

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

Laura Lanza

**A estética da internet no telejornalismo: humor e infotainment no quadro
"Plantananã" do Fantástico**

Mariana
2026

Laura Lanza

**A estética da internet no telejornalismo: humor e infotenimento no quadro
"Plantananã" do Fantástico**

Monografia apresentada ao curso de
Jornalismo da Universidade Federal
de Ouro Preto, como requisito parcial
para aprovação do título de Bacharel
em Jornalismo.

Orientador (a): Denise Figueiredo
Barros do Prado

Mariana
2026

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

L297e Lanza, Laura.

A estética da internet no telejornalismo [manuscrito]: humor e infotainment no quadro "Plantananã" do Fantástico. / Laura Lanza. . - 2026.

76 f.: il.: color., tab..

Orientadora: Profa. Dra. Denise Figueiredo Barros do Prado.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Jornalismo .

1. Humorismo no jornalismo. 2. Telejornalismo. 3. Televisão - Programas. I. , . II. Prado, Denise Figueiredo Barros do. III. Universidade Federal de Ouro Preto. IV. Título.

CDU 070.431:82-7

Bibliotecário(a) Responsável: Eliane Apolinário Vieira Avelar - CRB6/3044



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
REITORIA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO



FOLHA DE APROVAÇÃO

Laura Lanza

A estética da internet no telejornalismo: humor e infotainment no quadro "Plantananã" do Fantástico

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel

Aprovada em 27 de fevereiro de 2026.

Membros da banca

Profa. Dra. Denise Figueiredo Barros do Prado - Orientadora (Universidade Federal de Ouro Preto)
Prof. Dr. Frederico de Mello Brandão Tavares - (Universidade Federal de Ouro Preto)
Ms. Loreena Neves Cordeiro - (Universidade Federal de Ouro Preto)

Profa. Dra. Denise Figueiredo Barros do Prado, orientadora do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 26/05/2026.



Documento assinado eletronicamente por **Denise Figueiredo Barros do Prado, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 26/05/2026, às 17:02, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1114989** e o código CRC **0731A396**.

Referência: Caso responda este documento, indicar expressamente o Processo nº 23109.006212/2026-35

SEI nº 1114989

R. Diogo de Vasconcelos, 122, - Bairro Pilar Ouro Preto/MG, CEP 35402-163
Telefone: (31)3558-2275 - www.ufop.br

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeiro lugar, à minha mãe, Adriane Lanza, que é e sempre foi o meu porto seguro. Seu apoio constante, o incentivo incansável para que eu estudasse e seguisse os meus objetivos, e a confiança depositada em cada uma das minhas escolhas foram a base fundamental para que eu cruzasse esta linha de chegada. Todo este percurso também é seu. À minha orientadora, Denise Figueiredo Barros do Prado, pela acolhida, paciência e por todo o apoio fundamental ao longo do desenvolvimento deste trabalho. Obrigada por fazer da nossa pesquisa um espaço de trocas tão prazeroso, vivo e estimulante. Aos membros da banca examinadora, Frederico Tavares e Loreena Cordeiro, pelas contribuições valiosas, pelo olhar atento e pelas provocações que engrandeceram a pesquisa. Aos meus amigos de Sete Lagoas e de Ouro Preto, que se tornaram família ao longo da vida. Obrigada pelas risadas compartilhadas, pelo apoio nos momentos de cansaço e pelo companheirismo indispensável para atravessar e celebrar mais essa etapa. À Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) e ao Departamento de Jornalismo, pela formação pública de qualidade e por todas as vivências que me transformaram como pesquisadora e cidadã. A todos que, de perto ou de longe, torceram por mim e contribuíram para que este ciclo se encerrasse com leveza e alegria

RESUMO

Este trabalho analisa como o quadro *Plantananã*, exibido no programa *Fantástico*, da TV Globo, articula humor e infotenimento na produção de sentidos sobre o jornalismo. A pesquisa compreende que o *Fantástico* se configura historicamente como uma revista eletrônica marcada pelo hibridismo de gêneros, pela alternância entre conteúdos informativos e de entretenimento e pelo tensionamento constante entre o real, o ficcional e o lúdico. Nesse contexto, o *Plantananã*, originalmente criado para a internet e posteriormente adaptado para a televisão aberta, aparece como um objeto relevante para observar a incorporação da estética da internet no telejornalismo e as consequentes transformações nas formas de apresentação da informação. O objetivo da pesquisa é investigar os modos de construção discursiva do jornalismo no quadro, examinando de que maneira o humor e o infotenimento reconfiguram formatos, narrativas e sentidos associados à prática jornalística. Metodologicamente, a pesquisa adota uma abordagem qualitativa, fundamentada em revisão bibliográfica sobre gêneros e formatos televisivos, infotenimento, *fait divers* e humor no jornalismo. A análise empírica concentra-se em episódios selecionados do *Plantananã*, observando como elementos da cultura digital - tais como a lógica dos memes, a fragmentação do discurso informativo e o uso de referências à atualidade - articulam-se à paródia do plantão jornalístico e à simulação de formatos informativos. Esses elementos evidenciam a construção de uma linguagem híbrida que depende do reconhecimento prévio, por parte do público, das características dos programas jornalísticos, conforme discutido por Jost (2004), e de sua competência cultural, nos termos propostos por Martín-Barbero (1997), para a compreensão das ironias e estratégias humorísticas. O estudo demonstra que o *Plantananã* opera a partir do entrelaçamento das fronteiras entre informação e entretenimento, constituindo um espaço de hibridismo onde o humor e o deboche atuam como filtros de leitura do real, revelando aspectos centrais das transformações e da sobrevivência do jornalismo televisivo em sua convergência com a estética da internet.

Palavras-chave: telejornalismo; infotenimento; humor; estética da internet; *Plantananã*.

SUMÁRIO

Introdução	1
1. A TV em transformação	4
1.1 Gêneros televisivos	6
1.2 Infotimento	10
1.3 O real, o ficcional e o lúdico na televisão	13
1.4 O Plantananã no Fantástico	17
2. O cômico e o trivial no jornalismo	20
2.1 Fait divers	24
2.2 O humor no jornalismo	26
3. O Plantananã	30
3.1 - Metodologia e Análise	35
EIXO 1 - A construção do humor a partir da tensão com o real	40
EIXO 2 - Os critérios de noticiabilidade do Plantananã	47
EIXO 3 - A incorporação da estética do meme	53
Considerações finais	63
Referências Bibliográficas	66

Introdução

Em um cenário de profundas transformações na comunicação, a mídia contemporânea redefine constantemente a maneira como as sociedades acessam e interagem com os conteúdos. No contexto midiático brasileiro, essa transformação se manifesta de diversas formas, desde a redefinição de formatos televisivos até a adaptação de linguagens digitais. Esta pesquisa se concentra em analisar as reconfigurações da televisão sob a perspectiva da hibridização de gêneros e a forma como o infotainment, manifestado a partir da articulação entre humor e jornalismo, se conecta no quadro *Plantananã* exibido no *Fantástico*.

O *Plantananã* é um quadro de humor criado pela produtora *Porta dos Fundos* e transmitido pelo seu canal no YouTube¹, durante o período de 2020 a 2022. No quadro, o personagem Carlinhos Avelar, interpretado pelo ator Rafael Infante, trazia uma retrospectiva dos principais fatos semanais de forma excêntrica, caótica e rápida, resumindo notícias e utilizando de memes para abordar superficialmente os assuntos do momento, como acontece, por exemplo, na *timeline* do TikTok² e no *Reels*³ do Instagram. Mantendo essa proposta, o *Fantástico* criou uma versão deste quadro humorístico, homônimo, sob a apresentação do mesmo ator, adaptado para a televisão. Esse quadro foi exibido aos domingos entre 15 de setembro e 20 de outubro de 2024, surpreendendo os telespectadores que estavam acostumados com outra forma de receber informações no programa *Fantástico*. A inserção do *Plantananã* como um dos quadros do *Fantástico*, uma revista eletrônica de variedades, reforçou a ideia de uma TV em transição e a noção de que os gêneros televisivos também passam por transformações, trazendo à tona a ideia de que a televisão tradicional precisa se adaptar continuamente às novas lógicas de consumo e produção de conteúdo.

Para entender esse momento, autores como França (2009), Miller (2009), Duarte (2004) e Gomes (2009), perceberam a televisão como um veículo de comunicação, informação e entretenimento e analisaram como as mudanças no meio televisivo vêm acontecendo desde seu surgimento no Brasil. Desse modo, eles entendem que a TV desenvolve suas próprias maneiras de mostrar a realidade, tem mecanismos e, de forma complexa, esse meio de comunicação tem se aprimorado e adaptado suas dinâmicas para estar

¹ As esquetes do *Plantananã* no Porta dos Fundos estão disponíveis na Playlist:

https://www.youtube.com/watch?v=0kw_hxvg30Y&list=PLT0Smhj8chMX-X2NOypaEMlyheRiWDzgJ

² O TikTok é uma plataforma digital de compartilhamento de vídeos curtos, marcada pela circulação rápida de conteúdos e pela lógica algorítmica de recomendação.

³ O Reels é um recurso da plataforma Instagram voltado à produção e circulação de vídeos curtos, associado à dinâmica de consumo acelerado e fragmentado de informações.

em constante transformação. Observando essa movimentação, surge a ideia de gêneros e formatos televisivos, para entender como a programação também precisa se reinventar para acompanhar as novas dinâmicas. Com isso em mente, Fachine (2001) e Duarte (2004) buscam compreender o que são os gêneros nesse contexto e Jost (2004) evidencia que essa classificação relaciona o emissor e o receptor, de modo que a definição de gênero gera expectativas e crenças para o telespectador, baseadas no que é proposto intencionalmente pelo emissor.

A partir desses estudos, a programação reflete essa estratégia e os gêneros são percebidos como conteúdos mutáveis, que podem ser entendidos por mais de uma classificação e só assumem as definições quando combinados a subgêneros e formatos específicos. Dessa forma, autoras como França (2009), Gomes (2009) e Dejavitte (2007) identificam o infotainment, expressão que traduz o embaralhamento entre informação e entretenimento, e percebem que a relação entre o jornalismo e o entretenimento vem sendo remodelada por esse fenômeno e pela hibridização da televisão. Além de evidenciar a hibridização de gêneros e o surgimento de novos subgêneros, com base em Jost (2004), Gomes (2009), Jaguaribe (2007), Dejavitte (2007) e Aucar (2013), o infotainment também demonstra como a apresentação desse tipo de conteúdo, como no caso do *Plantananã*, se distancia da representação do real para mesclar informações verdadeiras com ficcionais.

Assim, o quadro articula informação e entretenimento ao apropriar-se das convenções do telejornalismo para transformá-las em matéria de humor. O personagem Carlinhos apresenta um jornal que simula formatos informativos, mas os reconfigura por meio de memes, piadas e referências a acontecimentos banais do cotidiano, incorporando também elementos característicos do *fait divers*. A discussão sobre essas articulações é aprofundada por autores como Silva (2005), Bruno (2019), Reis (2023), Chagas (2021), Dejavitte (2001) e Dion (2007).

Diante das complexidades das transformações e da hibridização de gêneros jornalísticos e televisivos, esse trabalho tem o objetivo de analisar como a linguagem humorística do quadro *Plantananã*, ao refletir a lógica dos memes, ressignifica a informação jornalística e estabelece novos pactos com o público. Desse modo, estudar a linguagem do quadro é importante para desenvolver estratégias de comunicação e analisar as dinâmicas midiáticas atuais, já que ele nos auxilia a entender a televisão em transição, sua relação com a cultura digital e o humor no jornalismo.

Para alcançar esses objetivos, será realizada uma pesquisa de abordagem qualitativa, ou seja, que investiga os significados, os processos e as interpretações utilizando o *Plantananã* como estudo de caso. Isso será executado a partir de uma revisão bibliográfica sobre os temas de televisão em transformação, gêneros televisivos, infotenimento, o real/ficcional/lúdico, o humor no jornalismo, os critérios de noticiabilidade do quadro e uma análise de conteúdo e discursiva dos episódios do *Plantananã*, focando nas estratégias narrativas, visuais e discursivas para embasar as análises e conclusões deste trabalho.

Esta pesquisa está estruturada da seguinte forma: no Capítulo 1, “A TV em Transformação”, será apresentada uma revisão da literatura sobre a evolução do meio televisivo, os conceitos de gêneros televisivos e infotenimento, e a dinâmica entre o real, o ficcional e o lúdico na televisão, contextualizando a inserção do *Plantananã* no *Fantástico*. No Capítulo 2, “O Cômico e o Trivial no Jornalismo”, serão discutidos os conceitos de *fait divers* e o humor no jornalismo, elementos que fundamentam a análise da linguagem do quadro. Por fim, no Capítulo 3, será apresentada a metodologia e análise do *Plantananã*. Na sequência, há as considerações finais referentes aos achados desta pesquisa.

1. A TV em transformação

A televisão, desde sua consolidação passou por profundas transformações em sua produção e estrutura, adaptando-se continuamente para aprimorar a organização e a transmissão de conteúdo. No Brasil, esse processo não foi diferente. Em 1950, a TV Tupi nasce como primeira emissora do país e apresenta a televisão como um dos principais veículos de comunicação, informação e entretenimento. A partir de então a história da televisão brasileira ganhou ainda mais força e se expandiu rapidamente, isso porque esse cenário foi impulsionado pela inauguração de novas emissoras e estações de transmissão, o que auxiliou para que a TV atingisse maior quantidade de telespectadores. Além disso, essa transição também foi marcada por inovações e avanços tecnológicos significativos para a produção audiovisual nacional. Nessa perspectiva, Fernandes (2016), ao recorrer aos estudos de Gustavo Miranda (2007), destaca como a televisão tem se transformado ao longo do tempo, sob o impacto dessa modernização:

A televisão evoluiu a partir da sua combinação com as fitas de vídeos e com os jogos eletrônicos. Essas inovações representaram também mudanças de mercado. As inovações foram evoluindo, também, com a melhoria da resolução de imagem, com o sistema de tv a cabo e com a compatibilidade com outros sistemas de informação (Miranda, 2007, *apud* Fernandes, 2016, p. 96).

Contudo, a transição não se limitou apenas às primeiras décadas. No ambiente midiático contemporâneo, com o crescimento da internet, redes sociais e plataformas de *streaming*, a TV outra vez precisou passar por mudanças e se reconfigurar para conseguir dialogar com os modos de produção e consumo de conteúdo. No livro “A TV em transição”, João Freire Filho (2009) reúne a discussão de nove autores para entender esse momento e analisar as previsões relacionadas ao desaparecimento da televisão. Nesse contexto, França (2009) entende que a mudança é algo real e vem ocorrendo em função das tendências que surgem.

Apesar dos alarmistas, que estão sempre anunciando o fim disto e daquilo, a experiência histórica vem mostrando que novos meios não vêm substituir formas anteriores, mas provocar modificações e adaptações, reconfigurando continuamente o ambiente midiático de uma sociedade. Diferentes mídias se alimentam e se estimulam reciprocamente; a TV tem sabido conviver bem com a internet, se apropriar de seus recursos e estabelecer com ela uma relação não de concorrência, mas de extensão. (França, 2009, p. 28)

Miller (2009), no mesmo livro, em seu capítulo “A Televisão Acabou, a Televisão Virou Coisa do Passado, a Televisão Já Era”, reforça essa ideia ao retomar alguns momentos

importantes da história da televisão, as expectativas de antigamente para/com ela e ao trazer questionamentos a respeito das especulações de críticos sobre a TV estar morrendo. Ele apresenta a TV como um objeto que pode sucatear fisicamente, mas que, como meio de comunicação, continua crescendo. Para ele:

Imaginar a Internet em oposição à televisão é bobagem; ao contrário, ela é apenas mais uma forma de enviar e receber a televisão. E a TV está se tornando mais popular, não menos. Suspeito que estamos testemunhando uma transformação da TV, ao invés do seu falecimento. (Miller, 2009, p. 22)

A coletânea organizada por Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010), “História da Televisão no Brasil”, reúne diversos pesquisadores que analisam as transformações do meio televisivo ao longo dos anos. No capítulo dedicado ao cinema e televisão no contexto da transmediação, Fechine e Figueirôa (2010) observam que:

A convergência dos meios, propiciada por sua digitalização, também levou a televisão brasileira, nos anos 2000, a investir mais em estratégias de produção *cross media* e a operar de modo sinérgico com outros meios (internet, celular, cinema). (Fechine e Figueirôa, 2010, p. 281)

Logo, conforme Duarte (2004), se a televisão passou por mudanças, a programação também precisou se adaptar, assim como os gêneros e formatos.

A par da complexidade, relativa à articulação dessas diferentes linguagens, sobre determinadas pelos meios técnicos, esse tipo de produção opera com uma superposição de níveis de hibridação: 1) apropriações intersemióticas em relação às outras mídias, constituindo-se numa intertextualidade por vezes fágica, que se alimenta de referências, alusões, repetições; 2) apropriações intra-semióticas em relação à sua própria produção, à articulação de gêneros, subgêneros e formatos. Nesse processo de transposição e colagem de diferentes gramáticas, de diferentes subgêneros e formatos, os textos televisivos atualizam verdadeiras perfusões que, apagando as origens, passam a constituir-se em elementos fundantes de novas organizações de formas de expressão: os subgêneros e formatos televisuais. (Duarte, 2004, p.71)

Sendo assim, compreendendo a televisão como um meio comunicacional que está em constante transformação e possui complexidades, surge a noção de gênero televisivo como um instrumento para entender de que forma esse dispositivo funciona, uma vez que se essas mudanças ocorrem, as dinâmicas televisivas também precisam acompanhar e dialogar com o novo cenário.

1.1 Gêneros televisivos

A priori, ao pensar em gênero televisivo, associamos a um rótulo que classifica o programa a ser divulgado e exibido, com base no seu conteúdo e estilo. Porém, mais do que uma forma de categorizar, os gêneros dão forma à maneira como a televisão expressa suas mensagens. Fechine (2001) e Duarte (2004) percebem que fazer essa divisão restringe o gênero televisivo - como por exemplo o drama, comédia, telejornal - à uma regra com definição restrita para organização e identificação do consumo, ao invés de considerar o hibridismo e a complexidade do cenário atual, que mistura diferentes elementos e linguagens, formulando novas estruturas ou combinações de elementos do discurso. Fechine (2001) ainda reforça que:

O gênero é um conceito chave para a compreensão dos textos nos meios de comunicação de massa, nos quais um determinado texto dificilmente pode ser analisado de modo isolado. Mas não exatamente nos termos em que dele se apropriou a indústria do audiovisual. (Fechine, 2001, p. 15)

Completando a discussão, François Jost (2004) enxerga o gênero como uma promessa ou contrato implícito entre quem produz o programa (o emissor) e quem o assiste (o receptor), ou seja, existe um acordo que gera expectativas em relação ao conteúdo produzido por parte do público, conforme a classificação previamente estabelecida pelo emissor.

Para categorizar um programa quanto ao gênero, é preciso que se saiba a priori que gênero é esse. É preciso, também, saber em que medida existe uma correspondência entre a etiqueta e seu conteúdo, o programa, levando-se em consideração que, muitas vezes, as etiquetas estão muito distintas do que as emissões efetivamente são. (Jost, 2004, p. 17)

Dessa forma, Jost (2004) introduz o pertencer ao gênero televisivo a partir da noção de promessa. O autor salienta que a definição antecipada do gênero que o programa está relacionado, entendida por ele como uma “promessa”, ainda que não seja oficial e até mesmo efetiva, gera uma crença para a audiência e pode trazer autenticidade para o produtor. Ou seja, Jost (2004) conclui que na televisão, por meio da divulgação das suas próprias produções, a emissora faz uma série de promessas sobre como será o programa, seu funcionamento e o que o público pode esperar, contudo, não significa que a promessa do conteúdo será cumprida, já que essa estratégia só é usada para atrair o telespectador por meio da construção de expectativas. Sendo assim, é estabelecida uma crença com o público, que passa a perceber o programa a partir das noções geradas pela promessa inicial da emissora. Fechine (2001), aprofunda essa noção, ao trazer o gênero como um produto dessa interação contínua. Para isso, a autora reitera o conceito de Marrone (1998):

Como entidades instauradas no próprio processo de comunicação, os gêneros podem ser entendidos como articulações discursivas que resultam tanto dos modos particulares de colocar em relação certos temas e certas maneiras de exprimi-los, quanto de uma dinâmica envolvendo certos hábitos produtivos (determinados modos de produzir o texto) e certos hábitos receptivos (determinado sistema de expectativa do público). (Marrone, 1998, *apud* Fechine, 2001, p. 16).

Sendo assim, o modo de produção do programa adota características e organiza de forma particular o seu discurso ao sugerir um gênero particular de organização da produção e, por consequência, as emissoras tentam atender às expectativas do público que elas mesmas geram ao adotar essas convenções do gênero. Nesse contexto, o conceito pode ser considerado uma estratégia para atrair a audiência nas emissoras e também como orientação, uma vez que os formatos e as expectativas dos gêneros são usados para direcionar a interpretação e as emoções do público, que associam o gênero televisivo a um conjunto de significados internalizados.

