



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
**FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO**  
CURSO DE JORNALISMO

WELLISSON LUCAS REZENDE DA SILVA

**JORNALISMO E INFOTENIMENTO: UMA ANÁLISE DO VALOR  
-NOTÍCIA NO QUADRO DE HUMOR “ISSO A GLOBO NÃO  
MOSTRA”**

GOIÂNIA  
2021



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO  
**TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR  
VERSÕES ELETRÔNICAS DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE  
GRADUAÇÃO NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DA UFG**

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio do Repositório Institucional (RI/UFG), regulamentado pela Resolução CEPEC no 1240/2014, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei no 9.610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo dos Trabalhos de Conclusão dos Cursos de Graduação disponibilizado no RI/UFG é de responsabilidade exclusiva dos autores. Ao encaminhar(em) o produto final, o(s) autor(a)(es)(as) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

**1. Identificação do Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação (TCCG)**

Nome(s) completo(s) do(a)(s) autor(a)(es)(as): WELLISSON LUCAS REZENDE DA SILVA

Título do trabalho: JORNALISMO E INFOTENIMENTO: UMA ANÁLISE DO VALOR-NOTÍCIA NO QUADRO DE HUMOR “ISSO A GLOBO NÃO MOSTRA”

**2. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador)**  
**Concorda com a liberação total do documento [ x ] SIM [ ] NÃO<sup>1</sup>**


[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante: a) consulta ao(à)(s) autor(a)(es)(as) e ao(à) orientador(a); b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo do TCCG. O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

**Casos de embargo:**


- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro.

**Obs.: Este termo deve ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.**


---

	Documento assinado eletronicamente por <b>Rosana Maria Ribeiro Borges, Professora do Magistério Superior</b> , em 09/11/2021, às 15:19, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do <a href="#">Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020</a> .
---	---

---

	Documento assinado eletronicamente por <b>WELLISSON LUCAS REZENDE DA SILVA, Discente</b> , em 10/11/2021, às 18:41, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do <a href="#">Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020</a> .
---	---

---

	A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <a href="https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&amp;id_orgao_acesso_externo=0">https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&amp;id_orgao_acesso_externo=0</a> , informando o código verificador <b>2458642</b> e o código CRC <b>E26711E8</b> .
--	--

WELLISSON LUCAS REZENDE DA SILVA

**JORNALISMO E INFOTENIMENTO: UMA ANÁLISE DO  
VALOR-NOTÍCIA NO QUADRO DE HUMOR “ISSO A GLOBO NÃO  
MOSTRA”**

Monografia apresentada à Disciplina Trabalho de Conclusão de Curso, do Curso de Jornalismo, da Faculdade de Informação e Comunicação, da Universidade Federal de Goiás, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob orientação da professora Dr<sup>a</sup> Rosana Maria Ribeiro Borges.

Goiânia, novembro de 2021.

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Silva, Wellisson Lucas Rezende da  
Jornalismo e infotimento: uma análise do valor-notícia no quadro de humor "Isso a Globo Não Mostra" [manuscrito] / Wellisson Lucas Rezende da Silva. - 2021.  
LXXVI, 76 f.

Orientador: Profa. Dra. Rosana Maria Ribeiro Borges.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Informação e Comunicação (FIC), Jornalismo, Goiânia, 2021.  
Bibliografia.

1. valor-notícia. 2. infotimento. 3. gêneros jornalísticos. 4. Isso a Globo Não Mostra. 5. programa Fantástico. I. Maria Ribeiro Borges, Rosana, orient. II. Título.


CDU 007





UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO  
ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Ao(s) nove dia(s) do mês de novembro do ano de 2021 iniciou-se a sessão pública de defesa do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) intitulado “JORNALISMO E INFOTENIMENTO: UMA ANÁLISE DO VALOR-NOTÍCIA NO QUADRO DE HUMOR 'ISSO A GLOBO NÃO MOSTRA””, de autoria de WELLISSON LUCAS REZENDE DA SILVA, do curso de Jornalismo da FIC/UFG. Os trabalhos foram instalados pela profa. Dra. Rosana Maria Ribeiro Borges (FIC/UFG), orientadora, com a participação do membro da Banca Examinadora prof. Dr. Ricardo Pavan (FIC/UFG). Após a apresentação, a banca examinadora realizou a arguição do estudante. Posteriormente, de forma reservada, a Banca Examinadora atribuiu a nota final 10,0 (dez), tendo sido o TCC considerado aprovado.

Proclamados os resultados, os trabalhos foram encerrados e, para constar, lavrou-se a presente ata que segue assinada pelos Membros da Banca Examinadora.

	Documento assinado eletronicamente por <b>Rosana Maria Ribeiro Borges, Professora do Magistério Superior</b> , em 09/11/2021, às 16:03, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do <a href="#">Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020</a> .
--	---

	Documento assinado eletronicamente por <b>Ricardo Pavan, Professor do Magistério Superior</b> , em 11/11/2021, às 12:03, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do <a href="#">Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020</a> .
---	--

	A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <a href="https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&amp;id_orgao_acesso_externo=0">https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&amp;id_orgao_acesso_externo=0</a> , informando o código verificador <b>2458641</b> e o código CRC <b>661C9AFA</b> .
---	--

## RESUMO

O trabalho analisa o quadro "Isso a Globo Não Mostra", exibido na revista eletrônica "Fantástico", para compreender como os valores-notícia se configuram dentro dele de acordo com a construção de seu conteúdo. A monografia também apresenta como objetivos específicos observar quais gêneros e formatos jornalísticos se fazem mais presentes no objeto de estudo, analisar como elementos humorísticos e digitais presentes no quadro dialogam com o jornalismo, perceber quais os objetivos do quadro referido e verificar os assuntos mais tratados nos episódios e a forma com que esse tratamento ocorreu. Para tal, utiliza como referencial teórico os conceitos e definições de jornalismo, gêneros e formatos jornalísticos, infotainment e valor-notícia, além de refletir sobre estudos acerca da convergência midiática. Como procedimentos metodológicos, o trabalho utiliza abordagem qualitativa, levantamento bibliográfico, pesquisa documental e análise filmica, além de se tratar de um estudo de caso.

**Palavras-chave:** valor-notícia; infotainment; gêneros jornalísticos; Isso a Globo Não Mostra; programa Fantástico.

## **ABSTRACT**

The research analyzes the show "Isso a Globo Não Mostra", shown in the electronic magazine "Fantástico", in order to understand how news values are configured within it according to the construction of its content. This monograph also has as specific objectives to observe which journalistic genres and formats are more present in the object of study, analyze how the humorous elements and internet elements present in the show dialogue with journalism, understand the objectives of the show and verify the issues most treated in the episodes and the way in which this treatment occurred. To this end, it uses as a theoretical framework the concepts and definitions of journalism, journalistic genres and formats, infotainment and news value, in addition to reflecting on studies on media convergence. As methodological procedures, the work uses qualitative approach, bibliographic survey, documentary research and film analysis, in addition to being a case study.

**Keywords:** news value; infotainment; journalistic genres; This Globo doesn't show; show Fantastic.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>5</b>
1.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	8
<b>2 OS PAPÉIS E OS DIFERENTES CAMINHOS NO CAMPO JORNALÍSTICO</b>	<b>14</b>
2.1 JORNALISMO, GÊNEROS E FORMATOS	14
2.2 NOTÍCIA E VALOR-NOTÍCIA	18
2.3 INFORMAÇÃO E ENTRETENIMENTO	23
2.4 MEMES E POLÍTICA	26
2.5 INFLUÊNCIAS DOS MEIOS DIGITAIS NO JORNALISMO	28
<b>3 ISSO A GLOBO NÃO MOSTRA</b>	<b>31</b>
3.1 O GRUPO GLOBO E A REVISTA ELETRÔNICA FANTÁSTICO	31
3.2 O QUADRO ENQUANTO PRODUTO JORNALÍSTICO	34
3.3 SELETIVIDADE NOS NOTICIÁRIOS	39
3.4 ESTRATÉGIAS DO DISCURSO	43
<b>4 TELEJORNAIS, NOVELAS E BOLSONARO</b>	<b>47</b>
4.1 EPISÓDIO 2	47
4.2 EPISÓDIO 3	51
4.3 EPISÓDIO 8	54
4.4 EPISÓDIO 10	58
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>63</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>67</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Esta monografia tem como proposta analisar quatro episódios do quadro de humor “Isso a Globo Não Mostra”, do “Fantástico”, programa semanal exibido pela Rede Globo de Televisão, para perceber como os valores-notícia estão presentes na atração. Num plano específico, o trabalho teve a finalidade de analisar as aproximações de entretenimento e de jornalismo no objeto empírico em questão, considerando as definições de infotenimento em um programa jornalístico. Dessa forma, através dessa análise, buscou-se ter uma noção aprofundada acerca dos assuntos e personagens que foram privilegiados em cada episódio e a maneira com que foram abordados, além de ampliar a visão sobre a aplicação de diferentes gêneros e formatos no jornalismo televisivo.

O quadro foi exibido em duas temporadas (nos anos de 2019 e 2020) e conta com 54 episódios. A escolha de se analisar quatro episódios deveu-se não somente ao prazo enxuto para a realização do presente Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado num semestre “pandêmico” de noventa dias, como também ao entendimento de que quatro episódios constituem uma amostra razoável para observar um padrão e obter noções satisfatórias quanto ao que foi produzido. Para que a escolha dos episódios obedecesse um critério, foram analisados os mais visualizados na plataforma de compartilhamento de vídeos Youtube, onde a maioria dos 54 episódios foram disponibilizados integralmente (com exceção dos episódios 14 até o 21, em que só foram disponibilizados alguns trechos).

Como citado, o quadro foi exibido no “Fantástico”, que é uma revista eletrônica, e seu recorte se encaixa na categoria de infotenimento, por entreter o público ao mesmo tempo em que aborda, de forma crítica, diversos assuntos da semana. É um quadro curto, com duração entre quatro e pouco mais de cinco minutos, que tem como uma das principais características a ironia e o deboche. Para tal, se vale de muitas imagens de arquivo de vários programas da própria emissora (a Rede Globo), como “Mais Você”, “Conversa com Bial”, “É de Casa”, “Altas Horas”, e vários outros, além dos diversos jornais e novelas da casa.

Partindo destes dados, este estudo norteou-se a partir da problemática de que o quadro

“Isso a Globo Não Mostra” em si, poucas vezes informa, optando na maioria dos casos por trazer informações de forma implícita, visto que exige um conhecimento prévio do espectador diante dos temas que apresenta, “pincelando” diversos assuntos sem contextualizá-los ou explicá-los. Dessa forma, algumas questões puderam ser levantadas: Qual a função do humor, naquilo que o quadro se propõe a fazer? Por que fazê-lo de modo humorístico? O quadro, quando não critica o cenário político, mas apenas debocha e ridiculariza da emissora, ou se apropria de recursos próprios da internet (como os memes), estaria levantando e debatendo quais questões? E quando se pensa nessas interseções com linguagens próprias da internet, quais seriam os formatos resultantes dessas interseções?

Coube aqui também refletir sobre as mudanças que a internet causa (e continua causando) no jornalismo, e até que ponto podem ser vistas de fato como inovadoras, considerando que “em comparação a outras [tecnologias] do passado, as tecnologias digitais distinguem-se por ampliar a capacidade intelectual do homem” (DEL BIANCO, 2004, p. 2), mas ainda assim “para ser considerado revolucionário de fato as novas tecnologias teriam que intervir diretamente na modificação dos processos de disseminação das informações; na interação entre representantes políticos e representados – através da produção noticiosa” (VIEIRA; CERVI, 2010, p. 6). Outra reflexão feita nesta monografia versa sobre como os meios digitais impactam não a forma, mas o conteúdo, pois “sem a efetiva mudança da cultura de produção das notícias, novas tecnologias transformam-se rapidamente em ferramentas mais desenvolvidas para desempenhar as mesmas funções, sem mudanças substantivas que possam ser verificadas na prática.” (VIEIRA; CERVI, 2010, p. 12).

Quanto ao valor-notícia, uma das ideias da pesquisa foi analisar como diferentes acontecimentos e fatos tratados no quadro, que em um primeiro olhar, parecem distantes do jornalismo, se “transformam” (ou não) em notícia. Além disso, na noção de que os valores-notícia servem para nortear e conduzir os processos de trabalho em uma redação de jornal, de modo a se escolher materiais consistentes e de maneira ágil (EPSTEIN, 2007), outro ponto que o trabalho buscou evidenciar foi o viés do quadro, ao se perceber quais valores-notícia, aliados a determinados acontecimentos, são mais destacados durante cada episódio.

Então, o objetivo geral desta monografia é analisar como os valores-notícia se configuram dentro do quadro de humor “Isso a Globo Não Mostra.” Ainda, são objetivos específicos desta Monografia: a) verificar, através da análise de quatro episódios do objeto em

estudo, quais os valores-notícia mais frequentes em seu conteúdo; b) analisar a partir do quadro “Isso a Globo Não Mostra” como elementos humorísticos e elementos próprios da internet dialogam com o jornalismo; c) registrar quais gêneros e formatos jornalísticos se fazem mais presentes no objeto de estudo; d) perceber os objetivos do quadro referido, quais assuntos foram mais tratados em cada episódio e de que forma tal tratamento ocorreu.

Além disso, ao analisar como elementos humorísticos e elementos próprios da internet dialogam com o jornalismo, se objetivou perceber como informação e entretenimento podem interagir entre si, e ao destrinchar os assuntos tratados no quadro, procurou-se ter um panorama de como o cenário político e seus atores políticos foram representados no programete. Quanto à internet, pensar como os meios tradicionais dialogam com as novas tecnologias ajuda a compreender como os formatos jornalísticos se estruturam no quadro e podem vir a se estruturar nessa nova realidade midiática, podendo resultar em novos modelos ou em releituras de formatos antigos do jornalismo.

A escolha de analisar este quadro se deveu, entre outros fatores, à ser um produto recente que ajuda a refletir sobre os formatos jornalísticos atuais e as influências da internet no jornalismo, enquanto os meios digitais crescem como forma da população se informar. Ademais, é um produto fechado, com começo, meio e fim, o que também facilita sua análise, além da curta duração dos episódios — entre quatro e cinco minutos — permitir um olhar mais atento para a obra, possibilitando que as descrições, interpretações e comentários acerca dos episódios escolhidos contemplem o episódio em sua totalidade. Outro ponto positivo, não somente para a realização do trabalho como para posteriores leituras e estudos a partir desta monografia, é a facilidade para acessar o conteúdo analisado, uma vez que a maioria dos episódios do quadro se encontram disponíveis no Youtube de forma integral.

Além disso, pensar no quadro e os formatos e gêneros que ele abrange, se faz necessário pois “[...] no mercado jornalístico, pouca atenção se confere à identidade das matérias produzidas por profissionais da área e/ ou por colaboradores.” (MELO; ASSIS, 2016, p. 48). E no meio acadêmico, o entretenimento também é uma ação pouco estudada, já que “apesar de o entretenimento ser um dos valores principais das sociedades ocidentais e um dos mais importantes conteúdos da mídia, ainda não se constituiu em foco de pesquisa dentro das Ciências da Comunicação.” (DEJAVITE, 2008, p. 48). Assim, pesquisas sobre infotainment, foco desta monografia, são infrequentes na Comunicação.

Pensando na temática, o produto “Isso a Globo Não Mostra”, ainda que se assemelhe a

produções anteriores, se trata de um “(tele)jornalismo opinativo com críticas duras e infrequentes no histórico de telejornais e formatos noticiosos mais consolidados” (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS, 2019, p. 2-3), carregando consigo certa novidade no meio em que está inserido. O tema também é relevante por analisar um produto da emissora de maior audiência do país, e além disso, ser parte de um programa há mais de 40 anos no ar (“Fantástico”), somado ao fato do quadro ter tido grande audiência e ter causado considerável repercussão nas redes.

Ademais, é importante ressaltar que o quadro “Isso a Globo Não Mostra” nasce em tempos férteis de fake news, que se valem do desdém pelo conhecimento especializado, do descrédito na grande mídia como fonte oficial e a negação de que exista uma verdade objetiva, para assim procriar (CASADEI; LOUREIRO, 2020). Parte do público já não acredita mais que o jornalismo seja capaz de informar de forma completa, correta e razoável (CASADEI; LOUREIRO, 2020).

## 1.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Quanto à metodologia, esta monografia utilizou abordagem qualitativa e o método estudo de caso para a compreensão e contextualização dos dados obtidos. Com esses procedimentos metodológicos, a pretensão foi tratar do tema de forma a esclarecer os questionamentos levantados.

Sabendo que “a opção pelo método de pesquisa, quantitativo e/ou qualitativo, orienta-se pela formulação do problema de pesquisa, objetivos e hipóteses” (RODRIGUES, 2007, p. 30), a metodologia escolhida e que melhor se enquadra nos objetivos desta pesquisa é de abordagem qualitativa, pois “o estudo qualitativo [...] é o que se desenvolve numa situação natural, é rico em dados descritivos, tem um plano aberto e flexível e focaliza a realidade de forma complexa e contextualizada.” (LUDKE; ANDRÉ, 198, p. 18). Como características da pesquisa qualitativa, esta é descritiva, sendo que as informações obtidas por ela não podem ser quantificadas numericamente, e os dados obtidos nessa abordagem são analisados indutivamente (partindo do particular para o geral), necessitando que o pesquisador interprete os fenômenos particulares e lhes atribua significados (RODRIGUES, 2007).

Uma abordagem qualitativa vai ao encontro ao que é apresentado nesta monografia,

que se propõe a analisar e descrever os elementos que compõem os episódios do quadro de humor “Isso a Globo Não Mostra”, contextualizá-los e observar quais valores-notícia são mais presentes em cada um desses episódios.

Em uma análise qualitativa de material texto-audiovisual, é preciso analisar o material visual a partir de três contextos: o Contexto de Produção da Imagem, entendido como o lugar social da onde provém a imagem construída, o lugar da Imagem em Si mesma e, por último, o Contexto da Recepção da Imagem, que reflete sobre o sujeito social de onde provém o olhar sobre a imagem (SERRANO, 2008). O primeiro contexto é sobre a intenção da imagem, seja ela política, econômica, social, ou outra; o segundo contexto é sobre seu significado e os elementos que a compõem; o terceiro contexto é sobre os interesses e expectativas da audiência, sua identidade e posição (SERRANO, 2008).

É importante se voltar para a análise da imagem neste presente estudo pois, como perceberam Chagas et al (2017). em pesquisa a respeito dos memes dos debates eleitorais de 2014, “à primeira vista, algumas [...] imagens apresentam-se como registros visuais descontextualizados. Um olhar mais atento, porém, identificará que uma imagem, aparentemente descompromissada, é capaz de gerar respostas mais elaboradas” (CHAGAS et al., 2017, p. 184). Dessa forma, elementos visuais a princípio sem grande importância puderam fornecer dados ricos e grandes contribuições à pesquisa.

Ademais, o método utilizado foi o estudo de caso. Como definem os autores:

O estudo de caso é o estudo de um caso, seja ele simples e específico [...] ou complexo e abstrato [...]. O caso é sempre bem delimitado, devendo ter seus contornos claramente definidos no desenrolar do estudo. O caso pode ser similar a outros, mas é ao mesmo tempo distinto, pois tem seu interesse próprio singular. (LUDKE; ANDRÉ, 1986, p.17).

Além do estudo de caso ser bem delimitado e ter seu interesse próprio, como dito acima, carrega outras particularidades consigo, utilizando uma linguagem e forma mais acessível do que outros relatórios de pesquisa e se valendo de variadas fontes de informação para se alcançar a descoberta de algo. (LUDKE; ANDRÉ, 1986). O estudo de caso também enfatiza a “interpretação em contexto” de seus dados, buscando retratar a realidade de forma completa e profunda, procurando representar os distintos e às vezes conflitantes pontos de vistas existentes numa situação social, e, por meio das experiências do pesquisador durante o estudo, fazer com que o leitor reflita o que vai aplicar (ou não) daquilo que é apresentado, em suas próprias situações específicas (LUDKE; ANDRÉ, 1986). O estudo de caso é preferível

quando se pretende estudar eventos contemporâneos (DUARTE; BARROS, 2011), o que condiz com a pesquisa realizada.

Dessa maneira, esta monografia analisou um caso, o quadro “Isso a Globo Não Mostra”, produzido em 2019 e 2020, e no universo de seus 54 episódios, delimitou o estudo para quatro episódios dentre os mais visualizados na plataforma Youtube. Contextualizando e aprofundando os temas nele trabalhados, objetivou, através deste estudo de caso, observar as interseções entre informação e entretenimento, examinar alguns estudos a respeito do próprio fazer jornalístico e refletir sobre as influências dos meios digitais no meio televisivo.

Quanto aos instrumentos para a coleta, sistematização e análise de dados, neste trabalho utilizou-se o levantamento bibliográfico, a pesquisa documental e a análise fílmica.

