

## **Recursos virtuais em 3D: a percepção do público acerca da tecnologia utilizada pelo Fantástico, no cenário de apresentação<sup>1</sup>**

Priscila de MORAIS KELLERMANN<sup>2</sup>

Cristiane LINDEMANN<sup>3</sup>

Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, RS

### **Resumo**

Este artigo discute o processo de recepção acerca dos recursos tecnológicos utilizados no cenário do programa Fantástico, exibido pela Rede Globo, durante a chamada das reportagens. Inédita no campo acadêmico, a pesquisa tem por objetivo identificar, analisar e compreender determinadas apropriações sobre o referido objeto de estudo. A abordagem teórica aborda temas como o jornalismo e sua função social, infotenimento, imagens televisivas, jornalismo imersivo e recepção. Para a realização do grupo focal, organizamos uma dinâmica com dez participantes, onde foram analisadas três reportagens e suas respectivas apresentações, veiculadas em maio e junho de 2016. Após, procedemos a análise dos dados obtidos, discutindo a forma como os indivíduos compreendem os recursos virtuais utilizados no cenário em interação com os apresentadores.

### **Palavras-chave**

Estudo de recepção; Fantástico; Infotenimento; Jornalismo; Realidade virtual.

### **Introdução**

Este artigo é resultado de uma pesquisa de monografia, defendida na Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc) em 2016/02, que teve o programa Fantástico como objeto de estudo. A escolha pelo dominical, veiculado pela Rede Globo desde 5 de agosto de 1973, se deu a partir da sua linha editorial, que apresenta a característica marcante do infotenimento, gênero que une a informação ao entretenimento em produções jornalísticas. No cenário brasileiro, o dominical é o programa de maior longevidade a representar, pela primeira vez, o formato de revista na televisão. Para compreender melhor este gênero, é de fundamental importância esclarecermos o papel do jornalismo enquanto transmissor da realidade, a classificação do infotenimento e seu espaço diante os gêneros jornalísticos, o uso das imagens como representações da realidade, bem

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

<sup>2</sup> Graduada em Jornalismo pela Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, e-mail: [priscilakellermann@hotmail.com](mailto:priscilakellermann@hotmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, e-mail: [clindemann@unisc.br](mailto:clindemann@unisc.br)

---

como a apropriação do jornalismo diante o uso de recursos de realidades virtual – temas estes que serão abordados no referencial teórico apresentado posteriormente.

Sabemos que a televisão chegou ao Brasil em 1950, trazida por Francisco de Assis Chateaubriand, fundador da primeira emissora televisiva do país, a TV Tupi. Desde então, muitos formatos de programas, dentre eles os jornalísticos, já foram experimentados e é possível perceber a crescente evolução tecnológica, bem como confirmar sua fundamental importância para o aprimoramento dos conteúdos televisivos. Atualmente, os recursos gráficos visuais em 3D são tão impecáveis que, por vezes, se confundem com a realidade. Através desta percepção, temos um paradoxo que se instala diante a prática e a função social jornalística: o uso de métodos ficcionais e tecnológicos como complemento a uma narrativa informacional, que se compromete em transmitir a verdade e a realidade dos acontecimentos ao telespectador.

Analisando em caráter exploratório as edições do programa dominical Fantástico, percebemos a utilização de recursos visuais ficcionais em seu cenário principal, onde as animações propiciam diversas interações com os apresentadores do programa. Com base nessa observação, buscamos responder o seguinte questionamento: de que forma o espectador do Fantástico interpreta os recursos tecnológicos utilizados no cenário do programa durante a apresentação e chamada das reportagens, e como isso impacta na produção de sentido das notícias exibidas no telejornal?

Através desse estudo, temos por finalidade tensionar alguns pressupostos jornalísticos, como a busca pela verdade versus o uso de recursos virtuais para narrar acontecimentos reais, assim como descobrir se essas intervenções tecnológicas colaboram no entendimento da mensagem que está sendo transmitida pelos apresentadores, ou se distraem o telespectador a ponto de dificultar a compreensão da informação. Para tanto, utilizamos a pesquisa bibliográfica, a partir de autores renomados na área da Comunicação Social, e realizamos um estudo de recepção, com o uso da técnica de grupo focal como principal recurso metodológico.

