos a uma edição do telejornal quando o torneio já havia encerrado. As datas selecionadas não possuem um significado particular em relação à Copa do Mundo: conforme mencionado

anteriormente, tais datas referem-se apenas aos períodos de coleta de dados empíricos para o projeto que o autor vinha desenvolvendo e que foram definidas independente do evento (uma vez que o projeto de pesquisa não intencionava analisar a Copa do Mundo propriamente dita).

**Tabela 3: Índices médios dos conteúdos veiculados no Jornal Nacional no Período 3 (Ano 2) de coleta de dados empíricos – durante a Copa e imediatamente após o término do torneio**

Categoria	09/07/2014			25/07/2014		
	Duração (minutos)	# matérias	Percentual	Duração (minutos)	# matérias	Percentual
Segurança	7	5	19,0%	18	11	41,0%
Entretenimento	28	12	46,0%	4	2	7,0%
Serviço	2	1	4,0%	1	1	4,0%
Cotidiano	1	2	8,0%	15	8	30,0%
Chamadas conteúdo	1	6	23,0%	1	5	18,0%

Fonte: tabulado pelo autor a partir dos conteúdos veiculados pela emissora

Em relação à Tabela 3 é importante notar que ela apresenta dois cenários distintos (o que parece reforçar a hipótese de alteração na linha editorial do Jornal Nacional): enquanto os dados da semifinal (relativos a 09 de julho) divergem diretamente daqueles considerados como de referência (apresentados na Tabela 1), aqueles relativos à edição do telejornal apresentada após o término do torneio de futebol (do programa veiculado em 25 de julho) *tendem* para os dados utilizados como referência<sup>18</sup>.

No caso dos dados relativos à edição que foi ao ar em 09 de julho, é relevante observar que todos os 28 minutos de duração relativos à categoria *Entretenimento* foram relativos à Copa (as 12 matérias do tema abordaram o torneio da FIFA)<sup>19</sup>. Nessa data, o Jornal Nacional teve 51 minutos de duração total (com intervalos), correspondendo a 39 minutos de matérias jornalísticas – destes 39 minutos, 28 minutos abordaram o tema da Copa do Mundo (72% do tempo do telejornal, sem considerar os intervalos). Já para a edição veiculada após o fim do mundial de futebol (apresenta na Tabela 3, em relação ao

<sup>18</sup> A Tabela 5, adiante, apresenta as matérias veiculadas nas três datas de coleta de dados empíricos no qual foi possível observar ênfase atribuída ao tema da Copa do Mundo (com a duração correspondente) para ilustrar o teor da cobertura realizada.

<sup>19</sup> Apesar de o método definido para este artigo considerar apenas as matérias de *Entretenimento* relacionadas à Copa do Mundo para justificar a mudança na linha editorial do Jornal Nacional, vale observar que no dia 09 de julho, dos 7 minutos dedicados a *Segurança*, 4 também eram relativos ao torneio da FIFA no Brasil.



dia 25 de julho), é possível observar uma *tendência de retorno* das categorias para os valores considerados padrão.

A Tabela 4, a seguir, apresenta resumidamente o tempo destinado ao tema do *Entretenimento* (considerando apenas as referências explícitas à Copa do Mundo) nos períodos de coleta 2 e 3 (mencionados em relação às Tabelas 2 e 3): é possível observar que o percentual de tempo no Jornal Nacional dedicado ao torneio de futebol cresce à medida em que a data de início se aproxima, e tem seu ápice durante o Mundial. A conclusão óbvia é que o *diário do evento* (para usar a expressão de Bonner) começa a ser escrito ainda antes do início do torneio.

**Tabela 4: Análise tema *Entretenimento* no Jornal Nacional abordando diretamente a Copa do Mundo da FIFA no Brasil**

Período coleta	Data coleta	Período em relação à Copa	Tempo <i>Entretenimento</i> (minutos)	Tempo telejornal sem intervalos (minutos)	Percentual <i>Entretenimento</i>
2	26 abril 2014	47 dias antes do início do torneio	5	34	15%
2	07 maio 2014	36 dias antes do início do torneio	19	28	68%
3	09 julho 2014	Durante realização do torneio (semifinal)	28	39	72%

Fonte: tabulado pelo autor a partir dos conteúdos veiculados pela emissora

Enquanto a linha editorial do Jornal Nacional foi evidentemente afetada pela realização da Copa do Mundo, conforme mencionado acima, o término do torneio fez com que o telejornal *voltasse à normalidade*. A edição do dia 25 de julho (veiculada doze dias após o fim do mundial) teve 50 minutos no total (e 39 de conteúdo excluindo os intervalos); nessa data, nenhuma das 2 matérias relativas ao tema *Entretenimento* abordaram a Copa do Mundo. Mas o campeonato de futebol foi mencionado em uma matéria que pode ser considerada como em conformidade com a linha editorial *convencional* do programa: a única matéria veiculada na data que abordou explicitamente o tema da Copa teve duração de um minuto, e definitivamente não dizia respeito a *Entretenimento* (de fato, informou que os gastos dos turistas estrangeiros no Brasil cresceram 76% com a Copa).