O levantamento bibliográfico “é também um trabalho de pesquisa diferenciando-se do levantamento de campo porque busca informações e dados disponíveis em publicações – livros, teses e artigos de origem nacional ou internacional, e na internet, realizados por outros pesquisadores.” (RODRIGUES, 2007, p. 29). Assim, esta monografia utilizou o Google Acadêmico para buscar expandir os conhecimentos do autor em palavras-chave como infotainment, gêneros jornalísticos e valor-notícia, além das pesquisas realizadas a respeito do próprio objeto de análise do trabalho, o quadro de humor “Isso a Globo Não Mostra.” Por serem mais sintetizados, foram priorizados os artigos científicos, além de se privilegiar os trabalhos mais citados por outros pesquisadores, em uma tentativa de dar maior credibilidade à bibliografia aqui utilizada.

Vale ressaltar que o levantamento bibliográfico não pretende encontrar centenas de textos que abordem um conceito genérico, mas encontrar informação precisa e relevante relacionada ao tema de pesquisa, em quantidade suficiente para se ler e analisar durante a realização do trabalho (GALVÃO, 2010).

Já a pesquisa documental pode ser assim entendida:

A pesquisa documental permite a investigação de determinada problemática não em sua interação imediata, mas de forma indireta, por meio do estudo dos documentos que são produzidos pelo homem e por isso revelam o seu modo de ser, viver e compreender um fato social”. (SILVA et al., 2009, p. 4557).

Com a pesquisa documental, o estudo se desenvolveu a partir de documentos, entendendo “documento” como tudo o que se pôde levantar acerca do objeto. Sendo assim, a pesquisa (a partir do capítulo 2) focou propriamente no quadro “Isso a Globo Não Mostra”,

sendo que os vídeos de seus episódios compuseram a principal fonte documental da pesquisa, além de ter como apoio as pesquisas que já foram feitas sobre o quadro e que encontravam-se disponíveis no Google Acadêmico.

Ao analisar o próprio quadro e outros documentos sobre ele, a pretensão foi buscar uma visão ampla acerca do assunto estudado, se valendo dos diferentes pontos de vista, considerações e elementos acentuados por cada um dos autores. É importante que uma pluralidade de pensamentos sejam abordados pelo pesquisador, evitando que o trabalho não seja comprometido: “estudar documentos implica fazê-lo a partir do ponto de vista de quem os produziu, isso requer cuidado e perícia por parte do pesquisador para não comprometer a validade do seu estudo.” (SILVA et al., 2009, p. 4557).

Tanto a pesquisa documental quanto o levantamento bibliográfico trouxeram bases teóricas para o projeto e enriqueceram a análise fílmica. Analisar envolve separar o todo em partes e investigar a essência, funções e relações de cada uma delas (DUARTE; BARROS, 2011). Assim, a análise fílmica “implica duas etapas importantes: em primeiro lugar decompor, ou seja, descrever e, em seguida, estabelecer e compreender as relações entre esses elementos decompostos, ou seja, interpretar” (PENAFRIA, 2009, p.1). Assim diz o autor:

O objectivo da análise é, então, o de explicar/esclarecer o funcionamento de um determinado filme e propor-lhe uma interpretação. Trata-se, acima de tudo, de uma actividade que separa, que desune elementos. E após a identificação desses elementos é necessário perceber a articulação entre os mesmos. Trata-se de fazer uma reconstrução para perceber de que modo esses elementos foram associados num determinado filme (PENAFRIA, 2009, p. 1-2).

E dentro da análise fílmica e as abordagens possíveis — análise textual, análise de conteúdo, análise poética, análise da imagem e do som (PENAFRIA, 2009) — foi utilizada a análise de conteúdo. Esta, é assim definida pela autora:

Este tipo de análise considera o filme como um relato e tem apenas em conta o tema do filme. A aplicação deste tipo de análise implica, em primeiro lugar, identificar-se o tema do filme (o melhor modo para identificar o tema de um filme é completar a frase: Este filme é sobre . . . ). Em seguida, faz-se um resumo da história e a decomposição do filme tendo em conta o que o filme diz a respeito do tema (PENAFRIA, 2009, p. 6).

Para a análise, foram escolhidos quatro episódios. Tendo como base as visualizações até o dia 19 de Agosto de 2021, a princípio seriam analisados seis episódios, a saber: o episódio 2 (1 milhão, 141 mil visualizações); o episódio 3 (582 mil visualizações); o episódio

8 (457 mil visualizações); o episódio 10 (709 mil visualizações); o episódio 44 (441 mil visualizações) e o episódio 45 (656 mil visualizações). No entanto, por conta da falta de tempo para a confecção deste trabalho, o número foi reduzido a quatro episódios: os episódios 2, 3, 8 e 10.

**Quadro 1: episódios**

episódio	link do vídeo	data de publicação	visualizações
2	<a href="#">Fantástico: Isso A Globo Não Mostra   #2 - YouTube</a>	27/01/2019	1 milhão 141 mil
3	<a href="#">Fantástico: Isso A Globo Não Mostra   #3 - YouTube</a>	03/02/2019	582 mil
8	<a href="#">Fantástico: Isso a Globo Não Mostra   #8 - YouTube</a>	10/03/2019	457 mil
10	<a href="#">Fantástico: Isso a Globo Não Mostra   #10 - YouTube</a>	24/03/2019	709 mil

**Fonte:** Adaptado de Youtube

O primeiro episódio, que até o dia de referência contava com 1.104.056 visualizações e era o segundo episódio mais visto no Youtube, também não foi analisado, por sua análise já estar presente em outros dois artigos usados como fontes de pesquisa nesta monografia. Por isso, no entendimento do autor desta pesquisa, foi mais interessante deixá-lo de lado e ocupar-se de outros episódios do quadro que não foram analisados em demais trabalhos. Dessa forma, o trabalho procurou aprofundar e refletir sobre os conceitos dos temas aqui trabalhados, dialogando as definições entre si e delimitando as problemáticas em torno do quadro “Isso a Globo Não Mostra”, para buscar uma solução aos problemas aqui apresentados e alcançar os objetivos aqui expostos.

Quanto à exposição dos dados, esta monografia é composta de uma introdução, três capítulos de desenvolvimento e uma conclusão. Os três capítulos foram assim divididos: o primeiro capítulo teórico, trazendo um panorama geral e contextualizando o leitor a respeito dos conceitos de jornalismo e entretenimento, sem entrar propriamente nas questões que versam especificamente sobre o objeto aqui analisado. Temas como gêneros e formatos jornalísticos foram conceituados nesta primeira parte do trabalho, para que se pudesse então perceber quais destes se encontram presentes no quadro.

Também no primeiro capítulo foram abordados temas como a presença da internet nos diversos veículos de comunicação (em especial a TV) e o processo de convergência midiática,

além de conceituar valor-notícia (para posteriormente sanar a dúvida de como este se configura no quadro), e abarcar tópicos como o infotimento e a presença do humor na internet e em cenários políticos, refletidos para aprofundar a análise.

Já no segundo capítulo, o enfoque dado foi para explicar o quadro e localizar o leitor, enriquecendo a monografia com pesquisas e matérias jornalísticas que também tiveram como tema principal o quadro “Isso a Globo Não Mostra”. Nessa etapa do trabalho a prioridade foram os artigos já realizados a respeito do quadro, assim como algumas reflexões sobre a rede Globo e a revista "Fantástico", meios onde o produto se insere.

Por fim, o terceiro capítulo se dedicou à análise dos episódios, descrevendo os elementos que os compuseram, os contextualizando, interpretando e estabelecendo uma relação entre eles, como sugerido por Penafria (2009), para posteriormente se refletir sobre a presença dos valores-notícia no quadro.

A conclusão foi centrada em reflexões que emergiram a partir da análise fílmica, expondo e debatendo os dados levantados. Em um processo de indução, próprio da abordagem qualitativa, buscou-se considerações finais que tratassem a respeito não somente do objeto empírico, mas do produto jornalístico como um todo, ao observar padrões no quadro e cruzar as informações trazidas em todos os capítulos deste trabalho.

Sabendo sua importância, o trabalho buscou então, ao perceber os formatos e os valores-notícia mais presentes no quadro “Isso a Globo Não Mostra”, trabalhar o conceito de infotimento e pontuar as discussões políticas trazidas por este, assim como discorrer sobre o contexto social e jornalístico em que esses pontos se incorporam. Ademais, também objetivou analisar como elementos humorísticos e digitais dialogam com o jornalismo a partir do produto analisado, em um processo de convergência midiática, e perceber a maneira como elementos visuais e verbais são associados a cada assunto abordado dentro do quadro referido.

A pesquisa também se valeu de importantes bases teóricas antes de analisar o objeto de estudo, trazendo definições de jornalismo e notícia, para então poder indagar o que há de jornalístico no quadro “Isso a Globo Não Mostra”. Esta monografia visa então, ao se atentar em áreas de pesquisa ainda pouco refletidas, contribuir para o avanço da pesquisa científica, assim como, enriquecer o campo epistemológico do jornalismo.

## 2 OS PAPÉIS E OS DIFERENTES CAMINHOS NO CAMPO JORNALÍSTICO

Para se analisar o quadro de humor “Isso a Globo Não Mostra”, é preciso primeiro conceituar teoricamente o que é jornalismo, assim como suas funções, assumindo que este quadro se trata de um produto jornalístico. Posteriormente, será conceituado e pontuado os gêneros e formatos que o produto jornalístico pode apresentar, para que se perceba quais deles estão presentes no objeto. Como o principal produto do jornalismo é a notícia (HENN, 1996), o trabalho também discorre sobre este tema, assim como sobre o valor-notícia e o infotimento, para que se possa responder como os valores-notícia se configuram dentro do quadro citado, como proposto no objetivo geral deste trabalho. Para complementar o embasamento teórico da pesquisa, serão expostas reflexões sobre convergência midiática, as influências da internet no jornalismo atual e a utilização do humor da internet (mais especificamente dos memes) em cenários políticos.

### 2.1 JORNALISMO, GÊNEROS E FORMATOS

O jornalismo se configura dentro das ciências sociais aplicadas, isso porque bebe da base epistemológica de outras ciências. Ele nasce do próprio processo evolutivo da sociedade, como aponta Nilson Lage (2014, p. 20): “o jornalismo é uma prática social que decorre da evolução da sociedade e conseqüente fragmentação de conhecimentos e funções da vida social”. De modo simplificado, o jornalismo carrega duas funções: informar o público sobre assuntos diversos e conscientizar a sociedade quanto a temas relevantes, ou denunciar formas de corrupção em diversas esferas.

Etimologicamente, como aponta o site, “[jornalismo] provém do francês *journalisme*, com referência ao latim *diurnalis* e compreende algo que ocorre de maneira regular” (VESCHI, 2019). Como pontua Lage sobre o jornalismo, “convergem para ele duas vertentes: a dos sacerdotes e arautos que levavam a público decisões da Igreja e do Estado; e a dos

menestréis ou outro nome lhes deem, que percorriam aldeias, praças e castelos contando histórias atraentes e difundindo ideias espantosas.” (LAGE, 2014, p. 20-21).

Assim, além das funções técnicas para atrair ou fidelizar o público, o jornalismo tem “o dever da militância a serviço de causas julgadas nobres; isso se aplica não apenas à opinião expressa ou interpretação dos fatos, mas a escolhas temáticas e ao próprio relato factual.” (LAGE, 2014, p. 22). Então, o compromisso ético do jornalismo versa não apenas à veracidade dos fatos, mas também a quais fatos ele escolhe abordar.

Esse “dever de militância” está muito ligado à ideia de que o jornalismo forma o Quarto Poder, onde os meios de comunicação de massa concebem “um órgão responsável por fiscalizar os abusos dos três poderes originais (Legislativo, Executivo e Judiciário). Esse poder, representado pela imprensa, teria como dever denunciar violações dos direitos nos regimes democráticos” (NETTO, 2013, [n.p.]). Assim, o jornalista seria uma espécie de “justiceiro” e “agente fiscal” da sociedade.

Então, o jornalismo além de ser uma atividade de natureza técnica, também é pautado por seu compromisso ético durante a produção da matéria — em relação a danos causados a terceiros por informações erradas ou inconvenientes em situações específicas — e o jornalista deve selecionar o que é útil e interessante ao público (buscando a associação entre essas duas qualidades da forma mais atraente possível); ser verdadeiro quanto aos fatos e fiel quanto às ideias da fonte que ele transmite ou interpreta; e admitir a multiplicidade de versões para o mesmo fato (LAGE, 2014). Para complementar, o autor assim define jornalismo:

O jornalismo é uma prática social que se distingue das outras pelo compromisso ético peculiar e pela dupla representação social: jornalistas podem ser vistos, de maneira ampla, como intermediários no tráfego social da informação ou, de maneira estrita, como agentes a serviço de causas consideradas nobres. A razão dessa duplicidade é histórica e suas consequências ganham relevância numa época em que as narrativas impostas se sobrepõem e determinam os fatos. (LAGE, 2014, p. 20).

O jornalismo então deve informar, mas mais do que isso, trazer aquilo que interessa e que é útil ao público, assumindo sua função social. Para fazê-lo e transmitir sua mensagem, o jornalismo utiliza de variados gêneros e formatos que comportam seu conteúdo.

Assim, é importante conceituar os gêneros e formatos jornalísticos para posteriormente poder se refletir como eles estão presentes no objeto de estudo da pesquisa, além de se ter em mente que os formatos surgem conforme o próprio desenrolar da atividade, tendo se modificado ao longo dos séculos, e não sendo assim divisões fechadas, mas em construção,

enquanto os gêneros se desdobram e alguns formatos se validam e outros desaparecem tão rapidamente como surgem (MELO; ASSIS, 2016). Dito isto e partindo para as definições, gênero pode assim ser compreendido:

Gênero jornalístico é a classe de unidades da Comunicação massiva periódica que agrupa diferentes formas e respectivas espécies de transmissão e recuperação oportuna de informações da atualidade, por meio de suportes mecânicos ou eletrônicos (aqui referidos como mídia), potencialmente habilitados para atingir audiências anônimas, vastas e dispersas (MELO; ASSIS, 2016, p. 49).

Dessa forma, gênero remete a agrupamento: “há certos elementos por ele [gênero] coligados, os quais podem ser entendidos como formas de expressão, aquelas que percebemos e que traduzem a vida social – e as criações que nela suscitam – por meio de textos, programas e materiais com diferentes características.” (MELO; ASSIS, 2016, p. 47). Quanto às categorias, “duas características básicas definem um gênero: sua aptidão para agrupar diferentes formatos – todos com caracteres comuns, embora diferentes entre si – e sua função social” (MELO; ASSIS, 2016, p. 49).

Desse modo, os autores dividem os gêneros jornalísticos em cinco, cada qual com uma função determinada: “• informativo: vigilância social; • opinativo: fórum de ideias; • interpretativo: papel educativo, esclarecedor; • diversional: distração, lazer; • utilitário: auxílio nas tomadas de decisões cotidianas.” (MELO; ASSIS, 2016, p. 49. Grifos do autor). Cabe ressaltar que essa é uma das divisões possíveis quanto aos gêneros jornalísticos, existindo outras categorizações de acordo com outros autores.

Já os formatos jornalísticos, também partindo das ideias dos mesmos autores, são subdivisões dos gêneros, podendo ser compreendidos como instrumentos para que o conteúdo seja transmitido, de acordo com o objetivo da Mídia. É a roupagem/embalagem desse conteúdo, o modo como a notícia é construída para que seja veiculada, é “o instrumento – a forma – que emissores adotam para se manifestar e para fazer circular conteúdos elaborados em harmonia com circunstâncias distintas” (MELO; ASSIS, 2016, p. 47), ou ainda “o feitio de construção da informação transmitida pela Mídia, por meio do qual a mensagem da atualidade preenche funções sociais legitimadas pela conjuntura histórica em cada sociedade nacional” (MELO; ASSIS, 2016, p. 50).

Assim, segundo Melo e Assis (2016), o gênero informativo comporta os formatos: nota; notícia; reportagem; entrevista. O gênero opinativo detém os formatos: editorial; comentário; artigo; resenha; coluna; caricatura; carta; crônica. O gênero interpretativo abarca

os formatos: análise; perfil; enquete; cronologia; dossiê. O gênero diversional abrange os formatos: história de interesse humano; história colorida, enquanto o gênero utilitário, por sua vez, compreende os formatos: indicador; cotação; roteiro; serviço.

Carvalho e Gurgel (2010), tendo como base os trabalhos de Melo (2006), conceituaram os formatos jornalísticos com as definições reproduzidas no quadro a seguir.

**Quadro 2: formatos jornalísticos**

<b>FORMATOS (GÊNERO)</b>	<b>DEFINIÇÕES</b>
nota (informativo)	Relato de acontecimento que está em processo de configuração. Nem todos os elementos da notícia são conhecidos. Trata-se de um furo: antecipação de um fato que pode gerar notícia.
notícia (informativo)	Relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social. Contém necessariamente respostas às perguntas de Quintiliano (que+quem+quando+como+onde+porque).
reportagem (informativo)	Relato ampliado de acontecimento que produziu impacto no organismo social (desdobramentos, antecedentes ou ingredientes noticiosos).
entrevista (informativo)	Relato que privilegia a versão de um ou mais protagonistas dos acontecimentos. Não se confunde com a técnica de apuração dos fatos. Configura uma espécie de relato da alteridade, dando “voz” aos “agentes” da cena jornalística.
editorial (opinativo)	Expressa a opinião oficial da empresa diante dos fatos de maior repercussão no momento. Porta-voz da instituição jornalística. Espaço de contradições.
comentário (opinativo)	Oriundo do jornalismo norte-americano, explica as notícias, seu alcance, suas circunstâncias, suas consequências.
resenha (opinativo)	Apreciação das obras de arte ou dos produtos culturais, com a finalidade de orientar a ação dos fruidores e consumidores. Não tem a intenção de oferecer julgamento estético. Tem função eminentemente utilitária.
coluna (opinativo)	Mosaico estruturado por unidades curtíssimas de informação e de opinião, caracterizando-se pela agilidade e pela abrangência.
caricatura (opinativo)	Forma de ilustração que a imprensa absorve com sentido nitidamente opinativo. Sua origem semântica corresponde a ridicularizar, satirizar, criticar. Pode ser exercida também sob a forma de texto humorístico.
carta (opinativo)	Espaço facultado aos cidadãos para que expresse seus pontos de vista, suas reivindicações, sua emoção
crônica (opinativo)	Formato genuinamente brasileiro, corresponde a um relato poético do real. Gira permanentemente em torno da atualidade, captando com argúcia e sensibilidade o dinamismo da notícia que permeia toda a produção jornalística.

perfil (interpretativo)	Relato biográfico sintético, identificando os “agentes” noticiosos. Focaliza os protagonistas mais frequentes da cena jornalística.
enquete (interpretativo)	Relato das narrativas ou pontos de vista de cidadãos aleatoriamente escolhidos.
cronologia (interpretativo)	Reconstituição do acontecimento de acordo com variáveis temporais (secular, anual, semanal, horária)
dossiê (interpretativo)	Mosaico destinado a facilitar a compreensão dos fatos noticiosos. Condensação de dados sob a forma de “boxes”, ilustrados com gráficos, mapas ou tabelas.
história de interesse humano (diversional)	Narrativa que privilegia facetas particulares dos “agentes” noticiosos. Recorrendo a artifícios literários, emergem dimensões inusitadas de protagonistas anônimos ou traços que humanizam os “olimpianos”.
história colorida (diversional)	Relatos de natureza pictórica, privilegiando tons e matizes na reconstituição dos cenários noticiosos. Trata-se de uma leitura impressionista, que penetra no âmago dos acontecimentos, identificando detalhes enriquecedores, capazes de iluminar a ação de agentes principais e secundários.
indicadores (utilitário)	Dados fundamentais para a tomada de decisões cotidianas (cenários econômicos, meteorologia, necrologia, etc.).
cotação (utilitário)	Dados sobre a variação dos mercados: monetário, industriais, agrícolas, terciários.
roteiro (utilitário)	Dados indispensáveis ao consumo de bens simbólicos.
serviço (utilitário)	Informações destinadas a proteger os interesses dos usuários dos serviços públicos, bem como dos consumidores de produtos industriais ou de serviços privados.

**Fonte:** Adaptado de Carvalho; Gurgel (2010)

Assim, pode-se perceber que cada um desses formatos têm aspectos próprios, ainda que tenham características em comum com outros formatos.

## 2.2 NOTÍCIA E VALOR-NOTÍCIA

A ideia de “notícia” tratada neste subtópico é muito mais ampla do que um formato jornalístico dentro do gênero informativo, como mencionado no subtópico anterior. Conforme dito anteriormente, a notícia é o principal produto do jornalismo. De acordo com Rolando Henn (1996) a notícia não é necessariamente uma informação, nem mesmo precisa ser atual

ou ser movida pela surpresa, mas ainda assim, deve carregar novidade, podendo ser compreendida como um meio por onde acontecimentos são atualizados.