### **Jornalismo, função social e infotainment**

Perante tantas definições já atribuídas pelos autores ao exercício da prática jornalística, destacamos as principais ideias de Karam (2004). Conforme o autor, o papel do jornalismo está diretamente relacionado aos fatores sociais que geram interesse público,

como comportamentos humanos, decisões governamentais, resolução de problemas de cunho social, dentre outros critérios.

A natureza do jornalismo, tratada de forma teórica, consiste na possibilidade de se repensar o cotidiano, refletir sobre a totalidade dos fenômenos e inserir, na prática, novas perspectivas. Segundo Karam (2004), reconhecido como produtor de verdades rotineiras, o jornalismo tem por finalidade interpretar e transmitir a realidade social, evitando qualquer tipo de manipulação dos fatos.

É compromisso do jornalismo, ainda, revelar a realidade de forma diferente daquela apresentada pela ciência e, assim, evidenciar aspectos que os outros modos de conhecimento não são capazes de mostrar. Segundo Meditsch (1997), o jornalismo também tem uma maneira diferenciada de retratar o conhecimento, devido à especificidade informativa da sua função dentro da comunicação.

Neste cenário, o jornalismo, aqui entendido como processo social, está sempre em movimento e em constante evolução. Por isso, Dejavite (2007) afirma que o conteúdo jornalístico tem sofrido mudanças e ganhado uma nova exterioridade, denominada notícia *light*. Conforme a autora, essa alteração se deu porque até pouco tempo havia uma preocupação pequena em satisfazer os interesses do receptor, enquanto hoje, o público participa cada vez mais do que se veicula na mídia.

A notícia *light*, explicada de modo resumido, segundo Dejavite (2007), pode ser definida como um conteúdo de rápida absorção e fácil entendimento, que tem por objetivo divertir o receptor. O público espera encontrar na notícia a satisfação para suas necessidades e interesses de informar e formar opinião, mas também, requer distração e a própria vivência do fato, já que a informação está sendo consumida pela audiência justamente no período dedicado ao lazer. “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” (DEJAVITE, 2007, p. 6).

De acordo com Marques de Melo et. al.(2012), os gêneros jornalísticos são estudados desde a metade do século XX e, atualmente, podem ser legitimados da seguinte forma: informativo, opinativo, interpretativo, utilitário e diversional. Esta última categoria permite observar de maneira mais clara as relações socioculturais entre emissor e receptor. O jornalismo de entretenimento, também conhecido como jornalismo literário, faz parte do gênero diversional, o qual propõe uma narrativa que se constrói tanto com técnicas próprias do jornalismo, quanto com métodos literários.

---

Com técnicas literárias realistas (flashbacks, digressões, diálogos, aprofundamento psicológico das personagens, narrador em primeira pessoa etc.) e na qual o autor se preocupa menos em seguir padrões e técnicas soberanas em redações e jornais diários (*lead*, pirâmide invertida) e mais em dar ao leitor visão mais próxima o quanto for possível dos fatos, extrapolando os limites do jornal impresso (CASTRO; SILVA *apud* SOSTER et. al., 2012, p. 101).

Há tempos, expressões como diversão e notícia, jornalismo e entretenimento, informação e ludicidade aparecem juntas na linguagem utilizada no campo da comunicação. Conforme Mendes Lobato (2010), a união não acontece sem motivo: antes estes termos eram separados por uma espécie de abismo, e agora, convivem diariamente em redações de jornais, revistas, portais e emissoras de rádio e TV, intrigando quem faz – e estuda – a informação na atualidade. Para Rocha (2016), essa é uma das grandes, definitivas e irreversíveis transformações do jornalismo, em razão dos novos comportamentos da audiência contemporânea.

### **Jornalismo imersivo e realidade virtual**

Diversos autores tratam sobre a utilização de imagens para representar a informação que está sendo transmitida ao público. No caso do jornalismo televisivo, as imagens em movimento podem, inclusive, ser um valor-notícia, e quando acompanhadas de som, formam a denominada informação audiovisual (BRASIL, 2012). No entanto, Jespers (1998) alerta para uma possível confusão, que pode ocorrer quando o telespectador não conseguir distinguir a ficção da representação jornalística da realidade. Na concepção do autor, esta falsificação é inaceitável quando ultrapassa o limite entre real e imaginário.