Dessa maneira, para o telespectador, a publicidade de divulgação dos programas televisivos torna concreta as categorias de gênero, quando oferecem a eles pistas claras sobre o que esperar do programa e influenciam sua decisão de assistir ou não, de modo que, exemplifica a forma que a TV se comunica e interage com quem a assiste. Duarte (2004) retoma a noção de gênero estabelecida por Martín-Barbero (1997), observando que, diferente da concepção literária, dessa vez esse conceito se dá pelo texto e não no texto, dessa forma, “Um gênero é, antes de tudo, uma estratégia de comunicabilidade, de promoção e leitura, e é como marca dessa comunicabilidade que se faz presente e analisável no texto” (Duarte, 2004, p. 50). Fechine (2001) também realiza um paralelo com a gramática quando considera que os gêneros na TV são flexíveis, mas assim como a língua comum, possuem normas e convenções que ditam o que é apropriado para determinada forma, nesse caso, comunicativa. Dessa maneira, existem elementos constantes no produto, que seguem um esqueleto pré-estabelecido pela classificação do gênero, o que varia é a forma que são manifestados e o momento que se transformam. Logo,

Por envolver uma relação social de reconhecimento, um gênero se define sempre, em condições específicas para cada esfera da comunicação e em dada época, em relação a outros gêneros. Ou seja, a apropriação e o reconhecimento de um determinado gênero discursivo é, antes de mais nada, o resultado de uma “cultura de gêneros”. (Fechine, 2001, p. 16)

Nesse sentido, a autora aprofunda que os gêneros possuem outras camadas mais complexas, que surgem das replicações de suas definições básicas, o que “permite essa contínua ‘evolução’ de formas” (Fechine, 2001, p. 17). Assim, Jost (2004) traz que:

O gênero é uma construção por exemplificação de algumas amostras de propriedades que o texto possui entre outras. Uma novela pode ser percebida tanto como uma ficção, como também uma peça que trata dos documentos da tela, isto é, como um documento sobre a realidade. No contexto televisual, a emissora é a instância, se assim se pode chamar, de onomaturgia, que decide ou propõe - a nuance tem importância -, a *généricité* do produto. (Jost, 2004, p. 28)

A partir dessa ideia, conclui-se que os programas não devem ser limitados a somente um gênero e que, na verdade, além de ser adaptável, também possui ramificações, trazendo à tona subgêneros e formatos.

Duarte ainda define que “o subgênero seria da ordem da atualização; o formato da ordem da realização” (Duarte, 2006, *apud* Rocha, 2008, p. 271). Fachine (2001, p. 14) acrescenta que o formato pode ser visto como “matrizes organizativas da linguagem televisual que corresponderiam à sua própria noção de gênero” e que a criação de um formato de mídia é um processo que une a tradição cultural, as possibilidades tecnológicas do meio e as demandas do público e da grade de programação. Enquanto Duarte (2004), entende que um subgênero é uma variação de gênero, mas apresenta elementos distintos que o individualizam, de modo que “se a noção de subgênero subsume uma pluralidade de programas, o formato, em contrapartida, os diferencia, na medida em que define preliminarmente as suas especificidades enquanto produto serializado: cenários, atores, funções e papéis” (Duarte, 2004, p. 68). Assim, as articulações e interações entre as linguagens, conforme visto pela autora, não representam somente o que é percebido, as combinações dos elementos e estratégias narrativas, assim como a forma que o discurso é estabelecido, são feitos de forma intencional pelo emissor, de acordo com seus interesses e pensando nas experiências que se deseja gerar ao receptor. Assim:

[...] examinar um produto televisivo é atentar às diferentes linguagens responsáveis pela sua expressão e à forma como elas se articulam: de um lado, à plástica da imagem - estilos de cenário, vestuário, maquiagem, iluminação, e, mesmo, modos de interpretação; de outro, a enquadramentos, cortes em cenas, planos, montagens e edição, justaposição de cenas em movimento, anulações e sucessões. Aos elementos visuais, aliam-se os sonoros - o verbal, o musical e outros -, estruturados a partir dos modos de contar as narrativas, das estratégias discursivas e mecanismos expressivos selecionados e apropriados à televisão. (Duarte, 2004, p. 71)

Nesse sentido, as emissoras de televisão também colocam isso em prática através de sua programação, que reflete essas transformações. Fachine (2001) define a programação como “modo próprio de organização” da TV. A autora também defende que “A programação de uma determinada emissora de televisão é o resultado do modo como os programas são organizados em uma grade de exibição em função do dia da semana, do horário, do sexo e faixa etária, entre outros critérios” (Fachine, 2001, p. 18). Seguindo essa percepção, Duarte

(2004) observa que a TV a todo momento reforça sua grade como uma estratégia de comunicação, mostrando o que será exibido e convidando o telespectador a continuar assistindo ao canal, o mantendo em um fluxo e o guiando dentro de sua vasta e flexível programação, a autora denomina esse evento de “reflexividade ostensiva” (Duarte, 2004, p. 47).

Compreendendo o conceito e as suas ramificações, o entretenimento aparece como uma das mais importantes e amplas áreas televisivas. Isso porque, neste meio, basicamente, toda a programação tem o objetivo de entreter e prender a atenção do espectador, para que continue na emissora assistindo os próximos programas. Segundo Duarte (2004), até mesmo os jornais informativos podem ser inseridos nessa caixa:

Ora, informar-se não é também uma forma de distrair-se? Mais ainda, entreter também significa demorar-se, mitigar, o que remete a procedimento semelhante e desejável no consumo de informações. No que, exatamente, entreter-se se opõe então a informar-se? Nenhum subgênero dito informativo escapa à espetacularização, do magazine ao debate, passando pelos telejornais ou documentários, sejam eles transmissões diretas em tempo real ou não. (Duarte, 2004, p. 66)

Em vista disso, o gênero pode ser compreendido como a essência do produto televisivo e como ponto de partida para a análise da televisão, uma vez que os programas articulam elementos de entretenimento, humor, drama, entre outros. Assim, os gêneros não se apresentam como categorias fixas, mas assumem definições mais precisas quando combinados a subgêneros e formatos específicos.

A televisão contemporânea evidencia esse caráter híbrido ao incorporar diferentes linguagens e modos de narrar, que não se limitam às dinâmicas internas da própria televisão, mas dialogam com outras formas de produção e circulação de conteúdo, como a cultura digital. Nesse contexto, as redes sociais passam a influenciar diretamente os formatos televisivos, introduzindo ritmos, estéticas e estratégias discursivas próprias desses ambientes.

O quadro *Plantananã* expressa esse movimento ao trazer elementos característicos das redes sociais, como o uso de memes, a fragmentação narrativa e o ritmo acelerado da circulação de informações. Essas características evidenciam novas formas de articulação presentes no infotainment.

1.2 Infotainment

Nesse cenário, considerando o entendimento por gênero e formato e partindo do pressuposto que o entretenimento é uma forma de distração e lazer que acompanha a lógica televisiva de forma marcante, Vera França (2009) identifica que, mesmo os telejornais que possuem a notícia como fator crucial, área associada às exibições sérias e formais, apresentam características de entretenimento ao introduzir as informações, sendo assim, elementos de descontração e recursos que visam entreter, para além de informar. Ou seja, o jornalismo também está sendo remodelado com o uso de técnicas do entretenimento, de modo que essa “combinação dá origem ao conceito de *infotainment*, onde a informação é veiculada sob a forma de entretenimento” (França, 2009, p. 34). Retomando Cruz (2020), Neves (2024) analisa a aplicação do termo:

[...] infotainment e baseia-se na ideia de que essa estratégia pode auxiliar na reconfiguração do jornalismo contemporâneo, como um compilado de práticas midiáticas que cria outros possíveis modos de produção de conteúdo. Nessa lógica, o infotainment é a combinação de entretenimento e informação em programas de televisão que, segundo a pesquisa, atende aos interesses das empresas de comunicação, uma vez que tem a capacidade de capturar o interesse do público. (Cruz, 2020, *apud* Neves, 2024, p. 15)

Itania Gomes (2009) se aprofunda na discussão sobre o que seria o infotainment - ou *infotainment*. Ao contrário de França (2009), a autora não considera a expressão como conceito e a resume como um “neologismo que traduz o embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento” (Gomes, 2009, p. 195), como um termo que “se constrói sobre a junção/superposição de duas expressões que caracterizam duas áreas (até então distintas) da produção cultural, a informação e o entretenimento” (Gomes, 2009, p. 202). Ela reitera que o termo não é recente e que, conforme o registro de artigos publicados, vem sendo utilizado academicamente desde 1995 em diferentes contextos, tanto para a área da engenharia e indústria automobilística, quanto para as ciências sociais e comunicação. Mas há uma semelhança entre o uso do neologismo em ambos, sendo assim, “a articulação entre as tecnologias da informação e da comunicação e a globalização da cultura midiática” (Gomes, 2009, p. 196). Dessa maneira, mesmo que não seja uma expressão restrita à comunicação, ela se faz presente no jornalismo baseado na definição de Dejavitte (2006), sendo o infotainment um “conteúdo editorial que fornece informação e diversão ao leitor e, ao mesmo tempo, constitui uma prestação de serviço” (Dejavite, 2006, *apud* Limondre; Braz; Soriano, 2011, p. 1).

Na concepção de Deuze (2001 *apud* Limondre; Braz; Soriano, 2011, p. 1) “no jornalismo, o infotimento está em duas categorias: no aumento de elementos de entretenimento em gêneros de notícias e no estabelecimento de gêneros de infotimento existentes atualmente” (. Conforme Gomes (2009) e Dejavite (2006) o uso do entretenimento é uma necessidade da sociedade contemporânea, Dejavite (2007) constata que “A fronteira entre jornalismo e entretenimento nunca foi nítida e a sobreposição é quase inevitável nos dias atuais” (Dejavite, 2007, p. 1) e Gomes (2009) ainda insiste que o termo tem múltiplos usos, mas quando refere “a) a um valor das sociedades contemporâneas (e, como valor, o entretenimento se traduz pela primazia do prazer e dos sentidos); b) a uma indústria que se dedica à produção de uma mercadoria ao mesmo tempo econômica e simbólica” (Gomes, 2009, p. 203), se destacam. Isso porque “se organiza como indústria e se traduz por um conjunto de estratégias para atrair a atenção de seus consumidores” (Gomes, 2009, p. 203).

Embora a aplicação prática do neologismo “infotimento” ocorra a partir da década de 1990, de acordo com Dejavite (2007), essa mudança aconteceu a partir dos anos 1960, uma vez que “informar significava, por vezes, não só fornecer a descrição precisa e comprovada de um fato jornalístico, mas também explicar os contextos que permitiam ao receptor compreender sua significação mais profunda” (Dejavite, 2007, p. 4). No cenário atual, entretanto, com novos hábitos de consumo, a notícia precisa ir além de apenas fornecer os principais fatos. Ela também deve ser envolvente ao ser apresentada, independente do meio que está inserida, já que, na visão de Neves (2024), citando Aguiar (2008), “manchetes, determinados títulos de notícias, gráficos e imagens também caminham dentro do campo do infotimento, pois contém também o objetivo de prender a atenção de quem assiste” (Aguiar, 2018, *apud* Neves, 2024, p. 59). Dessa forma, “se as informações jornalísticas não tiverem essas características, não vão chamar a atenção da audiência. Agora, a notícia tem que ser light” (Dejavite, 2007, p. 4). Dejavite (2007) também define esse tipo de notícia como “aquele conteúdo rápido, de fácil entendimento, efêmero, de circulação intensa, que busca divertir o receptor” (Dejavite, 2007, p. 6). Baseado nas noções da autora, associada às conclusões de Berlo (1999), o jornalismo de infotimento deve fazer parte do universo jornalístico e é inviável separar a informação e o entretenimento:

A distinção informar–persuadir divertir causará dificuldade, se supusermos que esses fatores possam ser considerados como objetivos de comunicação independentes’, pois, segundo avalia, é inútil definir se dada comunicação é informativa, persuasiva ou tem meramente a função de entreter, já que a comunicação de massa possui todas essas características. (Berlo, 1999, *apud* Dejavite, 2007, p. 8)

Partindo de uma análise crítica, Gomes (2009) percebe essa relação entre o jornalismo e o entretenimento como uma estratégia complexa que nasce da interação de diversos fatores e como um fenômeno inevitável.

Defendemos que infotainment designa uma estratégia de produção midiática que não é, em si, nem boa, nem má, e que parece resultar de uma complexa articulação entre políticas macroeconômicas, marcos regulatórios, possibilidades tecnológicas, estratégias empresariais, expectativas históricas e culturais sobre os sistemas televisivos e seus produtos, ideologias, práticas e expectativas profissionais do campo midiático, pressupostos e conhecimentos sobre a audiência. (Gomes, 2009, p. 197)

A autora ainda completa que “a busca por melhores índices de audiência levariam necessariamente a estratégias para atrair a audiência” (Gomes, 2009, p. 206). Dessa forma, no contexto da comercialização como característica da indústria midiática, atrair o telespectador é a maneira como o produto é vendido e o infotenimento aparece como algo estratégico. Neves (2024), afirma que:

O infotenimento é a combinação de entretenimento e informação em programas de televisão que, segundo a pesquisa, atende aos interesses das empresas de comunicação, uma vez que tem a capacidade de capturar o interesse do público. (Neves, 2024, p. 15).

Nesse viés, Gomes (2009) apresenta o questionamento se o termo pode ser considerado um novo gênero televisivo:

Do ponto de vista da relação comunicativa que propõe, não conseguimos ir muito além da afirmação de que o infotainment tem como propósito atrair a atenção do telespectador – mas isso, a rigor, é uma característica da produção midiática contemporânea e não configura uma estratégia comunicativa específica. Infotainment, nesse sentido, seria um não-gênero: ele serve para classificar rapidamente os produtos televisivos que não se enquadram muito claramente em nenhum dos gêneros televisivos que conhecemos. (Gomes, 2009, p. 15)

Dessa maneira, seguindo as noções de Cruz (2020), Neves (2024, p. 58) complementa a discussão ao perceber que:

Todos os programas televisivos praticam um tipo de infotenimento, pois é nesta lógica que os interesses das empresas privadas são alcançados, repassando uma informação mas também capturando o interesse do público, conseguindo assim atrair telespectadores.

Portanto, o uso das notícias para além do factual pode ser considerada uma estratégia midiática para captar a atenção; contudo, o uso do infotenimento não se limita a isso e demonstra também como outras percepções penetram o campo da informação, como a hibridização de formatos e gêneros. O infotenimento atua nessa perspectiva ao tornar a narrativa envolvente e ao acolher programas ambíguos, uma característica que permite que uma “gama impressionante de produtos são qualificados como infotainment” (Gomes, 2009,

p. 196). Sendo assim, a evolução do infotainment reflete a transformação da televisão, que se organiza como “segmentos dentro de segmentos” (Fechine, 2001, p. 12), absorvendo e recombinao formatos culturais preexistentes com “a exploração dos recursos técnico-expressivos do meio (dos códigos próprios à imagem videográfica) e a sua própria inserção na grade da programação em função de um conjunto de expectativas do e sobre o público” (Fechine, 2001, p. 17).

Dessa forma, o infotainment apresenta uma articulação complexa que também pode ser percebida no formato jornalístico, ao adaptar o modelo tradicional de um jornal aos valores e formas culturais da contemporaneidade por meio da hibridização. Essa estratégia permite que a televisão crie um mundo que se sustenta na “construção de um real artificial, paralelo, constituído no interior do próprio meio e gerador de acontecimentos sobre os quais a emissora detém o controle” (Duarte, 2004, p. 47), seja por meio das autorreferências, como compreendido pela autora, ou por abordagens distintas. Desse modo, o conteúdo se afasta da rigidez da representação do real para incorporar a dimensão do lúdico ou do ficcional, inclusive no jornalismo.

1.3 O real, o ficcional e o lúdico na televisão

França (2009, p. 9) descreve a televisão como “meio que embaralha as fronteiras entre realidade e ficção, entre informação e entretenimento”. Essas questões também são percebidas por Dejavite (2007), que entende que explorar a ficção é uma característica do entretenimento, uma vez que utilizam disso para “atrair a atenção dos espectadores e divertir as pessoas” (Dejavite, 2007, p. 3). Isso pode ser observado no caso do *Fantástico*. Estreado em 1973 e exibido pela Globo, ele é definido como um “programa em forma de revista eletrônica, o Show da Vida mistura jornalismo, denúncia, esporte, humor, dramaturgia, documentário, música e ciência” (*Fantástico*⁴, 2025) e reforça a noção da televisão como um meio híbrido e lúdico nesse contexto. Essa autodenominação como “Show da Vida”, ainda rompe com a rigidez do telejornalismo convencional ao misturar reportagens investigativas com videoclipes, teledramaturgia, esporte e, historicamente, o humor. Essa estrutura flexível permitiu que a revista eletrônica *Fantástico* servisse como um laboratório para formatos que tensionam as fronteiras entre o real e o entretenimento.

⁴ A descrição do programa *Fantástico* pode ser encontrada no GloboPlay: <https://globoplay.globo.com/fantastico/t/S15HBdHBdn/cenas/>

Nesse cenário, Souza (2004, *apud* Dias, 2017, p. 43) conclui que o gênero revista pode ser explicado como uma “tentação para desenvolver um programa com tudo que existe de formatos para preencher toda a duração com várias atrações”. Desse modo, como defendido por Serelle (2016):

Nas imbricações entre fato e ficção, que hoje fundamentam grande parte da programação, mesmo quando as narrativas são transmidiáticas, a televisão novamente desafiou categorias convencionais, reafirmando, assim, sua hibridação, característica que a permite se adaptar e sobreviver a diferentes contextos midiáticos. (Serelle, 2016, p. 199)

Gomes (2009) introduz a ideia de mescla do real e do ficcional:

Muitas vezes sob a expressão infotainment acolhe-se não só informação e entretenimento, mas também realidade e ficção. Na televisão, o termo tem sido usado para caracterizar algumas séries televisivas, tais como a Doctor Who, série infantil da BBC, mas, sobretudo, se aplica a programas que dramatizam a vida cotidiana (também conhecidos como docudramas televisivos), a falsos documentários ou mock documentaries e a programas que misturam cobertura jornalística com dramaturgia. (Gomes, 2009, p.204)

Jost (2004) aborda o real, o ficcional e o lúdico, como percepções necessárias ao analisar o universo televisivo. O autor aponta para a “importância da fronteira que nós traçamos entre as imagens que remetem o mundo e aquelas que representam um mundo eventualmente parecido com o nosso” (Jost, 2004, p. 34). Para fazer a observação do real, o autor percebe que é preciso identificar “se os signos fazem referência a objetos existentes no nosso mundo ou se eles fazem referências para ilusões, a entidades ficcionais” (Jost, 2004, p. 35). Em contrapartida, embora o mundo ficcional tenha semelhanças com o que estamos habituados na realidade, o autor percebe que ele não é baseado em mentira, mas se sustenta por meio do imaginário mental do telespectador e da coerência do que é exibido em relação ao universo que foi criado. Considerando que nem todos os programas se enquadram rigidamente nas categorias do real ou do ficcional e que há zonas de ambiguidade, Jost (2004), dialogando com Umberto Eco (1983), recorre à noção de lúdico para dar conta dessas mesclas. O lúdico é compreendido como uma dimensão de jogo, na qual a linguagem televisiva estabelece um pacto com o telespectador, convidando-o a reconhecer a encenação, a paródia e o humor como estratégias de construção de sentido. Dessa forma, trata-se de uma relação que não se limita à oposição entre realidade e ficção, mas que envolve a participação interpretativa do público diante de conteúdos que brincam com as convenções do real.

Jaguaribe (2007) também estuda as representações da realidade e o uso do lúdico. Para a autora “o paradoxo do realismo consiste em inverter ficções que parecem realidades” (Jaguaribe, 2007, *apud* Moraes, 2012, p. 48). Desse modo, Dejavite (2007), com base na fala

do professor Richard Reeves (1998)⁵, compõe sua análise “as linhas entre fato e ficção foram sendo obscurecidas. As artes vivas fundiram na amálgama de formas conhecidas como a mídia. As notícias passaram a ser entretenimento e o entretenimento transformou-se em notícias” (Dejavite, 2007, p. 12). Ampliando a lógica do lúdico e das convenções dos formatos entre o real e o ficcional, o *Plantananã* se aproxima de um dos níveis de jogo definidos por Jost (2004):

Mimicry: um último grupo de jogos em que o jogador finge ou simula um personagem sem vontade de enganar o espectador; é o jogo do faz-de-conta. (jogo de papel: fazer-se passar por outro em determinada situação; castigos: receber castigo por não ter feito o que se mandou fazer; para rir: jogos para fazer rir). (Jost, 2004, p. 39)

Nesse contexto, a partir das percepções de Jost (2004), Duarte (2007) constata que a televisão constrói e desenvolve suas próprias maneiras de mostrar a realidade. Assim, a autora conceitua alguns percursos que ela considera como eixos para a construção desse “real”, de modo que “materializam-se nos produtos televisuais, sendo elementos determinantes na constituição dos gêneros televisivo” (Duarte, 2007, p.3). Assim, baseado nos argumentos da autora, os gêneros televisivos são definidos por três critérios principais e interligados, um deles é a *para-realidade*.