Em definições gerais, temos que “notícia é algo que você não sabia ontem; [...] é o que se publica nos jornais; [...] é o relato de um fato recentemente ocorrido, que interessa aos leitores; etc.” (BAENA PAZ, 1999, p. 29), mas estes são conceitos amplos e que não satisfazem totalmente a questão. É preciso mais definições para que se possa entender de fato o que é uma notícia.

Cabe salientar que “as notícias não são os fatos e sim a narração deles.” (HENN, 1996, p. 32). Além disso, a proposta de que notícia é tudo aquilo que o público necessita saber gera alguns questionamentos, já que ninguém pode dizer com total certeza quais as necessidades e prioridades do público (enquanto existem interesses diversos na sociedade), assim como garantir plenamente que as notícias irão sanar essas necessidades (HENN, 1996). Dessa forma, na visão do autor, notícia é:

[...] uma área signíca onde as forças que pululam na sociedade se digladiam; um produto de consumo como qualquer outro, mas com caraterísticas absolutamente particulares, por se tratar de um ser de linguagem a processar ininterruptos recortes em um mundo que se força sobre ele, narrando-o e hierarquizando-o. (HENN, 1996, p. 37-38).

Então, ainda que não precise ser atual, a notícia precisa fazer sentido e dialogar com a sociedade em que se insere, e acrescentar algo para o público, que atua direta ou indiretamente naquela notícia, e ainda gera os contextos que garantem a relevância (ou não) daquela notícia. Como complementa Epstein (2007, p. 164):, “a qualidade do efêmero e transitório constitui a verdadeira essência da notícia. [...] Um evento cessa de ser notícia logo que cessou a tensão que o causou e, conseqüentemente, a atenção do público se volta para uma nova notícia.”

Ainda pensando o que seria notícia, é possível interpretá-la como uma coprodução das fontes e jornalistas, à luz dos valores de produção:

A notícia é uma coprodução das fontes (em geral funcionários públicos) e dos jornalistas, mas que as fontes não podem simplesmente estalar os dedos e fazer notícias por conta própria. Em lugar disso, a notícia é uma reelaboração de ações, eventos e declarações oficiais, à luz dos valores de produção. Esses valores de produção favorecem tipos particulares de notícias e informação em detrimento de outros, e acabam por dotar as notícias de uma política particular. (COOK, 2011, p. 240).

Um fato ganha a possibilidade de ser narrado como notícia quando é extremamente inesperado, quando choca a sensibilidade do público, quando ameaça ou muda a vida das pessoas, quando envolve figuras célebres, quando há muita intensidade nesse fato ou quando gera interesse do público, ao aflorar sentimentos nele ou ilustrar uma verdade universal (EPSTEIN, 2007). Esses fatores que transformam o fato em notícia, ou os “valores de produção”, citados anteriormente, podem ser entendidos como os valores-notícia, que também “são qualidades dos acontecimentos que produzem as condições de possibilidades para que sejam transformados e contidos em um produto informativo” (DE AGUIAR, 2008, p. 16). Então, quando se pensa na importância do evento, na quantidade de pessoas envolvidas, nos sentimentos que tal fato desperta no público, nas pessoas notórias envolvidas, nos impactos daquilo para a sociedade, está se pensando no valor-notícia.

Os “valores-notícia” derivam de regras práticas que incluem um corpus constituído de conhecimentos profissionais que implicitamente e, frequentemente também explicitamente, orientam e dirigem os processos de trabalho na redação. Os “valores-notícia” devem permitir uma seleção do material realizada de modo expedito e consistente. (EPSTEIN, 2007, p. 165. Grifos do autor).

Como teoriza Mauro Wolf, valor-notícia mostra quais acontecimentos são interessantes, importantes e expressivos o suficiente para serem transformados em notícia (WOLF, 1987). Para sistematizar os valores-notícias, há algumas divisões estabelecidas por autores diversos. Nelson Traquina (2008), tomando como base os estudos de Mauro Wolf, divide os valores-notícia em três categorias: valores-notícia de seleção, valores-notícia em termos de critérios contextuais e valores-notícia de construção, que podem assim ser esquematizados:

**Quadro 3: valores-notícia Traquina**

<b>valores-notícia de seleção</b>	<b>valores-notícia em termos de critérios contextuais</b>	<b>valores-notícia de construção</b>
morte; notoriedade; proximidade; relevância; novidade; tempo; notabilidade; inesperado; conflito; infração; escândalo.	disponibilidade; equilíbrio; visualidade; concorrência; dia noticioso.	simplificação; amplificação; relevância; personalização; dramatização; consonância.

**Fonte:** Adaptado de Traquina (2008)

Porém, essa divisão não é a adotada por todos os autores, tal como pontuam M P. Silva e Jerónimo (2017):

A diferenciação entre valores-notícia de seleção e valores-notícia de construção proposta por Wolf (2003) e ratificada por Traquina (2008) é desconstruída por outros autores, a exemplo de Gislene Silva (2005), que vincula os chamados valores-notícia ao plano pragmático dos fenômenos ao passo em que as demais etapas da cadeia de construção e de hierarquização noticiosa se estabeleceriam no circuito mais amplo da noticiabilidade (SILVA; JERÓNIMO, 2017, p. 6).

Para Gislene Silva (2005), os valores-notícia são apenas uma parte dos critérios de noticiabilidade, entendidos como o conjunto de requisitos que dão força para que um acontecimento se transforme em notícia. Para se ter uma noção acerca dos critérios de noticiabilidade, Epstein (2007) afirma que “a ‘noticiabilidade’ é então definida como o conjunto de elementos, princípios e valores através dos quais o sistema informativo que controla e gerencia o fluxo de informações sobre os eventos procederá à seleção das notícias.” (EPSTEIN, 2007, p. 165. Grifos do autor).

Os critérios de noticiabilidade se referem não somente a origem dos fatos (onde se encaixa o valor-notícia), mas também ao tratamento e visão dos fatos, se configurando como a soma dos conjuntos pelos quais a empresa controla e administra os tipos de acontecimentos veiculados nela, assim como o conjunto de aptidões e tendências daquela empresa de transformar determinado fato em notícia (SILVA, 2005). Acerca da noticiabilidade, o autor assim complementa:

Compreendendo noticiabilidade (newsworthiness) como todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais (SILVA, 2005, p. 96).

Dessa forma, os valores-notícia “agem aqui apenas como uma parte do processo, pois nessas escolhas sequenciadas entrarão outros critérios de noticiabilidade, como formato do produto, qualidade da imagem, linha editorial, custo, logística, público alvo etc.” (SILVA, 2005, p. 98). Partindo dessas conceituações, nesta monografia, será adotada a diferenciação entre valores-notícia e critérios de noticiabilidade apresentados por Silva (2005). Para a análise do quadro “Isso a Globo Não Mostra”, será utilizado os valores-notícia aplicados por Érica Franzon (2004), também sugeridos e modificados por Silva (2005).

**Quadro 4: valores-notícia Franzon**

<b>IMPACTO</b> Número de pessoas envolvidas (no fato) Número de pessoas afetadas (pelo fato) Grandes quantias (dinheiro)	<b>PROEMINÊNCIA</b> Notoriedade Celebridade Posição hierárquica Elite (indivíduo, instituição, país) Sucesso/Herói
<b>CONFLITO</b> Guerra Rivalidade Disputa Briga Greve Reivindicação	<b>ENTRETENIMENTO/CURIOSIDADE</b> Aventura Divertimento Esporte Comemoração
<b>POLÊMICA</b> Controvérsia Escândalo	<b>CONHECIMENTO/CULTURA</b> Descobertas Invenções Pesquisas Progresso Atividades e valores culturais Religião
<b>RARIDADE</b> Incomum Original Inusitado	<b>PROXIMIDADE</b> Geográfica Cultural
<b>SURPRESA</b> Inesperado	<b>GOVERNO</b> Interesse nacional Decisões e medidas Inaugurações Eleições Viagens Pronunciamentos
<b>TRAGÉDIA/DRAMA</b> Catástrofe Acidente Risco de morte e Morte Violência/Crime Suspense Emoção Interesse humano	<b>JUSTIÇA</b> Julgamentos Denúncias Investigações Apreensões Decisões judiciais Crimes

Fonte: Adaptado de Franzon (2004)

Pode-se perceber que todos os valores-notícia de seleção elaborados por Traquina (2008) estão presentes na lista de Franzon (2004), ainda que com outro nome. Porém, valores-notícia de critérios contextuais, como visualidade, disponibilidade e concorrência, e valores-notícia de construção, como simplificação e amplificação, não aparecem. Há ainda elementos novos, como o entretenimento. O governo, que é um assunto muito abordado no presente objeto de estudo, também se categoriza como um dos valores-notícia apresentados

por Franzon (2004).

Silva (2005) também argumenta sobre a existência de macro-valores-notícia, que são pré-requisito para qualquer seleção jornalística. “Esse é o caso de atualidade (novidade), importância, interesse, negativismo, imprevisibilidade, coletividade e repercussão” (SILVA, 2005, p. 103); e por funcionarem como pré-requisito, nenhum desses valores-notícia se encontra presente no quadro de Franzon (2004), ainda que presentes indiretamente, pois subentende-se que todo fato, para ser considerado notícia, contempla esses atributos.

### 2.3 INFORMAÇÃO E ENTRETENIMENTO

Como exposto no quadro adaptado de Franzon (2004), o entretenimento/curiosidade é uma das qualidades que possibilitam que um acontecimento possa ser transformado em um produto jornalístico. A junção entre informar e entreter pode receber diversos nomes além de infotenimento, como: “infoentretenimento”, “pseudojornalismo satírico”, “infoshow”, “informativo de entretenimento”, “notícia light”, “jornalismo sensorial” e outros, a depender do autor, todos com características em comum mas algumas particularidades. Para este estudo, foi tomado como base as ideias de infotenimento apresentadas por Dejavitte (2008).

A ideia de infotenimento (divertir e informar), surgiu décadas atrás, em solos norte-americanos, como aponta Fabiana Silva: “Talvez um dos grandes fenômenos que sintetizem essa modificação da necessidade da notícia como diversão seja o aparecimento, em meados dos anos 80, nos Estados Unidos, da ideia do infoentretenimento, terminologia que une a ideia de informação e espetáculo num mesmo pacote.” (SILVA, 2008, p. 102). Nessa época, era visto negativamente, como apontam Miranda e Aguiar (2020, p. 7): “ainda se considerava infoentretenimento tudo que era negativo nos programas de televisão, ainda que hoje se possa dizer que o infoentretenimento está em todos os meios e formatos.”

Mesmo após a década de 80, a ideia de que trazer entretenimento à informação pode vir a prejudicar a notícia ainda recebeu voz de alguns autores, como Sousa (1999):

Informar jornalisticamente será, assim, em síntese, permitir que os cidadãos possam agir responsabilmente. Em minha opinião, entreter “jornalisticamente”, pelo contrário, tende a degradar, em maior ou menor grau, essa função informativa e, conseqüentemente, reguladora e mediadora, que os meios de comunicação possuem na sociedade. (SOUSA, 1999, p. 63).

Já a ideia de que o infotenimento está em todos os meios e formatos também é endossada por diversos autores, como Dejavite. A pesquisadora argumenta que na contemporaneidade, a sobreposição de jornalismo e entretenimento é quase inevitável, sendo que o limiar entre o informar e o entreter poucas vezes pode ser estabelecido (DEJAVITE, 2008). A principal característica do infotenimento é a hibridização de gêneros, reunindo não apenas informação e entretenimento, como também o factual e o ficcional, em espaços midiáticos antes bem demarcados, onde não havia intersecção entre eles (MIRANDA; AGUIAR, 2020, p. 6).

Como pondera Dejavite, “as matérias tidas classificadas como jornalismo de infotenimento satisfazem nossas curiosidades, estimulam nossas aspirações, possibilitam extravasar nossas frustrações e nutrem nossa imaginação.” (DEJAVITE, 2008, p. 43). Aqui, o entretenimento ratifica as informações trazidas na matéria. Trazer leveza, independente do meio, é uma exigência que se faz presente no público atual, como aponta a autora:

O receptor (com os seus novos princípios de receber a informação) exige que a notícia na atualidade – independentemente do meio em que estiver inserida – informe, distraia e também lhe traga uma formação sobre o assunto publicado. Esse tipo de conteúdo tem sido denominado notícia light (DEJAVITE, 2008, p. 42).

A ideia de entreter conversa muito com o gênero diversional, um dos gêneros que Melo e Assis (2016) discutem. Como traz o mesmo Assis, em outro artigo: “retomando colocações precedentes, sublinhamos que o conceito de ‘gênero diversional’ projeta a diversão no campo do jornalismo, reconhecendo-a como função legítima e assumindo que há produção e consumo de material jornalístico que diverte. (ASSIS, 2016, p. 147. Grifos do autor).

De acordo com o apontado por Assis (2016), o chamado jornalismo diversional não trata apenas de conteúdos ligados diretamente ao entretenimento e lazer: “quando tratamos do jornalismo diversional, estamos, por essa razão, nos reportando à forma que se mostra capaz de divertir, e não a conteúdos que versem sobre diversão, entretenimento, lazer ou similares, apesar de eles poderem ser evocados em muitos casos” (ASSIS, 2016, p. 144-145).

Mas é importante ressaltar que o infotenimento, como dito, tem como principal característica a hibridização de gêneros, e assim, atua em vários gêneros e formatos do jornalismo, muito além do diversional. É preciso considerar que o alcance do infotenimento é muito amplo e se faz presente em vários campos jornalísticos:

Seu conteúdo editorial alia-se à seriedade, à leveza, à precisão e à ética, tal como outras especialidades jornalísticas, relatando informações nacionais, internacionais, locais e regionais em todos os gêneros jornalísticos, ao mesmo tempo em que informa e distrai o receptor. (DEJAVITE, 2008, p. 45).

Quando diz que seu conteúdo editorial alia-se à seriedade, Dejavite traz a ideia de que o infotimento está muito mais ligado à abordagem que se tem do evento do que o evento em si, podendo ser usado em diversos tipos de pautas: “na verdade, o que realmente diferencia uma e outra prática (o sério do não-sério) é menos o conteúdo e mais a forma de veicular a informação.” (DEJAVITE, 2008, p. 45).

Porém, uma matéria pode informar e entreter tanto por sua abordagem, como entreter por meio da informação que traz (DEJAVITE, 2008). O infotimento pode assumir várias funções de acordo com o pretendido pela matéria jornalística e de acordo com o conteúdo apresentado, se valendo para tal, de recursos como a personalização, a dramatização (valores-notícia de construção para Traquina), o segredo, o contar em capítulos e outros (DEJAVITE, 2008).

No contexto atual, em que o público lida com o excesso de informações advindas de meios diversos, o infotimento também se apresenta como um estímulo para conquistar tal público, e nem sempre se refere à comicidade, pois “o infotimento também costuma ser considerado sinônimo de sensacionalismo, porque usa suas técnicas e elementos para atrair a audiência” (MIRANDA; AGUIAR, 2020, p. 10). Ao analisar uma matéria do jornal O Globo, sobre um cachorro que morreu espancado por um segurança dos supermercados Carrefour, no final de 2018, em São Paulo, os autores vão dizer que “a notícia possui várias características do infotimento no jornalismo, apresentando o animal assassinado como personagem da notícia, que conta a história de um cachorrinho abandonado à própria sorte no estacionamento de um supermercado” (MIRANDA; AGUIAR, 2020, p. 8).

Assim, tanto para entreter como para sensibilizar seu público, as ideias de infotimento caminham em conformidade aos deveres do jornalismo, como uma das formas de se associar o útil e o interessante ao público da forma mais atraente possível (LAGE, 2014). Ao evocar respostas emocionais e garantir o interesse humano ao evento, o entretenimento também gera um dos atributos necessários para a “transformação” do fato em notícia (EPSTEIN, 2007).

## 2.4 MEMES E POLÍTICA

Pensando no humor feito nas redes sociais, com o qual o quadro “Isso a Globo Não Mostra” tem fortes ligações, algumas semelhanças podem ser percebidas. Elementos como a repetitividade e a comicidade de incongruência estão muito presentes no objeto de estudo desta monografia, por exemplo. Do mesmo modo, é preciso destacar um tipo específico de humor dos meios digitais e que marca presença no quadro: os memes.

Estes nascem em fóruns de discussão da web, ainda nos anos 90, em ambientes povoados principalmente por jogadores digitais, mas posteriormente se alastram por toda a internet, sendo utilizados e legitimados pela indústria da mídia e do entretenimento que antes os classificava como puro amadorismo (INOCÊNCIO, ARISTIMUÑO, FRANCO, 2017). O termo meme é usado em muitos contextos, mas principalmente “para qualquer montagem imagética de *image macro*: uma imagem de fundo, com legendas próximas a sua borda superior e inferior” (INOCÊNCIO, ARISTIMUÑO, FRANCO, 2017, p. 2756).

A ideia central do quadro, de trazer cenas da emissora de um modo diferente de como foram ao ar pela primeira vez (como será abordado no próximo capítulo), é uma característica dos memes, pois “como indica Felinto (2008), a ‘paródia do publicamente conhecido’ é uma das marcas da produção desses memes” (CHAGAS et al., 2017, p. 180. Grifos do autor).

Entre outros aspectos importantes dos memes, pode-se destacar a fácil difusão que eles podem vir a encontrar, sendo que esse grande alcance se deve a velocidade e a capilaridade que os memes ganham por meio das mídias sociais, dependendo de um repertório cultural e de aspectos conjunturais particulares (CHAGAS et al., 2017, p. 179). As novas formas de humor, propiciadas pelos avanços tecnológicos, contribuem para a criação e o fortalecimento de uma teia de significados compartilhados, construídos e difundidos por pessoas e grupos que neles operam sentido (CHAGAS et al., 2017). Então, “não há um poder ‘misterioso’ dos memes em si [...] que impulsiona os processos de difusão cultural, mas teias de significados construídas pelas pessoas em torno deles.” (CHAGAS et al., 2017, p. 184. Grifos do autor).

Assim, o humor feito nas redes sociais apresenta alguns pontos corriqueiros:

Shifman (2014) propõe que o humor das redes sociais online recorre, sistematicamente, a alguns elementos. Segundo a autora, ele (1) baseia-se ou é estrelado, geralmente, por pessoas comuns; (2) questiona ou ridiculariza o lugar da masculinidade; (3) investe em uma comicidade de incongruência (i.e. quebras de expectativas); (4) usa linguagem simples e popular; (5) apresenta repetitividade; e

(6) dá ênfase à situações excêntricas ou fora do comum (CHAGAS et al., 2017, p. 180)

Em muitos casos, o humor nesses memes não é claro, com pouco ou nenhum resquício de comicidade, e é resultado da interação social, contudo, o humor facilita a circulação destes materiais e contribui para a concepção de identidades coletivas e experiências de aprendizagem compartilhada, atuando como válvula de escape em momentos de tensão e fortalecendo laços e ações cooperativas (CHAGAS et al., 2017).

Os memes também tornam-se importantes como uma construção identitária do grupo em que estão inseridos, pois trazem metáforas e expressões específicas necessárias para compreensão de seu conteúdo, e que produzem sentidos próprios naquele grupo com o qual interagem (pois fazem parte de seu repertório), funcionando como uma espécie de piada interna (INOCÊNCIO, ARISTIMUÑO, FRANCO, 2017).

Como o quadro também se centra no cenário político, é interessante para esta pesquisa ao menos pincelar a importância que os memes vêm ocupando nesse campo. Na política, os memes podem ter diversos papéis e funções, como conseguir apoio a uma determinada candidatura; mobilizar e convencer o eleitor por meio de uma construção coletiva de sentido; funcionar como comentários despropositados dos cidadãos a uma situação ou reação específica (CHAGAS et al., 2017).

Em pesquisa realizada tendo como base as campanhas eleitorais de 2014, a conclusão foi de que o “humor tem sido apropriado pelos comandos de campanha, pela militância e pelos eleitores em geral na formulação de estratégias políticas.” (CHAGAS et al., 2017, p. 175). Ademais, os memes ganharam tamanha força que, dependendo dos objetivos, podem inclusive atuar como “termômetro” de popularidade dos candidatos:

Os memes políticos e sobre a política funcionam, nesse sentido, como materializações das trocas informais no ambiente das redes sociais online. Por meio deles, é possível captar as variações de humor da opinião pública ante ao desempenho dos atores políticos em cena (CHAGAS et al., 2017, p. 192)

No campo político, os memes ainda assumem a posição de adequar os discursos políticos (marcados pela prolixidade) aos novos meios, com uma linguagem popular e um apelo visual que, ao banalizar ou ridicularizar o político, aproximam o público (CHAGAS et al., 2017). Ainda que orbitem sobre temas que estão na agenda pública da política nacional, é nas piadas situacionais e nos elementos da cultura popular que estes ganham força, o que

contrasta com a argumentação mais formal e robusta da militância espontânea (CHAGAS et al., 2017).

## **2.5 INFLUÊNCIAS DOS MEIOS DIGITAIS NO JORNALISMO**

Principalmente na última década, os meios digitais têm feito grandes mudanças nas formas de se produzir jornalismo, seja radiojornalismo, telejornalismo, ou jornalismo impresso. As tecnologias digitais “não apenas [...] possibilitam centralizar conhecimentos e informação numa rede técnica informatizada, como permitem aplicar esses conhecimentos na geração de novos conhecimentos e mecanismos de processamento da informação” (DEL BIANCO, 2004, p. 2). São novas formas de se produzir, acessar e armazenar a informação.