Ao pensar no uso das representações imagéticas como parte de uma estratégia criada pelo mercado de consumo, Brasil (1998) questiona o sentido e o valor comunicacional das imagens. Para ele, essas ilustrações são capazes de desviar da sua principal importância: provocar a razão e a reflexão, estabelecendo relação direta e particular com próprio poder que existe a cerca da imagem e da informação. Na percepção do autor, as representações proporcionam ao telespectador uma interpretação subjetiva, a partir de uma narrativa propriamente específica.

O uso da realidade virtual (RV), cada vez mais constante no jornalismo, exige do profissional sabedoria para combinar reflexão com diversão. Para Rocha (2016), com base em estudo realizado pela pesquisadora Nonny De La Peña, um dos principais papéis do jornalismo de imersão é o de reinstaurar o envolvimento emocional do público em eventos atuais. Na pesquisa de Nonny De La Peña, o jornalismo imersivo é aquele que permite à

audiência participar ou interagir em cenários construídos a partir de imagens tridimensionais, que recriam histórias e notícias reais.

O jornalismo imersivo, além de descrever fatos e acontecimentos, propõe uma experiência em primeira pessoa das situações contidas nas notícias. A narrativa jornalística não ocorre a partir de reportagens ou entrevistas escritas, mas por meio experiência das ações (PENÃ apud ROCHA, 2016, p. 9).

Sobre a discussão do uso de realidade virtual nas narrativas jornalísticas, Eva Dominguez (2013), apropriada das ideias de Richard Grrig, afirma que os mundos narrativos, que podem ou não serem ficcionais, são lugares mentais do leitor, espectador ou ouvinte. "Si como hemos dicho, nuestro sistema de transporte tiene unas peculiaridades visuales, la familiaridade com los códigos visuales influirá em la facilidad o dificultad com que el usuario penetrará em el relato" (DOMINGEZ, 2013, p. 123). Dessa forma, a autora explica a importância da familiaridade do espectador com o meio de comunicação e o conteúdo que está sendo apresentado, e afirma que ela é o ponto de partida para a constituição mental dos fatos. Assim, a imersão do sujeito se torna mais fácil quando há familiaridade, enquanto que a distância exige maior esforço mental por parte do receptor.

### **Recepção: telespectador como produtor de sentido**

A interação existente entre emissor e receptor, que por sua vez resulta no processo de comunicação, vem sendo estudada em diversas áreas disciplinares, mas foi no início do século XXI, conforme Sousa (1995), que as análises foram intensificadas nesse sentido. Até o momento, pesquisas realizadas na área apontavam o emissor como agente predominante, como se ele fosse o único responsável pelo processo de comunicação.

Para Jacks (1995), esse novo entendimento, que caracteriza o receptor como elemento significativo, tem como consequência a aproximação das noções de cultura e de comunicação. "A mudança que ocorre é que o processo comunicativo torna-se uma relação na qual emissores e receptores produzem o sentido, ainda que ocupem posições assimétricas dentro do processo" (GRISA apud JACKS, 2008, p. 42).

Já Barbero (1995), utiliza-se do repertório da publicidade para contextualizar a importância do receptor nos estudos de recepção, e afirma que é o consumidor quem tem a palavra final. "Acredita-se que é ele quem decide o que vê, o que lê, o que escuta. Não importaria muito se os programas são de boa ou má qualidade; cada leitor faz a sua leitura. De um lixo, poder-se-ia fazer uma leitura profunda e preciosa" (BARBERO, 1995, p. 54).

Seguindo este pensamento, Leal (1995) fala que existem inúmeras possíveis leituras de uma mesma mensagem, pois os grupos são diferenciados, e assim, a comunicação acaba não sendo direcionada da mesma forma para todos os públicos. Concordando com Leal, Barbero (1995) afirma que o estudo de recepção, portanto, consiste num espaço de interação, onde o processo de comunicação não está somente nas mensagens, e sim, na transmissão de informação do próprio meio ao receptor.

Pesquisando sobre estudos que têm como objeto a recepção televisiva, identificamos que o enfoque da grande parte dos trabalhos consultados se dá em como o público incorpora o gênero em seu cotidiano e como ele estabelece mediação com outros gêneros e meios de comunicação.