Seu propósito, em princípio, é o de re-apresentação: a televisão constrói um real artificial, configurado como um jogo – um outro mundo cheio de regras e mágicas para o qual transporta atores sociais, participantes, apresentadores e os próprios telespectadores, para, a seguir, os transformar em atores discursivos de programas que giram em torno desse real artificial. (Duarte, 2007, p. 3)

Diante disso, esse percurso articula-se com o lúdico, uma vez que os eventos são conduzidos pelo próprio meio, que projeta e apresenta suas versões da realidade ao telespectador. Essa lógica é o que fundamenta a estrutura de programas de variedades, nos quais a mescla de gêneros se manifesta na articulação de múltiplos formatos dentro de uma mesma grade. Aucar (2013), em “Isto é... Fantástico: televisão, revista eletrônica e consumo no Brasil”, ao analisar a revista eletrônica, aponta que o programa renova sua grade constantemente na tentativa de dialogar com a cultura digital e se aproximar de novos suportes midiáticos. No entanto, é possível concluir que essa hibridização entre diferentes linguagens não é um fenômeno exclusivo da era da internet, mas sim uma característica que acompanha sua trajetória. O histórico do *Fantástico* evidencia essa percepção, visto que, antes do *Plantananã*, o programa já exibia quadros que fundiam o jornalismo com elementos da dramaturgia e do entretenimento. Isso acontece porque o *Fantástico*, ao se estabelecer como

⁵ Segundo Dejavite (2007, p. 12) esse foi um discurso proferido por Reeves em um painel de discussão, ocorrido na Universidade do Sul da Califórnia, em 1998)

uma revista de variedades, apresenta uma estrutura diversificada com temas alternados com base nos blocos da sua programação.

Oscilando entre o jornalismo de caráter informativo e o entretenimento, as notícias dentro de cada bloco operam uma descontinuidade de temas e importâncias. A música, o cenário e o tom dos apresentadores indicam se, naquele momento, a reportagem é mais grave ou mais amena. (Aucar, 2013, p. 79)

A autora pontua que isso acontece para que o telespectador se mantenha interessado no que vem a seguir, já que “a alternância favorece o esquecimento do fato anterior em virtude dos apelos da diversão do fato seguinte” (Aucar, 2013, p. 80). Dessa forma, seguindo a lógica do espetáculo, já que o entretenimento é “um valor-notícia irrefutável do Fantástico” (Aucar, 2013, p. 70):

Podemos perceber que o entretenimento é utilizado como um critério fundamental para as escolhas editoriais e para a condução das narrativas do Fantástico. Desde sua criação, a revista dominical levou ao telespectador o que de mais espetacular estivesse acontecendo no Brasil e no mundo, contando com as mais avançadas tecnologias para alcançar a atualidade das notícias. (Aucar, 2013, p. 62)

Assim, essa aceitação de formatos e variedades dentro de sua grade permite ao *Fantástico* integrar abordagens e quadros distintos, como é o caso do *Plantananã*.

Aucar (2013) chega a conclusões semelhantes, ao observar essa hibridização de gêneros e a mescla do real com o ficcional, enquanto resgata o quadro “A Garota do Fantástico” (1984-1989). Nesta atração, as candidatas eram selecionadas por meio do voto popular dos telespectadores para desfilarem no programa, de modo que o quadro misturava a realidade de jovens buscando fama com a ficção e espetáculo de um concurso de beleza. A autora também cita a série “Operação Bola de Cristal” (2006), que recorria a “encenações e o espetáculo” ao “usar a autoridade da televisão para desmascarar falsos profissionais da magia” (Aucar, 2013, p. 77). Além disso, ela pontua que coberturas de notícias com elementos de show e reportagens com ilustrações gráficas e reconstituições, também demonstram essa fusão, uma vez que a realidade factual é transformada em uma narrativa.

O Fantástico busca contar outras vertentes daquela notícia, ainda não reveladas ao grande público, atualizá-la ou mesmo dar uma condução “espetacular” às reportagens. Ou ainda, se o acontecimento não tiver um apelo grandioso embutido, a construção televisiva se encarrega de promover ares de “show” àquela narrativa. O conceito é passar ao telespectador a ideia de que algumas informações e imagens só podem ser vistas no Fantástico. (Aucar, 2013, p. 67)

Além dos exemplos citados pela autora, o tensionamento entre o real e o ficcional também é identificado em outros quadros, como “A Vida Como Ela É...” (1996), que adaptava as crônicas de Nelson Rodrigues, inserindo a ficção literária e a dramaturgia de

época no fluxo de notícias contemporâneas; no quadro “Retrato Falado” (2000-2007), no qual a atriz Denise Fraga encenava cartas enviadas por telespectadores, criando um formato onde a narrativa partia de relato do público, mas era materializada através de uma encenação. Da mesma maneira, apresentadores como Regina Casé, em “Brasil Legal” (1995 - 1997) ou “Central da Periferia” (2006) e Maurício Kubrusly, em “Me Leva Brasil” (2000 - 2017), utilizavam a viagem e a entrevista para transformar brasileiros reais em personagens de crônicas divertidas.

Esses exemplos evidenciam a presença dessa mescla entre fronteiras na linguagem do *Fantástico*. Ainda que, em diferentes momentos históricos ela tenha se articulado a outros repertórios culturais e mediáticos, contexto contemporâneo, essa lógica passa a dialogar de modo mais intenso com as formas de linguagem e circulação próprias das redes sociais digitais, nas quais o humor e os memes ocupam papel central.

Portanto, a chegada do *Plantananã* e de sua estética digital não representa uma ruptura, mas sim a continuidade da lógica já presente na estrutura do *Fantástico*. Desse modo, ao analisar o quadro, apresentado como um dos segmentos da revista eletrônica, essa mescla de gêneros, formatos e suportes fica ainda mais nítida, tendo em vista que se trata de um esquete, trazido do Canal Porta dos Fundos, no YouTube, que simula um jornal e une informações verdadeiras com informações ficcionais, conferindo a elas um tratamento humorístico.

1.4 O *Plantananã* no *Fantástico*

Visto que o *Fantástico* se estabelece historicamente como um programa baseado na realidade, mas que utiliza traços ficcionais e o hibridismo televisivo, o *Plantananã* encontra nele o ambiente ideal para operar o infotenimento. Rocha e Aucar (2011), ao analisarem o programa a partir de entendimentos sobre televisão, convergência e consumo, acreditam que, ao pensar na criação do *Fantástico*, José Bonifácio - o Boni - almejava “uma revista visualmente sofisticada que trabalhasse com a realidade e a ficção, representadas pelo jornalismo, pela dramaturgia e pela linha de shows” (Rocha e Aucar, 2011, p. 49). Sendo assim, que as definições se entrelaçassem de forma fluida e atraente, considerando o entendimento do jornalismo como representação do real, paralelo à dramaturgia com o ficcional e a linha de shows, responsável pelo entretenimento.

Moraes (2012), por meio das noções de Jaguaribe (2007), soma à discussão com seu estudo “Informação e espetáculo: análise dos gêneros jornalísticos exibidos no programa *Fantástico*”. A autora entende a representação da realidade televisiva como algo que ocorre de maneira fragmentada e que o *Fantástico* faz uma reconstrução do mundo para entreter, de forma que, “são representações, interpretações, leituras da realidade, mas não a realidade”. A autora conclui: “o paradoxo do realismo consiste em inverter ficções que parecem realidades” (Jaguaribe, 2007 apud Moraes, 2012, p. 48). Desse modo, Rocha e Aucar (2011) exploram como isso é feito:

O telespectador do *Fantástico* sabe que vai ter uma noite de domingo agradável, ainda que os fatos do dia não sejam amenos. Entre uma ou outra notícia mais áspera, os gols da noite ou um musical dão o aspecto de uma programação leve e prazerosa, capaz de alcançar um maior número de pessoas. Assim, a lógica das sensações e misturas entre realidade e ficção traduz a linha editorial do programa, oferecendo ao público um cardápio variado de temas, que vão desde a última descoberta científica aos shows de humor. Essa condução valoriza as nuances da magia, do espetáculo e do sensacional. (Rocha e Aucar, 2011, p. 55)

Esse compromisso com o telespectador remete às noções de Jost (2004) citadas anteriormente, em relação às promessas que são pré-estabelecidas entre o programa e os telespectadores, além de trazer à tona a ideia de variedades no meio do entretenimento. Segundo Maia (2014), a partir das noções de Santos, E., & Santos, P. B. (2011), o termo “variedades” se refere a uma forma de espetáculo que envolve a mistura de diferentes linguagens artísticas e performances, que se adaptam aos gostos e finalidades de cada sociedade. Nesse viés, Aucar (2013, p. 57), observa que em relação a montagem do *Fantástico*, “a divisão da programação intercambia os assuntos mais densos com os mais leves e divertidos”, Gomes (2011), também faz considerações a respeito:

A tecnologia empregada, os trajes dos apresentadores, as cores e a variação das imagens fazem do cenário virtual um verdadeiro palco de variedades que, justamente por isso, permite a apresentação de matérias jornalísticas, quadros de humor, entrevistas, musicais. Ou seja, o cenário mesmo já dá pistas da proposta do programa e auxilia na contextualização comunicativa do receptor. (Gomes, 2011, p. 271)

Gomes (2011) entende que “por destacar as reportagens em suas aberturas, o programa revela, ainda, pistas sobre a tentativa de firmar, com sua audiência, um pacto sobre o papel do jornalismo voltado, supostamente, para enfoques completos e informações aprofundadas” (Gomes, 2011, p. 264). Assim, Moraes (2012) constata que o *Fantástico* é percebido pelo público como um programa jornalístico, justamente devido às reportagens exibidas e por ser considerado uma fonte de notícias sérias e de credibilidade. Contudo, a autora reforça que a lógica de entreter é o que prevalece e reitera o programa como “A revista eletrônica de entretenimento” (Moraes, 2012, p. 53).

Nesse contexto, o quadro *Plantananã* (2024) foi introduzido como uma seção de humor nessa revista que, ao reforçar esse hibridismo e na tentativa de trazer momentos de leveza para o *Fantástico*, atua como uma opção de variedade e acentua a mescla entre as fronteiras do próprio programa. Ou seja, o *Plantananã* surge como um elemento lúdico (enquanto uma “brincadeira” com o jornalismo) e incorpora humor no programa, ainda que o *Fantástico* esteja associado à proposta do real. Bruno (2019), percebe que:

Com o surgimento de novas formas de comunicação, ocorre a quebra de modelos já existentes e essa chegada de novos formatos que misturam jornalismo com entretenimento, como o infotenimento, por exemplo, não se prendem a apresentarem comentários por especialistas habilitados, mas passam a ter o próprio âncora compartilhando da sua opinião pessoal. (Bruno, 2019, p. 209)

Por meio dessa representação, o quadro ganha forma e dá vida a um jornalista capaz de, aos domingos à noite, fazer piada e trazer relevância a acontecimentos factuais que, em outra circunstância, seriam considerados banais para a pauta tradicional do *Fantástico*.

2. O cômico e o trivial no jornalismo

De forma distinta dos telejornais diários, como por exemplo o *Jornal Nacional*, a concepção do *Fantástico* é baseada em uma seleção semanal dos acontecimentos. Esse intervalo influencia no modo como a programação é construída e exibida, já que, por não haver uma urgência para noticiar, o programa tem mais tempo para estruturar quais serão as temáticas e o modo como serão feitas as abordagens dos fatos da semana, afetando os critérios de noticiabilidade do programa. Wolf (2003), em “Teorias da Comunicação”, afirma que a noticiabilidade pode ser definida como a estrutura operacional e o processo completo que um veículo de mídia utiliza para filtrar e organizar o repasse dos acontecimentos, considerando que nem tudo precisa ser noticiado. Enquanto os valores-notícia são os critérios específicos dentro desse sistema usados para responder à pergunta-chave: “quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias?” (Wolf, 2003, p. 85).

Para Wolf (2003), a noticiabilidade tradicional pode ser organizada em quatro categorias de valores-notícia, baseadas nas ideias de Golding e Elliott (1979): “a) às características substantivas das notícias; ao seu conteúdo; b) à disponibilidade do material e aos critérios relativos ao produto informativo; c) ao público; d) à concorrência” (Wolf, 2003, p. 87). Nesse viés, as categorias de Wolf (2003) estabelecem a base de um jornalismo que prioriza o interesse público em detrimento do interesse individual. Isso é evidenciado ao estudar os critérios substantivos definidos pelo autor, que afirma que estes se articulam “essencialmente, em dois factores: a importância e o interesse da notícia”. Segundo o autor, no jornalismo tradicional, a relevância é definida com base no “Grau e nível hierárquico dos indivíduos” e o “Impacto sobre a nação” (Wolf, 2003, p. 88). Enquanto o interesse está ligado a:

O interesse da história está estreitamente ligado às imagens que os jornalistas têm do público e também ao valor/notícia que Golding e Elliott definem como «capacidade de entretenimento». São interessantes as notícias que procuram dar uma interpretação de um acontecimento baseado no aspecto do «interesse humano», do ponto de vista insólito, das pequenas curiosidades que atraem a atenção. (Wolf, 2003, p. 90)

No entanto, no cenário contemporâneo, a lógica do infotainment desafia a hierarquia proposta por Wolf, resultando na reconfiguração da hierarquia desses valores-notícia, onde o critério de interesse público cede espaço para o interesse do público, como curiosidades e entretenimento. Ortells-Badenes (2014, p. 3), ao estudar os critérios para noticiabilidade

jornalística em programas de infotainment, percebe que “os noticiários tradicionais parecem estar adaptando critérios de noticiabilidade a esse novo cenário”. Além disso, o autor ainda conclui que: “Em programas específicos de infoentretenimento, o valor da notícia é alterado e a vida cotidiana se torna o foco principal do programa, uma vez que notícias leves deslocam completamente as notícias difíceis” (Ortells-Badenes, 2014, p. 11).

De forma semelhante, Seixas e Alves (2017), no artigo “Do que se trata a noticiabilidade”, ao compararem o portal de notícias do jornal *Folha de S.Paulo* com o website noticioso regional *Fala Barreiras*, observam as transformações impulsionadas pelo ambiente digital. Nesse contexto, a viralização passa a atuar como um critério de seleção das notícias, alterando as lógicas de visibilidade e de noticiabilidade. Nesse viés, os critérios de noticiabilidade no Brasil mantêm o foco em questões teóricas fundamentais, ao mesmo tempo em que se adaptam à realidade da mídia atual, incluindo o contexto da internet e elementos de infotainment. Nessa perspectiva, as autoras consideram que essas transformações se manifestam no modo como os critérios extrínsecos - que estão fora do evento em si -, as considerações relativas ao público e à concorrência, sofrem alterações no ambiente digital. Silva (2005) complementa essa noção, ao situar a rede de critérios de noticiabilidade em um contexto mais amplo, que inclui os fatores extrínsecos, como a influência do público.

É no percurso dessa longa cadeia produtiva da notícia que devemos investigar a rede de critérios de noticiabilidade, 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. 2)

Nesse contexto, enquanto Wolf (2003) apresenta a noticiabilidade como um complexo de requisitos que envolve tanto as características do evento quanto a organização do trabalho jornalístico, Franciscato (2014) propõe uma dimensão dual, como ideia de que qualquer qualidade noticiável é definida pela sua tensão com o seu oposto. Para entender esse fenômeno, o autor elabora que:

Imaginemos que algumas categorias oscilam entre os dois polos, como em uma dimensão dual. Em um dos polos estaria uma qualidade extrema do fenômeno, cristalizada na forma de uma categoria ou critério de noticiabilidade usado para caracterizar publicamente a notícia; em outro, estaria a sua negação, a ausência desta qualidade e a conseqüente negação da noticiabilidade. (Franciscato, 2014, *apud* Seixas e Alves, 2017, p. 7)

Dessa forma, considerando os cinco polos de opostos estabelecidos por Franciscato (2014, *apud* Seixas e Alves, 2017, p. 7) “‘atualidade e distanciamento do presente’, ‘continuidade e ruptura’, ‘normalidade e anormalidade’, ‘importância e interesse’, ‘proximidade e distância’”, Seixas e Alves (2017) concluem que a noticiabilidade não pode ser definida por um único atributo, mas pela combinação de atributos do fenômeno, de forma que:

existem combinações mais frequentes entre critérios, seja com intrínsecos entre si ou com extrínsecos. [...] As combinações, portanto, não ocorrem apenas com intrínsecos entre si. Julga-se que essas combinações funcionam, diferentemente, nos produtos, a depender de suas linhas editoriais. (Seixas e Alves, 2027, p. 13)

Além disso, as autoras observam que existe uma tendência na seleção de pautas, uma vez que, ao invés de focar na dimensão da importância, ou seja, o que seria de interesse público, ou *hard news*, há veículos que optam pelo interesse, sendo assim, ligado ao que o público gostaria de saber e ao infotimento. Silva (2005), complementa essa noção:

Quanto à importância e ao interesse, o tema remete imediatamente à clássica separação entre *hard news* e *soft news* / *fait divers* ou, na conceituação de Lorenzo Gomis, o importante seria a informação que todos precisam saber e o interessante, uma informação que o público gostaria de saber, uma informação agradável de se conhecer. (Silva, 2005, p. 9)

Sendo assim, o que o jornalismo tradicional considera importante, como notícias de impacto social, não é o mesmo que o infotimento acha interessante para noticiar, por conseguinte, as notícias leves passam a ter potencial suficiente para prender a atenção e entreter. Desse modo, Silva (2005) apresenta a noticiabilidade 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)

Diante disso, mesmo com mais liberdade, essas noções são utilizadas para definir o que vai ao ar no programa, visto que, conforme Watanabe (2016, p. 13) “Nem tudo o que acontece vira notícia, principalmente na TV. O papel do jornalista é informar, porém, para que o acontecimento se torne notícia, existem critérios seletivos para essa construção noticiosa”. Silva (2010) também percebe que a notícia é resultado de uma série de seleções e enquadramentos e que, para isso, as dinâmicas editoriais do próprio meio de comunicação são consideradas, assim como a audiência. Dessa forma, Aucar (2013, p. 61) define que:

Dentro do Fantástico a notícia é produto que precisa ser vendido. Em uma sociedade orientada pelo entretenimento, dar um tratamento “espetacular” à notícia faz com

que ela seja mais consumida e, na contrapartida, que o programa consiga mais verbas de anunciantes. Guy Debord (1997) considera que o espetáculo é a principal produção da sociedade atual e não podemos separá-lo do Estado moderno.

Além disso, para que a notícia se torne um produto viável, conforme Ferrari (2012, p. 10):

uma das possíveis maneiras encontradas pelas emissoras, pode ser tornar este material estimulante aos olhos dos consumidores da notícia. Para isso, os produtores exploram na produção, elementos capazes de chamar a atenção dos indivíduos, entretenendo-os com aquilo. (Ferrari, 2012, p. 10)

Bruno (2019) identifica que é preciso distinguir o que é o jornalismo de qualidade, acompanhado de dilemas éticos e voltados para interesse público, da simples produção de conteúdo online, uma vez que “a internet também permitiu que qualquer cidadão, jornalista, comunicador ou não, gere conteúdo. Mas nem todo conteúdo disponível, segue os preceitos do jornalismo” (Bruno, 2019, p. 209). Lisboa (2012, *apud* Bernardi e Silva, 2019, p. 3) reitera o interesse público como “uma espécie de justificação para a seleção dos fatos que se tornarão jornalísticos. É porque interessam à maioria que ganharão as páginas dos jornais e não o contrário”. Dessa maneira, trata-se de assuntos que afetam a coletividade e não são de interesse individual. Para Silva (2010, p. 8) “o jornalismo tem como objetivo principal informar com veracidade e atender o verdadeiro interesse da população. E não o fato de tornar o que pode ser considerado como invasão de privacidade em interesse do público”. No entanto, Gomes (2011), analisando o programa *Fantástico*, percebe que:

A recorrência aos quadros, aliada à promessa da revista em misturar jornalismo e entretenimento, abrindo possibilidades de veiculação de temas variados, habilita o *Fantástico* como um espaço para programas-pilotos que, antes de serem efetivados ou não na grade, aparecem sob a forma de quadros na revista eletrônica. Aqui, o programa opera com valores-notícia potenciais, testando expectativas sociais e verificando a possibilidade de inclusão de novos atributos em sua seleção de conteúdos e, portanto, em sua redefinição sobre o jornalismo proposto. (Gomes, 2011, p. 272).

Tendo isso em mente, a inserção do *Plantananã* no *Fantástico* levanta a possibilidade do quadro redefinir a forma e os critérios de noticiabilidade. Ele apresenta um formato que tenta recriar um tipo de jornalismo distinto de como é feito dentro do programa, remodelando a cobertura jornalística da revista eletrônica.