Uma vez que houve uma quantidade significativa de matérias mencionando diretamente a Copa do Mundo, parece relevante apontar porque elas foram categorizadas como *Entretenimento*. Para tanto, a Tabela 5 (abaixo) lista os conteúdos veiculados no Jornal Nacional que mencionaram explicitamente o tema da Copa do Mundo e que foram

categorizados como *Entretenimento*. Vale destacar que a coluna *Tema Matéria* constitui um título atribuído ao conteúdo veiculado.

**Tabela 5: Conteúdos veiculados no Jornal Nacional relativos ao tema *Entretenimento* (particularmente em relação à Copa do Mundo da FIFA no Brasil)<sup>20</sup>**

Data	Tema Matéria	Duração
26/04/2014	Ainda há quartos disponíveis nos hotéis das cidades que vão receber jogos na Copa do Mundo	2 minutos
	Primeiro teste na Arena Corinthians (sede da abertura do torneio)	3 minutos
07/05/2014	Convocação da seleção brasileira de futebol	7 minutos
	Entrevista ao vivo com o técnico Luis Felipe Scolari	7 minutos
	Reportagem especial: jogadores da seleção (David Luiz)	6 minutos
	Entrevista ao vivo com o técnico Luis Felipe Scolari (continuação)	3 minutos
09/07/2014	Argentina vai para a final da Copa do Mundo do Brasil após vencer a Holanda nos pênaltis	2 minutos
	Seleção brasileira retorna à concentração em Teresópolis após a desclassificação da Copa do Mundo	4 minutos
	Jornais brasileiros repercutem a goleada brasileira sofrida para a Alemanha	1 minuto
	Imprensa internacional repercute a goleada brasileira sofrida para a Alemanha	2 minutos
	Torcedores felizes na Alemanha após goleada	1 minutos
	Jogadores alemães enviam mensagens aos brasileiros via redes sociais	3 minutos
	Análise do desastre da seleção brasileira	5 minutos
	FIFA suspende Nigéria de todas as atividades do futebol	1 minuto
	Argentina está na decisão de uma Copa após 24 anos	2 minutos
	Comentário de Galvão Bueno sobre as seleções classificadas para a final da Copa	2 minutos
Derrota entra para a história: psicólogos dão dicas para torcida e jogadores superarem o 'trauma' da goleada histórica para a Alemanha	4 minutos	
Derrota na Copa da Espanha em 1972 - brasileiro que chorou e foi capa do Jornal da Tarde dá seu depoimento após desclassificação para a Alemanha	1 minuto	

Fonte: tabulado pelo autor a partir dos conteúdos veiculados pela emissora

O autor deste artigo não teve acesso a dados que permitissem avaliar em que medida a mudança na linha editorial do Jornal Nacional relativa à cobertura da Copa do Mundo (tanto antes quanto durante a realização do torneio) proporcionou variação efetiva dos indicadores aferidos do público sintonizado no programa (tampouco era objetivo do projeto de pesquisa conduzido realizar esse tipo de análise).

Há que se destacar que ainda que tenha sido constatada uma adaptação da linha editorial do programa durante a Copa, por outro lado não foi possível observar variações em relação aos *contratos de leitura*<sup>21</sup> definidos para o telejornal nas datas de coleta de dados

<sup>20</sup> Para este quadro, uma matéria que foi veiculada durante menos de 60 segundos (*FIFA suspende Nigéria de todas as atividades do futebol*) teve duração arredondada para um minuto.