Sobre as imagens evidenciadas pela televisão, Jacks (2008) afirma que possuem potencial de significação superior ao da comunicação verbal, porque agem diretamente nos sentimentos e no imaginário das pessoas. Em relação ao fluxo de informações emitido pela televisão, Kehl (1995) expressa sua preocupação ao tentar entender como funciona o pensamento, dimensão mais importante da relação do sujeito – neste caso espectador –, com a realidade. Ainda seguindo esse raciocínio, a autora afirma que a televisão não é responsável por cobrir completamente a relação dos espectadores com a realidade. Ela destaca que existem outras instâncias de informação e comunicação que servem justamente para mostrar a necessidade do pensamento na vida das pessoas, e neste caso, ela refere-se à experiência como possível forma de relativizar o poder das imagens criadas pela televisão, desenfiteando o espectador fascinado pela realização de desejos dessa mídia. “É por meio da experiência que eu conheço meus limites e os limites do real, aprendendo os que devem ser respeitados e os que eu posso tentar romper - e a que preço” (KEHL, 1995, p. 179).

Em conformidade com as ideias de Kehl, Sousa (1995) aborda o avanço da relação entre a tecnologia e a máquina, e explica que existe uma cultura da imagem que segue a da escrita. Para ele, esses dois fatores agora convivem com um terceiro, que é a interação entre imagem, escrita e eletrônica, como no caso da computação gráfica.

São novas categorias de análise emergindo, como o tempo, o visível e o invisível; a fragmentação do tempo, o do espaço nas imagens, sugerindo o mesmo na vida real das pessoas; o microtempo que as fotografias tentam capturar e reter ante a situação conflitiva que as imagens em movimento na televisão lhes trazem; a linguagem pelo som e pela imagem, em múltiplos processos de metamorfose, interagindo com o imaginário, em que estão presentes tantos outros atores; enfim a sedução da técnica parece ganhar autonomia no meio social, vai além do trabalho e da informação, e chega, nos

---

indivíduos e, para além deles, compondo mundo de suas fantasias e desejos, tanto quanto o próprio imaginário social (SOUSA, 1995, p. 31-32).

Seguindo nessa compreensão, o autor afirma que a tecnologia age para além de si mesma, não apenas se comprometendo em levar informações, mas também, retomando as próprias dimensões da vida em movimento, sugerindo que esses novos processos de construção entre informação e ficção encontram-se na própria vida das pessoas e em suas maneiras de ser.

### **Fantástico: a apropriação do estilo jornalismo de revista**

Para alcançar o objetivo geral desta pesquisa, desenvolvemos ações baseadas em pesquisas sociais empíricas, a partir de métodos qualitativos, dentre eles, grupo de discussão, técnicas de observação de participantes e preenchimento de questionários. Dessa forma, visamos buscar o entendimento dos fenômenos através do olhar dos próprios participantes e das definições e interpretações que os mesmos atribuem ao objeto investigado. Assim, apresentaremos o nosso objeto de estudo e, em seguida, as três reportagens analisadas do dominical.

O Fantástico é um programa classificado como revista eletrônica, que estreou na Rede Globo em 5 de agosto de 1973. Desde 2013 e 2014, o dominical é apresentado por Tadeu Schmidt e Poliana Abritta. Desenvolvido pelo diretor de operações da emissora, na época, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, conhecido como Boni, o programa foi criado com o objetivo ser uma revista visualmente sofisticada e que tivesse condições de abordar tanto a realidade quanto a ficção. Seu diferencial era explorar uma fórmula que misturasse matérias de cunho investigativo, com quadros de humor, esporte e entretenimento, representando, dessa forma, o infotenimento (STEFFEN, 2013).

Conforme o site Memória Globo (2016), as primeiras inovações tecnológicas em relação à apresentação do dominical começaram em 1993, porém, sem perder a preocupação em transmitir um jornalismo responsável. Em 2003, a apresentação abandonou o uso da bancada, elemento habitualmente utilizado pelos âncoras de telejornais. A partir de 2009, o painel com múltiplos toques posicionado no fundo do cenário foi substituído por outro de alta qualidade, e com a apropriação do programa de recursos tecnológicos em HD<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Sigla inglesa que significa “High Definition”. A expressão se refere às transmissões televisivas em alta definição, sinal digital e imagens com qualidade em alta resolução.

## Reportagens analisadas

As reportagens do programa Fantástico passaram a ser analisadas desde o início da produção desta pesquisa. Através de um filtro no material previamente apurado, buscamos selecionar reportagens que exibissem, em suas apresentações, interações efusivas entre âncoras e imagens no cenário virtual. Assim, foram definidas três:



### Reportagem 1

Tema: caça aos javalis-selvagens no Brasil.

Âncoras: Tadeu Schmidt e Poliana Abritta.