Caberia investigar neste estudo os seguintes pontos: esse novo jornal reforçaria o caráter de “show” do programa? Ao se alinhar a essa revista eletrônica, ao explorar pautas semanais e variadas, como ele se difere da postura jornalística que o programa estabeleceu com seu telespectador? O que o *Plantananã* propõe para o seu público no que se refere ao

jornalismo oferecido, dado que o principal objetivo do quadro não é informar, mas sim ser humorístico? Para avançar nesta discussão, é preciso discutir as noções de jornalismo e cotidiano e a construção dos critérios de noticiabilidade.

2.1 *Fait divers*

Tradicionalmente, a noticiabilidade privilegia fatos de grande impacto político, econômico ou social, mas Silva (2009, p. 3) percebe que a proximidade com o entretenimento “permitiu que temas externos ao campo jornalístico pudessem ser discutidos socialmente, voltando a atenção para a cotidianidade e a subjetividade”. O *Plantananã* exemplifica essa lógica, ao elevar ao status de notícia, acontecimentos triviais e diversos do cotidiano, como curiosidades na vida de famosos e memes da internet. “Trivial”, com base no Dictionary⁶, pode ser entendido como momentos “de pouca importância ou valor: Algo que não é essencial ou significativo”. Para o jornalismo, esses momentos podem ser definidos como *fait divers*, que significa “uma notícia de pouca importância, um fato insignificante oposto à notícia significativa e ao acontecimento histórico” (Dion, 2007, p. 125). Mendes (2014, p. 1) percebe que os *fait divers* já estavam presentes na imprensa do século XIX e que a expressão “designa notícias que não se enquadram nas editoriais tradicionais do jornalismo, tais como política, economia, cultura, internacional etc.”. Dejavite (2001, p. 2), se aprofunda nessa relação e entende que a tendência também tem aparecido de maneira marcante no jornalismo atual, inclusive em jornais tradicionais, isso porque “o jornalismo atual vive no fio da balança: escolher em ofertar a seu receptor a informação (acontecimentos de relevância pública relatados seriamente) ou, então, disponibilizar o entretenimento (fatos de interesse público contatos leve e divertidamente)”. A autora também busca compreender sua definição:

Fait divers, etimologicamente, remete à notícia do dia ou ao fato do dia. Ou seja, este termo francês relaciona-se às notícias variadas, que têm importância circunstancial, constituindo-se em um elemento relevante para a promoção e “alimentação” do entretenimento no noticiário. (Dejavite, 2001, p. 6)

Dando continuidade ao assunto, baseado em Silva (2010, p. 10) “o *fait divers* é uma expressão usada no jornalismo para categorizar assuntos jornalísticos que não possuem categoria definida, ou seja, assuntos que se referem a um fato inusitado, curioso”. Luiz Gonzaga Motta (2002, *apud*, Silva, 2010, p. 15) completa essa ideia:

Trata-se de notícias sobre acontecimentos que podem ter ou não atributos de noticiabilidade, mas que são selecionados não por estes aspectos e sim pelo interesse público que despertam, pela carga emocional ou de humor, ou ainda pelo aspecto

⁶ A definição de trivial pode ser encontrada no link: <https://www.dictionary.com/browse/trivial>

hilariante. Estas histórias entretêm o leitor, narrando um enredo, uma estória humana ou humanizada.

Dessa maneira, Dejavite (2001), Dion (2007), Silva (2010) e Mendes (2014) se baseiam nos estudos bakhtinianos para estudar a expressão e seus significados. O termo foi introduzido por Barthes (1964) em “Essais Critiques”, que define que a essência do *fait divers* está na forma como ele atrai o público pela emoção e em não exigir contexto prévio. Isso significa que a informação se basta e “não remete, pelo menos formalmente, a nada de implícito” (Barthes, 1999, *apud* Silva, 2010, p. 10), de forma que suas circunstâncias são dadas dentro da própria notícia, sem a necessidade de continuidade ou de um histórico para fazer sentido. Oliveira (2012, p. 25) aponta que “o caráter próprio da noticiabilidade de fatos incríveis é justamente a sua produção de efeitos de sentido de surpresa, espantos que são sentidos no imediatismo mesmo do ato de leitura da notícia”. Além disso, outra característica dessa classificação é a repetição dos temas “de fato, parece que o *fait divers* é eminentemente repetitivo. A abrangência dos temas a que fizemos referência anteriormente permanece constante de uma época a outra” (Dion, 2007, p. 126). Isso acontece porque o *fait divers* tem como objetivo entreter e, de acordo com Dejavite (2001, p. 12), ele é, na verdade, uma das principais e “primeiras formas de entretenimento de massa”.

Tendo em vista essas definições, o *Plantananã*, utiliza dos *fait divers* ao exibir “notícias do cotidiano, com temas aparentemente sem relevância para a sociedade, retratando as problemáticas da vida comum” com narrativas “capazes de passarem de ‘boca em boca’” (Silva, 2010, p. 13). No entanto, o quadro dialoga com as definições de Barthes (1964 - 1999) de forma mais complexa, já que ele aproveita da estratégia dos *fait divers* para despertar o humor e atrair a audiência, porém, também veicula notícias que, apesar de serem “fatos isolados”, demandam o repertório do público para sua compreensão, uma vez que se conectam a referências internas da emissora ou a referências da internet. Dessa forma, o humor do *Plantananã* nasce da ressignificação de acontecimentos banais e curiosidades de celebridades, elementos comuns do *fait divers*, por meio de uma abordagem que depende que o telespectador esteja situado no contexto imediato da exibição, já que a comicidade do quadro requer a compreensão das referências momentâneas para fazer sentido, levando a uma obsolescência da piada, como se o humor do quadro tivesse prazo de validade. Assim, ao privilegiar pautas de “pouca importância” jornalística, mas de alta repercussão nas redes, o *Plantananã* mimetiza essa curadoria algorítmica e leva para a TV aberta o que foi exaurido nas telas dos celulares durante a semana.

2.2 O humor no jornalismo

Sequeira (2011) observa que a transmissão de notícias de modo informal e humorístico não tem acontecido somente nas mídias mais novas, mas também em veículos de notícias estabelecidos e tradicionais. O autor constata que a combinação entre a informação e o riso foi bem recebida pelo público e não é uma novidade, a prática está presente no jornalismo brasileiro pelo menos desde o século XIX.

Nos veículos, isso é mais apreensível pela setorização do humor em gêneros ou seção específicas em jornais e revistas, mas há também diluição do humor no todo das informações veiculadas, seja com a presença da ironia no texto dos articulistas, com o comentário recheado de sarcasmo de um entrevistado, com a foto que explora algum ângulo pitoresco, ou ainda com o absurdo de muitas colocações pretensamente objetivas e sérias. (Da Silva, 2002, *apud* Sequeira, 2011, p. 9)

Isso pode ser constatado ao pensar nos quadros, “*Tá no ar: a TV na TV*” (2014 - 2019), “*Fora de hora*”⁸ (2020) e “*Isso a Globo Não Mostra*”⁹ (2019 - 2020 | 2025), também exibidos pelo *Fantástico*. Ambos utilizavam uma lógica semelhante à do *Plantananã* para trazer o humor, ironia e deboche ao comentar sobre a própria lógica da informação e do cotidiano. Reis (2023), identificou em seu estudo que:

O *Isso a Globo não mostra* pode ser visto como atual, no sentido de utilizar uma linguagem formada por memes a fim de comunicar sobre a atuação de Jair Bolsonaro, presidente eleito em 2018. Todavia, um olhar amplo sobre o quadro nos diz de um produto de humor, semelhante a matrizes anteriores e readequado ao tempo-espço do qual fez parte. (Reis, 2023, p. 26)

Dessa maneira, é possível apontar um padrão no *Fantástico* e que a aposta em conteúdos que unem o humor e jornalismo para reafirmar a própria programação da emissora, de figuras públicas e abordar o dia-a-dia, não surgiu com o *Plantananã*. Segundo Reis (2023, p. 30) “as modificações se dão na forma como o tema será comunicado ao público, e os contextos são importantes nessa lógica”. Nesse viés, é possível perceber que embora o “*Isso a Globo Não Mostra*”, baseado nos estudos de Reis (2013) sobre o quadro, foque em fatos políticos e no cenário público, o *Plantananã* prioriza abordar variedades e resumir quais foram os assuntos mais comentados da semana nas redes sociais.

Neves (2024), retomando os estudos de Barboza, Soares e Pereira (2018), percebe que essas apostas não são feitas por acaso, o principal objetivo é atrair o público que busca algo

⁷ O quadro foi exibido no *Fantástico* entre 2014 - 2019. Sua proposta era parodiar a programação, os formatos e a cultura televisiva.

⁸ O quadro foi exibido no *Fantástico* em 2020. O quadro simulava um jornal ao vivo, trazia a informação e críticas, incorporadas ao humor.

⁹ O quadro foi exibido no *Fantástico* entre 2019 - 2020 e retornou em abril de 2025. Ele fazia piadas políticas e abordava as notícias da semana, por meio de brincadeiras e trazendo cenas exibidas na programação da emissora.

diferente e talvez não se identifique com o formato tradicional das notícias, sendo assim, “os conteúdos buscam grupos específicos, o programa se torna humorístico por encontrar como telespectador um grupo que vê graça no que é dito” (Neves, 2024, p. 60).

Ao analisar discursos de humor, Paul Gruda (2011, p. 757) define que “o humor proporciona ao pensamento outra forma de perceber as relações cotidianas e sociais, ou, pelo menos, possibilita enxergar como está a realidade, com outros olhares”. Conforme Diego Barredo (*apud* Serqueira, 2011, p. 42), “jornalismo e humor não são coisas que andam necessariamente separadas. Humor é um olhar sobre a realidade, e o jornalismo é o relato da realidade”. Bruno (2019, p. 211), reforça que:

O humor é multifacetado e pode ter muitos lados e opiniões explícitos. O gênero se apresenta cada vez mais presente na internet, ganhando novos formatos e maior amplitude. Mas nem sempre o humor espera como resposta o riso. Pode-se encontrar nele, uma poderosa ferramenta de reflexão.

O *Plantananã* assume essa postura, ao incorporar um humor crítico e irônico, para se referir às notícias e à realidade a que se associa. Sendo assim, semelhante ao que ocorre no programa *Greg News*, analisado por Bruno (2019, p. 221), o *Plantananã* também utiliza a “sátira como seu produto final, [...] remetendo à estética e a linguagem visual dos telejornais, mas utilizando-se da agilidade e da criatividade do entretenimento para prender a atenção do telespectador”. Outra semelhança, dessa vez baseada na análise de Neves (2024), é a maneira como os tópicos são incorporados. Ela observa que:

O modo como mesmo em um tema delicado o programa aciona algum tipo de humor para que o entretenimento do programa seja utilizado. Isto é, ainda que seja complexo fazer piadas relacionando-as com um assunto delicado, o programa busca modos de fazê-la, pois é parte do entretenimento o apoio no humor para o debate de qualquer tema escolhido (Neves, 2024, p. 113)

Nesse contexto, o *Plantananã* é influenciado pela internet e utiliza do potencial dos memes e piadas para fazer esse jornalismo. De acordo com Recuero (2006, *apud* Reis, 2023, p. 34), o termo “meme” pode ser definido como:

[...] ‘gene’ da cultura, que se perpetua através de seus replicadores, as pessoas”. E ainda: “O estudo dos memes está diretamente relacionado com o estudo da difusão da informação e de que tipo de ideia sobrevive e é passado de pessoa a pessoa e de que tipo de ideia desaparece no ostracismo.

Chagas (2021) ainda aprofunda esse conceito:

O meme, portanto, assim como o gene, constitui-se como um replicador, uma unidade de transmissão, que carrega informações (biológicas, no caso dos genes culturais, no caso dos memes) de um lado a outro e se espalha entre as pessoas como se as contaminasse. Esse processo, na realidade, espelha uma batalha pela

sobrevivência do mais adaptado, à moda do que a seleção natural apregoa aos caracteres herdados biologicamente — os memes então são ideias ou modos de pensar e fazer que competem entre si para se afirmar no caldo cultural humano. (Chagas, 2021, p. 3)

Nesse sentido, o meme é demonstrado como uma forma de comunicação flexível e com o poder de se apropriar e ressignificar praticamente qualquer elemento da realidade em algo humorístico. Conforme os estudos de Reis (2023, p. 34), o meme tem a capacidade de sintetizar as temáticas e possui uma “propriedade replicadora”, a autora complementa que “os memes com melhor aceitação, com apelo popular, serão selecionados com maior facilidade” e Chagas (2021, p. 3) percebe essa influência, uma vez que os memes com essa característica “se disseminam com maior eficácia”. Nessa perspectiva, Rafael Infante, ator que interpreta o âncora do *Plantananã*, junto à equipe de produção do quadro no *Fantástico*, utiliza justamente dessa linguagem para personificar o personagem Carlinhos Avelar e definir as pautas a serem noticiadas, comunicar com seus telespectadores e provocar o riso. Ou seja, o *Plantananã* se manifesta com a lógica de produção e disseminação do humor dos memes, contudo, segundo Infante¹⁰, em entrevista para O GLOBO, o Carlinhos “não é a piada, e sim um emissário dela”.

Desse modo, Reis (2023, p. 36), conclui que “quem deseja se comunicar por meio dos memes coloca a comicidade como um dos trunfos, visto que é um recurso muitas vezes relegado ao secundário”, destacando que o humor também é uma estratégia discursiva na construção de sentidos. A partir desse entendimento, quando a emissora apresenta esse tipo de quadro, ela pressupõe que seu público tenha bagagem para entender as piadas e referências culturais que fazem sentido dentro do contexto da exibição.

Os memes apresentam uma narrativa contextual – demarcando uma relação com o tempo e o espaço, organizada sob determinada lógica textual; uma desconstrução do acontecimento para a partir da (re)organização narrativa dos fragmentos lançar luz sobre o que se quer significar” (Mendonça; Mendonça, 2021, *apud*, Reis, 2023, p. 36)

Bruno (2019), constata que “se o grupo ao qual pertencemos gera um conteúdo que me agrada, então aquilo me faz rir. Mas se o conteúdo foi gerado por uma comunidade da qual eu não me identifico, aquilo passa a não ter graça nenhuma” (Bruno, 2019, p. 211). Nesse viés, “a intertextualidade demonstra a capacidade do meme ser lido e fazer sentido pois convoca outros textos, sendo estes organizados e posteriormente emitidos” (Reis, 2023, p. 37). Portanto, o *Plantananã* age dessa forma ao noticiar assuntos que são tratados como

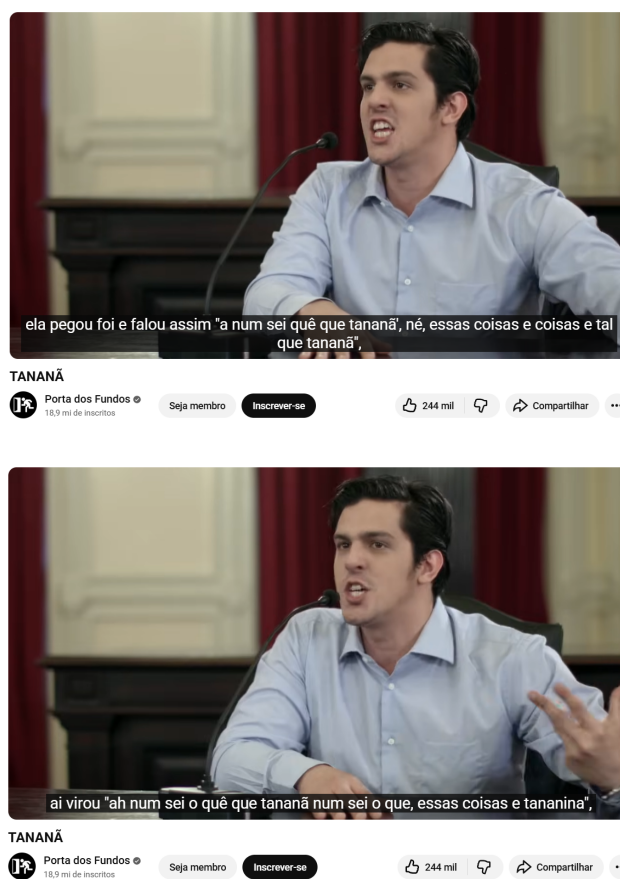
¹⁰ A entrevista completa pode ser encontrada no site da OGLOBO:
<https://oglobo.globo.com/cultura/televisao/retrospectiva-plantanana-resume-2020-em-4-minutos-com-narracao-r-elampago-24821654>.

irrelevantes por jornais tradicionais, os *fait divers*, e a eficácia do seu humor depende do contexto e do repertório cultural do telespectador para entender a piada e propósito da notícia.

3. O Plantananã

O personagem Carlinhos Avelar, interpretado pelo ator e humorista Rafael Infante, foi introduzido ao canal de humor no Youtube “Porta dos Fundos” em 24 de outubro de 2015, no vídeo viral “TANANÃ” (FIG. 1). O vídeo, que atingiu 7 milhões de visualizações, apresenta Carlos Avelar como uma testemunha ocular em um júri. Ao ser interrogado sobre o crime que presenciou, ele responde de forma vaga, utilizando expressões típicas da oralidade informal e sem seguir uma linha de raciocínio. Em vez de relatar o testemunhado com clareza, Carlinhos recorre a frases como “aí ele virou e disse ‘não sei o quê, e tananã, não sei o quê, essas coisas, e tananina’”. Foi a partir desses “tananimas” e “tananiãs”, ainda que acompanhados de uma narrativa confusa, que o personagem ganhou forma, foi acolhido e passou a receber diversos elogios do público do canal.

Figura 1 - Primeira aparição de Carlinhos Avelar no Porta dos Fundos



Fonte: Captura¹¹ de tela elaborada pela autora.

A partir do sucesso conquistado com o bordão, Infante deu carisma ao personagem e trouxe uma figura cômica e espontânea para as telas, de modo que Carlinhos deixou de ser

¹¹ O vídeo completo pode ser visto no YouTube > <https://www.youtube.com/watch?v=-yr8YzTzwv4> <

apenas uma testemunha e se tornou o âncora do jornal *Plantananã*. Essa nova fase do personagem como apresentador de um noticiário satírico estreou no Porta dos Fundos em 27 de maio de 2020, com o vídeo “TRETA ANITTA X LEO DIAS”, enquanto o último episódio foi ao ar em 01 de outubro de 2022, intitulado “*Plantananã* - eleições 2022”. O contexto da criação do quadro foi moldado pela pandemia, um período em que Rafael Infante viu uma oportunidade de entreter o público. Conforme o ator¹², “a ideia de ser um telejornal surgiu com o Porta dos Fundos, onde Carlinhos teria seu jornal e acreditaria que era de suma importância”, ele acrescenta que o personagem “nasce da observação de como a gente conversa, uma coisa bem brasileira! Paramos no meio do discurso, mas a gente se entende”. Essa ideia foi exemplificada na produção dos esquetes, que imitam noticiários e ironizam a informalidade das conversas cotidianas, repletas de fofocas e informações imprecisas. Segundo o Uol, “o *Plantananã* é uma espécie de plantão jornalístico apresentado por Carlinhos. O personagem interpretado por Infante exprime como as falhas de comunicação na era digital e da fake news chegam, de fato, em cada um de nós”.