Ainda que, conforme aponta Del Bianco: “por mais forte que seja, uma inovação tecnológica não leva consigo mecanicamente uma transformação profunda do conteúdo das atividades” (DEL BIANCO, 2004, p. 1), a internet, a web e as tecnologias digitais formam uma inovação diferente de todas as outras inovações tecnológicas dos séculos passados, e possuem condições capazes de transformar substancialmente os conteúdos jornalísticos produzidos.

As tecnologias digitais não são pioneiras em mesclar elementos e linguagens comunicacionais, mas foram responsáveis por potencializar práticas anteriormente existentes, facilitando a realização de atividades e contribuindo para mudanças comportamentais dos indivíduos (AQUINO, 2011). Oriunda de apropriações e usos diversos, a comunicação em rede se expandiu até atingir os outros meios de comunicação, estabelecendo novos modelos comunicacionais, novas práticas e formatos midiáticos (AQUINO, 2011).

Nessa nova realidade entre jornalistas e Internet, os jornalistas não só aprendem a manusear os recursos dela para extrair informações, como também são afetados por ela a partir dessa experiência diária, com novas formas de construção de conhecimento (não mais consolidado em saberes estáveis e herdados pela tradição), e novas formas de percepção (dos processos de comunicação, do mundo exterior e das pessoas), de um modo que nenhum avanço tecnológico anterior fez (DEL BIANCO, 2004).

Nas empresas jornalísticas, cada vez mais se investe em tecnologias digitais, sendo

essas organizações compostas por mais pessoas nas redações, apurando fatos, do que nas ruas, em busca de novos eventos (DEL BIANCO, 2004), o que “sugere pensar se o real, objeto da notícia, caberia agora na tela do computador e tal forma para captá-lo não seria mais necessário ver com os próprios olhos e sim pela mediação da tecnologia.” (DEL BIANCO, 2004, p. 6).

Dessa forma, os jornalistas se integram em uma realidade virtual, que não substitui a realidade material e objetiva, mas que acrescenta um novo panorama na percepção do jornalista no seu trabalho de conhecimento do real (DEL BIANCO, 2004). Essa realidade virtual, fruto de atualizações e virtualizações consecutivas, contém a realidade em si, mas disposta de modo a ser percebida em tempo, espaço e condições históricas diferentes (DEL BIANCO, 2004). Outra característica dos meios digitais é que, como diz Moreira (2012, p. 99), “a relação entre o indivíduo e a máquina não ocorre de modo único e particular, mas em uma interação comunitária.” Assim, não há mais uma definição de emissor e receptor clara, sendo que o receptor não apenas recebe a informação de maneira passiva, mas participa dela e a altera. De acordo com Da Silva (2011):

A Internet pode ser vista como uma ferramenta de empowerment, já que fornece aos consumidores acesso a um corpo de informação e conhecimento com baixo dispêndio de pesquisa. Com tais facilidades, os consumidores passaram a exercer um maior controle sobre as suas atividades de consumo, abandonando seus papéis passivos. (DA SILVA, 2011, p. 84).

Por todos os pontos trazidos, pode-se inferir que, assim como a imprensa ou a fotografia causaram mudanças no processo comunicação, a internet está causando uma nova revolução midiática:

Mais provável é que, assim como a imprensa e a fotografia revolucionaram e trouxeram impactos para a sociedade moderna, o deslocamento de toda nossa cultura para as formas de produção, distribuição e comunicação mediadas pelo computador esteja hoje providenciando uma nova revolução midiática (MOREIRA, 2012, p. 198).

Porém, apesar das inovações trazidas pelos meios digitais (ao alterarem a concepção de mundo dos jornalistas, e transformarem a relação emissor-receptor), é importante ressaltar que esses meios não vieram necessariamente extinguir os meios tradicionais. Novos meios surgem e alguns meios anteriores persistem, como por exemplo, “o rádio sobreviveu à TV, o impresso continua existindo mesmo com a Internet.” (MOREIRA, 2012, p. 195).

Mas, ainda que não os substitua, a tecnologia virtual certamente irá transformá-los.

Um processo de transformação causado pela comunicação via rede é a convergência midiática, que aqui se refere ao encontro e junção de mídias em apenas uma. E mídia, pode ser entendida como um conjunto de instituições (emissoras de rádio, televisão, jornais, revistas...) que utilizam determinadas tecnologias como um intermediário para realizar a comunicação humana (LIMA, 2003).

Esta convergência, além da internet, acontece principalmente na televisão, que reúne boas condições para agrupar novos e antigos elementos à sua produção. Assim, “as principais marcas dessa nova textualidade televisiva da sobrevivência são o investimento em muitas telas, seja computador, celular, tablets e a interação com o usuário.” (MOREIRA, 2012, p. 197). Cabe pontuar que o autor se refere à “textualidade televisiva da sobrevivência” entendendo que a televisão precisa se adaptar aos novos meios para continuar relevante na sociedade. Ademais, é preciso ressaltar que este ainda é um processo em construção e que a televisão passará por mudanças drásticas, como diz o autor: “muitos pesquisadores vislumbram mudanças tão grandes que não sabem se a nova televisão poderá ser chamada de TV.” (MOREIRA, 2012, p. 195).

Essa incorporação dos meios digitais na televisão também se origina em um período em que a televisão vem perdendo força nos lares brasileiros. Como o autor pontua, “há alguns anos, a audiência das emissoras abertas de televisão não é mais a mesma. De acordo com pesquisa divulgada pelo Ibope (2009), de 2000 a 2009, houve, no Brasil, uma redução de 7% no número de TVs ligadas no horário nobre” (MOREIRA, 2012, p. 197). Todavia, ainda que exista uma redução de seu consumo, a televisão continua como um dos veículos de comunicação mais influentes do mundo, atuando na política, na cultura e na sociedade como um todo (DA SILVA, 2011).

Além disso, vale pontuar que o livre acesso à internet ainda não é realidade para grande parte da população brasileira, e esse fator, aliado à questões culturais e sociais, pode vir a inibir tais mudanças drásticas apontadas por Moreira, como destaca o autor: “no Brasil, a Internet ainda não alcança boa parte da população. Apenas uma parcela tem Internet banda larga. [...] Outros fatores de ordem não apenas econômica, mas culturais e sociais, estão envolvidos na forma de consumo de TV no nosso país.” (MOREIRA, 2012, p. 195). Assim, tais mudanças na produção televisiva do país poderão ser implementadas aos poucos, e ainda levarem anos ou até mesmo décadas para se concretizarem.

### 3 ISSO A GLOBO NÃO MOSTRA

Antes de se analisar os episódios do quadro “Isso a Globo Não Mostra”, é preciso enfatizar os trabalhos produzidos a respeito do quadro, como parte da pesquisa documental, descrita na metodologia. Em uma pesquisa feita no Google Acadêmico, foram encontrados três artigos que tiveram o quadro “Isso a Globo Não Mostra” como tema principal, além de outras produções jornalísticas feitas sobre o quadro, e utilizadas na confecção desta pesquisa. Além disso, também se faz necessário um breve contexto histórico e algumas pontuações sobre o Grupo Globo e o "Fantástico".

#### 3.1 O GRUPO GLOBO E A REVISTA ELETRÔNICA FANTÁSTICO

Quando se fala em Grupo Globo, se refere não somente à rede de televisão, mas a todas as mídias em que o grupo atua, como rádio, revista e portal de notícias. Como exposto por Azevedo (2018), o grupo começou com o jornal impresso “O Globo”, em 1925, se expandindo posteriormente para outros meios e se tornando o maior conglomerado midiático do país:

O jornal foi fundado no Rio de Janeiro em 1925, circulando como vespertino até 1962, quando passou a ser matutino. Entre os anos 1930 e 1980, o veículo se tornou o diário de maior circulação no Brasil, batendo concorrentes mais antigos e tradicionais. Sua ascensão como um dos principais jornais do país se deu paralelamente à formação das Organizações Globo, um conglomerado de mídia que paulatinamente agregou rádios e revistas (anos 1940) e televisão (anos 1960). Hoje, o Grupo Globo é o maior conglomerado de mídia do Brasil, liderando de forma absoluta a audiência da rede aberta (TV Globo e suas afiliadas), com importante presença na TV fechada, através da Globosat (Globonews, GNT, Multishow, Telecine, SporTV, entre outros) e no sistema radiofônico (rádios Globo e CBN), bem como nas novas mídias digitais (portal G1) <sup>4</sup>. Sua influência na imprensa escrita não se limita ao Globo: o grupo edita também, no Rio, o jornal Extra, de perfil popular, e o Valor Econômico, diário especializado em economia e finanças e líder em seu segmento, além da revista Época, que concorre com Veja, IstoÉ e Carta Capital no mercado das revistas de informação semanal. Possui, ainda, a Rio Gráfica Editora, que publica livros e inúmeras revistas para público segmentado (AZEVEDO, 2018, p. 274)

Entre os princípios editoriais do Grupo Globo, estabelecidos em documento oficial da

organização, estão: a isenção; ainda que impossível na sua plenitude, objetivada através de ações como a diversidade na redação (em orientação sexual, origem social, geográfica, crenças, tendências políticas...), a pluralidade de visões e ângulos nas matérias, a inexistência de assuntos tabus, o respeito à hierarquia dentro da redação e o esforço dos jornalistas para deixarem de lado seus gostos pessoais e se manterem apartidários; a obrigatoriedade em consultar especialistas em matérias que exijam conhecimento técnico, o rigor com os detalhes, a revisão, a investigação e a averiguação dos fatos (noticiados da forma mais clara possível); o comprometimento à se prontificar a corrigir e se retratar caso aconteça algum erro no trabalho jornalístico; o investimento em tecnologias para publicar a notícia o quanto antes (sem guardá-las), a perseguição ao furo jornalístico e o reconhecimento dos furos de veículos concorrentes; o respeito a fonte e ao público (GLOBO, 2011).

Lembrando que, ainda que muito relevante em todas as mídias, é na televisão que o grupo Globo tem a sua maior força. E a televisão brasileira “é quase exclusivamente um veículo de entretenimento” (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 39). Ainda que o entretenimento continue preponderante na televisão brasileira, sua relevância já foi ainda maior: utilizando a pesquisa de outros autores como fonte, De Souza (2004) apontou que para cada 10 horas de programas exibidos na televisão, 8 horas eram de entretenimento, sendo as outras duas horas reservadas para programas jornalísticos e programas educativos ou especiais. Mesmo que a proporção tenha mudado após décadas desse levantamento de dados, é inegável a força do entretenimento na televisão brasileira, e por conseguinte, na Rede Globo.

O “Fantástico”, por sua vez, teve sua estreia em 05 de Agosto de 1973 (GOMES, L., 2011), e “se utiliza, justamente, do entretenimento, aliado ao jornalismo, para se configurar como revista eletrônica” (GOMES, L., 2011, p. 263), aliando, da forma mais dinâmica possível, jornalismo e entretenimento (GOMES, L., 2011). É um programa de temas diversos, tendo como editorias: polícia, variedades, política, internacional, saúde, meio ambiente, esportes e cotidiano (MORAES, 2012).

Avila e Borelli (2020) também discorrem sobre a variedade do “Fantástico”, assim como a importância da Rede Globo:

O Fantástico define-se como uma revista eletrônica, que mistura jornalismo, denúncia, esporte, humor, dramaturgia, documentário, música e ciência. Por sua vez, a TV Globo é uma rede de televisão comercial aberta, com sede na cidade do Rio de Janeiro, que está há mais de 50 anos no ar e alcança quase 100% dos lares

brasileiros” (AVILA; BORELLI, 2020, p. 2)

Pensando no jornalismo de revista (onde o “Fantástico” se insere), este pode ser entendido como uma forma de jornalismo mais atuante e ativa em seu meio, onde “o tema pode ser visto como um elemento que opera sentidos, ou seja, que atua sobre o seu fazer e sobre sua materialidade. Mais que dizer sobre o mundo, participa no como se diz, incidindo sobre práticas, conteúdos e formas.” (SCHWAAB; TAVARES, 2009, p. 182). Outro ponto importante no jornalismo de revista é a complexidade com que aborda determinado tema, e por não se tratar de um jornalismo diário, dispõe de mais tempo para discorrer sobre os assuntos que propõe, o fazendo de maneira mais aprofundada:

no jornalismo de revista, os temas podem ser vistos não apenas como conteúdos determinados por certas rotinas produtivas e de consumo, mas também como elementos de processos de extração midiática onde aspectos culturais e campos sociais se entrecruzam. Ao falar para um certo público e com ele criar uma certa ‘relação’, a revista tenta ‘esgotar’ uma temática e “tratar” a realidade de outra forma. (SCHWAAB; TAVARES, 2009, p. 184. Grifos do autor)

O quadro “Isso a Globo Não Mostra” então, se insere no maior conglomerado midiático do país, com quase 100 anos de existência, em uma emissora de televisão há mais de 50 anos no ar e em uma revista eletrônica há mais de 40, e mesmo em um veículo tão tradicional, consegue trazer algumas novidades (pelo menos dentro do “Fantástico”).

A atração segue os princípios editoriais da Rede Globo ao se manter apartidária enquanto tece críticas ao governo; ao buscar os assuntos de maior interesse do público sem a existência de tabus; e ao trazer seu conteúdo de forma com que suas intenções sejam claras para seu público. Ainda que não esgote os temas que propõe (como é uma das características do jornalismo de revista), o quadro traz novas abordagens a esses temas e deixa nítida sua opinião sobre eles.

Aqui, cabem alguns comentários e reflexões a respeito de um programa e de um quadro televisivo. O conceito de programa televisivo pode abarcar conjuntos bastante diversos, como desenhos animados, programas de auditório, programas educativos, talk shows, telejornais, reality shows, revistas eletrônicas, folhetins e outros, e assim, buscar uma conceituação em termos gerais para tal pode pouco contribuir para uma melhor compreensão da televisão (GOMES, I. M. M., 2011). Também é importante pontuar que “nenhum país do mundo possui legislação com uma definição de formato de programa televisivo” (ANDRADE, 2005, p. 3). No entanto, existem alguns pontos de concordância entre diversos

autores que podem ajudar a pensar em uma definição (não-conclusiva) de programa televisivo enquanto formato:

Um conjunto de diversos elementos, informações e características sobre as quais o programa se baseia e se operacionaliza. Em outras palavras, é a estrutura que descreve e possibilita não só a efetiva realização do programa, como também a sua própria adaptação para a televisão. Pela sua própria essência, os formatos não possuem uma definição conclusiva e ostentam um universo e elementos que obviamente variam de um programa para outro (ANDRADE, 2005, p. 4).

Já o quadro televisivo — tomando como ponto de reflexão os estudos de Lopes e Pereira (2007) sobre a relação entre a grade de programação e os programas — pode ser compreendido como uma unidade discursiva inferior à unidade em que está inserido e que o contém. Essa unidade (programa) que o abarca possui também a capacidade de submeter-lhe à sua lógica produtiva. Por fim, o programete (onde o quadro “Isso a Globo Não Mostra” também se enquadra) são transmissões de 3 a 5 minutos inseridas no decorrer da programação de algum meio de comunicação (PAULA et al., 2015) além se estruturar com começo, meio e fim (SIMI et al, 2011)

### **3.2 O QUADRO ENQUANTO PRODUTO JORNALÍSTICO**

A criação do programete “Isso a Globo Não Mostra” é de Célio Porto, Diego Tavares, Eduardo Rios, Guilherme Sousa, Luana Guimarães e Rodolpho Rodrigo; com Célia Brandão, Ferdinando Dantas e Luciana Kühn responsáveis pela pesquisa de imagens, além da redação final a cargo de Leonardo Lanna (STYCER, 2019). O primeiro episódio foi ao ar no dia 20 de janeiro de 2019, sem nenhum aviso prévio à imprensa. Essa informação é relevante pois não é o habitual, já que “as emissoras precisam preparar o público” (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS, 2019, p. 3) para suas novas atrações, e “a estratégia de lançamento sem anúncio e sem o período preparatório causou efeito de estranheza, surpresa, ineditismo” (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS, 2019, p. 4), efeitos pretendidos pela emissora.

Assim foi a chamada para o programete no portal G1, publicada no dia 20/01/2019, às 22h35, minutos antes da estreia:

Divirta-se com os "segredos" da programação da Globo no novo quadro de humor do Fantástico. (G1, 2019) O gerente enlouqueceu! Neste domingo (20), estreia o novo quadro de humor do Fantástico: Isso a Globo Não Mostra, com os "segredos" da programação da Globo. Garanta boas risadas com Casagrande, Ana Maria Braga, Susana Vieira e muito mais. Assista! (G1, 2019. Grifos do autor)

O quadro estreou já no final do “Fantástico”, o que se repetiu nas demais semanas, com a atração quase sempre ocupando a parte final do programa, entre 22 e 23 horas. O quadro a princípio seria apresentado por quatro semanas, mas se esticou muito além do previsto, devido a boa repercussão com o público. Isso se confirma na audiência, já que por muitas vezes, o quadro foi o maior IBOPE do “Fantástico” (GUARALDO, 2019). Diferente de boa parte dos produtos jornalísticos da emissora, ancorados na seriedade e em uma relação comedida com o espectador, este “se conecta com seu público de maneira mais pessoal, utilizando-se de uma linguagem mais informal, advinda em boa parte da internet.” (AVILA, 2020, p. 20).

As expectativas da audiência, que versam sobre o Contexto da Recepção da Imagem (SERRANO, 2008), se estabelecem a partir do primeiro episódio, que estabeleceu as bases da atração. O público então começa a esperar seu humor sarcástico e crítico nos demais episódios, repercutindo o quadro e compartilhando trechos dele nos meios digitais, em uma experiência que ultrapassa o meio televisivo:

Depois de ir ao ar é que as promessas audiovisuais [...] começam a ser estabelecidas e o público já passa a esperar do quadro a ironia, o deboche, a edição fragmentada com as referências factuais, jornalísticas e do entretenimento numa experiência inicialmente imersa no fluxo televisivo e depois compartilhada e repostada em outros ambientes e suportes audiovisuais. (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS, 2019, p. 4)

A ideia do quadro é trabalhar com os segredos da programação da emissora, o que se vê de imediato na sua abertura, “com imagens que simulam uma invasão de hackers ao sistema interno da Globo” (AVILA, 2020, p. 3). A forma que é feita essa abertura, “com cortes secos, é construída para receber os telespectadores de forma leve e bem-humorada” (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS, 2019, p. 6). Essa abertura brinca com a ideia de que o programete trabalha com conteúdos que a Rede Globo não quer que seu público saiba, e que se trata de “um conteúdo fora dos denominados Padrões Globo de Qualidade” (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS, 2019, p. 6). É uma abertura que impacta e diverte, e assim, o quadro trabalha com elementos do jornalismo e do entretenimento desde a vinheta. A escolha do “Fantástico” para exibir o quadro se deu justamente pela junção já existente no programa desses dois elementos:

Pelo formato do quadro, de ser uma "hackeada" nos arquivos da Globo, achamos que a invasão causaria um efeito ao mesmo tempo divertido e impactante. Como brinca também com jornalismo, além do entretenimento, uma revista eletrônica, como é o

"Fantástico", é o canal ideal. (MELHEM, 2019, [n.p.]. Grifos do autor).

Ao unir jornalismo e entretenimento, a função que o humor assume no quadro, é de expor questões, provocar e incitar o debate público (MELHEM, 2019), o que dialoga de maneira coerente com a função social do jornalismo, pois “a função de entreter no jornalismo interage perfeitamente com aquela tradicionalmente reconhecida como de vigilância da sociedade. Isso porque a boa informação jornalística não é algo necessariamente sem humor, pesada e séria.” (DEJAVITE, 2008, p. 48).

Esta é uma união que rompe com prejulgamentos, já que a “junção entre entretenimento e informação faz com que o jornalismo de infotimento não seja, por isso, facilmente aceito como algo autêntico.” (DEJAVITE, 2008, p. 43). Autenticidade essa, fundada e legítima, como embasa De Aguiar (2008, p. 16): “a capacidade de entretenimento constitui-se como um valor-notícia fundamental para que um acontecimento possa adquirir os requisitos necessários para ser construído enquanto narrativa jornalística.”

Para trabalhar seu lado humorístico, o quadro “Isso a Globo Não Mostra” cria uma espécie de paródia dos próprios programas da Rede Globo, “explorando erros de gravação ou criando situações nonsense com ajuda de efeitos de edição.” (STYCER, 2019, [n.p.]), mostrando em momentos jocosos e inusitados, que a emissora sabe rir de si mesmo. Uma das estratégias desse discurso seria mostrar uma imagem mais leve do jornalismo feito na emissora, muito atrelado à formalidade, em um caminho que outras emissoras da televisão brasileira, como Record e SBT, estão trilhando há mais tempo (e que não é necessariamente melhor ou pior). Ao mesclar humor e jornalismo, e utilizar-se de material de arquivo de programas jornalísticos e de entretenimento da própria emissora, a Rede Globo pretende ressignificar o que está na memória do público para ironizar situações cotidianas de modo crítico.