Veiculação: 10 de junho de 2016.

Tempo de duração da chamada: 19 segundos.

Tempo de duração da reportagem: 5 minutos.

Cenário virtual: os apresentadores em meio à vegetação, com um javali à frente, em movimento.



### Reportagem 2

Tema: integra o quadro “Geração 16”, onde são acompanhadas histórias de atletas que têm como sonho competir nos Jogos Olímpicos.

Âncoras: Tadeu Schmidt e Poliana Abritta.

Veiculação: dia 19 de junho de 2016.

Tempo de duração da chamada: 28 segundos.

Tempo de duração da reportagem: 7 minutos 13 segundos.

Cenário virtual: quadra de basquete; o apresentador interage com a cesta.



### Reportagem 3

Tema: Usina Hidrelétrica de Belo Monte.

Âncoras: Tadeu Schmidt e Poliana Abritta.

Veiculação: 29 de maio de 2016.

Tempo de duração da chamada: 39 segundos.

Tempo de duração da reportagem: 9 minutos 89 segundos.

Cenário virtual:

barragem; os apresentadores estão em cima de uma superfície de concreto e madeira, flutuando na água, que se move.

### A realização do Grupo Focal

Para iniciar a dinâmica, os participantes responderem a um questionário, com o objetivo de facilitar a identificação dos perfis de cada um, no momento da análise dos dados obtidos. Cada participante respondeu questões pessoais, como nome, gênero, idade, dentre outras, e também, questões específicas referentes ao programa Fantástico.

Após o preenchimento dos questionários, foi iniciado o debate, juntamente com a veiculação das reportagens selecionadas. Para auxiliar na orientação, foi utilizado um roteiro de perguntas para nortear a discussão. No entanto, em alguns momentos foi preciso alterar a ordem das questões, assim como incluir algumas outras que não estavam previstas, devido ao direcionamento da fala dos integrantes do grupo. Cada participante foi identificado pela letra **P**, seguido do número que correspondente a ordem em que estava posicionado na sala, no momento da atividade.

O perfil dos participantes, em relação ao gênero, idade, formação e profissão, ficou assim definido: **P1** – Homem, idade entre 15 e 25 anos, estudante de Comunicação Social e comerciário. **P2** – Mulher, idade entre 15 e 25 anos, estudante de Administração e auxiliar administrativo. **P3** – Mulher, idade entre 15 e 25 anos, estudante de Ciências Biológicas e auxiliar de laboratório. **P4** – Mulher, idade entre 15 e

25 anos, estudante de Ciências Biológicas e auxiliar de laboratório. **P5** – Homem, idade entre 15 e 25 anos, estudante de Administração e auxiliar administrativo. **P6** – Mulher, idade entre 15 e 25 anos e estudante de Fisioterapia. **P7** – Mulher, idade entre 15 e 25 anos e estudante de Fisioterapia. **P8** – Mulher, idade entre 15 e 25 anos, estudante de Ciências Contábeis e auxiliar administrativo. **P9** – Mulher, idade entre 15 e 25 anos e estudante de Psicologia. **P10** – Mulher, idade entre 26 e 35 anos, formada em Técnico em Radiologia, técnica em radiologia.

### **Paradoxo entre real e virtual: o olhar dos participantes**

Para realizar este estudo, foram selecionadas três reportagens do programa Fantástico. Com o intuito de facilitar a organização e a compreensão da análise, os conteúdos serão identificados no texto da seguinte forma: **R1** - reportagem sobre a caça aos javalis-selvagens no Brasil; **R2** - reportagem que integra o quadro “Geração 16”, onde são acompanhadas histórias de atletas que têm como sonho competir nos Jogos Olímpicos; e **R3** - reportagem sobre a Usina Hidrelétrica de Belo Monte.

Considerando que o produto submetido à análise do grupo focal é jornalístico, enquadrando-se na categoria de infotainment e veiculado em televisão – portanto, audiovisual –, organizamos a discussão a partir de uma abordagem ampla. O primeiro questionamento aos participantes foi sobre *qual tipo de imagem mais lhes atrai, estática ou em movimento*. **P1** e **P7** disseram que as imagens em movimento são as que mais lhes atraem, e **P1** justificou dizendo que essas despertam mais a atenção. Para **P2** elas deixam “uma curiosidade em saber o que vem depois”. Em seguida, o debate foi dividido em três partes, de acordo com os três temas abordados. Para iniciar, os participantes responderam questões referentes ao jornalismo e sua função social.