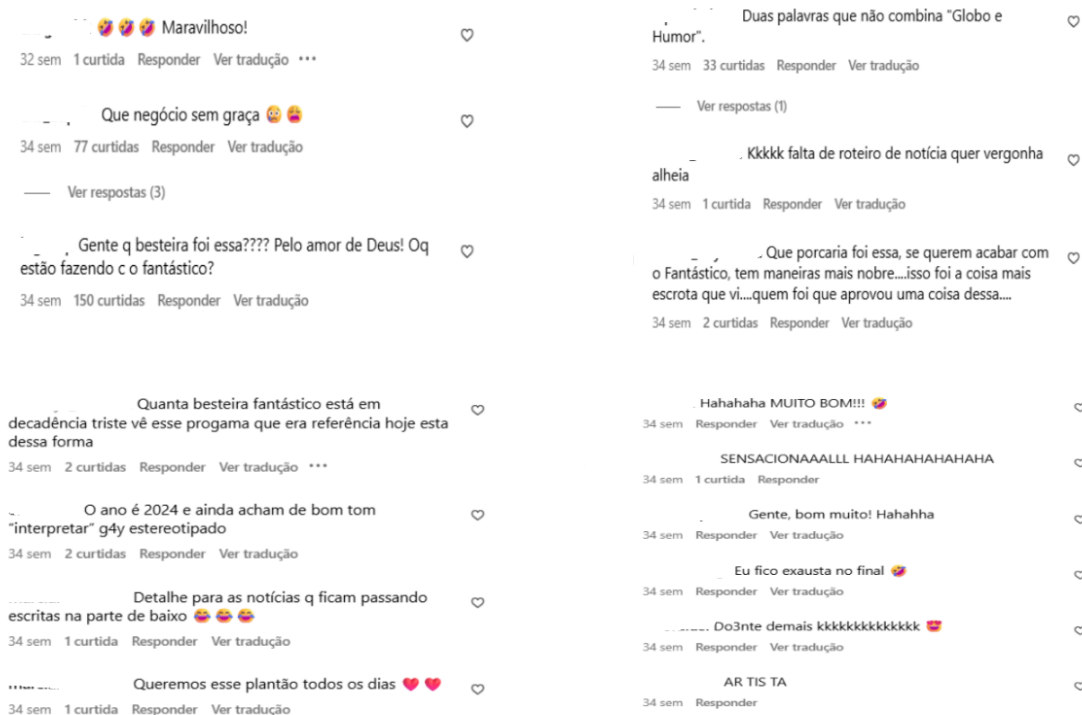
Devido ao sucesso no ambiente digital, o *Plantananã* expandiu sua proposta de humor para a televisão aberta, sendo adaptado e exibido pelo *Fantástico* aos domingos, entre 15 de setembro e 20 de outubro de 2024. A essência do quadro foi mantida no programa, assim como o título “*Plantananã*”, que une “plantão”, remetendo ao plantão jornalístico, e o bordão “tanã” do personagem. Fundamental para a identidade do *Plantananã*, a desorganização das falas de Carlinhos Avelar se manteve nos cinco episódios exibidos no *Fantástico*, cada um com menos de dois minutos, preservando as falas frenéticas, a espontaneidade e a agitação do personagem. A inserção do quadro, gerou opiniões diversas do público:

Figura 2 - Comentários a respeito do *Plantananã* do *Fantástico* na rede social do programa

¹² As entrevistas de Rafael Infante podem ser encontradas abaixo:

Mensch: <https://revistamensch.com.br/capa-rafael-infante-a-melhor-noticia-do-plantanana/>

Uol: <https://www.uol.com.br/nossa/noticias/redacao/2021/02/05/rafael-infante-fala-sobre-reinvencao-do-porta-dos-fundos-e-viral-plantanana.htm?cmpid=copiaecola>



Fonte: Captura de tela elaborada pela autora.

Ainda que o *Fantástico* já tenha apresentado outros quadros de humor, como “Tá no ar: a TV na TV” (2014 - 2019), “Fora de hora” (2020) e “Isso a Globo Não Mostra” (2019 - 2020 | 2025) e outros, que também abordavam notícias e acontecimentos de forma leve e com a intenção de dialogar com a internet e viralizar, o *Plantananã* foi o primeiro a ser adaptado de outra plataforma com estas características, de forma que, além da exibição ao vivo, os episódios também foram lançados no GloboPlay, Twitter e Instagram do programa. Essa estratégia de conteúdo digital reforça a busca pela audiência, que, segundo apuração do colunista Gabriel Vaquer¹³ para a *Folha de S. Paulo*, foi o fator que levou a emissora a voltar seus olhos para o personagem de Rafael Infante. Com base no jornalista, “o quadro teve o maior número de comentários negativos na página do *Fantástico* no Instagram. A aposta nele foi feita após a boa repercussão do personagem durante a pandemia de Covid-19 em vídeos postados pelo canal Porta dos Fundos, no YouTube”.

Na adaptação para o *Fantástico*, ainda nos primeiros segundos dos vídeos, Carlinhos Avelar cantarola uma vinheta que lembra o plantão de notícias da Globo. Essa vinheta é seguida por um vídeo curto de introdução com o nome do quadro (FIG. 3), acompanhando as

¹³ A apuração pode ser encontrada no link: <https://f5.folha.uol.com.br/colunistas/outro-canal/2025/03/criticado-pelo-publico-quadro-de-humor-com-rafael-infante-nao-voltara-ao-fantastico.shtml>

cores e a estética moderna do programa em que está inserido. O cenário se resume a Carlinhos em pé, olhando diretamente para as câmeras e gesticulando, enquanto imagens e o fundo compõem o visual.

Figura 3 - O *Plantananã* no *Fantástico*



Fonte: Captura de tela elaborada pela autora.

A principal característica, no entanto, é a fala rápida e frenética do personagem, repleta de “tanatinas” e “tananhã”, que se tornou a marca registrada do apresentador desde o Porta dos Fundos. Um exemplo dessa construção ocorre no esquete de 15 de setembro de 2024, na qual Carlinhos noticia o suposto fim de uma rede social: “Ai, outra pegou pra outra e falou assim: e tananina, todo mundo vai ter que voltar a trabalhar porque acabou o Twitter”. Essa e as demais falas são acompanhadas por uma legenda ainda mais confusa, que mostra diversas informações que, nem sempre, tem ligação com o que o âncora está dizendo.

Além disso, a postura agitada de Carlinhos torna-se ainda mais evidente, uma vez que esse formato expõe uma parte maior do corpo do ator. Além das legendas, cada palavra falada

também é acompanhada de imagens que se relacionam de alguma forma com o que foi dito e o fundo estático ganha movimento e tecnologia, características do *Fantástico*. A quantidade de câmeras também aumenta, fazendo com que o personagem ganhe mais dinâmica e interatividade no estúdio, ao olhar em diversas direções e a filmagem o acompanhar. Além disso, é possível observar que suas roupas aderem a uma formalidade, considerando a camisa, o blazer e a calça social que entram em cena, reforçando a imagem de um jornalista tradicional. Outro diferencial, é que o foco já não está mais em um único tema, como era feito no Porta dos Fundos, mas sim em diversos, cobrindo vários assuntos da semana mesmo em uma curta duração.

Figura 4 - Carlinhos Avelar no estúdio do *Plantananã*



Fonte: Captura de tela elaborada pela autora.

Embora o ator Rafael Infante siga um roteiro, a improvisação é um componente que traz dinamismo a Carlinhos. O personagem se dirige diretamente ao público, simulando a formalidade de telejornais tradicionais, com cumprimentos de abertura como “Eu sou Carlinhos Avelar e estou aqui no Fantástico”, no dia 22 de setembro, ou, em variações mais elaboradas, “Eu sou Carlinhos Avelar e estou aqui na revista eletrônica semanal mais fantástica desses brasis”, no dia 29 de setembro (*Fantástico*, 2024), falas acompanhadas com seu toque particular, como por exemplo a expressão “telespecty”, uma simplificação para telespectador, que simula o uso do inglês de modo equivocado. Ao utilizar desse anglicismo¹⁴, o personagem ironiza a tendência de incorporar termos estrangeiros ao discurso, produzindo

¹⁴ Anglicismo pode ser definido como “um fenômeno linguístico que ocorre quando palavras, expressões ou construções da língua inglesa são incorporadas em outras línguas”. (Explicação disponível em: <https://nexustraducoes.com/o-que-e-anglicismo-e-seu-impacto>)

um efeito cômico. Outra marca recorrente é a inclusão da palavra “babado”, que auxilia a dar entonação às notícias como fofocas impactantes e gera intimidade com a audiência.

Essa lógica pode ser observada na forma como o quadro se apresenta visualmente e organiza suas informações, já que não há contextualização detalhada dos acontecimentos abordados. As manchetes são lançadas de maneira rápida e fragmentada, pressupondo que o telespectador já reconheça os fatos aos quais as piadas fazem referência. Desse modo, o entendimento do humor não depende da explicação do conteúdo, mas do acionamento da memória informativa e cultural do próprio público, que reconstrói o sentido da piada a partir de seu conhecimento prévio. Assim, a impressão é que o quadro, na verdade, reproduz o estilo das chamadas jornalísticas e não o jornal em si. (FIG. 3 e FIG 4)

Diante disso, torna-se necessário observar de modo mais sistemático como esses elementos se articulam no quadro, o que justifica a adoção de uma abordagem metodológica voltada à análise de seus aspectos narrativos, estéticos e discursivos.

3.1 - Metodologia e Análise

A primeira etapa desta pesquisa consistiu na revisão bibliográfica sobre as transformações da televisão, a definição do infotainment e o papel do cômico no jornalismo. O objetivo foi compreender como o humor do *Plantananã*, especialmente através do uso de memes e da linguagem da internet, surpreendeu o telespectador ao noticiar fatos que fogem das editorias tradicionais. A partir dessa base teórica, tornou-se possível estruturar a análise e entender como o *Plantananã* reorganiza o humor e a informação.

O corpus desta pesquisa é composto pela totalidade dos cinco episódios do quadro *Plantananã*, exibidos no *Fantástico* aos domingos dos dias 15/09/2024, 22/09/2024, 29/09/2024, 13/10/2024 e 20/10/2024. Em todos, o *Plantananã* apresentou-se com um quadro de curta duração inserido nos blocos finais do programa, antecedendo o segmento de esportes.

Quadro 1 - Episódios do *Plantananã* e onde assistir

Plantananã	Descrição disponível	Data	Disponível em:
Rock in Rio, Deolane e mais: Plantananã traz as notícias mais quentes da semana	Rafael Infante encarna o apresentador Carlinhos Avelar, em novo quadro de humor do Fantástico	15/09/2024	https://globo.play.globo.com/v/12923751/

“Que show da vida é esse?”: Carlinhos Avelar dá cadeirada nos assuntos da semana	No quadro ‘Plantananã’, humorista Rafael Infante quer saber por que Kate Perry não sai mais da Globo	22/09/2024	https://globo.play.globo.com/v/12944476/editorial/8010b3b7-89a5-42b8-80d1-cb49a9b24e37/?s=0s
'Plantananã': Carlinhos Avelar traz as notícias da semana	O humorista Rafael Infante encarna o personagem Carlinhos Avelar! Fique bem-informado com Tchetcherere Tchê Tchê!	29/09/2024	https://globo.play.globo.com/v/12964787/
Carlinhos Avelar e os principais acontecimentos da semana	Chat GPT ganha o Nobel de Literatura: “Tá todo mundo escrevendo nele”. Pais querem dia do boleto maluco: “a gente se faz de maluco e não paga”. Bets ilegais saem do ar, e povo aposta em qual nova forma de perder dinheiro. E o ‘X’ volta para brasileiros e promete que dessa vez vai ser diferente.	13/10/2024	https://globo.play.globo.com/v/13009552/editorial/8010b3b7-89a5-42b8-80d1-cb49a9b24e37/?s=0s
É, amigos, foguete dá ré	Exclusivo: Carlinhos Avelar com os assuntos mais tanananina da semana.	20/10/2024	https://www.instagram.com/reels/DBXnr28pMcs/

Fonte: elaborado pela autora

Ao observar a posição do quadro na grade, foi notado que diferentemente das reportagens tradicionais, a esquete entra no ar sem um anúncio prévio das apresentadoras. O corte para o início do quadro ocorre de forma abrupta, muitas vezes após o intervalo comercial ou na sequência de uma reportagem leve, criando um efeito de surpresa, como se o personagem invadissem a transmissão. Contudo, o encerramento do *Plantananã* é costurado organicamente ao fluxo do programa, de forma que, o personagem também cumpre uma função de transição para as pautas seguintes, como observado no dia 15/09, já que, ao citar o documentário das Paquitas, Carlinhos Avelar faz uma conexão com a reportagem que sucede o quadro com o mesmo assunto. Esse tipo de gancho no programa também acontece quando Alex Escobar, o apresentador do bloco de esportes, reage à piada final de Carlinhos no *Plantananã* com risadas, antes de abordar outros temas.

Para organizar e sistematizar o material, foi elaborada o quadro abaixo, que mapeia os conteúdos centrais abordados em cada episódio, considerando o assunto abordado, a data, a área temática relacionada e os textos inscritos pelo gerador de caracteres (CG) - no caso, em forma de legenda.

Quadro 2 - Resumo do assunto abordado pelo *Plantananã* e área temática

Resumo do assunto abordado	Área temática do conteúdo	Data do ep.	
"Saí da tela do celular para cair nos estúdios do Fantástico"	Autorreferência	15/09/2024	
Boninho saiu do BBB e da Globo (referência a apertou o botão do BBB)	Autorreferência	15/09/2024	
Documentário Paquitas da Xuxa (Globoplay)	Autorreferência	15/09/2024	
Regina Cazé - referência à novela Amor de Mãe e nova sitcom "Tô Nessa"	Autorreferência	13/10/2024	
Angélica e Xuxa no programa da Tata W.	Autorreferência	20/10/2024	
"Mania de Você: Mércia descobre quem mandou matar Melino, mas não dá spoiler"	Autorreferência	20/10/2024	CG
"Que xou da vida é esse?" - referência ao meme que xou da xuxa é esse?	Autorreferência	22/09/2024	
Referência à novela "Amor de Mãe"	Autorreferência	22/09/2024	
Novela Mania de Você - Nicholas Prates faz personagem que só fica sem camisa	Autorreferência / Celebridades	15/09/2024	
Katy Perry aparecendo em vários programas da Globo	Autorreferência / Celebridades	22/09/2024	
Divulgação Mariah Carey no Fantástico (seria exibido no mesmo dia)	Autorreferência / Celebridades	22/09/2024	
"Naldo Benny está articulando visita do Papa Francisco ao Estrela da Casa"	Autorreferência / Celebridades	22/09/2024	CG
Will Smith no Brasil - comeu o bolo do Luciano Huck Naldo Benny influenciou na vinda do cantor/ator	Autorreferência / Celebridades	22/09/2024	
Jojo Toddynho virou o Capitão Nascimento - referência a ela ter se assumido da direita	Celebridade / Política	22/09/2024	
Eliana nunca fez um pix sozinha (refere à notícia que o marido faz o pix por ela)	Celebridades	29/09/2024	
Thiago Fragoso polêmica "não pode ter homem hétero e branco nas produções"	Celebridades	15/09/2024	
Cantora Iza volta com o ex	Celebridades	15/09/2024	
Virginia tem mais um filho e já está sarada de novo	Celebridades	15/09/2024	
Gretchen renova os votos de casamento de novo	Celebridades	22/09/2024	
Flávia Alessandra e Otaviano Costa - relacionamento aberto	Celebridades	22/09/2024	
Bruno Mars parece que não vai embora do Brasil (pois ele ficou muito tempo no país)	Celebridades	13/10/2024	
Filme novo do Curinga com a Lady Gaga	Celebridades	13/10/2024	
Filha da cantora Iza nasceu	Celebridades	20/10/2024	
Celebridades que vão ser pais - ênfase em Nicholas Prates e Sabrina Sato	Celebridades	20/10/2024	

Fernanda Montenegro faz 95 anos	Celebridades	20/10/2024	
P. Diddy é preso, crise em Hollywood	Celebridades / Policial	29/09/2024	
Deolane sai e volta para a prisão	Celebridades / Policial	15/09/2024	
Celebridades sendo presas - Deolane e Gustavo Lima	Celebridades / Policial	29/09/2024	
Deolane dormiu 4h na prisão igual CLT	Celebridades / Policial	29/09/2024	CG
"Após acabar com a terra, bilionários tem que passear no espaço"	Crítica social / Economia	15/09/2024	CG
Colonizar Marte - bilionários	Crítica social / Economia	13/10/2024	
"Desemprego cai porque brasileiros estão trabalhando mais para jogar em bets"	Crítica social / Economia	29/09/2024	CG
"Bets ilegais saem do ar e o povo pergunta qual será a nova forma de perder dinheiro"	Economia	13/10/2024	CG
"Montanha russa brasileira: juro sobem e sites piratas caem"	Economia	22/09/2024	CG
"Pais querem dia do boleto maluco: a gente se faz de maluco e não paga"	Economia	13/10/2024	CG
"Preço do café dispara e brasileiro passa a tomar susto ao acordar"	Economia	29/09/2024	CG
Bets ilegais são proibidas no Brasil	Economia	13/10/2024	
Crianças não podem mais usar celular nas escolas	Educação	13/10/2024	
"Indignada, torcedora do Flamengo reclama "que xou do Tite é esse?"	Esporte / Variedades	22/09/2024	CG
Furacão Milton	Meio Ambiente	13/10/2024	
Céu de São Paulo fica cinza por causa dos poluentes	Meio ambiente	15/09/2024	
"Onda de calor....sushi no delivery vira peixe frito"	Meio ambiente	15/09/2024	CG
Calor, primavera igual verão	Meio ambiente	29/09/2024	
Fim do mundo - aquecimento/calor/queimadas	Meio ambiente / Crítica social	20/10/2024	
"Clima de SP é o 2º pior, perde para o da Seleção Brasileira"	Meio ambiente / Esporte	15/09/2024	CG
"Horário de verão adiado "na volta a gente compra", diz governo"	Meio Ambiente / Política	20/10/2024	CG
"Governo quer volta do horário de verão, mas é verão o ano todo"	Política	22/09/2024	CG
Cadeirada de Datena em Maçã e debates políticos	Política	22/09/2024	
"Eleições: próximos debates vão ter bancos concretados no chão..."	Política	22/09/2024	CG
Apagão de energia em São Paulo	Política	20/10/2024	
"Presidente russo desiste de vir ao G20 "se ficar putin é pior""	Política	20/10/2024	CG
"Elon Musk tenta driblar Xandão e leva cartão vermelho"	Política / Esporte	22/09/2024	CG
"Xuxa, Xamã e Xand Avião pedem a volta do X para Xandão"	Política / Variedades	15/09/2024	CG
Rock in Rio sem rock (dia de sertanejo)	Variedades	15/09/2024	

"O ano mal começou e já tem panetone no mercado"	Variedades	15/09/2024	
Pé de holandesa (meme em referência à "pé de chinesa" criado pelo twitter)	Variedades	15/09/2024	
"Cura da ansiedade: descubra na prox..."	Variedades	15/09/2024	CG
"Influencer casa com ela mesma e se divorcia porque foi traída"	Variedades	15/09/2024	CG
"Vencedora do miss ppk 2024 da dica "não deixem a ppk cair"	Variedades	15/09/2024	CG
Twitter acabou	Variedades	15/09/2024	
Dia das crianças - dia do cabelo maluco	Variedades	13/10/2024	
Finaliza cantando/parodiando Maria Bethânia - meme "que luz verde é essa,estou parecendo uma bananeira"	Variedades	13/10/2024	
"Chat GPT ganha o nobel de literatura "tá todo mundo escrevendo nele"	Variedades	13/10/2024	CG
Elon Musk paga dívida e o X volta a funcionar no Brasil	Variedades	13/10/2024	
"X volta para brasileiros e promete que dessa vez vai ser diferente"	Variedades	13/10/2024	CG
Foguete Starship pousando "foguetes da ré"	Variedades	20/10/2024	
Robôs aspiradores são hackeados e insultam donos	Variedades	20/10/2024	
Programação do ano novo de Copacabana	Variedades	20/10/2024	
"Homem é mordido por seu próprio cachorro após harmonização facial"	Variedades	20/10/2024	CG
"Astronauta toca violino no espaço porque em casa os filhos não deixam"	Variedades	22/09/2024	CG
Balão dirigível do time de futebol São Paulo caiu	Variedades / Esporte	29/09/2024	

Fonte: elaborado pela autora

A categoria de classificação dos conteúdos foi elaborada a partir do conjunto dos materiais observados e se dividem entre: Autorreferência, Celebidades, Crítica Social, Economia, Educação, Esporte, Meio Ambiente, Política, Policial e Variedades. A categoria de autorreferência foi estabelecida para agrupar as passagens em que o quadro menciona a própria Rede Globo, sua programação, ou o serviço de *streaming Globoplay*. No eixo de celebridades, foram alocadas as notícias sobre a vida privada de famosos e influenciadores digitais. As temáticas de política e policial foram utilizadas para classificar assuntos como processos eleitorais, decisões judiciais e prisões de figuras públicas, observando como esses temas são tratados pelo humor. Já a economia e a crítica social reúnem pautas que afetam o cotidiano e o bolso do espectador - como por exemplo o preço dos alimentos -, enquanto as categorias de meio ambiente, variedades e esporte serviram para organizar assuntos que transitam entre o clima, virais da internet e as notícias do mundo do futebol. Além disso, dedicou-se um campo específico para as observações sobre o gerador de caracteres (CG), para entender a camada extra de ironia que as legendas conferem ao que é dito pelo apresentador.

Com base nesta classificação, e orientada pelo problema de pesquisa deste estudo (que é “analisar como a linguagem humorística do quadro *Plantananã*, ao refletir a lógica dos memes, ressignifica a informação jornalística e estabelece novos pactos com o público”), foi realizada uma análise aprofundada a partir de três eixos analíticos. A proposta dos eixos analíticos apresentados a seguir se justifica pela necessidade de entender o fenômeno considerando não apenas o conteúdo veiculado, mas também as formas de construção discursiva e estética que caracterizam o quadro. O primeiro eixo analisa como o humor se constrói a partir da tensão com o real, considerando a presença do lúdico no quadro, que atravessa a representação do jornalismo tradicional. O segundo, dedicado aos critérios de noticiabilidade, permite investigar de que maneira o *Plantananã* seleciona e hierarquiza acontecimentos, tensionando valores jornalísticos tradicionais e aproximando-se de lógicas associadas ao infotimento e aos *fait divers*. Já o terceiro eixo, examina como a estética do meme é incorporada no *Plantananã*, fundamental para compreender como o quadro se ancora na cultura digital e traduz para a televisão aberta dinâmicas próprias das redes sociais.