A ideia seria redefinir essas imagens e criar novos sentidos, como explicita Melhem (2019, [n.p.]): “surgiu naturalmente, dentro do conceito de mostrar algo que não foi ao ar exatamente assim. A brincadeira é fabricar uma ‘mentira’, ressignificar imagens, mas querendo dizer que é verdade. Em tempos de fake news, tem tudo a ver.” Assim, ao ressignificar as produções feitas pela própria emissora, como se fossem fake news, e exibi-las de modo distinto, a atração, de modo consciente, se aproxima e “brinca” com as acusações feitas à emissora de manipular a informação, tendo como finalidade as pretensões sugeridas

acima, sabendo que a narrativa de omitir fatos se aproxima das fake news (LOUREIRO, 2018).

A junção de cenas de programas já anteriormente veiculadas pela Globo busca relembrar o telespectador de alguma situação marcante e/ou engraçada, e, juntamente com esse resgate da memória, inferir a ele provocações de forma metafórica acerca de diversos assuntos, em sua maioria de viés político (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS, 2019). Ainda que a ideia do quadro em si não seja nova, seguindo uma linha semelhante a do programa “Tá no ar: a TV na TV”, por exemplo, o quadro traz para si elementos do jornalismo de maneira muito mais incisiva, quando queixa e denuncia situações envolvendo figuras públicas, sobretudo o presidente da República (Jair Messias Bolsonaro), e outros políticos ligados a ele, como deputados, senadores e ministros.

Ter o presidente da república como um dos maiores focos de suas produções é algo habitual no jornalismo, em que “o Estado – os governos, na verdade – são o alvo preferencial da atividade investigativa dos veículos da mídia.” (LAGE, 2014, p. 23-24). O Estado e o governo são o alvo preferencial dos veículos de comunicação porque é quem governa que irá afetar diretamente a vida da sociedade, e só quem detém o poder é que pode abusar dele. Os governantes são representantes da sociedade, e é à sociedade que o jornalismo presta serviços.

E para abordar tanto o cenário político, como para ironizar os programas da própria emissora, o quadro se estabelece sempre apoiado em imagens e falas do acervo, tratando de várias pautas, agrupando elementos textuais e audiovisuais (nem sempre com uma relação clara entre eles), indo de um tema para outro de forma abrupta sem necessariamente amarrá-los, adotando críticas ora sutis, ora explícitas, e com uma nítida influência da internet em sua montagem, em um processo de convergência midiática. Essas imagens e falas “foram retiradas de seus contextos originais para criar um novo discurso midiático capaz de ironizar e promover a reflexão sobre a realidade política atual.” (AVILA, 2020, p. 19).

Assim, o quadro poucas vezes informa, no sentido de trazer esclarecimento aos seus telespectadores. Em contrapartida, este exige um olhar atento de seu público, quando apenas lança palavras ao ar e elementos desconectados de um todo, cabendo a quem assiste fazer a coligação entre eles e perceber o cenário em que se inserem, necessitando assim, de um conhecimento prévio. Então, “o quadro pressupõe um espectador conhecedor da grade de programação da emissora, alguém que acompanha as atrações e, por isso, consegue compreender os novos sentidos construídos a partir dos recortes apresentados.” (AVILA,

2020, p. 19-20).

Esse aspecto de pouco trazer informações, por si só, não deslegitima o objeto enquanto produto jornalístico, pensando na notícia como principal produto do jornalismo (HENN, 1996), como já abordado nesta monografia. Segundo o autor, “a notícia não é, a rigor, informação. Como qualquer mensagem, ela porta informação em vários níveis. [...] Mais correto seria pensar a notícia como um meio através do qual acontecimentos são atualizados.” (HENN, 1996, p. 32-33). Sendo assim, o quadro ainda pode carregar notícias, mesmo que não carregue informação, e se configurar como produto jornalístico.

Porém, ainda que em menor grau, a exigência de contextualizar e correlacionar acontecimentos se faz presente em todos os textos. Avila e Borelli dizem que “a compreensão de um anunciado perpassa universos de saberes diversos, que vão além da gramática ou do que está estabelecido no dicionário. É preciso raciocinar, construir hipóteses e mobilizar o contexto, para que a produção de sentido aconteça.” (AVILA; BORELLI, 2020, p. 4). Essa produção de sentido pode destoar do que o enunciador quis transmitir, mas quando o texto permite tais interpretações, e elas são possíveis ou cabíveis, não podem ser desconsideradas. Então, quando o quadro faz essa exigência de conhecimento, “não há a garantia de que essas percepções coincidam com as representações do enunciador, no caso a emissora de televisão.” (AVILA; BORELLI, 2020, p. 8).

Apesar disso, o humor do programete é feito de modo que, mesmo aqueles que não estiverem totalmente a par do que é tratado, possam achar graça por seu caráter nonsense e inusitado: “o que fazemos é trabalhar camadas de entendimento. Quem está por dentro do noticiário, mas não lembra do personagem, ri de um jeito. Quem conhece o personagem, mas não a situação, ri de outro, por exemplo” (MELHEM, 2019).

Porém, ao trazer acontecimentos de uma forma diferente de como realmente aconteceram, o programete corre o risco de um espectador desavisado além de não obter informações sobre o que é abordado, tomar como verdade aquilo que se vê em tela e que foi editado para fins humorísticos. No entanto, enganar essa parcela do público que não conhece bem a programação da Globo e que não estava atualizada diante dos acontecimentos semanais (e que não é o público-alvo do quadro) pode ter efeitos pouco prejudiciais: nos trechos em que o quadro aborda questões meramente de entretenimento, o prejuízo é mínimo, limitado àqueles programas específicos, e nas questões que envolvem o cenário político, os dados trazidos pelo quadro são pouco densos para possibilitar uma formação de opinião no

espectador, fazendo com que este tenha que procurar aquele conteúdo em outras mídias. Assim, a atração desperta curiosidade em seu público para se inteirar do assunto e buscar mais informações sobre os temas expostos, e ao não trazer contextos ou informações completas, e “reescrever” conteúdos, “a estratégia pode ser entendida dessa forma como um convite ao engajamento do público, para acompanhar e pensar junto, a partir das novas sínteses e combinações” (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS, 2019, p. 14).

### 3.3 SELETIVIDADE NOS NOTICIÁRIOS

Quanto ao nome do quadro, "Isso a Globo não Mostra", este faz referência a um termo já difundido há anos, principalmente por telespectadores e internautas que não apreciam o conteúdo feito na Rede Globo, sendo que, de acordo com esses telespectadores, a Rede Globo produz o chamado “jornalismo chapa branca”, tendo seu conteúdo manipulado/patrocinado pelo governo (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS). Não se tem certeza quando o termo surgiu, porém este ganhou maior força nos últimos anos, principalmente através das redes sociais, num descontentamento do público quanto aos fatos cobertos pela emissora, usando o termo para ironizar e questionar a Rede Globo quanto ao seu compromisso com a verdade. (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS, S., 2019). Como define Eliana Regina Lopes Loureiro:

Expressão “Isso a Globo não mostra” é uma referência à emissora dos Marinho. Jargão comum nas redes sociais em diversas postagens, nesses dizeres subjaz a ideia de um público espectador inerte, totalmente dependente das informações apresentadas pela televisão. [...] então o “Isso a Globo não mostra” funcionaria como uma estratégia de convocação, para que se deixe de ser massa manipulada e se aja compartilhando aquela informação teoricamente “censurada” pelo poder vigente, a Rede Globo. (LOUREIRO, 2018, p.1. Grifos do autor).

A crítica feita à emissora é direcionada às escolhas de pauta, assunto que será trabalhado neste tópico principalmente através dos conceitos de Cook (2011). Parte desse público enxerga este problema de manipular a informação como algo não apenas da Rede Globo, mas do próprio meio televisivo e suas limitações: "outro ponto a se destacar que para alguns o problema não é apenas a emissora, mas o meio de comunicação que seria tendencioso, indicando a Internet como um meio de informação e entretenimento democrático em que as pessoas podem escolher ao que assistir” (DA SILVA, 2011, p. 100). Assim, enquanto há uma grande desvalorização na mídia tradicional, há também uma enorme crença

nos meios digitais.

Foi nesse contexto que a expressão “Isso a Globo não mostra” passou a ser utilizada em narrativas de humor, antes mesmo da existência do quadro, na desconstrução do termo em um fenômeno de apropriação midiática. Sua escolha como nome do programa procurou provocar uma empatia com o público e suspender o peso da crítica inicial trazida pela expressão (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS, S., 2019). Como diz Maura Martins (2019), “há uma espécie de inteligente ‘autofagia’ no quadro. É como se a empresa dissesse: assumo toda a desconfiança colocada sobre mim por muito tempo e torno minha a crítica.” (MARTINS, M., 2019, [n.p.]).

É importante entender que, para que exista essa cobrança em torno dos assuntos noticiados em um veículo televisivo, a sociedade primeiro conferiu um grande poder a esse mesmo veículo, e se há uma exigência feita pela sociedade para que a emissora traga conteúdos que ela julgue relevantes, é porque primeiro a sociedade atribuiu uma grande relevância à essa emissora. Então, a Rede Globo, sendo o maior conglomerado de mídia do país, detém grande destaque e influência na população, e um nível de cobrança e exigência proporcional à eles. Assim, cabe aqui refletir sobre a pertinência de tais cobranças.

Embora a posição de “fiscal dos três poderes” pareça garantir isenção aos jornalistas, esses também são atores políticos (COOK, 2011). Isso porque o jornalismo diariamente, quando define suas manchetes e matérias de capa, suas reportagens, notas e eventos que nem serão noticiados, está dizendo para a sociedade o que é importante e o que não é. Essa ideia está muito ligada ao conceito do agenda-setting, que diz que os meios de comunicação definem quais os temas que os cidadãos consideram como os mais importantes a serem discutidos (MCCOMBS; SHAW, 1972). Como diz Becker:

Esse conceito [agenda-setting] pode ser descrito como uma hipótese, segundo a qual, os meios de comunicação podem indicar aos seus destinatários temas em que devem pensar, conteúdos que precisam incluir ou excluir do seu conhecimento e acontecimentos que são ou não importantes. (BECKER, 2005, p. 57).

O quadro “Isso a Globo Não Mostra” conversa com a ideia de agenda setting pois é através do discurso que a mídia garante sua legitimidade para determinar as regras a regulamentar o comportamento da sociedade e inferir no domínio da experiência (RODRIGUES, 2002). Além disso, o discurso midiático detém a capacidade “de se transformar em um sentido autorreflexivo, onde são localizados os fatos e as referências do

mundo” (AVILA, 2020, p. 3). Sendo assim, a mídia carrega consigo grande relevância para a construção da sociedade.

Rodrigues (2009) observa que a mídia manipula a audiência para impor os interesses das classes e ideologias dominantes e, assim, a linguagem humana, independentemente de sua forma de expressão, é o dispositivo simbólico da sociabilidade, utilizado para promover o senso comum dos quadros culturais socialmente indiscutíveis. (AVILA, 2020, p. 3)

Dessa maneira, as opiniões aceitas pela maioria das pessoas e tidas como “certas” ou “normais” também passam pela mídia, como também certos ideais tidos imutáveis e naturais, quando na verdade não o são.

Ademais, as corporações noticiosas podem vir a exercer grande influência no pensamento coletivo, não apenas pelos fatos narrados, mas pelo tratamento que se confere a eles, já que “a comunicação apresenta distorções, temas restritos que ainda ficam obscuros ou abordagens tendenciosas que costumam padronizar a opinião pública. As mídias não atuam apenas como observadores do acontecimento, mas também como atores” (BECKER, 2005 p. 56). Logicamente, a sociedade também interfere nas decisões de pauta do jornalismo, e inclusive questiona/critica as decisões dele. Assim, o termo “Isso a Globo Não Mostra” nasce de uma insatisfação e descrédito com a emissora, justamente por conta da sua seleção de fatos a serem noticiados.

É complexo falar em seletividade de uma emissora, porque ainda que estejam seguindo as diretrizes da instituição, quem escreve cada matéria são jornalistas, pessoas singulares. Como aponta Martins: “por isso, cada argumento que generaliza uma instituição – do tipo ‘Globo mente’, ‘Record é TV institucional do governo’, ‘SBT não valoriza jornalismo’ – fecha os olhos para a imensa complexidade que habita em cada uma das emissoras.” (MARTINS, M., 2019, [n.p.]. Grifos do autor). Ademais, pode-se dizer que o jornalismo é atraído para estilos específicos de histórias, com valores específicos, mais do que para outros (COOK, 2011), seja por inclinações pessoais do jornalista, por pressão dos anunciantes, por diretrizes da empresa ou pela facilidade para que aquele fato seja noticiado (critérios de noticiabilidade), não somente a Rede Globo, mas qualquer grupo midiático do mundo. Porém, independente de qual desses fatores seja o determinante para a inclinação do jornalista/instituição a determinada pauta, não se pode negar que existam preferências e vieses.

Segundo Timothy E. Cook (2011), abordar determinados temas mais do que outros,

não significa necessariamente que há um viés, mas ainda assim, ele existe no jornalismo:

A seletividade, em si mesma, não leva automaticamente ao viés. Afinal, não obteríamos uma visão enviesada do mundo se as notícias tomassem uma amostra aleatória de todos os eventos possíveis a cada dia. [...] De fato, estudos documentam grande semelhança das notícias de dia-a-dia – histórias semelhantes com os mesmos atores, que produzem quantidades regulares de notícias. A dependência jornalística de rotinas significa que a maioria dos repórteres está em melhor posição para encontrar apenas algumas fontes e recolher apenas algumas notícias e está, portanto, mais inclinada a criar certos tipos de histórias. [...] A seletividade leva ao viés quando, dia sim, dia não, certos tipos de atores, partidos políticos e questões receberem maior cobertura e forem apresentados mais favoravelmente que outros (COOK, 2011, p. 206-207).

Dessa maneira, um fato receber constantemente maior cobertura que outro não significa em rigor que aquela organização midiática é tendenciosa, é preciso lembrar que o noticiário é necessariamente seletivo, pois os jornalistas só podem atender a alguns dos acontecimentos possíveis (COOK, 2011). Então, há assuntos que a Globo não mostra, assim como as demais emissoras, já que nenhuma delas poderão cobrir todos os fatos noticiáveis. Mas isso não exime o jornalista de sua responsabilidade social, pois “o noticiário pode então não ser uma amostra representativa das ocorrências, mas os jornalistas podem responder com credibilidade – e o fazem – que chegaram com os eventos e pessoas mais importantes para incluir no noticiário.” (COOK, 2011, p. 206).

Mas então, já que nenhuma emissora pode cobrir todos os acontecimentos possíveis, toda crítica feita às suas escolhas de pauta são inválidas? Certamente que não. Primeiro, o problema pode não estar necessariamente nas escolhas de pauta, mas pode vir a existir na forma com que o fato é tratado, e é aí que o jornalista pode vir a ser tendencioso, pois não se trata de um mero mensageiro, mas um ator político. E segundo, já que existe um viés nas escolhas de pauta, este não deve vir escondido, ou camuflado como imparcialidade. É importante frisar que o jornalismo não é imparcial, e não deve se posicionar como se fosse, pois assim reforçaria a opressão dos grupos privilegiados:

a imparcialidade não é considerada apenas um ideal inatingível, mas um valor que serve a funções ideológicas precisas. Ela dá suporte à ideia de Estado neutro e legitima a autoridade burocrática e os processos decisórios hierárquicos, que são as manifestações desta neutralidade. [...] a imparcialidade reforça a opressão ao transformar o ponto de vista de grupos privilegiados em uma posição universal. (MIGUEL; BIROLI, 2010. p.66)

Dessa forma, não existe jornalismo neutro, pois se o jornalismo apenas espelhasse o mundo exterior, sua contribuição à sociedade seria muito limitada (COOK, 2011). Ainda assim, admitir essa característica não exime o jornalismo quanto às suas escolhas, focos e

abordagens, que nem sempre estão em consonância com o assunto tratado. Como apontado por Lage (2014) e expresso aqui anteriormente, o dever da militância a serviço de causas nobres também se expressa nas escolhas temáticas e na interpretação dos fatos.

### 3.4 ESTRATÉGIAS DO DISCURSO

Como os autores apresentam, no quadro, “o humor e a ressignificação audiovisual estão a serviço do jornalismo” (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS, 2019, p. 14), e “as possibilidades narrativas são criadas a partir do hibridismo entre fragmentos telejornalísticos, fragmentos de audiovisuais do entretenimento e ainda entre o trabalho com as referências dos imaginários contemporâneos estabelecidos entre os públicos” (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS, 2019, p. 5). Assim, o quadro se insere não somente em diversos gêneros jornalísticos, mas em diversos gêneros televisivos e em variados meios de comunicação.

Inserido dentro de uma emissora de televisão e de uma revista eletrônica, o programete também carrega características próprias, que os autores Avila e Borelli (2020) vão descrever como pertencente a um gênero informativo-humorístico, categoria não existente dentre as apresentadas por Melo e Assis (2016).

O quadro Isso a Globo Não Mostra constitui-se como um gênero informativo-humorístico, localizado no interior de um tipo de discurso televisivo, que, por sua vez, está inserido num conjunto maior, denominado discurso midiático. Em relação ao lugar institucional, trata-se de uma instituição midiática, notadamente a maior emissora de televisão do país, a Rede Globo e, no que diz respeito aos parceiros desse discurso, observa-se que se trata de um discurso estabelecido entre a mídia e seus espectadores (AVILA; BORELLI, 2020, p. 11)

Vale ressaltar que o quadro também é opinativo, e as impressões da emissora se fazem presentes ora sutis, ora não, em diversos temas atuais, de maior ou menor relevância, diferindo da maioria dos conteúdos de perfil editorial no telejornalismo, em que predominam materiais de cunho informativo ou de serviços (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS, 2019). E embora traga elementos novos (principalmente advindos da internet), não rompe radicalmente com os formatos tradicionais, como traz os autores: “a opinião da emissora [...] é realizada [...] ao articular distintos fragmentos do palimpsesto televisivo, e tecer socialmente uma crítica por meio do uso de uma narrativa que, apenas, simula uma transgressão, inclusive de

gêneros” (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS, 2019, p. 14). Tanto a escolha do formato, como a narrativa supostamente transgressora, objetivam dar suporte e fortalecer o discurso que é apresentado.

Para compreender os discursos apresentados é preciso que se leve em conta o contexto em que foram produzidos, pois o programa só faz e produz seu sentido para a sociedade em que se apresenta e com quem dialoga, já que é o telespectador que tem o papel de amarrar todos os elementos apresentados e traduzir as críticas e comentários feitos em cada episódio. Diversas variáveis interferem na formação de sentidos, visto que “o discurso não é uma produção individual” (AVILA, 2020, p. 2). Emissor e receptor realizam o processo de significação, em vez de existir apenas a transmissão de informações, produzindo um sentido intertextual, identificável pelo público (AVILA, 2020).

Ainda que em moldes relativamente novos, o quadro carrega as funções essenciais do jornalismo, e ainda que traga diversos componentes desconexos em um primeiro momento, sabe organizá-los e, enquanto produto jornalístico, respeitar seus limites, como traz os autores a seguir:

Como um produto audiovisual, em uma narrativa que se organiza simultaneamente no espaço e no tempo, a ordem de exibição e a edição do quadro produzem sentido a partir da justaposição de cenas de diferentes gêneros mas que tem como característica comum o pertencimento a um dado imaginário social compartilhado. A estratégia narrativa de “Isso a Globo não mostra” não confunde as fronteiras entre ficção e realidade; as distinções de gênero são mantidas e (re)conhecidas por programa e audiência, mas colocadas em suspensão para, em uma colcha de retalhos, suscitar reflexões sobre temas e assuntos em destaque na atualidade, matéria prima do jornalismo, em especial opinativo. (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS, 2019, p. 13-14)

Assim, é “um quadro híbrido que mistura, humor, informação jornalística e autocrítica” (AVILA; BORELLI, 2020, p. 12), em que se convergem diferentes tipos de mídia. Essa convergência pode ser vista como um processo natural em um meio televisivo, pois “os veículos tidos como tradicionais, como as emissoras de televisão, precisariam se adaptar às novas condições de produção e incorporar recursos e estratégias oriundos do ambiente digital, para manter suas audiências” (AVILA, 2020, p. 4). Esse é um processo para onde todo o meio televisivo caminha, tendo como resultado um produto em constante mudança e sendo um lugar de convergência de formatos e tecnologias, em que linguagem, configurações e apropriações são aptos a executar novas dimensões a partir do caráter técnico, através de estratégias discursivas, de difusão, e até mesmo pelo seu consumo (AVILA, 2020).