<sup>21</sup> Considera-se aqui o contrato de leitura como associado diretamente ao letramento televisual, e corresponde aos *modos* como a audiência *entende* os programas veiculados. O contrato de leitura seria definido a partir da

empíricos abordadas neste artigo. O destaque é relevante não devido ao fato de que a pesquisa originalmente conduzida investigava analiticamente variações em contratos de leitura, mas porque há uma evidente complexificação no modo de assistir TV na contemporaneidade (envolvendo o uso concomitante de um conjunto de *próteses tecnológicas*, que tem definido uma atualização na experiência de TV – referenciada como Segunda Tela<sup>22</sup> – e nos contratos de leitura associados). Ocorre que parte dessa complexificação tem sido materializada pela audiência independente das emissoras (uma vez que o público tem feito uso efetivo de vários *gadgets* enquanto vê TV) após um período de *preparação cultural* (ou definição de *contratos de leitura*) proporcionada pelos canais de TV (MARQUIONI, 2014). Há então que se considerar que recursos de interatividade são, em certa medida, esperados e tendem inclusive a atrair ou ajudar a manter sintonizado o público da emissora (que, conforme mencionado, está em queda) – entende-se que, de fato, a não disponibilização de tais recursos potencialmente motiva a audiência a acessar a Internet *à revelia* da emissora, potencialmente motivando tanto a redução da audiência do canal de TV quanto a perda de anunciantes para os programas (exatamente em função da redução nos índices de audiência). Em outros termos, é possível inferir que a audiência eventualmente *esperava* o fornecimento de conteúdos interativos pela emissora *oficial* da Copa do Mundo durante o noticiário do torneio – inicialmente porque parte significativa do conteúdo veiculado remetia ao campeonato de futebol da FIFA, mas principalmente em função da tendência do público a interagir na contemporaneidade<sup>23</sup>. Contudo, apesar da ênfase atribuída ao evento no telejornal, a tendência a interagir não foi explorada na adaptação da linha editorial do programa.

---

“forma cultural” e do gênero televisual dos programas (em outros termos, programas que pertencem a formas culturais e gêneros distintos possuiriam formas de assistir diferentes), observando que esses contratos – em função da característica cultural associada – seriam redefinidos *na duração*, à medida em que são proporcionadas novas experiências de TV.

<sup>22</sup> A Segunda Tela corresponde à adição de “uma camada paralela e sincronizada de conteúdo interativo [que atua] associada à experiência de TV” (PROULX; SHEPATIN, 2012, p. 84). Considerando a operacionalização da Segunda Tela na *práxis*, o espectador pode “assistir à programação principal a partir de uma televisão [, tipicamente] de tela grande, complementada por conteúdo extra disponibilizado para ele em seu iPad [*tablet*, ou outro dispositivo móvel conectado à Internet]” (PROULX; SHEPATIN, 2012, p. 83): o dispositivo móvel, associado ao sistema televisual, é utilizado então “como uma extensão de seu aparelho televisor” (PROULX; SHEPATIN, 2012, p. 84). Assim, enquanto o espectador assiste ao conteúdo veiculado na televisão (a *Primeira Tela*), ele utiliza outro dispositivo – tipicamente móvel (uma *Segunda Tela*) – para acessar conteúdos adicionais (via de regra relacionados àquele transmitido na TV) que lhe interessam. A rigor, é possível afirmar que “a Web e a televisão estão se complementando e não competindo entre si. [...] A Internet não matou a TV; de fato ela se tornou sua melhor amiga” (PROULX; SHEPATIN, 2012, p. 03).

<sup>23</sup> Informações adicionais que abordam interatividade enquanto tendência, considerando uma abordagem teleológica pragmática, podem ser consultadas na tese do autor deste artigo (defendida em 2012 e cotada nas referências bibliográficas), particularmente no trecho entre as páginas 205 e 209.

Em síntese, é possível afirmar que foram observados dois fatores principais na análise adicional à pesquisa que o autor desenvolvia quando da realização da Copa do Mundo da FIFA no Brasil em 2014, e que motivaram a elaboração deste artigo: o primeiro envolve o que se considerou como (i) variação na linha editorial do Jornal Nacional em função da Copa do Mundo da FIFA no Brasil em 2014, caracterizada pela migração de tempo do telejornal a partir de categorias de matérias tipicamente apresentadas no programa para tratar da categoria *Entretenimento*; o segundo, (ii) a não disponibilização de possibilidades de interatividade relacionadas à Copa durante a veiculação de matérias do mundial no Jornal Nacional (ainda que as ações de interatividade estejam se tornando mais usuais à medida em que o público aumenta o contato com dispositivos móveis que se conectam à Internet).

Entende-se que caso a variação na linha editorial tenha sido efetivamente motivada pelo interesse em aumentar a audiência do telejornal em função do tema da Copa do Mundo (o que seria justificável pela queda de público, associada ao fato de que o futebol é um elemento de identidade enquanto nação no Brasil), paradoxalmente o uso de recursos de interatividade (que constituem uma espécie de *marcas da contemporaneidade*) não foi sugerido durante os programas em que houve coleta de dados empíricos – o que potencialmente tenderia a atrair público ou mantê-lo sintonizado na emissora (ou em seu *site*, no caso de fornecimento de um *jardim cercado*<sup>24</sup>, por exemplo).