EIXO 1 - A construção do humor a partir da tensão com o real

Como definido no Capítulo 1, a televisão tem passado por transformações. Nessa perspectiva, a mistura de gêneros televisivos, como a que ocorre no *Fantástico* e é acentuada em quadros como o *Plantananã*, questiona classificações rígidas e reforça essa hibridização.

De acordo com Jesús Martín-Barbero (1997), em “Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia”, ao estudar a relação entre comunicação de massa e cultura popular, o autor conclui que essa noção não deve se concentrar apenas nos meios como ferramenta de manipulação, mas considerar as mediações sociais. Para ele:

a comunicação se tornou para nós questão de mediações mais que de meios, questão de cultura e, portanto, não só de conhecimentos mas de reconhecimento. Um reconhecimento que foi, de início, operação de deslocamento metodológico para rever o processo inteiro da comunicação a partir de seu outro lado, o da recepção, o das resistências que aí têm seu lugar, o da apropriação a partir de seus usos. Porém, num segundo momento, tal reconhecimento está se transformando, justamente para que aquele deslocamento não fique em mera reação ou passageira mudança teórica, em reconhecimento da história: reapropriação histórica do tempo da modernidade latinoamericana e seu descompasso encontrando uma brecha no embuste lógico com que a homogeneização capitalista parece esgotar a realidade do atual. (Martín-Barbero, 1997, p. 17)

Sendo assim, a comunicação deve ser entendida a partir da cultura e do cotidiano e, por consequência, as análises devem ser voltadas para os processos a partir do lado da recepção, das resistências que ocorrem no processo de comunicação, e da apropriação a partir

de seus usos. Nesse viés, o gênero televisivo deixa de ser visto como uma classificação, para ser compreendido como uma estratégia de comunicabilidade, uma vez que:

Entre a lógica do sistema produtivo e as lógicas dos usos, medeiam os gêneros. São suas regras que configuram basicamente os formatos, e nestes se ancora o reconhecimento cultural dos grupos. [...] No sentido em que estamos trabalhando, um gênero não é algo que ocorra no texto, mas sim pelo texto, pois é menos questão de estrutura e combinatórias do que de competência. Assumimos então a proposta de uma equipe de investigadores italianos segundo a qual um gênero é, antes de tudo, uma estratégia de comunicabilidade, e é como marca dessa comunicabilidade que um gênero se faz presente e analisável no texto. [...] Enquanto estratégias de interação, isto é, "modos em que se fazem reconhecíveis e organizam a competência comunicativa, os emissores e os destinatários, os gêneros não podem ser estudados sem uma redefinição da própria concepção que se teve de comunicação. Pois seu funcionamento nos coloca diante do fato de que a competência textual, narrativa, não se acha apenas presente, não é unicamente condição da emissão, mas também da recepção (Martín-Barbero, 1997, p. 301).

Dessa forma, a ferramenta da emissora para conseguir se conectar com o público se manifesta através do gênero, quando ele organiza a competência comunicativa e possibilita que o público reconheça instantaneamente o que está assistindo e como deve assisti-lo. Conforme Martín-Barbero (1997), essas definições funcionam como uma negociação, já que “os gêneros não são abordáveis em termos de semântica ou sintaxe: exigem a construção de uma pragmática, que pode dar conta de como opera seu reconhecimento numa comunidade cultural” (Martín-Barbero, 1997, p. 302), isso porque o público aprendeu a fazer esse reconhecimento de acordo com a arquitetura interna que cada gênero propõe e, no caso da televisão, baseado nos elementos criados, o lugar estratégico que ele ocupa na grade da programação, e o contexto cultural do país relacionado. Nesse cenário, o autor apresenta o hibridismo televisivo, ou mestiçagem, como o mecanismo que permite ao gênero funcionar como estratégia para se conectar com o público popular. Esse método funciona porque o gênero absorve a cultura, as memórias da população, o modo de falar - como no caso do *Plantananã* - e insere tudo isso na TV, reorganizando a competência do público e permitindo que ele se reconheça no que assiste e, nesse processo, reinventa constantemente o próprio gênero. Segundo o autor, ao analisar “as mestiçagens que nos constituem” (Martín-Barbero, 1997, p. 259):

É como mestiçagem e não como superação - continuidades na descontinuidade, conciliações entre ritmos que se excluem - que estão se tornando pensáveis as formas e os sentidos que a vigência cultural das diferentes identidades vem adquirindo: o indígena no rural, o rural no urbano, o folclore no popular e o popular no massivo. (Martín-Barbero, 1997, p. 259)

Nesse viés, o *Plantananã* aparece como um exemplo de hibridismo televisivo que o autor descreve, uma vez que o humor do quadro vem da fusão dos elementos do plantão

jornalístico, com memes das redes sociais, assim, quebrando a seriedade que o público costuma esperar dos plantões tradicionais e até mesmo do programa *Fantástico*, no qual o quadro estava inserido. Dessa forma, demonstrando o que o autor explica como “a fusão dos dois espaços que a ideologia diz manter separados, isto é, o da informação e o do imaginário ficcional” (Martín-Barbero, 1997, p. 82). No caso do quadro analisado, essa fusão ainda é utilizada para criar uma tensão com o real, ao incorporar assuntos fundamentados na realidade a partir do humor, de modo que a graça do quadro depende da atualidade e do contexto externo.

Assim, a tensão é estabelecida quando o quadro simula o formato jornalístico, seja por meio da vinheta, do cenário de estúdio, do apresentador de terno ou da chamada de manchetes, mas faz isso sem a intenção de enganar o telespectador, mas como uma brincadeira. Esse jogo também pode ser percebido na paródia da vinheta tradicional do plantão da Globo e na inserção de uma sirene na abertura do quadro, recursos que evocam a ideia de urgência, característica do jornalismo, mas que, no contexto do quadro, são deslocados para o registro do humor. Logo, o *Plantananã* cumpre sua função como estratégia de comunicabilidade quando ativa a competência cultural do público, ao reconhecerem que se trata de uma representação humorística de um telejornal e não de um telejornal convencional. Esse reconhecimento pressupõe que o telespectador identifique os códigos do jornalismo acionados pelo quadro, como a sirene, a vinheta do plantão e a chamada de manchetes, percebendo, ao mesmo tempo, o deslocamento desses elementos para o registro do humor, o que permite que o telespectador ria apesar da seriedade de alguns fatos. Sendo assim, com base nos conceitos estabelecidos por Jost (2004) e Duarte (2007) anteriormente, o *Plantananã* pode ser entendido como um “faz de conta” (no sentido de ficcionalização do real) e algo lúdico (pela brincadeira estabelecida pelo humor) com fundamentos na realidade, na qual o público entende a lógica, mas escolhe embaralhar o entendimento da realidade das notícias com o que acha graça.

Portanto, ao abrigar um quadro que parodia um plantão, a Globo assume que seu público tem capacidade de entender as ironias de Carlinhos em uma representação de telejornal e também que está utilizando do *Fantástico* como sua estratégia de absorção hegemônica. Essa estratégia prova que a hegemonia “...se faz e desfaz, se refaz permanentemente num ‘processo vivido’, feito não só de força mas também de sentido, de apropriação do sentido pelo poder, de sedução e de cumplicidade” (Gramsci, 1977 *apud* Martín-Barbero, 1997, p. 104). Neste caso, a apropriação do sentido consiste em usar a tática

da internet, de usar o humor e o absurdo, para processar os assuntos da atualidade que viralizaram, transformando tudo isso em mais entretenimento.

O quadro a seguir apresenta alguns dos assuntos abordados no *Plantananã*, detalhando a notícia real que serviu como base para a piada feita no quadro e evidenciando como o *Plantananã* dialoga com os fatos da atualidade para construir seu humor.

Quadro 3 - Paralelo entre o assunto real e a piada de referência utilizada no *Plantananã*

Data do ep.	Resumo do assunto abordado	Assunto real	Piada/Referência
15/09/2024	Virginia tem mais um filho e já está sarada de novo	A influenciadora Virginia teve o terceiro filho	Memes foram publicados gerando piadas na internet sobre a frequência com que ela engravida e, logo depois, exibe um corpo magro. Junto a isso, piadas foram feitas sobre as cirurgias plásticas que ela realiza após os partos.
15/09/2024	Thiago Fragoso polêmica "não pode ter homem hétero e branco nas produções"	A polêmica envolvendo Thiago Fragoso surgiu após ele dar uma entrevista afirmando que o mercado audiovisual estava restringindo o espaço para homens héteros e brancos em novelas e séries	Carlinhos ironiza a fala do ator, simulando que homens héteros e brancos sofressem algum tipo de preconceito estrutural.
15/09/2024	Novela Mania de Você - Nicholas Prates faz personagem que só fica sem camisa	O ator Nicolas Prates na novela Mania de Você	O meme ironiza o fato de o ator sempre postar fotos sem camisa em suas redes sociais, assim como ocorre com o seu personagem na telenovela.
15/09/2024	"Xuxa, Xamã e Xand Avião pedem a volta do X para Xandão"	O ministro do STF, Alexandre de Moraes, apelidado popularmente de "Xandão", determinou o bloqueio temporário da rede social X (Twitter) no Brasil	A situação gerou uma onda de memes que satirizavam o nome da plataforma e o nome de personalidades brasileiras famosas que também começam com a letra "X".
22/09/2024	"Eleições: próximos debates vão ter bancos concretados no chão..."	Em debate durante a campanha eleitoral para a prefeitura de São Paulo, o candidato José Luiz Datena (PSDB) agrediu o candidato Pablo Marçal (PRTB) com uma cadeira	Piada sugerindo que, para evitar novas agressões físicas, os assentos precisariam ser fixados ao chão nas próximas transmissões eleitorais.

22/09/2024	"Indignada, torcedora do Flamengo reclama "que xou do Tite é esse?"	O técnico de futebol Tite e o time do Flamengo sofreram uma derrota no Campeonato Brasileiro	Referência ao meme "Que show da Xuxa é esse?", protagonizado por uma criança nos anos 1990 que criticava a desorganização na entrada do público no programa infantil.
22/09/2024	Jojo Toddynho virou o Capitão Nascimento - referência a ela ter se assumido como vinculada à direita	A cantora e influenciadora Jojo Toddynho declarou seu posicionamento político à direita nas redes sociais	A piada associa a influenciadora ao personagem Capitão Nascimento a partir de sua participação em um treinamento do BOPE e de sua declaração de posicionamento político.
22/09/2024	Katy Perry aparecendo em vários programas da Globo	A cantora internacional Katy Perry participou de atrações da TV Globo durante sua vinda ao Brasil	A presença consecutiva da artista em vários programas da emissora gerou o meme de que ela estaria presa ou mantida em cativeiro na emissora.
22/09/2024	"Naldo Benny está articulando visita do Papa Francisco ao Estrela da Casa"	Visitas externas de convidados no reality show Estrela da Casa	O cantor Naldo Benny virou meme em diversas ocasiões por conta de declarações consideradas exageradas e fictícias a respeito de suas amizades e interações com celebridades internacionais.
29/09/2024	"Desemprego cai porque brasileiros estão trabalhando mais para jogar em bets"	Crescimento das apostas online (Bets)	A piada ironiza a situação financeira dos apostadores, sugerindo que as pessoas precisam se esforçar mais no emprego para cobrir as perdas nas apostas.
29/09/2024	Eliana nunca fez um pix sozinha (refere à notícia que o marido faz o pix por ela)	A apresentadora Eliana declarou em entrevista que nunca realizou uma transação via Pix por receio de segurança digital, sendo auxiliada pelo marido	A própria notícia é ironizada e reproduzida no esquete com um tom humorístico e sarcástico.
29/09/2024	"Preço do café dispara e brasileiro passa a tomar susto ao acordar"	O impacto das mudanças climáticas e a redução da oferta global, que causaram o aumento no preço do café	Piada baseada no trocadilho de que, se antes o café era a bebida utilizada para dar energia e despertar o brasileiro, no atual cenário econômico é o valor do produto que causa um choque térmico e desperta o consumidor.
29/09/2024	Deolane dormiu 4h na prisão igual CLT	A prisão preventiva da advogada e	Piada que cruza o relato público de Deolane sobre

		influenciadora Deolane Bezerra	suas poucas horas de sono na prisão com a exaustiva rotina diária de um trabalhador sob o regime CLT.
13/10/2024	Bruno Mars parece que não vai embora do Brasil (pois ele ficou muito tempo no país)	O cantor internacional Bruno Mars realizou uma longa turnê de shows pelo Brasil	A permanência do artista por mais de um mês no território nacional gerou o meme de que ele teria decidido morar e permanecer no país por tempo indeterminado.
13/10/2024	"Chat GPT ganha o Nobel de literatura "tá todo mundo escrevendo nele"	A crescente popularidade e o uso em massa da inteligência artificial na produção automatizada de textos	O esquete satiriza a dependência dessa tecnologia, brincando que, pelo volume de textos gerados, a ferramenta mereceria receber o Prêmio Nobel de Literatura.
13/10/2024	Colonizar Marte - bilionários	Na semana do lançamento do esquete, Bilionário e outros três civis retornaram à Terra após primeira caminhada espacial privada	O meme constrói uma crítica social satírica direcionada à corrida espacial promovida por grandes bilionários do setor privado.
13/10/2024	Bets ilegais são proibidas no Brasil	A determinação do Governo Federal que proibiu a operação de sites de apostas que não solicitaram regularização legal	A graça provém da redundância cômica da frase, ironizando o fato óbvio de que, se uma atividade é tipificada como ilegal, ela por consequência lógica já é proibida.
13/10/2024	"Pais querem dia do boleto maluco: a gente se faz de maluco e não paga"	A celebração da Semana das Crianças e a repercussão escolar da brincadeira do "Dia do Cabelo Maluco"	A piada surgiu na internet como uma resposta satírica dos pais à demanda infantil, transferindo a lógica do "cabelo maluco" para as contas financeiras dos adultos.
20/10/2024	Foguete Starship pousando "foguetes da ré"	A manobra de pouso do Starship, após o voo de teste	Brincadeira popular que subverte o famoso ditado motivacional "foguetes não dá ré" ao confrontá-lo com a imagem real do foguete pousando de ré.
20/10/2024	"Horário de verão adiado "na volta a gente compra", diz governo"	As discussões do Governo Federal sobre a possibilidade técnica e política de retorno do horário de verão	Piada baseada na clássica expressão materna "na volta a gente compra", utilizada para adiar ou negar uma compra sem dar uma resposta negativa definitiva.

20/10/2024	"Homem é mordido por seu próprio cachorro após harmonização facial"	A popularização e o crescimento na realização de procedimentos estéticos de harmonização facial	Meme focado no exagero estético, ironizando que as pessoas estão modificando tanto suas feições que acabam ficando irreconhecíveis até para os próprios animais de estimação.
20/10/2024	"Presidente russo desiste de vir ao G20 "se ficar putin é pior""	A decisão diplomática do presidente russo Vladimir Putin de não comparecer presencialmente à Cúpula do G20 no Brasil	A frase é um trocadilho linguístico direto com a expressão popular "se ficar puto é pior", aproveitando a sonoridade do sobrenome do mandatário russo.

Fonte: elaborada pela autora

A partir da observação do quadro 3, especialmente em relação às piadas e referências, é possível notar que o *Plantananã* atualiza a noção de telejornalismo ao recorrer a uma narrativa pouco tradicional para construir a tensão entre o humor e o real, uma vez que o quadro articula trocadilho, ironia, exagero e intertextualidade como estratégias centrais de sua narrativa humorística.

Nessa perspectiva, um dos mecanismos dessa construção de humor é a dependência do reconhecimento de referências externas ao próprio quadro. Isso pode ser identificado em todos os exemplos citados no quadro acima, uma vez que as piadas dialogam com memes, bordões, vídeos virais e discursos que circularam nas redes sociais ou na mídia. Esse tipo de humor exige que o telespectador ative um repertório compartilhado para compreender a piada.

Além disso, junto ao discurso caótico e informal, o quadro faz uso de trocadilhos para atingir o humor, nesse caso, a graça surge da manipulação de nomes, expressões ou frases associadas a acontecimentos reais. Isso pode ser observado na legenda “se ficar Putin é pior”, elaborada a partir da decisão do presidente russo de não comparecer presencialmente à cúpula do G20. A piada se constrói ao substituir a expressão “se ficar puto é pior” pelo nome do chefe de Estado. De modo semelhante, ao enunciar “Que xou da vida é esse?”, o apresentador retoma o meme “Que xou da Xuxa é esse?”, viral nas redes sociais, adaptando ao slogan do próprio programa (*Fantástico - O Show da Vida*). Outro exemplo aparece na formulação “Elon Musk tenta driblar Xandão e leva cartão vermelho”, que articula o conflito jurídico envolvendo o empresário e o ministro do Supremo Tribunal Federal sobre a operação da plataforma “X”, de propriedade de Musk, no Brasil, a uma metáfora esportiva. Esse tipo de comentário também aparece de forma mais explícita quando o apresentador ironiza o Elon

Musk ao afirmar que ele “quer colonizar Marte, mas não sabe nem fazer um Pix”, de modo que, a piada se ancora no contexto do embate jurídico envolvendo a plataforma X no Brasil, marcado pela demora no cumprimento de decisões do Supremo Tribunal Federal e no pagamento de multas impostas à empresa.

Outro tipo recorrente de humor no quadro, é a partir do uso da ironia e do deboche, principalmente nas legendas, já que Carlinhos assume uma postura crítica e irônica em relação às notícias e à própria realidade. Isso é exemplificado ao observar o tratamento dado a temas como a crise climática e as queimadas em São Paulo, uma vez que, ao invés de um boletim meteorológico tradicional, o quadro utiliza o deboche no CG, ao aparecer que, devido ao calor extremo, o “sushi no delivery vira peixe frito”. O âncora ainda intensifica a pauta climática ao abrir um dos quadros com o discurso “parou tudo, parou América Latina e universos paralelos inteiros, porque o Brasil tá pegando fogo e ninguém faz nada”. Essa ironia também é identificada em outras temáticas, visto que, ao falar sobre o trabalho no Brasil, o quadro sugere que o desemprego caiu apenas porque os brasileiros estariam trabalhando mais para sustentar o vício em apostas digitais, transformando um dado em uma denúncia social disfarçada de piada.

O apresentador também faz comentários ácidos que despertam o humor à medida que ridiculariza situações sérias. Isso acontece na fala “agora São Paulo é a cidade mais romântica do Brasil, já que tá todo mundo jantando à luz de velas e tananina”, em um contexto de apagão na capital paulista. Desse modo, os comentários do apresentador atuam como uma ferramenta de simplificação e crítica, onde o riso surge da exposição das contradições, como observado também na piada política “Horário de verão adiado ‘na volta a gente compra’, diz governo”, sobre o adiamento do horário de verão, descrito pelo programa com a desculpa popular “na volta a gente compra”.

Ademais, o humor no quadro também convoca o telespectador a relembrar a notícia original, já que para rir é necessário saber qual foi o acontecimento à que a piada faz referência, fazendo com que seja retomado o contexto a partir de seu próprio conhecimento prévio, o que desloca parte da responsabilidade interpretativa para o público. Assim, o humor do *Plantananã* se constrói ao simular um telejornal, através do cenário, o figurino formal e a vinheta, ao mesmo tempo em que subverte seus modos de enunciação, de forma que o real não desaparece, mas passa a funcionar como matéria-prima para o comico de Carlinhos.

Assim, em meio a essa velocidade, é a priorização dos “babados” e das piadas que evidencia a seleção de pautas do programa.

EIXO 2 - Os critérios de noticiabilidade do *Plantananã*

A análise dos critérios de noticiabilidade do *Plantananã* evidencia que o quadro opera segundo uma lógica distinta daquela proposta pelos modelos clássicos do jornalismo. No contexto do infotimento, o que define uma notícia no *Plantananã* não é prioritariamente sua importância, entendida como relevância social, política ou econômica, mas sua potencialidade humorística e sua circulação prévia na mídia. O quadro parte de acontecimentos que já foram amplamente noticiados ao longo da semana e os reorganiza a partir de uma angulação cômica, explorando os *fait divers* como narrativa, sem que haja uma discussão complexa sobre as pautas. Nesse sentido, o *Plantananã* dialoga com os deslocamentos nos valores-notícia discutidos por autores como Wolf (2003), Silva (2005) e Ortells-Badenes (2014), aproximando-se de uma lógica em que o interesse do público e a repercussão se sobrepõem à hierarquia da importância percebida no jornalismo tradicional, de forma que, o valor-notícia está diretamente associado à possibilidade de provocar riso e engajamento a partir do reconhecimento cultural do telespectador.