Como traz o autor citado posteriormente, além de ser um produto disponibilizado em outras plataformas (como o Youtube), trazer elementos próprios da internet (como os memes), e ressignificar fragmentos telejornalísticos e produtos do entretenimento, o quadro faz essa junção e conversão de meios através de sua montagem. A forma de ir de um tema para o outro de maneira abrupta e sem amarrá-los, como já mencionado neste trabalho, também serve para simular a maneira com que os internautas consomem os conteúdos digitais:

O quadro do Fantástico em análise tem como característica central o tom de navegação entre telas que marca a experiência comunicativa contemporânea, e na qual o audiovisual tem lugar de destaque. A interposição de diferentes gêneros, tempos e telas parece assim simular o processo de abertura de novas janelas e abas no fluxo televisual. (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS, 2019, p. 13)

Outro elemento da internet muito presente no quadro é a maneira de integrar o público ao seu conteúdo (o convite ao engajamento forma um receptor ativo), a repercussão e compartilhamento de seu material nos meios digitais, e às temáticas semanais abordadas pelo programete (dando preferência aos assuntos mais comentados pelo público, assim como elementos da cultura popular).

Quanto às temáticas semanais do quadro, a atração funciona como um resumo dos acontecimentos políticos, econômicos e sociais da semana anterior. O discurso midiático abordado pela emissora colabora para a construção do imaginário coletivo ao pautar questões importantes para o país, além de ajudar a definir o que será discutido no início da próxima semana entre as demais instituições (AVILA, 2020).

Ao adotar essa postura de resumo semanal, mencionar o presidente Jair Messias Bolsonaro é inevitável (AVILA, 2020). Pensando no discurso que é apresentado, para Avila (2020), a principal função do quadro é trazer um posicionamento crítico quanto ao governo federal, através de elementos aparentemente desconectados:

Observa-se, portanto, que o quadro “Isso a Globo não Mostra” procura naturalizar o discurso que cria a partir de enunciados, até então, sem conexão, reforçando o posicionamento crítico da Rede Globo frente ao Governo Federal. Ao mesmo tempo, também potencializa discursos contraditórios em torno do Presidente, conferindo visibilidade aos enunciadores que estão ligados a Bolsonaro. (AVILA, 2020, p. 19)

A tendência a não apenas ter o governo como alvo principal das notícias, como também tender a criticá-lo, não se faz presente apenas no governo atual, mas é prática recorrente no jornalismo, como observa Cook (2011, p. 208): “os jornalistas têm a opção de

apresentar uma avaliação negativa dos poderosos, que aparentemente se acelerou a partir da década de 70”. Para chegar nessa conclusão, Cook baseou-se em reflexões feitas por diversos pensadores que também trabalharam o tema, como Gans (1979), que diz que “os noticiários defendem a teoria democrática contra uma prática democrática quase inevitavelmente inferior” (GANS, 1979, p 44).

Ao criticar o governo de forma humorada, e apresentar enunciados polêmicos com um tom mais ameno, a emissora procura se esquivar do confronto direto com a instituição que critica, assim como, ao debochar de si mesma, procura equilibrar o discurso exibido no quadro (AVILA, 2020). Isso fica evidente no trecho citado a seguir, em que Avila analisa o primeiro episódio do quadro:

O quadro, para equilibrar os discursos apresentados e deslocar a emissora da posição crítica, incluindo-a na sátira, apresenta os momentos: “Top 5 vezes em que a Ana Maria acordou cedo demais” e “Sem Conversa com Bial”, que brincam com apresentadores da casa. Esta estratégia discursiva pressupõe que a Globo também sabe rir de si mesma e está sujeita a erros, nivelando-a junto às demais instituições que ironiza. (AVILA, 2020, p. 17-18)

Assim, tanto as temáticas que não envolvem o governo quanto a forma bem humorada com que trabalha o conteúdo estão lá para suavizar o discurso do quadro e evitar críticas à ele. Quando o quadro não está expondo suas críticas contra o governo, está preparando o terreno para fazê-lo.

## 4 TELEJORNALIS, NOVELAS E BOLSONARO

Neste capítulo será realizada a análise-filmica dos episódios mais visualizados do quadro “Isso a Globo Não Mostra” na plataforma de vídeos Youtube, como dito na introdução deste trabalho. A análise-filmica, como aborda Penafria (2009), tem duas etapas principais: a descrição dos elementos que compõem o produto, e a interpretação e compreensão da relação estabelecida entre esses elementos.

### 4.1 EPISÓDIO 2

Foi ao ar no dia 27 de janeiro de 2019. O quadro começa com a vinheta de abertura do programa "Encontro", com Fátima Bernardes. No trecho trazido no quadro, a apresentadora diz: "vamos ouvir então nossa ‘poesia com rapadura’ dessa sexta-feira", e então Bráulio Bessa declama um de seus cordéis, mas editado em tom cômico pelo quadro, como se fosse constituído de um único verso: "sempre haverá alguém precisando de você", ao passo que a apresentadora diz: "obrigado Bráulio, que lindo", e vários convidados são mostrados emocionados com a poesia e batendo palmas, enquanto ouve-se o barulho da plateia ao fundo, de palmas e gritos. Em seguida, o quadro satiriza o presidente do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), Marcus Vinícius Rodrigues. No quadro, o presidente é apresentado como “Responsável pelo ENEM”, e enfoca um deslize de português em seu discurso de posse: "[...] e que busquem a eficaz formação de ‘cidadões’ [...]”, a palavra "cidadões" então é repetida em velocidade mais lenta e com tom robótico, quando o programate corta para o quadro "Soletrando", editado como se o presidente Marcus Vinícius fosse um dos concorrentes. O apresentador Luciano Huck então pergunta se está certo ou errado, e em seguida um dos jurados presentes aperta o botão vermelho, indicando que está errado, com a legenda embaixo da tela mostrando a grafia correta da palavra: "cidadãos".

O quadro segue com a imagem de vídeo carregando, e então exhibe as “ex-BBBs” Paula, Hariany e Hana no "Quarto dos Sete Desafios", feito ainda durante o reality show. O

vídeo mostra as três tentando resolver um desafio de raciocínio lógico e fazendo contas matemáticas, juntamente com a legenda "Dividindo a conta do bar depois de tomar todas". O trecho termina com a participante Paula dizendo que se sente burra. Na sequência, o quadro do "Fantástico", intitulado "Você por aqui?" é editado de maneira humorística, e em vez de apresentar o encontro de Sidney Magal com Pablo Vittar, como de fato aconteceu, revela o encontro de Pablo Vittar com ela mesmo, duplicada na tela em um efeito de edição. Ao encontro, a cantora pop reage dizendo que "está passada" com o ícone na sua frente, e para terminar, a vinheta do quadro é alterada para "Eu por aqui?".

Em seguida, o quadro continua a atração em um trecho do programa "É de casa", com a apresentadora Ana Furtado conversando com a empreendedora Raquel do Amaral, sobre seu trabalho criando carteiras sustentáveis. A apresentadora se mostra bastante surpresa com o preço de custo para fazer a carteira (três reais), repetindo incrédula o valor diversas vezes, enquanto a empreendedora o confirma. A repetição dos termos "três" e "três reais", já bastante acentuada na entrevista, foi ainda mais exagerada no quadro, e é usada como resposta quando a apresentadora pergunta quantas carteiras a artesã vendeu e por quanto a empreendedora venderia a carteira. As expressões "três" e "três reais" foram ditas mais de 20 vezes no trecho, causando efeito humorístico pela repetição. O assunto se encerra com a personagem Luz, interpretada por Marina Ruy Barbosa, dizendo que "nada faz sentido", em trecho retirado da novela "O Sétimo Guardião".

O programete segue com diversos trechos de novela, com vários personagens apresentando feições de surpresa e espanto. Os trechos são entrecortados com as cadeiras vazias do Presidente Jair Bolsonaro, o Ministro da Economia Paulo Guedes e o então Ministro da Justiça e Segurança Pública Sérgio Moro. As personagens de novela então dizem: "já 'tão' muito atrasados, eu acho que eles não vêm mais"; "eles sumiram"; "sumiu como?"; "sumiu!". Há um novo foco para as cadeiras vazias dos três e mais falas das personagens: "quê?"; "eles sumiram. Eles deram a volta na gente"; "e se eles sumiram juntos por acidente?"; "como sumiram por acidente Ana Lu? É claro que eles fugiram juntos". O trecho faz menção ao Fórum Econômico Mundial, que ocorreu em Davos, na Suíça, no começo do ano de 2019. Este foi o primeiro evento internacional que o presidente Jair Bolsonaro participou, e a brincadeira que o quadro faz é supor que, em vez de comparecer ao fórum, os três teriam fugido juntos do Brasil.

O episódio segue com o programa "Bom dia SP", e revela o apresentador Rodrigo

Bocardi de costas, aparentemente reflexivo, com as mãos no bolso e um dos pés erguidos, olhando fixamente para a vista da capital paulista que ele tem da janela do prédio, ao passo que a apresentadora Gloria Vanique é mostrada sorrindo enquanto faz a previsão do tempo. O trecho está editado para fazer com que o apresentador Rodrigo Bocardi pareça triste, e ao fundo é tocada a música "Someone Like You", da cantora e compositora britânica Adele. Na sequência do quadro, aparece o repórter do "Fantástico" Álvaro Pereira Júnior, em um evento realizado em São Paulo, entrevistando a robô Sophia, conhecida como "a robô mais inteligente do mundo". O repórter lhe pergunta: "você já visitou vários lugares com sistemas políticos diferentes. Como você se sente?", e a resposta da robô Sophia é editada com um áudio que virou meme no final de 2018, de autoria desconhecida, com a voz um pouco automatizada para parecer com a da robô: "privilégios... Ah você tem privilégios, eu tive privilégios por quê? Meu pai é sim empresário, trabalhei sim com o meu pai, e se eu continuei trabalhando com ele foi porque eu mereci. Se eu 'tô' onde eu 'tô' é porque eu mereci!", e ao final da fala, a robô Sophia é apresentada fazendo feições de nojo e de repulsa, inferindo as feições de boa parte do público ao se depararem com discursos como esse.

Em seguida, o quadro mostra a atriz Débora Bloch na minissérie "Onde nascem os fortes", com os dizeres "quando eu chego em casa depois de 3 horas no trânsito". Na cena, a atriz se joga no chão, no meio do sertão nordestino, visivelmente desgastada. Voltando-se novamente para o cenário político, aparece a vinheta do programa "Sessão Comédia", e em seguida é mostrada algumas falas do presidente Jair Bolsonaro no Fórum Econômico Mundial: "boa tarde a todos. Somos o país que mais preserva o meio ambiente. O Brasil é um paraíso", e durante a fala, risadas de fundo são inseridas na cena, como se o discurso se tratasse de uma sitcom. Por fim, aparece a apresentadora Ana Furtado participando do quadro "Ding Dong", no então "Domingão do Fautão". No trecho, Fausto Silva pergunta se ela tem um número da sorte ou um número especial, e quando ela diz que tem, o episódio corta para ela falando "três" na entrevista com Raquel do Amaral, que responde dizendo "três reais", fazendo parecer que um novo looping com as expressões será iniciado. O programa então retorna à tela de abertura do quadro, com a legenda "invasor identificado", e posteriormente "você será desconectado", encerrando o episódio.

**Figura 01:** Frames da segunda edição do quadro “Isso a Globo Não Mostra”



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=UojPFzifNfg&t=176s>

Ao presidente do INEP errando o plural da palavra "cidadão" em seu discurso de posse, o valor-notícia que se evidencia é o da proeminência, pois é devido à posição hierárquica que Marcus Vinícius Rodrigues carrega (sendo descrito no quadro como "Responsável pelo Enem") que faz com que o ocorrido tenha relevância. Já a conversa entre a apresentadora Ana Furtado e a empreendedora Raquel do Amaral tem como principal valor-notícia o entretenimento/curiosidade, pois foi por causa do humor da cena é que ela se tornou meme nas redes sociais e foi bastante difundida na época, em contextos que ainda que sequer mencionassem essa entrevista, faziam referência a expressão “três reais”. A viagem internacional de Jair Bolsonaro, Paulo Guedes e Sérgio Moro à Suíça, para participar do Fórum Econômico Mundial, tem como principal valor-notícia o governo, mesmo considerando que o acontecimento noticiável seja a notícia falsa (utilizada como recurso humorístico no quadro) de que os três teriam fugido. A entrevista da robô Sophia ao repórter Álvaro Pereira Júnior em um evento de São Paulo apresenta características para ser categorizada como valor-notícia de conhecimento/cultura, pois aborda avanços tecnológicos, no entanto, o áudio utilizado na cena (de fonte desconhecida) apresenta valor-notícia de entretenimento/curiosidade, pois ainda que aborde um tema relevante (meritocracia e privilégios sociais), a histeria e o tom de voz da emissora faz com que o humor seja o destaque. Depois, o quadro retoma o valor-notícia de governo ao trazer parte do pronunciamento do presidente Bolsonaro no Fórum Econômico Mundial.

No episódio, outras cinco cenas não trazem valores-notícia na visão deste autor, por não apresentarem os macro-valores-notícia que atuam como pré-requisito para toda seleção jornalística (SILVA, 2005), seja por se tratarem apenas de um meme, ilustrado em um universo fictício (seriado), ou por, ainda que abordem pessoas famosas ou notórias (como

Pablo Vittar e Bráulio Bessa), não carreguem consigo a relevância necessária que permita que tais acontecimentos sejam narrados como notícia.

## 4.2 EPISÓDIO 3

Foi ao ar no dia 03 de fevereiro de 2019. O episódio três se inicia com a empreendedora Raquel do Amaral, dessa vez não ancorado em imagens de arquivo, mas com gravações realizadas para o próprio quadro: "você não vai acreditar, o 'Isso a Globo Não Mostra' está só começando, e atenção para o top de 3 reais". Então o número 3 aparece na tela, e Raquel repete o bordão, novamente com cenas inéditas. O humor é gerado pela quebra de expectativa, e em vez de contagem regressiva, o número 3 é repetido duas vezes, com o bordão sendo dito em todas elas. O quadro segue em sua abertura usual, com a simulação de um hacker invadindo a emissora, e então corta para o reality show "Big Brother Brasil", em um discurso do apresentador Tiago Leifert: "[...] 'tava' olhando eles pelo monitoramento aqui, eles estão hoje meio pilhados, 'tão' meio tensos". A fala é entrecortada com um vídeo da TV Senado, trazendo uma discussão que ocorreu no Senado Federal, no dia 01 de fevereiro de 2019. Na ocasião, a autoridade do senador Davi Alcolumbre (DEM, AP) para presidir a sessão foi questionada pela senadora Kátia Abreu (PDT-GO), pois ele ainda era candidato ao cargo de presidente, não tendo ainda sido eleito. No trecho mostrado no quadro, a senadora Kátia Abreu diz para o senador do Amapá que vai presidir a sessão junto com ele, e tenta tomar a pasta que ele tem em suas mãos. Vale ressaltar que o senador Davi Alcolumbre ganhou as eleições internas para presidência do Senado no dia 02 de fevereiro de 2019, e ocupou a função até fevereiro deste ano (2021). A cena volta para o discurso de Leifert: "eles estão muito preocupados lá na casa, porque se antes era fácil 'meter' sete votos em alguém, agora não é mais, todo mundo 'tá' tendo que conversar muito. Que clima maravilhoso! O clima na casa ficou ótimo depois do voto aberto." A cena então termina com a vinheta do "BBB" e Paulo Ricardo ao fundo dizendo "hey brothers!".

Com o objetivo de continuar a atração em seu tom humorístico, e novamente ancorado na quebra de expectativa, o quadro segue com imagens do apresentador Luciano Huck em uma escola e rodeado de crianças: "[...] primeiro eu vim aqui hoje para ouvir vocês, conversar e entender o que vocês estão pensando. Pode ser?", ao que diversos meninos respondem com um "não" estendido, enquanto outras crianças sorriem, gesticulam ou escondem o rosto. Na

sequência é apresentado um trecho da novela "Verão 90". Em cena interna ambientada nos anos 90, as personagens Lidiane e Manuzita treinam uma coreografia para participar do programa do Chacrinha, e no momento que a personagem de Claudia Raia diz "rodopia", a cena entra em looping, com as duas personagens girando diversas vezes por um efeito de edição, e tendo como background da cena a trilha popularizada no programa "Pião da Casa Própria", apresentado por Sílvio Santos no SBT. A trilha era usada no programa nos momentos em que os participantes giravam o pião para concorrer a diversos prêmios, o que dialoga com a cena de Lidiane e Manuzita. A vinheta da novela então é alterada, para "Verão 360". O 360 aqui se refere a 360°, que além de se referir a medida dos ângulos em um círculo, também é muito utilizado para se referir a uma volta completa em torno de si mesmo .

O episódio corta para “carregando próximo vídeo” e na sequência traz a personagem Valentina Marsall (Lília Cabral) da novela “O Sétimo Guardião” derrubando um bolo de casamento enquanto chora. Na cena, o trecho é associado à legenda "primeiro dia de dieta", exemplificando de forma exagerada o que uma pessoa, ao iniciar sua dieta, faz com os alimentos mais calóricos. Na cena original, o filho de Valentina, Gabriel (Bruno Gagliasso) desiste de seu casamento com Laura (Yanna Lavigne) no dia da cerimônia, fazendo a personagem de Lília Cabral perder a aliança e o acordo financeiro com Olavo de Aragão Duarte (Tony Ramos), pai da noiva, o que explica sua fúria diante do não-casório.

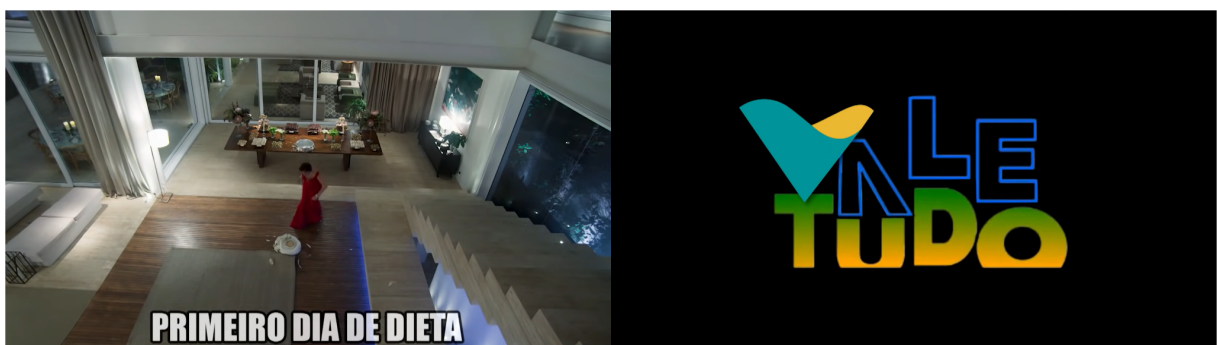
O quadro segue com uma tela que simula uma guia de pesquisa, onde está escrito na busca "misturar aberturas de novelas". Então é mostrada a abertura da novela “Deus Nos Acuda” (1992), mas a música “Canta Brasil”, interpretada por Gal Costa e presente na versão original, foi substituída por “Brasil”, interpretada pela mesma cantora, música de abertura da novela “Vale tudo” (1989). Após a abertura de “Deus Nos Acuda”, onde os personagens são inundados por um líquido preto (podendo indicar a podridão do país na versão original, mas que no contexto do quadro também pode indicar lama e rejeitos de mineração), o quadro traz a vinheta de “Vale Tudo” com a logo da empresa Vale substituindo o “V”. Lembrando que a Vale é uma mineradora multinacional e responsável por diversas tragédias humanas e ambientais, como em Brumadinho (MG) e em Mariana (MG), após o rompimento de suas barragens.

Na sequência, o quadro traz "top 5 grandes escorregadas da TV brasileira", com diversas cenas de arquivo da emissora protagonizadas por intérpretes como Beatriz Segall e Cléo Pires, com os personagens começando a cena chorando em pé e terminando sentados no

chão, ainda chorosos. Acompanhando as cenas, há ao fundo a música da cantora norte-americana Toni Braxton, "Un-Break My Heart". Vale ressaltar que embora o quadro diga "TV brasileira", todas cenas exibidas são apenas da própria emissora, como se Rede Globo e TV brasileira fossem uma coisa só. Em seguida, o quadro mostra as vinhetas de "Vale a pena ver de novo" e de "O outro lado do paraíso". Na cena dessa novela, a personagem interpretada por Glória Pires diz que ama criar roupas de festa, ao que a personagem de Bianca Bin responde "olha só! Eu sei que vestido de noiva dá muito dinheiro", mas ao revelar as criações da personagem de Glória Pires, o quadro "Isso a Globo Não Mostra" não revela desenhos habituais de uma estilista, mas desenhos feitos com canetinha e sem nenhum apuro técnico, que parecem ter sido feitos por uma criança, gerando o efeito cômico.