Ao questionar *o que é jornalismo*, tanto na TV quanto no rádio, na internet ou nos meios impressos, **P9** afirmou que é “passar a informação da melhor forma possível”, enquanto **P6** disse que sua lembrança sobre a profissão se refere a “apresentar”. Para esse participante, pensar em jornalismo remete logo aos apresentadores de telejornais. Segundo Karam (2004), a função do jornalismo perante a sociedade é repensar o cotidiano, de maneira teórica, enquanto na prática seu papel é de inserir novas verdades rotineiras (KARAM, 2004). Essa percepção vai ao encontro da ideia de **P5**, que em sua fala demonstrou confiança no papel exercido pelo jornalismo, bem como uma

expectativa positiva em relação ao papel que desempenha socialmente, em busca de acontecimentos que sejam comprometidos com a realidade.

Incitados a falarem sobre o dominical, foi questionado se os participantes *enxergam o Fantástico como um programa jornalístico ou de entretenimento*. **P10** logo questionou se “pode ser meio termo?”, enquanto **P7** afirmou ser um “balanço entre os dois” – ou seja, mesmo sem terem conhecimento teórico, pois não são jornalistas, ambos percebem a presença do infotainment no programa analisado. Ao indagar diretamente **P3**, **P4** e **P5**, devido à falta de interação dos mesmos, eles afirmaram ser um meio termo entre os dois gêneros. **P9** explicou sua percepção, dizendo que “se tem algum acontecimento marcante eles mostram, como no Jornal Nacional”, e que “dependendo da situação, eles se adaptam”. A partir desse apontamento, pode-se estabelecer uma relação com as ideias de Dejavite (2007). A autora afirma que o jornalismo tem sofrido mudanças e ganhado uma nova exterioridade, a chamada notícia *light*, definida como um conteúdo de rápida absorção e fácil entendimento. **P1** concordou que o programa “é bem mesclado”, e que justamente por não ser da área do jornalismo, o entretenimento acaba por lhe interessar mais. **P10** também comparou o Fantástico ao Jornal Nacional, dizendo que o dominical não é tão “sério” quanto o diário, se referindo à forma de apresentação e comunicação entre os âncoras.

Questionamos aos participantes *o que acharam da relação existente entre a apresentação de fatos reais com imagens virtuais*. **P10** se manifestou dizendo que “é uma forma de prender o público e de chamar bem mais a atenção”, e **P9** afirmou que “é mais dinâmico e conquista mais”, justificando que nos demais jornais televisivos existe uma certa seriedade, enquanto que no Fantástico “as imagens em movimento acabam te instigando a querer ver mais”. Já **P2** revelou que não costuma assistir televisão frequentemente, porém, elogiou o Fantástico pela sua variedade e pelo seu *layout* inovador. “Eu acho um programa bem interessante. Como já falaram, é o único programa de TV aberta que agrada todo mundo, porque tem tudo”.

Neste momento da discussão buscamos saber se *a apresentação das reportagens produziu algum sentido em relação ao conteúdo*. **P7** afirmou que “as imagens meio que preparam pra notícia e dão uma noção do que tu vai ver”. Concordando, **P9** também se referiu ao uso das imagens como uma “introdução dinâmica” do que vai ser visto na reportagem. Os participantes que se manifestaram nessa pergunta discordam de Brasil (1998), que afirma que essas ilustrações são capazes de desviar a atenção do

telespectador daquilo que seria sua principal importância, que é provocar a razão e a reflexão existente entre o próprio poder da imagem e da informação.

Ao perguntar *o que acham dessa forma diferenciada de apresentar, sem bancada, linguagem e roupa formal*, **P10** respondeu que prefere dessa maneira e **P6** disse que é muito positiva, “porque a gente tá acostumado a só ver coisas ruins, e aí a gente se depara com um conteúdo assim, que por mais que seja sério, eles transformam em algo bom pra gente ver”. Já **P9** destacou a linguagem coloquial como principal diferencial do programa, e ressaltou que o mesmo está acompanhando a evolução do mundo e “tentando entrar nas casas, tentando falar com as pessoas... Porque nem todo mundo vai entender naquela linguagem formal que eles usam nos jornais”. Assim, o participante endossa o que já comentamos anteriormente, sobre a possibilidade do jornalismo – cumprindo uma de suas funções sociais – aproximar o público de uma realidade diferente da sua, através de elementos como a linguagem, por exemplo.