O mapeamento dos assuntos abordados revela quais desses valores-notícia são priorizados. Analisando o quadro 2, os itens foram classificados com base nas dez categorias temáticas apresentadas anteriormente: Autorreferência, Celebidades, Crítica social, Economia, Educação, Esporte, Meio Ambiente, Policial, Política e Variedades. A figura a seguir apresenta a frequência de cada categoria, considerando que um mesmo item pode pertencer a mais de uma classificação:

Figura 5 - Quantificação da área temática do conteúdo do *Plantananã*

Área temática do conteúdo	Quantidade
Autorreferência	8
Autorreferência / Celebidades	5
Celebridade / Política	1
Celebidades	10
Celebidades / Policial	4
Crítica social / Economia	3
Economia	5
Educação	1
Esporte / Variedades	2
Meio Ambiente	4
Meio Ambiente / Crítica Social	1
Meio Ambiente / Esporte	1
Meio Ambiente / Política	1
Política	5
Política / Esporte	1
Política / Variedades	1
Variedades	17

Fonte: quadro 2, elaborado pela autora

A partir desse entendimento, é possível concluir que o *Plantananã* inverte a lógica jornalística tradicional, uma vez que os assuntos dominantes são celebridades e variedades, com 20 menções cada, enquanto os demais temas aparecem de forma secundária, sendo tratados da mesma maneira que os demais conteúdos do quadro, por meio de piadas, memes e referências à lógica da fofoca. Os casos analisados a seguir permitem observar como esses critérios aparecem no discurso do apresentador e na seleção das pautas.

O caso do furacão Milton, por exemplo, ilustra como acontecimentos de grande repercussão não são incorporados ao *Plantananã* por sua relevância. Ao abrir o quadro com uma entonação exagerada “Parou tudo, parou Flórida, Américas Latinas inteiras e adjacências, galáxias, discos voadores”, Carlinhos Avelar chama atenção para o quadro com seu jeito hiperbólico que marca a identidade do *Plantananã*. Assim, o evento do Furacão Milton entra no esquete porque pode ser reconhecido pelo telespectador, devido às notícias sobre a pauta ao longo da semana, o que permite que o acontecimento funcione apenas como ponto de partida para associações culturais e outras referências, como a confusão proposital com Milton Cunha, já que o âncora sequencia o assunto com “levei um susto quando eu vi um bando de repórter com os cabelos esvoaçantes, voando pelos ares, na TV. E falando do Milton nos States, mas não era o Milton Cunha” e imediatamente imita o carnavalesco com a fala

“porque eu sou um furacão, meu amor. E eu sou brasileiro e não sei o que é tananina” (FIG. 6). Dessa forma, o critério de noticiabilidade está ligado ao trivial e à familiaridade do público com o tema e suas referências, não necessariamente a de informar, embora a retomada da temática também desperte o interesse em buscar a notícia de origem.

Figura 6 - Carlinhos fala a respeito do Furacão Milton



Fonte: Captura de tela elaborada pela autora

De modo semelhante, a abordagem sobre o Pix, introduzida pela repetição cantada “é Pix, é Pix, é Pix” no tom da canção Ilariê da Xuxa, exemplifica a elevação de um fato banal ao status de notícia. A fala funciona como transição para a menção à declaração de Eliana, que afirmou nunca ter feito um Pix sozinha (FIG. 7). O acontecimento que foi repercutido em portais de entretenimento naquela semana, não possui relevância pública, mas se encaixa na lógica do *fait divers* apresentada no Capítulo 2.1, sendo um fato isolado, curioso. No *Plantananã*, o critério de seleção está associado à banalidade compartilhável, ao contraste entre a figura pública e uma prática cotidiana, e à capacidade do tema de gerar uma piada e uma conexão temática.

Figura 7 - Carlinhos comenta sobre a Eliana nunca ter feito Pix



Fonte: Captura de tela elaborada pela autora

Isso também ocorre na notícia envolvendo os casamentos e renovações de votos da cantora Gretchen (FIG. 8). Carlinhos Avelar aciona essa memória coletiva ao comentar: “E a Gretchen renovou o casamento pela 19ª temporada. Será que ela vai abrir o relacionamento igual a Flávia Alessandra?”. A fala se ancora em um contexto de que ao longo dos anos, a vida afetiva da artista foi comentada e acompanhada pela mídia, com diversos casamentos, separações e renovações de votos transformados em eventos públicos. O *Plantananã* apresenta esse acontecimento como mais um capítulo de uma história já conhecida e até previsível para o telespectador. Nesse sentido, o apresentador ironiza a “19ª temporada”, como se fosse uma série televisiva, sugerindo que a trajetória da artista funciona como uma narrativa contínua, que é reativada pelo noticiário de entretenimento. Dessa forma, a piada depende da lembrança de aparições anteriores e da imagem pública da cantora. Do ponto de vista dos critérios de noticiabilidade, o que insere essa pauta no *Plantananã* é seu valor de

interesse, sendo uma pauta trivial, que se torna notícia por sua recorrência e pela expectativa já construída em torno dele.

Figura 8 - Carlinhos ironiza o casamento da Gretchen



Fonte: Captura de tela elaborada pela autora

Nesse cenário, ao abordar as prisões, solturas e intimações envolvendo Gustavo Lima e Deolane Bezerra, o *Plantananã* também evidencia o critério de recorrência de uma pauta ao longo da semana e a fofoca como elementos centrais de sua noticiabilidade, com base no infotimento. Carlinhos Avelar introduz o tema a partir da seguinte fala: “Enquanto isso, as celebridades estão tudo sendo presa. Estão caindo mais que balão dirigível do São Paulo. Não sei o que que tá acontecendo aí. Solta Deolane e prende Gustavo Lima, que a polícia não encontrou porque, na verdade, ele se chama Nivaldo. E parece que ele pegou foi uma numeróloga, que tananina, e disse pra ele que era melhor ‘tchererê tchererê Gustavo Lima e você’” (FIG. 9). A escolha dessa sequência como notícia no quadro se relaciona ao contexto informativo da época, de forma que, o acidente do dirigível com o símbolo do São Paulo Futebol Clube, que caiu em Osasco em 25 de setembro, é só uma ponte para o assunto principal.

Ao longo do mês de setembro, os portais acompanharam de forma intensa os desdobramentos da operação que levou à intimação de Gustavo Lima para depor sob suspeita de lavagem de dinheiro. No dia em que a operação foi deflagrada, o cantor não foi localizado pelas autoridades porque se encontrava em viagem à Grécia. Paralelamente, Deolane ocupava o noticiário por seu envolvimento na CPI das Apostas Esportivas, em um movimento semelhante de exposição com sucessivas atualizações e repercussões públicas. Além disso, a menção ao nome civil de Gustavo Lima “Nivaldo”, funciona como recurso humorístico ao

explorar a diferença entre a identidade artística do cantor e o nome de registro, sugerindo, de forma irônica, que a ausência do cantor no momento da intimação se explicaria por essa dissociação. Logo, trata de uma brincadeira que só faz efeito porque dialoga com informações que circularam na mídia naquela semana, seguindo o padrão de noticiabilidade que leva em conta a viralização e a possibilidade de reconhecimento imediato, aspectos identificados na lógica do infotimento.

Figura 9 - Carlinhos brinca com o nome do cantor Gustavo Lima, na verdade, ser Nivaldo



Fonte: Captura de tela elaborada pela autora

Nesse viés, a recorrência de notícias envolvendo celebridades em situações banais reforça a predominância do interesse sobre a importância. No *Plantananã*, a celebridade atua como vetor de noticiabilidade, enquanto o fato em si se aproxima do *fait divers*, atualizado pela dependência do contexto midiático imediato e pela obsolescência da piada.

"Como discutido por Silva (2005) e Ortells-Badenes (2014), o infotimento opera em uma lógica na qual o interesse do público e a busca pelo engajamento se sobrepõem aos

critérios tradicionais de importância pública. Portanto, o *Plantananã* redefine os critérios de noticiabilidade ao operar dentro dessa lógica. A notícia factual funciona como o ponto de partida obrigatório, mas é o comentário irônico e o potencial cômico que determinam a sua seleção. Assim, embora a relevância pública original do acontecimento não seja inteiramente apagada - já que serve de base para a piada -, o quadro privilegia acontecimentos já conhecidos, repetidos ou banalizados ao longo da semana, explorando sua circulação prévia como condição para o humor. Assim, a notícia deixa de ser definida apenas pela urgência ou pela relevância e passa a ser selecionada principalmente por sua capacidade de reconhecimento, repercussão e potencial cômico, confirmando o deslocamento dos valores-notícia tradicionais para uma hierarquia orientada pelo interesse, pela leveza e pelo entretenimento. É justamente essa abordagem utilizando do humor que permite entender como o *Plantananã* constrói o cômico por meio da estética dos memes.

EIXO 3 - A incorporação da estética do meme

Para analisar como a estética do meme opera, é preciso classificar a origem de cada pauta. O quadro a seguir define os 71 assuntos apresentados no quadro 2, de acordo com a origem de sua pauta. Sendo assim, detalha-se sua origem noticiosa enquanto: Notícia factual, Viral (banalidade real compartilhada intensamente nas redes sociais digitais), Meme (piada pré-existente ou o fato que é tornado uma piada, advinda das redes sociais digitais), Notícia Ficcional (inventada pelo roteiro), Divulgação (conteúdo interno) ou mais de uma classificação.

Quadro 3 - Classificação da origem da pauta

Resumo do assunto abordado	Classificação da Origem
"Saí da tela do celular para cair nos estúdios do Fantástico"	Divulgação
"Documentário Paquitas da Xuxa (Globoplay)"	Divulgação
"Regina Cazé - referência à novela Amor de Mãe e nova sitcom 'Tô Nessa'"	Divulgação
"Angélica e Xuxa no programa da Tata W."	Divulgação
"Mania de Você: Mércia descobre quem mandou matar Melino, mas não dá spoiler"	Divulgação
"Referência à novela 'Amor de Mãe'"	Divulgação
"Divulgação Mariah Carey no Fantástico (seria exibido no mesmo dia)"	Divulgação
"Que xou da vida é esse?" - referência ao meme que xou da xuxa é esse?	Meme
"Virginia tem mais um filho e já está sarada de novo"	Meme
"Gretchen renova os votos de casamento de novo"	Meme
"Pais querem dia do boleto maluco: a gente se faz de maluco e não paga"	Meme

"Xuxa, Xamã e Xand Avião pedem a volta do X para Xandão"	Meme
"O ano mal começou e já tem panetone no mercado"	Meme
"Pé de holandesa (meme em referência à 'pé de chinesa' criado pelo twitter)"	Meme
"Cura da ansiedade: descubra na prox..."	Meme
"Finaliza cantando/parodiando Maria Bethânia - meme 'que luz verde é essa...'"	Meme
"Após acabar com a terra, bilionários tem que passear no espaço"	Meme
"Desemprego cai porque brasileiros estão trabalhando mais para jogar em bets"	Meme
"Deolane dormiu 4h na prisão igual CLT"	Meme
"Colonizar Marte - bilionarios"	Meme
"Onda de calor....sushi no delivery vira peixe frito"	Meme
"Naldo Benny está articulando visita do Papa Francisco ao Estrela da Casa"	Meme/Divulgação
"Novela Mania de Você - Nicholas Prates faz personagem que só fica sem camisa"	Meme/Divulgação
"Katy Perry aparecendo em vários programas da Globo"	Meme/Divulgação
"Bets ilegais saem do ar e o povo pergunta qual será a nova forma de perder dinheiro"	Meme/Notícia
"Bets ilegais são proibidas no Brasil"	Meme/Notícia
"Presidente russo desiste de vir ao G20 'se ficar putin é pior'"	Meme/Notícia
"Foguete Starship pousando 'foguetes da ré'"	Meme/Notícia
"Filha da cantora Iza nasceu"	Meme/Notícia
"Horário de verão adiado 'na volta a gente compra', diz governo"	Meme/Notícia
"Montanha russa brasileira: juramentos sobem e sites piratas caem"	Meme/Notícia
"Preço do café dispara e brasileiro passa a tomar susto ao acordar"	Meme/Notícia
"Cadeirada de Datena em Maçã e debates políticos"	Meme/Notícia
"Eleições: próximos debates vão ter bancos concretizados no chão..."	Meme/Viral
"Will Smith no Brasil - comeu o bolo do Luciano Huck Naldo Benny influenciou na vinda"	Meme/Viral
"Jojo Toddynho virou o capitão nascimento - referência a ela ter se assumido da direita"	Meme/Viral
"Eliana nunca fez um pix sozinha (refere à notícia que o marido faz o pix por ela)"	Meme/Viral
"Bruno Mars parece que não vai embora do Brasil (pois ele ficou muito tempo no país)"	Meme/Viral
"Indignada, torcedora do Flamengo reclama 'que xou do Tite é esse?'"	Meme/Viral
"Clima de SP é o 2º pior, perde para o da Seleção Brasileira"	Meme/Viral
"Elon Musk tenta driblar Xandão e leva cartão vermelho"	Meme/Viral
"Twitter acabou"	Meme/Viral
"X volta para brasileiros e promete que dessa vez vai ser diferente"	Meme/Viral
"Dia das crianças - dia do cabelo maluco"	Meme/Viral
"Elon Musk paga dívida e o X volta a funcionar no Brasil"	Notícia
"Filme novo do Curinga com a Lady Gaga"	Notícia
"Fernanda Montenegro faz 95 anos"	Notícia
"P. Diddy é preso, crise em Hollywood"	Notícia
"Crianças não podem mais usar celular nas escolas"	Notícia
"Furacão Milton"	Notícia

"Céu de São Paulo fica cinza por causa dos poluentes"	Notícia
"Calor, primavera igual verão"	Notícia
"Fim do mundo - aquecimento/calor/queimadas"	Notícia
"Governo quer volta do horário de verão, mas é verão o ano todo"	Notícia
"Apagão de energia em São Paulo"	Notícia
"Programação do ano novo de Copacabana"	Notícia
"Balão dirigível do time de futebol São Paulo caiu"	Notícia
"Influencer casa com ela mesma e se divorcia porque foi traída"	Notícia Ficcional
"Vencedora do miss ppk 2024 da dica 'não deixem a ppk cair'"	Notícia Ficcional
"Chat GPT ganha o nobel de literatura 'ta todo mundo escrevendo nele'"	Notícia Ficcional
"Robos aspiradores são hackeados e insultam donos"	Notícia Ficcional
"Homem é mordido por seu próprio cachorro após harmonização facial"	Notícia Ficcional
"Astronauta toca violino no espaço porque em casa os filhos não deixam"	Notícia Ficcional
"Boninho saiu do BBB e da Globo (referência a apertou o botão do BBB)"	Viral
"Thiago Fragoso polêmica 'não pode ter homem hétero e branco nas produções'"	Viral
"Cantora Iza volta com o ex"	Viral
"Flávia Alessandra e Otaviano Costa - relacionamento aberto"	Viral
"Celebidades que vão ser pais - ênfase em Nicholas Prates e Sabrina Sato"	Viral
"Deolane sai e volta para a prisão"	Viral
"Celebidades sendo presas - Deolane e Gustavo Lima"	Viral
"Rock in Rio sem rock (dia de sertanejo)"	Viral

Fonte: Tabela elaborada pela autora

Dessa maneira, a análise do quadro 3 mostra que o meme não atua como um recurso ocasional, mas como a lógica principal de construção do humor do *Plantananã*. Ao longo dos cinco episódios analisados, é observado que grande parte das piadas depende da ativação de referências da cultura dos memes, especialmente relacionados a conteúdos virais que circularam nas redes sociais.

Assim, mais do que apenas citar os memes, o *Plantananã* utiliza essa lógica memética ao ressignificar os sentidos e acionar as memórias coletivas e referências. Em vez de recorrer a extensas contextualizações ou desenvolvimentos lineares, o quadro adota uma narrativa ágil. O apresentador Carlinhos articula frases breves e dinâmicas, operando sob a premissa de um pacto de leitura prévio com o telespectador, que é convidado a preencher os sentidos da pauta a partir do seu próprio repertório digital. Para compreender como isso funciona na prática, foram selecionados exemplos representativos de como o quadro cita e apropria de memes ao longo das exibições.

Ao abordar os acontecimentos da semana, Carlinhos Avelar menciona assuntos distintos sobre celebridades com a fala: “Nicolas Prattes parou de copular para fazer remake de Pescador Parrudo sem camisa cheia de libido. E por falar em libido, a Virgínia pariu o 14º neto do Leandro e Leonardo e já tá toda sarada de novo. Tá, tá, tá, tá, tá. E é uma confusão que ninguém sabe quem é tio, quem é primo, quem é filho”. O comentário se inicia com a referência ao ator Nicholas Prattes, cuja imagem pública estava associada à exposição do corpo e à sensualização, tanto em suas redes sociais pessoais, quanto do seu personagem em “Mania de Você” (FIG. 10). A expressão “Pescador Parrudo sem camisa cheia de libido” não descreve o papel que interpretava, mas o meme direcionado ao padrão adotado pelo ator, baseado na percepção dessa característica em suas aparições, em contraste com outros personagens de novela que possuem a mesma característica.

Figura 10 - Carlinhos menciona Nicholas Prattes e Mania de você



Fonte: Captura de tela elaborada pela autora

Nesse cenário, Carlinhos utiliza a expressão “e por falar em libido” como uma ponte associativa, deslocando o comentário para o universo da influenciadora Virgínia Fonseca.



Fonte: Captura de tela elaborada pela autora

Essa piada não é explicada nem reconstruída no programa, ela se sustenta no meme e na suposição de que o público já conhece o contexto e reconhece a ironia de Carlinhos ao falar sobre a pauta. O *Plantananã*, assim, se apropria de um discurso memético já existente na internet, transformando em uma frase curta que funciona como comentário humorístico e resume o debate daquela semana.

Outro caso, citado no mesmo domingo, foi o “Pé de Holandesa”, porém, o meme surge como uma adaptação feita pelo quadro. A piada original surgiu e se popularizou na rede social digital X (ex-Twitter) com o nome “Pé de Chinesa”, uma novela fictícia da Globo. Desde o final de agosto de 2024, a novela ganhou repercussão na rede social, tornando-se um dos principais assuntos nos *trending topics*. O grande alcance e a repercussão fizeram da novela uma criação colaborativa entre os usuários do X que, durante semanas, contribuíram com novos elementos para dar veracidade aos capítulos de Pé de Chinesa, com a elaboração de abertura por inteligência artificial, trilha sonora, pôsteres, nomes de personagens e a sugestão de um elenco composto por artistas reais.

No entanto, quando Carlinhos adapta o meme e ironiza: “E o céu tá mais branco que o discurso do Thiago Fragoso. Será que ele vai ser escalado para a novela Pé de Holandesa? Ninguém sabe, ninguém viu, ninguém sabe” (FIG. 12), Carlinhos Avelar não apenas incorpora o meme, mas o reconfigura. A fala dialoga com a repercussão negativa de declarações públicas do ator Thiago Fragoso, debatidas nas redes sociais, nas quais ele sugeria que existe uma exclusão de homens brancos heterossexuais da teledramaturgia, já que,

segundo o ator¹⁶ “Não pode mais ter homem branco hetero nas novelas”. Nesse contexto, o “Pé de Holandesa” funciona como um comentário irônico sobre a branquitude associada ao discurso do ator.

Figura 12 - Carlinhos ironiza o discurso de Thiago Fragoso



Fonte: Captura de tela elaborada pela autora

Novamente, a piada se constrói pela associação rápida entre a polêmica, a figura pública envolvida e a lógica do meme já conhecida pelo público, sem a necessidade de explicitação do debate. Assim, o humor está na forma ácida em que o quadro reduz o debate complexo sobre representatividade, identidade e mercado televisivo, a um único comentário.

Além disso, o *Plantananã* também mobiliza a linguagem dos memes para promover a própria emissora em que está inserida e a sua programação, essa estratégia se torna evidente quando, ao divulgar o reality show *Estrela da Casa*, o quadro associa a informação a um meme popular nas redes sociais, a respeito do cantor Naldo Benny. No CG exibido, está escrito: “Naldo Benny está articulando a visita do Papa Francisco ao Estrela da Casa” (FIG. 13), legenda reforçada pela fala de Carlinhos Avelar: “não sei o que que você quer lá que o Will Smith comeu o bolo da padaria do Luciano Huck e tananina. E quem trouxe ele para o Brasil foi o Naldo Benny, que é aleatório.”

Figura 13 - Carlinhos brinca sobre a amizade de Will Smith e Naldo Benny

¹⁶ A notícia pode ser encontrada em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2024/09/nao-pode-mais-ter-homem-hetero-branco-nas-novelas-afirma-thiago-fragoso.shtml>



Fonte: Captura de tela elaborada pela autora

Dessa vez, o humor é baseado em um meme no qual Naldo Benny é reconhecido por narrar histórias fantasiosas e exageradas sobre suas supostas conexões e intimidade com celebridades globais, como Chris Brown e Will Smith. Trata-se de um repertório debochado pelo público, que associa o cantor a relatos improváveis e exagerados. A piada realizada pelo *Plantananã* funciona porque se mantém coerente com a lógica desse meme, já que, no universo das redes sociais, seria plausível que Naldo afirmasse estar articulando a vinda do Papa Francisco para um *reality show* da Globo, ainda que parecesse mentira. Dessa forma, a piada depende do reconhecimento prévio do padrão de falas estabelecidas pelo cantor e aproveita para divulgar um produto da emissora, sem precisar fazer uma chamada promocional, baseando-se no humor pelo uso do meme e fazendo com que o riso anteceda o reconhecimento do caráter publicitário da notícia.