Há que se considerar o desenvolvimento de projeto de pesquisa específico para novas coletas de dados – desta vez, envolvendo coletas orientadas a análise de matérias em períodos de realização de grandes eventos, visando avaliar em que medida ocorreriam variações de linha editorial em uma situação que não a Copa do Mundo da FIFA (em 2016, a realização das Olimpíadas no Rio de Janeiro parece constituir um *case* interessante). Uma vez que ações de coleta realizadas ao acaso habilitaram acesso a dados que indicam uma variação de linha editorial do telejornal com maior audiência no país, é possível inferir que uma investigação planejada possa proporcionar novas descobertas.

## Referências

---

<sup>24</sup> Trata-se de ambiente de software fornecido pela emissora, no qual o espectador pode interagir. O termo foi definido originalmente para o contexto da TV digital interativa, mas os aplicativos de Segunda Tela constituem, a rigor, casos de jardins cercados. O “termo jardim cercado é utilizado porque um limite definido [por um programa de software] restringe o acesso do espectador a conteúdos não regulados [pelas emissoras], diferente do que ocorre [em uma navegação típica] na Internet” (GAWLINSKI, 2003, p. 12).

ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas**: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. São Paulo: Companhia das Letras, [1983] 2011.

BONNER, William. **Jornal Nacional**: modo de fazer. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2009.

COUTINHO, Iluska. Um público para chamar de seu: a construção da audiência no discurso do 'Jornal Nacional'. In: BRANDÃO, Cristina; COUTINHO, Iluska; LEAL, Paulo Roberto Figueira (org.). **Televisão, cinema e mídias digitais**. Florianópolis: Editora Insular, 2012. pp. 147-166.

EM CRISE, Jornal Nacional tem menos audiência do que The Voice. Disponível em: <<http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/audiencias/em-crise-jornal-nacional-tem-menos-audiencia-do-que-the-voice-4892>>. Acesso em: 07 out. 2015.

FECHINE, Yvana. **Televisão e presença**: uma abordagem semiótica da transmissão direta. São Paulo: Estação das Letras e Cores/CPS-Centro de Pesquisas Sociosemióticas, 2008.

FIFA. 2014 FIFA World Cup. Disponível em: <<http://www.fifa.com/worldcup/archive/brazil2014/index.html>>. Acesso em: 24 jun. 2015.

FRANZINI, Fábio. As Raízes do País do Futebol: Estudo sobre a relação entre o futebol e a nacionalidade brasileira (1919 - 1950). 2000. 144f. **Dissertação de Mestrado** – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2000.

FRANZINI, Fábio. Da expectativa fremente à decepção amarga: o Brasil e a Copa do Mundo de 1950. **Revista de História**, n.163, jul./dez. 2010. São Paulo. 2010. p. 243-274.

GAWLINSKI, Mark. **Interactive television production**. Oxford: Focal Press, 2003.

GLOBO COPA. **Globo “ignora” exoesqueleto na abertura da Copa do Mundo e é criticada na internet**. Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/blogs/pop/2014/06/12/globo-nao-mostra-exoesqueleto-e-e-criticada-na-internet/>>. Acesso em: 24 jun. 2015.

MARQUIONI, Carlos Eduardo. TV digital interativa brasileira: redefinições culturais e inter-ações midiáticas em tempos de migração tecnológica. 2012. 282f. **Tese de doutorado** – Universidade Tuiuti do Paraná (UTP), Curitiba, 2012.

MARQUIONI, Carlos Eduardo. Do uso concomitante de dispositivos tecnológicos: a experiência de Segunda Tela enquanto reconfiguração no modo de assistir TV. **GEMInIS**: Grupo de estudos sobre mídias interativas em imagem e som (UFSCar), São Carlos, ano 5, n. 1, v. 2 p. 06 a 22, jan./jun. 2014.

PROULX, Mike; SHEPATIN, Stacey. **Social TV**: How Marketers Can Reach and Engage Audiences by Connecting Television to the Web, Social Media, and Mobile. New Jersey: John Wiley & Sons, 2012

RODRIGUES, Nelson. Futebol é paixão. In: RODRIGUES, Sonia (org.). **Brasil em campo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012. p. 119-120.

WILLIAM Bonner fica em pé na estreia do novo cenário do ‘Jornal Nacional’. Disponível em: <<http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2015/04/27/william-bonner-fica-em-pena-estreia-do-novo-cenario-do-jornal-nacional.htm>>. Acesso em: 28 abr. 2015.

WILLIAMS, Raymond. **Television**: Technology and Cultural Form. Padstow: Routledge Classics, [1974] 2005.