O quadro finaliza com um trecho do "Jornal Nacional", em que o âncora William Bonner, em uma fala descontextualizada, inicia dizendo que "ainda não existe um consenso sobre o nome dela". A edição então projeta várias palavras ditas pelo apresentador em momentos distintos, articuladas no quadro como se ele estivesse cantando a música "Jennifer", popularmente conhecida na voz de Gabriel Diniz (que ainda não havia falecido quando o quadro foi exibido). Para aumentar a comicidade do trecho, a edição avança e regride em momentos comuns de gesticulação do apresentador, como se ele estivesse dançando com os ombros e as mãos, além de frisar várias vezes um olhar compenetrado e sério do jornalista, que contrapõe a cena e gera mais humor.

**Figura 02:** Frames da terceira edição do quadro "Isso a Globo Não Mostra"



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=a0hJFV5OJXQ&t=161s>

No trecho envolvendo os senadores Davi Alcolumbre e Kátia Abreu, o recurso do valor-notícia de surpresa é o que mais se destaca, pois ainda que a cena envolva personagens políticos, o foco não está nas eleições internas para a presidência do Senado, nem apresenta

pronunciamentos importantes, decisões ou medidas legislativas, mas destaca a tentativa da senadora Kátia Abreu em tomar o papel das mãos do senador Davi Alcolumbre e presidir a sessão a força. O valor-notícia que se sobressai poderia também ser o de conflito, mas no entendimento do autor, apenas o fato de dois políticos discutirem em sessões ordinárias não garante ao acontecimento um valor-notícia, por ser algo habitual no meio.

Já ao trazer a abertura da novela "Deus Nos Acuda" ao som de "Canta Brasil", o quadro apresenta valor-notícia de tragédia, ao passo que relembra os rompimentos das barragens da empresa "Vale", em Minas Gerais. Outro valor-notícia que se destaca aqui é o impacto, devido ao grande número de pessoas afetadas pelo desastre. Além disso, mesmo que o quadro se refira diretamente à "Vale", pode ser analisado também como uma crítica mais geral e abrangente aos aspectos de injustiça e impunidade que existem no Brasil. Diferentemente do episódio 2 que só apresentava uma cena de folhetim, este apresenta quatro, nenhuma com recursos de valor-notícia, além de outros dois trechos que também não o possuem. Dos episódios analisados, este foi o que apresentou a menor quantidade de eventos noticiáveis.

### **4.3 EPISÓDIO 8**

Foi ao ar no dia 10 de março de 2019. Após a abertura habitual, o episódio inicia-se com uma chamada de reportagem do "Jornal da Globo": "[...] o ministro da Casa Civil falou da expectativa de que o presidente analise tudo ainda esta semana". A partir daí, o quadro corta para o então ministro Onyx Lorenzoni fazendo seu pronunciamento: "o que o governo tem é o que se chama de golden [...]". Para garantir o humor do trecho, a última palavra da expressão dita pelo ministro é censurada em um efeito sonoro parecido quando se censuram xingamentos e palavrões na televisão aberta, dando a entender que se trata da expressão "golden shower". A expressão estava em alta na época do vídeo após duas postagens do presidente Jair Bolsonaro no Twitter: na primeira postagem, ele criticou e compartilhou um vídeo de um bloco de carnaval de rua em São Paulo, em que dois homens dançam e em determinado momento um deles se abaixa para o outro urinar nele; e na segunda postagem, não compartilhou nenhuma mídia mas perguntou de forma direta aos seus seguidores e demais usuários da plataforma "o que é golden shower". Em tradução literal, o termo

corresponderia a uma “chuva dourada”, mas se refere ao ato de urinar no parceiro durante relações sexuais. No entanto, a expressão a que o ministro Onyx Lorenzoni realmente se refere no trecho censurado é “Golden Share”. De acordo com o site “Valor Investe”, a expressão se trata de um “tipo especial de ativo que permite que determinadas decisões possam ser tomadas por apenas um acionista, ainda que ele seja minoritário” (GOEKING, 2019).

O quadro segue com uma cena interpretada por Lília Cabral na novela “O Sétimo Guardião”. Na cena, a personagem aparece despertando em uma caverna, visivelmente cansada e sofrendo com dores, acompanhada da legenda “eu acordando depois do carnaval”. Na sequência, há um trecho do quadro “Ding Dong”, do programa “Domingão do Faustão”. Nele, os atores Isabella Dragão e Jonas Bloch apertam a campainha número 1 e após ouvirem a melodia, palpitam se tratar de canção interpretada pelo cantor Michel Teló. A montagem faz parecer com que a música de fundo que os convidados estão escutando seja “Happy Birthday to you”, a versão americana de “Parabéns Pra Você”, e por isso quando dizem “Michel Teló”, se ouve ao fundo o apresentador Fausto Silva dizendo seu conhecido bordão “errou!”. Porém, na versão original eles acertaram, pois o que realmente ouviram quando apertaram a campainha número 1 foi a melodia da música “Ai Se Eu Te Pego”, hit internacional do cantor sertanejo.

O quadro segue com o programa “Como será?”. Quando a apresentadora Sandra Annenberg pergunta: “então, qual é a boa do fim de semana?”, o episódio corta para Fernanda Torres interpretando sua personagem Vani na série “Os Normais”, batucando um balde e cantarolando de forma alegre que irá transar. A atração segue com uma entrevista de Jojo Todynho durante o desfile das escolas de samba de 2019. No trecho, a cantora que desfilava pela Beija-Flor tenta explicar sua fantasia à repórter do “Carnaval Globeleza”, porém conta uma história bastante confusa, envolvendo “galinha” e “patinho feio”. Como efeito da edição, é mostrado embaixo da tela uma espécie de controle remoto, que avança a fala da cantora para diversos trechos sem nexos, além de exibir o tempo de gravação daquela entrevista, fazendo parecer com que a cantora tenha falado por 15 minutos (o que não é verdade). Por fim, a repórter a interrompe: “Maravilha, maravilha, Jojo”. A cena original também tinha conteúdo humorístico, mas ao mesmo tempo, poderia gerar vergonha alheia no público, efeito esse diminuído ao se cortar a fala da cantora, além do quadro potencializar o humor do trecho através do exagero.

A atração segue com nova cena da novela “O Sétimo Guardião”. O personagem Geandro (Caio Blat) pergunta à Marilda (Leticia Spiller) "que roupas são essas? Onde é que 'cê' tava?", e a personagem visivelmente abatida e confusa responde "eu não faço a menor ideia, eu acho que eu fui sequestrada, raptada, abduzida, sei lá". Esse diálogo é apresentado no quadro com os dizeres "quando me perguntam o que eu fiz no carnaval", transformando uma cena potencialmente dramática da novela em mais conteúdo humorístico. Voltando a tratar das postagens de Jair Bolsonaro, o quadro “Isso a Globo Não Mostra” segue para o programa “Altas horas”, no quadro "Sexo com Laura Muller". O apresentador Serginho Groisman então diz: "nossa primeira pergunta vem pelo Twitter, vamos ver na tela", e no telão do auditório aparece o tweet de Bolsonaro perguntando o que é golden shower. A sexóloga Laura Muller, encarregada de responder às dúvidas do público em questões sexuais, diz que essa é inédita, enquanto plateia, convidados e apresentador batem palmas e gargalham.

Continuando o episódio, o quadro traz a cantora Anitta performando a música "Vai Malandra" no programa “Domingão do Faustão”. O humor deste trecho está no que aparece nas legendas da música, algo que é sempre usado durante as apresentações de música no programa, no entanto, na parte da música interpretada pelo rapper americano Maejor (que não estava no programa), a legenda não condiz com a real tradução do trecho, trazendo em vez disso, um desabafo do suposto encarregado pelas legendas do programa: "essa parte eu não sei porque é em inglês; falei que meu inglês era básico na entrevista; ‘pra’ que isso também? Ninguém lê; The book is on the table". O quadro então segue com trecho do reality show “BBB”: com a legenda “eu bêbado no carnaval elogiando meus amigos”, mostra o participante Rodrigo com a voz chorosa e visivelmente abatido se despedindo da participante Gabriela, em uma suposta eliminação dela (era um paredão fake). Enquanto Rodrigo fala "você é muito importante, olha... você é muito importante ‘tá’... você é muito importante nesse país", sua voz realmente se assemelha com a voz de alguém embriagado, como a legenda sugere, mesmo ele não estando.

Posteriormente, o quadro traz “grandes frases de grandes líderes”, escrito em tons de ouro e com uma fonte de letra que lembra as fontes góticas/medievais, trazendo assim uma ideia de formalidade, reforçada na sequência do trecho com uma melodia sinfônica tocando ao fundo. Aqui é apresentado o discurso de alguns chefes de Estado, como Barack Obama, então presidente dos EUA; Justin Trudeau, primeiro-ministro do Canadá e José Mujica, então presidente do Uruguai. Todos os discursos estão legendados e exaltam a união entre os povos

e a democracia. Por último, o quadro traz uma parte de um discurso do presidente Jair Bolsonaro, e a melodia sinfônica, presente nos trechos de discurso dos demais, aqui já não se faz presente. Jair Bolsonaro diz que "democracia e liberdade só existem quando a sua respectiva forças armadas assim o quer", e então corta para uma personagem de Adriana Esteves que reage em tom de surpresa e estranhamento: "não 'pera aí', 'pera aí', foi isso mesmo que eu ouvi?", a personagem está usando uma escuta telefônica, como se tivesse acabado de ouvir as palavras de Bolsonaro.

Finalizando, o quadro traz imagens de arquivo com trecho da cantora Gal Costa interpretando a música "Chuva de Prata". O tom humorístico dessa sequência se garante pelo novo sentido que os versos "chuva de prata que cai sem parar" ganham no contexto, abordando novamente as postagens de Jair Bolsonaro no Twitter perguntando o que é golden shower. A cena é articulada com trecho do programa "Altas Horas", com Serginho Groisman indagando: "não é de ouro?". Como em todos finais de episódio, há um retorno à tela de abertura do quadro, com as legendas "invasor identificado" e "você será desconectado", como se o hacker tivesse sido descoberto, e assim, a transmissão se encerra.

**Figura 03:** Frames da oitava edição do quadro "Isso a Globo Não Mostra"



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=rWwxJb6WvTk&t=131s>

O pronunciamento do então ministro da Casa Civil Onyx Lorenzoni poderia ter como principal valor-notícia o governo, ao se pensar na notícia original, sobre golden share. Porém, da forma como foi editada para o quadro, fazendo referência ao post no Twitter do presidente Jair Bolsonaro perguntando o que é Golden Shower, o entretenimento/curiosidade é o principal valor-notícia do trecho. Aliás, esse fato envolvendo o presidente Bolsonaro foi referenciado mais duas vezes no episódio: uma utilizando a música "Chuva de Prata", da cantora "Gal Costa", e outra em paralelo ao quadro "Sexo com Laura Muller", do programa

"Altas Horas". O presidente Bolsonaro ainda foi tema do episódio uma quarta vez (recorde de vezes dentre os episódios analisados), que ao abordar um de seus discursos sobre as forças armadas, traz o valor-notícia de governo (ainda que outros valores-notícia como o de polêmica estejam presentes no trecho).

Por sua vez, o trecho com a entrevista da cantora Jojo Todynho durante o carnaval daquele ano possui como principal valor-notícia a proeminência, por se tratar de uma celebridade e, diferentemente de outras cenas, inserida em um contexto de relevância: o desfile das escolas de samba. O valor notícia de entretenimento/curiosidade também está presente no evento, já que as falas sem muita coerência de Jojo acarretam em humor. Ainda foram percebidos no episódio outros seis trechos que não apresentam valores-notícia.

#### 4.4 EPISÓDIO 10

Foi ao ar no dia 24 de março de 2019. Depois da abertura usual, o quadro corta para a vinheta do "Fantástico", lembrando um antigo quadro do programa: "nossos craques da leitura labial estão de volta". Em seu formato original, o quadro analisava principalmente o que os jogadores de futebol e técnicos falavam durante as partidas, mas que por conta do barulho do estádio (ou por se tratar de diálogos particulares) os espectadores não conseguiam ouvir, necessitando assim que se fizesse uma leitura labial das conversas, transmitida ao público por uma voz em off "dublando" os jogadores e técnicos. Já no quadro "Isso a Globo Não Mostra", o recurso foi usado não em uma partida de futebol, mas no programa "Altas Horas", e enquanto o professor e historiador Leandro Karnal debatia diversos temas filosóficos, uma mulher sentada na primeira fileira foi dublada enquanto concordava com o professor. Aqui, uma voz em tom humorístico foi colocada sobre a dela, enquanto concordava com a cabeça e aplaudia dizia coisas como "é verdade", "uhum", "é verdade", "ah é?" "é verdade, é verdade, é verdade", "nossa", "perfeito". Diferentemente de outros trechos do quadro, aqui não houve alteração no conteúdo original para gerar humor (além da sobreposição de vozes, mas mantendo o teor das falas originais). Aqui, o humor se faz presente pelo fato da mulher, ainda que não esteja sendo ouvida e nem esteja interagindo diretamente com o professor Karnal, aja como se o fizesse.

O quadro corta para o "G1 em 1 Minuto", em que o repórter Cauê Fabiano G1 diz que

um político antivacina precisou ser internado no hospital porque estava com catapora (o que poderia ser evitado se ele tivesse tomado a vacina contra a catapora). No quadro, o nome do político não é dito, mas uma foto de perfil dele é apresentada, se tratando do político italiano Massimiliano Fedriga. Durante a fala do repórter, a atração mostra o personagem Prefeito Eurico, interpretado por Dan Stulbach em “O Sétimo Guardião”, dando gargalhadas.

Na sequência, é mostrado um trecho do amistoso de futebol masculino realizado em 23 de março de 2019, entre Brasil e Panamá, e que terminou empatado em um a um. O trecho exibido mostra o gol brasileiro, marcado por Lucas Paquetá, com narração de Galvão Bueno. Aqui, a narração original que diz “gol, é do Brasil” foi alterada para que fosse repetido diversas vezes o verbo “é”, e enquanto essa repetição é feita, a tela é dividida ao meio, sendo à esquerda exibido a comemoração do gol, e à direita, a personagem Chiquinha, do seriado “Chaves”, em uma cena de choro, mas apenas com o áudio da narração de Galvão Bueno sendo utilizado, que aqui também serve para dublar o pranto da personagem mexicana. O trecho se encerra com o apresentador Tiago Leifert durante o “BBB” dizendo que “o pessoal ‘pira’ muito aqui na nossa edição”.

A atração segue com as “Bailarinas do Faustão”, apresentadas através de uma de suas coreografias durante o programa dominical. A edição então apresenta o telejornal “Bom dia Brasil”, escrito com a identidade visual do “Domingão do Faustão”, sugerindo uma suposta união entre os dois programas. A jornalista Ana Paula Araújo diz que “o Presidente da Câmara, Rodrigo Maia, entra em rota de colisão com o Ministro da Justiça, Sérgio Moro”, e nesse ponto, o quadro corta para uma entrevista de Rodrigo Maia: “eu acho que ele conhece pouco a política, eu sou Presidente da Câmara, ele é Ministro, funcionário do presidente Bolsonaro, ele ‘tá’ confundindo as bolas”. Além de uma fala do apresentador Faustão dizendo que “essa dupla ‘tá’ demais”, é exibido as bailarinas do programa com feições de admiração e aprovação, mas que nesse novo contexto, ganham ar de ironia e sarcasmo. O quadro segue com o jornalista Chico Pinheiro dizendo que o Brasil aceitou abrir mão de vantagens para tentar uma vaga na OCDE<sup>1</sup>, enquanto Ana Paula Araújo diz que o Diário Oficial da União publicou um decreto que dispensa o visto de entrada no Brasil para cidadãos dos Estados Unidos, Austrália, Canadá e Japão. Nessas novas falas, as feições das bailarinas são de desgosto e sofrimento.

---

<sup>1</sup> Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico, conta com 36 países-membros e alguns parceiros, entre eles o Brasil

O quadro então mostra a legenda “novela com partido”, e novamente traz trecho do folhetim “O Sétimo Guardião”, com o personagem Gabriel (Bruno Gagliasso) fazendo uma espécie de seleção entre alguns livros: “esse pode, esse pode...”, a personagem Luz (Marina Ruy Barbosa) o indaga então sobre um livro maior, editado no quadro para parecer o livro “Manifesto do Partido Comunista”, de 1848, de Karl Marx e Friedrich Engels. O personagem Gabriel então diz que aquele livro é uma “jóia rara” e que ele nem imaginava que existia um exemplar em Serro Azul (cidade fictícia da novela). A personagem Luz complementa dizendo que o livro poderia então ficar exposto para as crianças verem como era um livro de antigamente. Nesse trecho, o quadro satiriza com as críticas que a Rede Globo recebe por parte do público quanto a realizar conteúdos de apoio ou exaltação ao comunismo, de fato o fazendo neste trecho, com ajuda da edição.

Na sequência do quadro, a tela mostra a legenda “carregando próximo vídeo”, e o quadro segue com o telejornal “Radar RJ”. Nele aparece o jornalista Flávio Fachel, sentado na bancada, conversando com a colega de trabalho Priscila Chagas, que está em pé em frente ao telão. Enquanto Fachel fala sobre problemas no BRT do Rio de Janeiro, Chagas parece inquieta, alternando olhares para ele e para a câmera, pouco se expressando verbalmente. A legenda “quando o taxista puxa assunto comigo” gera o efeito cômico do trecho, sugerindo que a jornalista não queria conversar sobre aquele tema, e fazendo com que o público se identifique com o comportamento apresentado por ela.

O quadro então corta para o programa “Mais Você”, com uma fala bastante editada da apresentadora Ana Maria Braga: “tem um assunto que a imprensa ‘tá’ noticiando sobre o aparecimento de uma boneca que você já deve ter ouvido falar”, e complementa: “é tipo uma assombração que fica assustando na internet”. Aqui, a apresentadora se referia à “boneca Momo”, uma figura assustadora, com pele pálida, olhos esbugalhados e lábios finíssimos, que na época, estava preocupando pais e responsáveis por estar presente em vários vídeos infantis e sem nenhum aviso prévio, fazendo com que as crianças que assistissem o vídeo se assustassem. No entanto, o quadro não traz a “boneca Momo”, mas logo após a fala de Ana Maria Braga, mostra um vídeo da empreendedora Bettina Rudolph, muito popular nos anúncios do Youtube em 2019 e que virou meme nas redes sociais.

Neste vídeo, Bettina se apresenta e diz ter 22 anos e mais de 1 milhão de reais em patrimônio acumulado, tendo começado, segundo ela, com pouco mais de R\$1,5 mil. Muitos internautas zombaram da acionista ou questionaram se de fato ela teria multiplicado valores

tão baixos em milhões, já que a garota advém de família abastada. O fato de se tratar de um anúncio no Youtube que estaria presente na maioria dos vídeos que as pessoas acessassem na plataforma e que só poderia ser “pulado” depois de cinco segundos ajudou a aumentar ainda mais o *hate* em torno da jovem, se tratando então, no contexto do quadro, da “assombração que fica assustando na internet” a que a apresentadora se refere.

O quadro “Isso a Globo Não Mostra” segue com “top 5 vezes que ela não perdeu por esperar”, e revela cinco *takes* de atores (como Adriana Esteves, Christiane Torloni e Thiago Lacerda) dizendo a frase "ela não perde por esperar", em novelas distintas, algo bem parecido com o “top 5 grandes escorregadas da TV brasileira”, feito no episódio 3. E para finalizar, o quadro mostra o telejornal “Jornal Nacional”, com Renata Vasconcellos e William Bonner na bancada. No trecho, Renata diz que a Polícia Federal prendeu preventivamente o Ex-Presidente Michel Temer do MDB e mandou prender também o Ex-Ministro e Ex-Governador do Rio de Janeiro, Moreira Franco. Aqui são mostradas várias cenas de prisões (além da de Michel Temer) e apreensões de dinheiro, enquanto toca a música "Tu Tá na Gaiola", interpretada por MC Kevin O Chris. Na música, o termo “gaiola” se refere ao “Baile da Gaiola”, baile funk realizado no Rio de Janeiro, mas no contexto do quadro, o termo se refere à cadeia. No caso abordado, Michel Temer foi preso no dia 21 de março de 2019, e solto no dia 25 de março de 2019.

**Figura 04:** Frames da décima edição do quadro “Isso a Globo Não Mostra”



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=7q0dXSSeiJM>

O trecho que envolve o político italiano Massimiliano Fedriga apresenta como principal valor-notícia a surpresa, visto que se apenas se tratasse de uma pessoa com catapora não haveria notícia, mas é o fato de ser um político antivacina que catapultou o acontecimento. Por sua vez, o amistoso entre Brasil e Panamá, enquanto prática de esporte de alto nível,

apresenta recursos do valor-notícia de entretenimento/curiosidade. Mesmo que fosse verdade a narração de Galvão Bueno daquela forma (editada no quadro para tons humorísticos), continuaria possuindo valor-notícia de entretenimento/curiosidade, mas nesse caso, o evento da narração só se tornaria noticiável caso ganhasse grande relevância com o público, tendo como principal termômetro para essa relevância as redes sociais, e entendendo que o conteúdo viral na internet não possui um “poder misterioso” em si, mas que é construído através de uma teia de significados (CHAGAS et al., 2017).