Uma lógica semelhante de apropriação ocorre em outros momentos, como por exemplo, quando o *Plantananã* estrutura tanto a fala de apresentação “Eu sou Carlinhos Avelar e tô aqui no Fantástico. Que show da vida é esse? Que show da vida é esse?” (FIG. 14), quanto a notícia no CG “Indignada, torcedora do Flamengo reclama ‘que xou do Tite é esse?’” (FIG. 15), baseada no meme “Que Xou da Xuxa é esse?”. Essa frase surgiu de uma criança frustrada por não conseguir entrar no programa “Xou da Xuxa”, em 1988, após horas de espera. O vídeo desse momento, retirado do documentário “Pra sempre Paquitas”, lançado em setembro de 2024, viralizou, e a fala se tornou um meme que reforça a indignação. Quando o âncora aborda o meme no primeiro caso, faz uma referência ao slogan do *Fantástico - Show da Vida*, sendo o meme transformado no bordão e aproveitado para se autopromover. Já em relação a notícia sobre o Flamengo, se refere à sequência de derrotas que

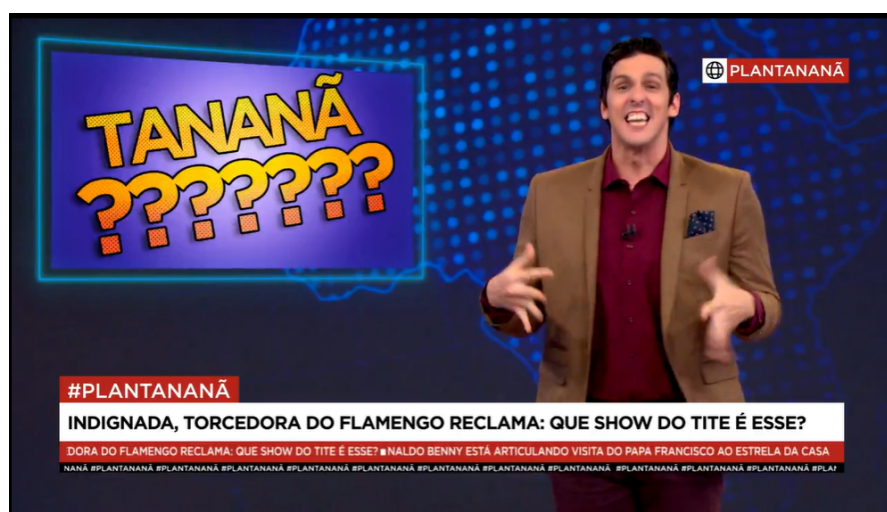
o time vinha sofrendo no comando do Tite na época, de modo que, a piada assume o sentido do meme original, canalizando a frustração e a indignação da torcida diante dos resultados negativos.

Figura 14 - Carlinhos usa o meme “que xou da xuxa é esse?”, substituindo por “que xou da vida é esse?”



Fonte: Captura de tela elaborada pela autora

Figura 15 - A legenda com o trocadilho “que xou da xuxa é esse?”, substituindo por “que xou do tite é esse?”



Fonte: Captura de tela elaborada pela autora

Portanto, o *Plantananã*, ao incorporar os memes como lógica de humor no quadro, estabelece as noções abordadas por Chagas (2021), apresentadas no capítulo 2.2, de modo que, além de reafirmar suas conclusões em “Da memética aos memes de internet: uma revisão da literatura”, na qual nota que “a linguagem dos memes tem sido incorporada pelas campanhas políticas e utilizada na televisão, em programas de auditório e sátira jornalística, e, em muitos aspectos, se amalgamou às subculturas juvenis” (Chagas, 2021, p. 14), o quadro

também se insere na definição de Shifman (2014) citado por Chagas (2021), que entende o meme como um:

O meme de internet é um grupo de itens digitais que compartilham características comuns em sua forma, conteúdo, e postura, que foram criados com ciência um do outro, e foram postos em circulação, imitados e/ou transformados através da internet por diferentes usuários. (Shifman, 2014 *apud* Chagas, 2021, p. 10)

Logo, como a análise deste eixo demonstrou, o *Plantananã* exemplifica essa atuação em todos os cinco episódios, ao identificar os itens virais e com potencial de meme, os imitar e os transformar em uma nova piada.

Considerações finais

A partir do problema central, compreender de que maneira a linguagem do humor e dos memes ressignifica a informação jornalística no *Plantananã* e estabelece novos pactos com o público, a pesquisa buscou analisar o quadro enquanto um produto do infotainment, em um contexto no qual a cultura digital e a circulação memética exercem influências sobre o produto. Metodologicamente, o trabalho adotou uma abordagem qualitativa, utilizando os cinco episódios do *Plantananã* como estudo de caso por meio de revisão bibliográfica e análise de conteúdo e discursiva dos elementos narrativos e estéticos do quadro.

Os principais autores estudados para essa articulação teórica foram Jost (2004), para a discussão dos gêneros televisivos e dos pactos de leitura, Martín-Barbero (1997), na abordagem das mediações culturais, Gomes (2009) e Jaguaribe (2007), no debate sobre linguagem televisiva e narrativas contemporâneas, Dejavite (2001 - 2007), na fundamentação do conceito de infotainment, Wolf (2003), Silva (2005) e Ortells-Badenes (2014), para o entendimento dos critérios de noticiabilidade, Aucar (2013), Silva (2005) e Dion (2007), nas reflexões sobre humor e estratégias discursivas, além de Bruno (2019), Chagas (2021) e Reis (2023), para a compreensão da cultura digital, da circulação dos memes e de suas implicações na produção de sentidos no jornalismo contemporâneo.

Dessa forma, a análise foi estruturada considerando três eixos analíticos que orientam a interpretação da questão central. O primeiro eixo trata de como o humor do quadro se constrói a partir da tensão com real, operando em um cenário de hibridização dos gêneros televisivos. Identificou-se que o gênero atua como uma estratégia de comunicabilidade capaz de orientar a experiência do telespectador em relação ao conteúdo apresentado. Nesse contexto, o quadro transforma convenções estabelecidas do plantão jornalístico tradicional, como os recursos do estúdio, do figurino formal, vinhetas e sirenes, para um tom humorístico e voltadas para o entretenimento. Desse modo, o quadro reorganiza as expectativas e o modo de leitura, ativando a competência cultural do público, que reconhece o *Plantananã* como uma paródia e aceita o pacto com o lúdico. Ao compreender que as notícias são apresentadas em tom de piada, por meio de ironias, trocadilhos e exageros do Carlinhos Avelar, o telespectador também é convocado a mobilizar uma leitura intertextual, uma vez que a compreensão do humor depende do reconhecimento prévio das notícias às quais o apresentador faz referência.

No segundo eixo, focado nos critérios de noticiabilidade do *Plantananã*, a pesquisa mostrou que o quadro inverte a lógica jornalística tradicional, priorizando pautas de interesse e baseadas na circulação prévia na internet e viralização, em detrimento a pautas de importância, relacionadas ao interesse público. Nesse viés, elevando o trivial e os *fait divers* ao status de notícia. Dessa forma, no contexto do infotimento, o valor-notícia no *Plantananã* está ligado à capacidade do acontecimento de ser reconhecido, associado e ressignificado como piada, reforçando uma lógica de seleção orientada pelo comentário cômico de Carlinhos sobre o que já circulou. Essa dinâmica faz com que o humor do *Plantananã* esteja diretamente ligado ao contexto de exibição, de modo que as piadas funcionam a partir das referências do momento em que o quadro vai ao ar. Com o passar do tempo, à medida que esses acontecimentos deixam de estar em evidência, as piadas tendem a ser menos eficazes.

Já o terceiro eixo, que compreende como a estética do meme é incorporada, indica que o meme organiza a lógica do *Plantananã* e estrutura a construção do humor do quadro. Isso ocorre porque a narrativa é apresentada de forma fragmentada e acelerada, funcionando de maneira semelhante a uma *timeline* das redes sociais, na qual os temas são citados e retomados continuamente. Além disso, o quadro constrói sua narrativa por meio de referências a memes, conectando as notícias a imagens, bordões e situações que já tinham sido memetizadas no ambiente digital. Nesse processo, o infotimento demonstra a transformação do próprio gênero televisivo, evidenciando a influência da cultura digital na forma como o *Plantananã* organiza sua narrativa e constrói sentidos.

Portanto, a inserção do *Plantananã* no *Fantástico* demonstra como a televisão tem se reinventado ao absorver linguagens próprias das plataformas digitais como forma de manter sua relevância no cenário midiático contemporâneo. Ao incorporar o humor a partir da lógica dos memes, o quadro ressignifica a informação jornalística e estabelece novos pactos com o público, baseados no reconhecimento, na cumplicidade interpretativa e na ativação de repertórios compartilhados. Nesse processo, o infotimento e a estética memética reorganizam o discurso jornalístico e redefinem a relação entre televisão e audiência, fazendo com que o humor assuma um papel central na mediação da informação e na tradução de acontecimentos já conhecidos para os modos contemporâneos de consumo midiático.

Por fim, ao abordar o *Plantananã* como objeto de análise, a pesquisa contribui para a compreensão das transformações recentes do jornalismo televisivo, evidenciando como a

influência da cultura digital redefine gêneros, formatos e critérios de noticiabilidade. Ainda que o estudo se concentre em um quadro específico, as reflexões desenvolvidas apontam para um movimento mais amplo de adaptação do jornalismo às dinâmicas de circulação, reconhecimento e engajamento que atravessam a comunicação na atualidade, reforçando a necessidade de pensar o jornalismo para além de seus modelos clássicos.

Referências Bibliográficas

- AUCAR, Bruna Santana. Isto é... Fantástico: televisão, revista eletrônica e consumo no Brasil. 2013. Tese (Doutorado em Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/colecao.php?strSecao=resultado&nrSeq=21174&idi=1>. Acesso em: 2 jul. 2025.
- BERNARDI, Paulo Egídio; SILVA, Gabriel Ferreira da. O interesse público do jornalismo. Revista Iniciacom, Belo Horizonte, v. 8, n. 3, p. 1-8, 2019. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/iniciacom/article/download/3216/pdf/8325>. Acesso em: 11 jul. 2025.
- BRUNO, Marina Lima. Humor como fonte de informação no programa Greg News. Revista Científica Multidisciplinar UNIFLU, v. 4, n. 1, p. 205-223, 2019. Disponível em: <https://www.revistas.uniflu.edu.br/seer/ojs-3.0.2/index.php/multidisciplinar/article/view/201>. Acesso em: 17 jun. 2025.
- CHAGAS, Viktor. Da memética aos memes de internet: uma revisão da literatura. BIB - Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais, [S. l.], n. 95, 2021b. Disponível em: <https://bibanpocs.emnuvens.com.br/revista/article/view/119>. Acesso em: 11 jul. 2025.
- DEJAVITE, Fabia Angélica. A notícia light e o jornalismo de infotenimento. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007, Santos. Anais [...]. Santos: Intercom, 2007. p. 1-15. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r1472-1.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2025.
- DEJAVITE, Fábila Angélica. O poder do fait divers no jornalismo: humor, espetáculo e emoção. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 24., 2001, Campo Grande. Anais [...]. Campo Grande, MS: Intercom, 2001. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/95531831334633995496460869458986933076.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2025.
- DIAS, Milene Aparecida Felício. Análise descritiva sobre os gêneros e formatos do programa “Fantástico”. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade do Sagrado Coração, Bauru, 2017. Disponível em: <https://repositorio.unisagrado.edu.br/jspui/bitstream/handle/1897/1/Analise%20descritiva%20sobre%20os%20generos%20e%20formatos%20do%20programa%20fantastico.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2025.
- DION, Sylvie. O “fait divers” como gênero narrativo. Rio Grande: Fundação Universidade Federal do Rio Grande, 2007. Disponível em: <https://repositorio.furg.br/bitstream/handle/1/2314/O%20%e2%80%9cfait%20divers%e2%80%9d%20como%20g%c3%aanero%20narrativo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 10 jul. 2025.
- DUARTE, Elizabeth Bastos. Televisão: metodológicos. Porto Alegre: Sulina, 2004. Acesso em: 13 jun. 2025.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Televisão: entre gêneros, formatos e tons. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007, Santos. Anais [...]. Santos: Intercom, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r0399-1.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2025.

FECHINE, Yvana; FIGUEIRÔA, Ana Claudia. Cinema e televisão no contexto da transmediação. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (org.). História da Televisão no Brasil. São Paulo: Editora Contexto, 2010. p. 281–311. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/2239/pdf/0?code=p6tbxYrh2mziwUukNWunnYzle1e6jMBQtnMI7pye5CxExl4jq/P/0xaHchpgwZUO9ciG/IELA/zMMZ2vqh72VA==#>. Acesso em: 11 jun. 2025.

FECHINE, Y. Gêneros televisuais: a dinâmica dos formatos. Revista Symposium, v. 5, n. 1, p. 14-26, 2001. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/3195/3195.PDF>. Acesso em: 13 jun. 2025.

FERNANDES, Euclécio Alves. A evolução da comunicação impactada pela tecnologia. Ideias e Inovação - Lato Sensu, [S. l.], v. 3, n. 2, p. 93–102, 2016. Disponível em: <https://periodicosgrupotiradentes.emnuvens.com.br/ideiaseinovacao/article/view/2973>. Acesso em: 11 jun. 2025.

FERRARI, Aila Wayhs. Programa Patrola: análise dos critérios de noticiabilidade, o uso do infotainment e a identificação com o público jovem. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2012. Disponível em: <https://decom.ufsm.br/tcc/files/2013/06/aila.pdf>. Acesso em: 14 out. 2025.

FRANÇA, V. A televisão porosa: traços e tendências. In: FREIRE FILHO, J. (Org.). A TV em Transição. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 27-52. Acesso em: 10 jun. 2025.

GOMES, Luana. É Fantástico! Gênero e modos de endereçamento no telejornalismo show. In: GOMES, Itania Maria Mota (org.). Gênero televisivo e modos de endereçamento no telejornalismo [recurso eletrônico]. Salvador: EDUFBA, 2011. p. 263–282. Disponível em: <https://static.scielo.org/scielobooks/9wgnc/pdf/gomes-9788523211998.pdf#page=264>. Acesso em: 24 jun. 2025.

GOMES, Itania Maria Mota. O infotainment e a cultura televisiva. In: FREIRE FILHO, João; BORGES, Gabriela (Org.). A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 195-221. Disponível em: <https://tracc-ufba.com.br/wp-content/uploads/2016/10/TC-IG-05.pdfhttps://tracc-ufba.com.br/wp-content/uploads/2016/10/TC-IG-05.pdf>. Acesso em: 13 jun. 2025.

JOST, François. Seis lições sobre televisão. Porto Alegre: Sulina, 2004. Acesso em: 14 jun. 2025.

LIMONDRE, Leticia; BRAZ, Vânia; SORIANO, Filipe. Infotainment (informação e entretenimento) no jornalismo. In: ENCONTRO LATINO AMERICANO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 15.; ENCONTRO LATINO AMERICANO DE PÓS-GRADUAÇÃO, 11., 2011, São José dos Campos. Anais [...]. São José dos Campos: Universidade do Vale do Paraíba, 2011. Disponível em: https://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2011/anais/arquivos/0143_0922_01.pdf. Acesso em: 17 jun. 2025.

NEVES, Loreena Cordeiro. A politização no programa Greg News e a crítica aos valores da extrema-direita bolsonarista (2017-2022). Mariana, 2024. Disponível em: <https://www.repositorio.ufop.br/items/b37a3bec-3c8b-4acc-9815-9171e17ca231>. Acesso em: 13 jun. 2025.

MAIA, Jussara P. Programas de variedades na TV e entretenimento: investigando o rastro dessas relações. In: CONGRESSO DE LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN (ALAIC), 12., 2014, Lima. Anais [...]. Lima: PUCP, 2014. p. [1 - 18]. Disponível em: <https://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/GT11-Jussara-P.pdf>. Acesso em: 08 jul. 2025

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997. Disponível em: <https://notamanuscrita.com/wp-content/uploads/2014/08/jesus-martin-barbero-dos-meios-as-mediacao3a7c3b5es.pdf>. Acesso em: 30 out. 2025.

MENDES, Conrado Moreira. Fait divers, um gênero do discurso. REECORTE – revista eletrônica, Três Corações, MG, v. 11, n. 1, p. 1-14, jan./jun. 2014. Disponível em: <http://periodicos.unincor.br/index.php/recorte/article/view/1494>. Acesso em: 10 jul. 2025.

MILLER, T. A televisão acabou, a televisão virou coisa do passado, a televisão já era. In: FREIRE FILHO, J. (Org.). A TV em Transição. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 9-26.

MORAES, Heloisa Juncklaus Preis. Informação e espetáculo: análise dos gêneros jornalísticos exibidos no programa Fantástico. Vozes e Diálogo, Itajaí, v. 11, n. 1, 18 set. 2012. Disponível em: <https://periodicos.univali.br/index.php/vd/article/view/3175>. Acesso em: 15 jun. 2025.

GRUDA, Mateus Pranzetti Paul. UMA ANÁLISE DO DISCURSO DO HUMOR. Travessias [en linea]. 2011, 5(1), 747-760[fecha de Consulta 12 de julho de 2025]. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=702078558045>

OLIVEIRA, Ana Claudia de. Fait divers na resignificação da vida. CASA, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 115-132, dez. 2012. Disponível em: https://www5.pucsp.br/cps/downloads/biblioteca/fait_diversconto_chines_casa.pdf. Acesso em: 11 jul. 2025.

ORTELLS-BADENES, Sara. Los criterios de noticiabilidad periodística en los programas de infoentretenimiento. Textual & Visual Media, n. 7, p. 207-220, 2014. Disponível em: <https://textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/article/download/90/73>. Acesso em: 12 set 2025.

PRADO, Luiz. Os 70 anos da TV no Brasil: política, realismo e narrativa da nação. Jornal da USP, 18 set. 2020. Cultura. Disponível em: <https://jornal.usp.br/cultura/os-70-anos-da-tv-no-brasil-politica-realismo-e-narrativa-da-nacao/>. Acesso em: 11 jun. 2025.

REIS, Samira Adriano. ISSO A GLOBO NÃO MOSTRA: a remixagem e o meme como opinião política no Fantástico. 2023. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/66734>. Acesso em: 10 jul. 2025

ROCHA, Everardo; AUCAR, Bruna. Fantástico, o show da vida: televisão, convergência e consumo. Alceu, Rio de Janeiro, v. 11, n. 22, p. 43–60, jan./jun. 2011. Disponível em: <https://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/Artigo3%20Everardo%20Rocha%20e%20Bruna%20Aucar%20-%20pp%2043-60.pdf>. Acesso em: 24 jun. 2025.

ROCHA, Simone Maria. Como a noção de gênero televisivo colabora na interpretação das representações? Proposta metodológica de análise integrada. In: GOMES, Itania Maria Mota (Org.). Televisão e realidade. Salvador: EDUFBA, 2007. p. 267-292. Disponível em: <https://static.scielo.org/scielobooks/b3jpx/pdf/gomes-9788523208806.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2025.

SEIXAS, Lia Fonseca; ALVES, Jussara Borges. Do que se trata noticiabilidade. Intexto, Porto Alegre, n. 38, p. 157-172, jan./abr. 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583201738.157-172>. Acesso em: 11 dez. 2025.

SILVA, Ana Clara de Castro. O discurso informativo por trás do entretenimento: estudo das características do fait divers do programa Fantástico. 2010. 77 f. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Curso de Comunicação Social, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2010. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1806/2/20512934.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2025.

SILVA, Fernanda Mauricio. Talk show: um gênero televisivo entre o jornalismo e o entretenimento. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília, v. 12, n. 1, p. 1-16, jan./abr. 2009. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/289/315>. Acesso em: 08 jul. 2025

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. Sociologia do Jornalismo, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 95-107, 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2091>. Acesso em: 10 jul. 2025.

SERELLE, Marcio. A televisão como meio híbrido no pensamento de Raymond Williams. Significação: Revista de Cultura Audiovisual, São Paulo, v. 43, n. 45, p. 187-199, ago. 2016. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/6097/609766519011.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2025.

SEQUEIRA, Priscila Chagas Ribeiro. Jornalismo de humor no Brasil e o programa Custe o que Custar (CQC). 2011. 75 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Habilitação em Jornalismo) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/3160>. Acesso em: 11 jul. 2025.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Lisboa: Editorial Presença, 2003. Disponível em: <https://www.inovaconsulting.com.br/wp-content/uploads/2016/09/teorias-da-comunicacao-by-mauro-wolf.pdf>. Acesso em: 7 out. 2025.