Sobre a impressão de realidade causada pelas imagens, instigamos os participantes a falar se *alguma delas foi muito próxima do real, ou se facilmente foi possível perceber que eram virtuais*. **P10**, que pertence à área da saúde, surpreendeu ao responder que era possível identificar, facilmente, que as imagens não eram reais, enquanto **P8**, da área de ciências exatas, discordou e afirmou que “a cesta, se tu olhar de longe, de relance, não diz que é computação”.

Ao perguntar aos participantes se *a leveza do conteúdo contribui pra prender a atenção do público, fazendo-o se sentir parte da história*, **P1** respondeu que “eles conseguem te encaixar como se tu estivesse lá no meio, vivendo aquilo, é muito próximo de ti”. A interpretação do participante corresponde às ideias de Nonny De La Peña, em estudo mencionado por Rocha (2016), que afirma que o jornalismo imersivo é responsável por proporcionar uma experiência em primeira pessoa das situações contidas nas notícias.

Ao perguntar se os participantes *perceberam o tempo de duração das reportagens*, **P1** afirmou que parecem ser mais longas, mas que, no entanto, “não causou tédio”. Para **P6**, “é um tempo bem aproveitado com informações legais e bastante conteúdo”. As impressões dos participantes estão de acordo com a concepção de Dominguez (2013), que afirma que quanto mais imerso o sujeito estiver, maior será a sua atenção e absorção do conteúdo, o que pode, irrefletidamente, fazê-lo não notar o tempo concreto de duração das reportagens.

Para concluir, a mediadora questionou se *algum dos participantes mudou a percepção que tinha em relação à união do jornalismo com o entretenimento*. **P1** afirmou que mudou sua concepção em termos de programas jornalísticos, dizendo que “foi até mais do que eu pensava, e a partir de agora eu vou olhar os outros jornais e pensar que podiam ser como o Fantástico”. **P10** brincou ao dizer “eu não vou querer olhar mais os outros jornais”, e destacou que o programa agrada a todos os públicos em suas mais de duas horas de conteúdo. “E quando dá um assunto que não gosta, eu acho que a pessoa troca de canal e acaba voltando depois”, completou. Já **P6** afirmou que gostou das apresentações e que prefere conteúdos que chamem a atenção e que sejam “mais animados”. **P8** também se manifestou e afirmou que desconhecia o gênero ao qual o Fantástico pertencia, e que “agora sim é possível entender”. **P9**, no entanto, disse que já havia notado algum diferencial no dominical, em relação aos outros programas jornalísticos, mas que “nunca tinha pensado de maneira aprofundada”. Para **P9**, essa união de informação com entretenimento transmite a ideia de “desconstruir padrões, criando um novo conceito, mas sem deixar de ser jornalismo”.

### **Considerações finais**

Após a execução dos procedimentos metodológicos, afirmamos que foi possível identificar as questões propostas neste trabalho, principalmente a partir da realização do grupo focal. Através desta técnica, percebemos que os participantes fizeram diferentes leituras das mesmas reportagens, e que todos os ângulos apresentados são válidos e constituem uma forma singular de entendimento acerca do conteúdo.

As leituras diferenciadas de cada um dos indivíduos foram um verdadeiro desafio para quem estuda e pratica o jornalismo, já que a abrangência do Fantástico é ampla, e por isso, seu público é classificado como heterogêneo. Abordar o infotainment nos possibilitou entender o quanto é fundamental estabelecer um limite para que as pessoas que assistam não confundam realidade com ficção. E para isso, é fundamental que os jornalistas utilizem a tecnologia de maneira favorável à produção de programas deste perfil, primando, acima de tudo, pela veracidade, já que este é um dos principais valores da profissão.

Através desta experiência, onde unimos as teorias apresentadas às percepções dos integrantes do grupo focal, concluímos que o infotainment, ainda que continue sendo discutido entre os autores e recebendo críticas sobre sua classificação e aceitação como

gênero jornalístico, é uma possível e eficiente forma de chamar a atenção do público, independentemente do tipo de assunto a ser abordado.