Ao apresentar trechos da entrevista do então Presidente da Câmara Rodrigo Maia, “atacando” o então Ministro Sérgio Moro, o principal valor-notícia aqui é o conflito, pois diferente da discussão entre os senadores Davi Alcolumbre e Kátia Abreu, aqui os pronunciamentos foram feitos diretamente à mídia, e não se trata de sessões ordinárias em que o debate de ideias é primordial. Porém, ainda no mesmo trecho do quadro, outros fatos são abordados, como o decreto que dispensa visto de entrada no Brasil para cidadãos de alguns países e a tentativa do governo brasileiro de entrar na OCDE, nesses casos o governo é o valor-notícia mais destacado, por apresentar temas de interesse nacional.

Já o trecho com a apresentadora Ana Maria Braga no programa “Mais Você” tem dois valores-notícia principais: na versão original que se trata da "boneca Momo", o principal valor-notícia é o impacto, por tratar de um evento viral na internet e que afetava muitas famílias. Já a versão editada, que trata da empresária Bettina Rudolph, tem como valor-notícia destaque o entretenimento/curiosidade, pois a força do evento para ser noticiável não está nos métodos de multiplicação financeira que a jovem promete ensinar, mas na pouca credibilidade que ela conseguiu na internet, assim como na aparente falta de consistência de seu discurso, abrindo margem para conteúdos humorísticos a partir de seu anúncio no Youtube. Por fim, ao tratar da prisão preventiva do ex-presidente Michel Temer, o valor-notícia que impulsiona o acontecimento é o de justiça, pois se trata de um julgamento.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como observado através da análise-fílmica de quatro episódios do quadro "Isso a Globo Não Mostra", ainda que todos os doze valores-notícia elencados por Franzon (2004) estejam presentes no objeto, o programete teve como principais valores-notícia: o entretenimento/curiosidade (destaque em sete acontecimentos), o governo (destaque em cinco dos fatos apresentados), a proeminência e a surpresa (ambos sendo o principal recurso de dois eventos). Vale pontuar que o valor-notícia de governo não foi o principal destaque em todos os momentos que o quadro abordou o cenário político, sendo que diversas vezes o quadro trouxe o presidente Bolsonaro em contextos mais voltados para o valor-notícia de entretenimento/curiosidade. O cenário político é o principal foco do quadro, sendo que as demais temáticas estão lá para equilibrar os discursos apresentados (AVILA, 2020). E vale pontuar que todas as vezes que o governo federal teve destaque, foi para que o quadro criticasse ou debochasse dele. Além da esfera de governo, o quadro ainda apresenta algumas considerações relevantes, sobre temas como meritocracia e privilégios sociais.

Outro ponto importante é que mesmo sendo o principal valor-notícia de "apenas" sete dos dezenove acontecimentos encontrados, o entretenimento esteve presente em todas as cenas do quadro, reforçando o pertencimento do programete à categoria de infotimento. Porém, na maioria das vezes o entretenimento foi utilizado como linguagem, se tratando mais da forma do que do conteúdo dos acontecimentos (valor-notícia). E para fortalecer o humor do quadro, além da utilização de memes para criar paródias do publicamente conhecido (CHAGAS et al., 2017), foram usados principalmente recursos de repetição, exagero e situações nonsense.

Vale ressaltar também que o quadro utilizou quantidades parecidas de materiais noticiáveis e materiais não-jornalísticos: dezenove contra dezessete, respectivamente. Nenhum evento não-jornalístico ganhou condições de sê-lo, mesmo com a edição do quadro alterando substancialmente os conteúdos originais que serviram de fonte ao quadro. No entanto, através dessas alterações de conteúdo, os valores-notícia de alguns dos fatos trazidos

mudaram, como no caso da robô Sophia e da boneca "Momo". Outro dado importante observado durante a análise é que mesmo o quadro sendo constituído quase integralmente por imagens de arquivo do próprio canal, apresentou também uma cena introdutória feita exclusivamente para a atração (no episódio três), além de conter uma referência à emissora SBT, sem criticá-la (podendo ser consideradas duas referências, visto que a Globo adquiriu os direitos do seriado "Chaves" há alguns anos mas a atração foi destaque durante décadas na rede de televisão rival).

O humor no quadro é utilizado para levantar questões, engajar o público e provocar o debate, funções muito parecidas com as funções sociais do jornalismo elencadas por Lage (2014). Outra função do humor aqui é suavizar o discurso apresentado — principalmente contra o governo — e evitar um confronto direto com as entidades que o quadro critica, como apontado por Avila (2020). Já a influência dos meios digitais pode ser observada desde a forma com que o quadro se estrutura, como se fosse uma invasão de hackers ao sistema da Globo. Ademais, a internet atua tanto no conteúdo quanto na forma do quadro. Na forma, vemos a recriação dos memes, elemento muito comum nos meios digitais, aqui feito da seguinte maneira: um trecho descontextualizado de algum programa da emissora (quase sempre uma novela) acrescido de uma legenda que lhe garante um novo sentido e gera o efeito humorístico. Quanto ao conteúdo, o que se observa é que materiais com muita relevância na internet (como o caso da empresária Bettina Rudolph) ganham condições de se tornarem noticiáveis justamente pela proporção que tomam nas redes. A incorporação de recursos provenientes dos ambientes digitais no meio televisivo é uma tendência atual, cada vez mais exigida para que a TV mantenha sua audiência (AVILA, 2020). E a televisão se mostra como o meio ideal para essa convergência midiática, por possuir bons recursos para agrupar elementos distintos à sua produção, tanto da internet como de outros meios, como a rádio e o jornal impresso.

Quanto aos formatos resultantes dessa interação entre televisão e internet, o programete apenas simula uma transgressão, de conteúdo mas também de gêneros (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS, 2019). De acordo com as categorias apresentadas por Melo e Assis (2016), o quadro por si só não pode ser visto como um novo gênero jornalístico, pois não apresenta aptidão para agrupar diferentes formatos. Dessa maneira, este pode ser descrito como pertencente ao gênero opinativo, ainda que carregue características de vários gêneros jornalísticos em um espaço midiático indeterminado, como é característica do

infotainment (MIRANDA; AGUIAR, 2020). Dessa forma, o quadro traz poucas informações para se enquadrar como informativo, e não aprofunda ou elucida os fatos que aborda para ser considerado interpretativo, nem versa sobre temas de utilidade pública para se encaixar como utilitário. O quadro poderia ser descrito ainda como diversional, mas este tem uma abordagem literária e que valoriza detalhes e particularidades da notícia (CARVALHO; GURGEL, 2010), o que não acontece aqui. Dentro do gênero opinativo, o quadro se encaixa no formato editorial, já que expressa as opiniões da Rede Globo diante dos fatos de maior repercussão da semana em que o quadro é exibido; e dentro da revista eletrônica "Fantástico", pertence à editoria de variedades. Para enfatizar as opiniões da entidade, o quadro diversas vezes se utiliza de um personagem de seus programas colocado fora de contexto e usado para reagir à determinado evento, evidenciado o que os criadores do quadro pensam a respeito daquela situação, como as feições de nojo da robô Sophia usadas para reagir ao anúncio de Bettina no Youtube.

Além de atuar como crítico do governo, o quadro também objetiva limpar a imagem da emissora e suspender o peso do julgamento inicial que o termo "Isso a Globo Não Mostra" carrega (utilizado primeiramente como uma crítica às escolhas de pauta da Rede Globo), o tomando para si em um fenômeno de apropriação midiática (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS, 2019). Ademais, ainda que o quadro mostre que a emissora sabe rir de si mesmo, o faz com releituras bastante pontuais que nunca colocam em xeque a validade ou a importância da emissora, e muito menos menosprezam o conteúdo feito por ela. Além disso, o quadro dá voz para outras questões importantes na produção jornalística atual, como as fake news, fazendo pensar sobre a credibilidade que parte do público confere aos meios digitais, e embora edite e recrie diversos acontecimentos de seu acervo de uma maneira distinta da que aconteceu de fato, não confunde as fronteiras entre realidade e ficção, produzindo sentido no público através de um imaginário social compartilhado (COUTINHO; FALCÃO; MARTINS, 2019).

O quadro também evidencia como a convergência midiática se faz cada vez mais necessária para os meios televisivos, enquanto o número de televisões ligadas vêm diminuindo com o passar dos anos, como aponta Moreira (2012). E embora não ultrapasse limites de gênero, faz refletir sobre as mudanças que ainda virão no meio televisivo decorrentes dos meios digitais, a ponto de alguns pesquisadores vislumbrarem mudanças tão grandes, como traz Moreira (2012), que a nova televisão poderá nem ser chamada de TV. E

por fim, a atração revela como jornalismo e entretenimento não se contrapõem, podendo inclusive se complementar, com o entretenimento sendo uma das formas de se associar o útil e o interessante ao espectador da maneira mais atraente possível, como é dever do jornalista.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Gustavo Heitor Piva Luiz. **Formatos de programas de TV e sua proteção: utopia ou realidade?**, 2005.

AQUINO, Maria Clara. Interatividade e participação em contexto de convergência midiática. In: **SimSocial, Salvador**. Disponível em: <http://gitsufba.net/simposio/wp-content/uploads/2011/09/Interatividade-e-Participacao-em-Contexto-de-Convergencia-Midiatica-AQUINO-Maria-Clara.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2021.

ARONCHI DE SOUZA, José C. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

ASSIS, Francisco de. Jornalismo diversional: a diversão pela forma. **LÍBERO**, n. 37, p. 143-152, 2016.

AVILA, Edilaine. Funções estratégicas de composição do discurso midiático em “Isso a Globo não mostra”. **Anais de Resumos Expandidos do Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais**, v. 1, n. 4, 2020.

AVILA, Edilaine; BORELLI, Viviane. Tipologias e Gêneros Discursivos no Quadro Isso a Globo Não Mostra. **INTERCOM**, v. 43, p. 1-13, 2020.

AZEVEDO, Fernando Antônio. PT, eleições e editoriais da grande imprensa (1989-2014). **Opinião Pública**, v. 24, n. 2, p. 270-290, 2018.

BAENA PAZ, Guillermina. **El Discurso periodístico: los géneros periodísticos hacia el nuevo milenio**. 1999.

BARROS, Luiza. 'Isso a Globo não mostra': Para Marcio Melhem, 'Função do humor é provocar'. [Entrevista concedida a] Luiza Barros. **O Globo**, 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/isso-globo-nao-mostra-para-marcio-melhem-funcao-do-humor-provocar-23389574>. Acesso em: 14 abr. 2021.

BECKER, Beatriz. Telejornalismo de qualidade: um conceito em construção. **Galáxia. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica**. ISSN 1982-2553, n. 10, 2005.

CARVALHO, Tatiane EM de; GURGEL, Eduardo Amaral. Gêneros jornalísticos no ciberespaço: estudo sobre os portais UOL e G1. In: **XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 2010. p. 01-15.

CASADEI, Eliza Bachega; LOUREIRO, Eliana Regina Lopes. “Isso a Globo não mostra”: dimensões afetivas das notícias falsas no debate sobre o descrédito da imprensa tradicional. **Comunicação & Sociedade**, v. 42, n. 2, p. 39-66, 2020.

CHAGAS, Viktor et al. A política dos memes e os memes da política: proposta metodológica de análise de conteúdo de memes dos debates eleitorais de 2014. **Intexto**, n. 38, p. 173-196, 2017.

COOK, Timothy E. O jornalismo político. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 6, p. 203-247, 2011.

COUTINHO, Iluska; FALCÃO, Luiz Felipe Novais; MARTINS, Simone. Isso a Globo (NÃO) Mostra: Invasão ou Ressignificação do Audiovisual como estratégia de Jornalismo Opinativo1. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**. 2019. p. 1-15.

DA SILVA, Tatiana Maria Bernardo; BAUER, Henrique; ASSIS, Marcio Almeida. Ciberativismo e Comunidades Virtuais: um Estudo sobre o Movimento Anti-Globo. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 10, n. 3, p. 84-105, 2011.

DE AGUIAR, Leonel Azevedo. Entretenimento: valor-notícia fundamental. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 5, n. 1, p. 13-23, 2008.

DEJAVITE, Fabia Angélica. Infotainment nos impressos centenários brasileiros. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 5, n. 1, p. 37-48, 2008.

DEL BIANCO, Nélia. A Internet como fator de mudança no jornalismo. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, v. 1, 2004.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio; ALI, E. T. Métodos e técnicas de Pesquisa em Comunicação. 2ª edição. **São Paulo: Atlas**, 2011.

EPSTEIN, Isaac. Quando um fato se transforma em notícia no jornalismo e na ciência. **Comunicação & Sociedade**, v. 28, n. 47, p. 159-179, 2007.

ESTREIA: Isso a globo não mostra. **G1**, 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2019/01/20/estreia-isso-a-globo-nao-mostra.ghtml>. Acesso em: 23 mar. 2021. (publicado as 22h35)

FELINTO, E. Videotrash: o YouTube e a cultura do "spoof" na internet. **Galáxia**, São Paulo, n. 16, 2008.

FRANZON, Erica. Os valores-notícia em telejornais. **III Curso de Especialização em Estudos de Jornalismo (lato sensu) da UFSC**, 2004.

GALVÃO, Maria Cristiane Barbosa. O levantamento bibliográfico e a pesquisa científica. **Fundamentos de epidemiologia**. 2ed. A, v. 398, p. 1-377, 2010.

GANS, Herbert J. **Deciding what's news**. New York: Random House, 1979.

GLOBO, Grupo. **Princípios editoriais do Grupo Globo**. Rio de Janeiro, v. 6, 2011.

GOEKING, Weruska. O que é 'golden share' e qual poder ela dá ao governo?. Valor Investe,

2019. Disponível em: [O que é 'golden share' e qual poder ela dá ao governo? | Empresas | Valor Investe \(globo.com\)](#). Acesso em: 13. out. 2021.

GOMES, Itania Maria Mota. Gênero televisivo como categoria cultural: um lugar no centro do mapa das mediações de Jesús Martín-Barbero. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 18, n. 1, p. 111-130, 2011.

GOMES, Luana. É Fantástico! Gênero e modos de endereçamento no telejornalismo show. Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo, p. 263, 2011.

GUARALDO, Luciano. Sucesso do fantástico, Isso a Globo Não Mostra foi barrado por executivos. **Notícias da TV**, 2019. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/sucesso-do-fantastico-isso-globo-nao-mostra-foi-barrado-por-executivos-26386>. Acesso em 08 abr. 2021.

HENN, Rolando. **Pauta e notícia**. Editora da ULBRA, 1996.

INOCÊNCIO, Luana; ARISTIMUÑO, Felipe; FRANCO, José Carlos Messias Santos. A Cultura HUE BR: memes, apropriações, humor e representação identitária em sites de redes sociais. **IBERCOM**, p. 2755- 2779, 2017.

LAGE, Nilson. Conceitos de jornalismo e papéis sociais atribuídos aos jornalistas. **Pauta Geral**, v. 1, n. 1, p. 20-25, 2014.

LIMA, Venício A. Sete teses sobre a relação Mídia e Política. **Revista USP, São Paulo**, n. 61, p. 48-57, 2003.

LOPES, Felisbela; PEREIRA, Sara. **Estudos sobre programação televisiva**: os programas de informação e os conteúdos para a infância. 2007.

LOUREIRO, Eliana Regina Lopes. “Isso a globo não mostra”: análise de conteúdo associada ao termo e sua ligação com as fake news. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**. 2018. p. 1-15.

LUDKE, Menga; ANDRÉ, Marli. **Pesquisa em educação**: abordagens qualitativas. 1986.

MARTINS, Maura. “Isso a Globo não mostra” capitaliza a crítica à grande emissora. **Escotilha**, 2019. Disponível em: <http://www.aescotilha.com.br/cinema-tv/canal-zero/isso-a-globo-nao-mostra-sensacionalista-t-a-no-ar-fantastico-analise/>. Acesso em: 15. abr. 2021.

MCCOMBS, M.; SHAW, D. The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, v. 36, n. 2, p. 176-182, summer 1972.

MELHEM, Marcius. 'Isso a Globo não mostra': Para Marcius Melhem, 'Função do humor é provocar'. [Entrevista concedida a] Luiza Barros. **O Globo**, 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/isso-globo-nao-mostra-para-marcus-melhem-funcao-do-humor-provocar-23389574>. Acesso em: 14 abr. 2021.

MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 39, n. 1, p. 39-56, 2016.

MELO, José Marques de. **Formatos jornalísticos: evidências brasileiras**. 2006.

\_\_\_\_\_. **Jornalismo opinativo**. 3. ed. Campos do Jordão – São Paulo: Mantiqueira de Ciência e Arte Ltda, 2003. v. 1. 238 p

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. A produção da imparcialidade: a construção do discurso universal a partir da perspectiva jornalística. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 25, n. 73, p. 59-76, 2010.

MIRANDA, Paula; AGUIAR, Leonel. O Infotainment e o Jornalismo Sensorial: o entretenimento na cobertura jornalística sobre animais. **INTERCOM**, v. 43, p. 1-15, 2020.

MORAES, Heloisa Juncklaus Preis. Informação e espetáculo: análise dos gêneros jornalísticos exibidos no programa Fantástico. **Vozes e Diálogo**, v. 11, n. 1, 2012.

MOREIRA, Diego Gouveia. “A gente se liga em você”: reconfigurações da TV Globo em um cenário de convergência midiática. **Galáxia**, n. 23, p. 194-206, 2012.

NETTO, Reynaldo Carilo Carvalho. O “Quarto-Poder” e censura democrática. **Observatório da Imprensa**, 2013. Disponível em: [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/ed765\\_o\\_quarto\\_poder\\_e\\_censura\\_democratica/](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/ed765_o_quarto_poder_e_censura_democratica/). Acesso em: 02 maio. 2021.

PAULA, Regiane Lima de et al. **Do it yourself: o processo de ensino-aprendizagem de língua inglesa no ensino médio por meio de programetes televisivos**. 2015.

PENAFRIA, Manuela. Análise de Filmes-conceitos e metodologia (s). In: **VI Congresso Sopcom**. 2009. p. 1-10.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. In: PORTO, Sérgio Dayrell; MOUILLAUD, Maurice (org.). **O jornal da forma ao sentido**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2002. p.227-233.

\_\_\_\_\_. Considerações preliminares sobre o quadro enunciativo do discurso midiático. **ECO-Pós**, v.12, n.3, setembro-dezembro 2009, p. 123-131.

RODRIGUES, William Costa et al. Metodologia científica. **Faetec/IST. Paracambi**, p. 1-40, 2007.

SCHWAAB, Reges Toni; TAVARES, Frederico de Mello Brandão. O tema como operador de sentidos no jornalismo de revista. **Galáxia**, n. 18, p. 180-193, 2009.

SERRANO, Araceli. El análisis de materiales visuales en la investigación social: el caso de la publicidad. In: **Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social**. Pearson

Educación, 2008. p. 245-286.

SHIFMAN, L. **Memes in a Digital Culture**. Cambridge: MIT, 2014.

SILVA, Fabiana Moraes. A não-notícia, um produto do infoentretenimento. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 5, n. 1, p. 99-108, 2008.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 2, n. 1, p. 95-107, 2005.

SILVA, Lidiane Rodrigues Campêlo da et al. Pesquisa documental: alternativa investigativa na formação docente. In: **Congresso Nacional de Educação**. 2009. p. 4554-4566.

SILVA, M. P.; JERÓNIMO, R. S. Uma análise crítica dos ‘valores-notícia de construção’: contribuições da retórica e dos estudos de enquadramento para problematização do conceito. **INTERCOM**, v. 40, p. 1-14, 2017.

SIMI, Aline De Paiva et al. “Putz!” E a Lei de Murphy: Uma proposta experimental para televisão. 2011. p 1-9.

SOUSA, Jorge Pedro. **As Notícias e os seus Efeitos**. As Teorias do Jornalismo e dos Efeitos Sociais dos Media Jornalísticos. Porto: Ed. Universidade Fernando Pessoa, 1999.

STYCER, Mauricio. De surpresa, “Fantástico” estreia quadro de humor “Isso a Globo não mostra”. **UOL**, 2019. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/blog/mauriciostycer/2019/01/20/de-surpresa-fantastico-estreia-quadro-de-humor-isso-a-globo-nao-mostra/>. Acesso em: 15 abr. 2021.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, Volume II**: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional, 2. ed. Florianópolis: Insular, 2008.

UCHOA, Antonio; GODOI, Christiane; MASTELLA, Adriano. Análise Qualitativa de Material Texto-audiovisual: por uma metodologia integradora. **CIAIQ2016**, v. 3, 2016.

VESCHI, Benjamin. Etimologia de jornalismo. Etimologia, 2019. Disponível em: [Etimologia de Jornalismo – Origem do Conceito](#). Acesso em: 23 mar. 2021.

VIEIRA, Josiany Fiedler; CERVI, Emerson Urizzi. O Twitter como pauta no jornalismo político do Paraná. In: **XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**, Novo Hamburgo. 2010.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Editorial Presença, 1987.