Sem perder a essência principal do jornalismo, que é informar com objetividade e verdade, o infotimento consegue, ainda, gerar reflexões nas pessoas que assistem conteúdos desse tipo, pois sua forma de apresentação aproxima o telespectador da história que está sendo contada, através da interação. Esse é o diferencial que transmite emoções e sensações ao público, fazendo-o se interessar por assuntos complexos e, muitas vezes, distantes da sua realidade local. No contexto contemporâneo em que vivemos, a atenção do telespectador não é voltada, em sua totalidade, à televisão. Ou seja, ela é disputada com outros meios informativos, como a internet e o rádio. Assim, recorrer ao infotimento em programas televisivos pode ser uma maneira de atrair esse público.

Por fim, concluímos que os objetivos propostos foram cumpridos, e avaliamos como positivo o estudo de recepção aplicado na metodologia, através da técnica do grupo focal. Na graduação, somos incentivados em todas as disciplinas a utilizar os conhecimentos adquiridos e exercitar o fazer prático e técnico, com nossa atenção voltada ao resultado final. Porém, dificilmente voltamos nosso olhar para as preferências do público, a fim de descobrir como ele recebe, absorve e interpreta tais informações transmitidas por nós, estudantes e profissionais de jornalismo. Dessa forma, consideramos muito rica esta exploração aprofundada, que nos permitiu contemplar este outro olhar - voltado a quem consome a informação jornalística.

## Referências

- BARBERO, Martín Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton de. *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 39-68
- BRASIL, Antonio. *Telejornalismo imaginário: memórias, estudos e reflexões sobre o papel da imagem nos noticiários de TV*. Florianópolis: Insular, 2012.
- DEJAVITE, Fabia Angélica. *A notícia Light e o jornalismo de infotimento*. Universidade Presbiteriana Mackenzie e Universidade Anhembi Morumbi, 2007. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1472-1.pdf>>. Acesso em: 07 set. 2016.
- DOMÍNGUEZ, Eva. *Periodismo inmersivo*. Fundamentos para una forma periodística basada en la interfaz y en la acción. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat Ramon Llull (Comunicación), 2013.
- JACKS, Nilda. Pesquisa de recepção e cultura regional. In: SOUSA, Mauro Wilton de. *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 151-165
- JACKS, Nilda (Coord.). *Meios e audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2008.

- JESPERS, Jean-Jacques. *Jornalismo televisivo: princípios e métodos*. Coimbra: Minerva, 1998.
- KARAM, Francisco José. *A ética jornalística e o interesse público*. São Paulo: Summus, 2004.
- KEHL, Maria Rita. Imaginário e pensamento. In: SOUSA, Mauro Wilton de. *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 169-179
- LEAL, Ondina Fachel. Etnografia de audiência: uma discussão metodológica. In: SOUSA, Mauro Wilton de. *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 113-121
- MARQUES DE MELO, José. Panorama diacrônico dos gêneros jornalísticos. In: \_\_\_\_\_; LAURINDO, R.; ASSIS, F. de (Org.). *Gêneros jornalísticos: teoria e práxis*. Blumenau: Ed. da FURB, 2012 p. 21-26.
- MEDITSCH, Eduardo. *O jornalismo é uma forma de conhecimento?* Universidade Federal de Santa Catarina, 1997. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt>>. Acesso em: 04 set. 2016.
- MEMÓRIA GLOBO, Fantástico. Disponível em <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/programasjornalisticos/fantastico.htm>>. Acesso em: 17 set. 2016.
- MENDES MENDES LOBATO, José Augusto. *Jornalismo e entretenimento: um casamento possível*. Revista Eletrônica do Programa de Pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero, 2010. Disponível em <<http://www.revistas.univerciencia.org>>. Acesso em: 05 set. 2016.
- ROCHA, Giovanni Guizzo da. *Jornalismo imersivo: Explorações e caminhos para apropriações do acontecimento jornalístico a partir de experiências com dispositivos de realidade virtual*. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2016. Disponível em <<http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/resumos/R50-1919-1.pdf>>. Acesso em: 09 out. 2016.
- SOSTER, Demetrio de Azeredo; et.al. Jornalismo diversional e jornalismo interpretativo: diferenças que estabelecem diferenças. In: MARQUES DE MELO, J.; LAURINDO, R.; ASSIS, F. de (Org.). *Gêneros jornalísticos: teoria e práxis*. Blumenau: Ed. da FURB, 2012, p. 95-107.
- SOUSA, Jorge Pedro. *Elementos de jornalismo impresso*. Porto: Letras Contemporâneas, 2001.