
Credibilidade Fora das Telas: a Inter(ação) do Jornalista nas Redes¹

Ana Luiza TOSTES²

Iluska COUTINHO³

Universidade Federal de Juiz de Fora, UFJF

Resumo: partindo de uma pesquisa de Iniciação Científica acerca da credibilidade do jornalismo, em hipótese renovada no presente pela existência de relação próxima entre público e jornalista, o presente artigo busca apresentar como as interações dos jornalistas nas redes sociais ajudam a reforçar ou não o papel que o jornalista exerce enquanto está na televisão. Tomando como recorte temático as redes sociais da jornalista Julia Duailibi nos meses de maio e junho e utilizando como metodologia a “Análise da Materialidade Audiovisual” (COUTINHO, 2018) e do “Telejornalismo como lugar de referência” (VIZEU, 2009), busca-se questionar como tais interações ajudam a reforçar a credibilidade do jornalista no meio em que ele está inserido e como os conteúdos publicados por Júlia se relacionam com as notícias apresentadas pela mesma nos programas em que apresenta.

INTRODUÇÃO

Durante muito tempo, o (tele)jornalismo detinha de uma “orientação estruturada” (HACKETT, 1993), para que este fosse o mais objetivo possível, sem lacunas de interação entre o jornalista e o público durante os telejornais. A referência observada era justamente uma isenção do jornalista para que se mantivesse um “ritual estratégico” a ser utilizado (TUCHMAN, 1999), onde os fatos deveriam falar por si mesmo, sem que o jornalista emitisse alguma opinião. Isso não ocorria com o fim de preservar a defesa de um jornalismo imparcial ou como este ocupando o papel de

¹ Trabalho apresentado no Intercom Júnior – IJ 01 Jornalismo- evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado de 4 a 8 de setembro de 2023

² Estudante do Curso de Jornalismo - Integral, Universidade Federal de Juiz de Fora. Bolsista PIBIC (CNPq), integrante do NJA - Núcleo de Estudos em Jornalismo e Audiovisual. ana.tostes@estudante.ufjf.br

³ Orientadora do trabalho. Professora e Coordenadora do Curso de Jornalismo (FACOM-UFJF) e coordenadora do NJA - Núcleo de Estudos em Jornalismo e Audiovisual. iluskacoutinho@ufjf.br

“espelho do real” (JOST, 2010), mas sim, como uma estratégia para evitar que estes profissionais sofressem críticas e ataques durante o exercício da sua profissão.

Porém, a ideia da imparcialidade e da isenção de contato com o público passou a ficar tensionada com o aumento crescente das redes sociais, espaços de circulação de vídeos e publicações de mensagens informais. Nestes espaços, os jornalistas passam a atuar como cidadãos e cidadãs para evidenciarem as suas experiências muito além do campo profissional. Eles passam a deixar de lado as suas rotinas produtivas fechadas e a se inserirem mais frequentemente nas interações com o público, que se mostra bastante assíduo no contato com os jornalistas fora dos espaços de televisão. Ao buscar no telejornalismo um espaço semelhante ao de amigos e família (VIZEU, 2009), abre-se espaço para maiores aproximações com os (tele) jornalistas fora das telas e indo ao encontro das redes sociais, locais onde os mesmos sentem-se mais abertos nas interações.

Percebe-se que as tecnologias provocaram uma mudança significativa no consumo das redes pelos jornalistas (MARANHÃO, 2014). Elas passam a construir novos espaços de interação, onde estes compartilham com mais frequência notícias que vão muito além das suas rotinas produtivas, como é o caso da jornalista Julia Duailibi, personagem escolhida para análise por interagir na disseminação de conteúdos informativos ao mesmo tempo em que interage de forma descontraída no ambiente digital.

Por meio do método da “Análise da Materialidade Audiovisual” (COUTINHO, 2018) juntamente com uma análise empírica, busca-se no artigo compreender a relação da jornalista Júlia Duailibi “entre telas”, tensionando além das postagens no twitter, vídeos da profissional disponíveis na plataforma Globoplay. Para a interpretação do recorte empírico, recorre-se ao conceito de “Dramaturgia do Telejornalismo” (COUTINHO, 2012), colocando em destaque os papéis desempenhados pela jornalista e seu público nas tramas informativas da segunda década do século XXI. Além disso, busca-se relacionar esse recorte particular ao processo macro de mudanças nas formas de reforço e estabelecimento da credibilidade, que tem sido objeto de pesquisa no âmbito do NJA, Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (COUTINHO, 2022).

AS NOVAS FORMAS DE INTERAÇÃO DOS JORNALISTAS COM O PÚBLICO

As novas formas de interação dos jornalistas nas redes acabam por desencadear novos espaços possibilitados pelo contato mais frequente com o público. Com isso, acaba-se por gerar redes de interação entre pessoas que possuem um interesse em comum, seja a admiração por um jornalista ou pelas suas atitudes e comentários frente à tv. A organização destas redes foram denominadas *fanpages*, ou seja, páginas de fãs.

Alguns jornalistas, por possuírem uma interação mais abrangente nas redes sociais, detêm de mais de uma página de fãs, como é o caso da jornalista apresentadora do “GloboNews Mais”, Julia Duailibi, que também é comentarista de política e economia na GloboNews. Júlia, personagem selecionada para a análise neste artigo, utiliza muito a rede social Twitter², que possui como característica marcante a rápida troca de informações em conteúdos chamativos e viabilizada por meio de textos curtos.

Em seu perfil, ela possui 255.4 seguidores, segue 1.921 contas e participa da rede social desde 2009.² Ele é organizado a partir de uma fotografia da jornalista séria e uma imagem de capa com um registro fotográfico em preto e branco do Palácio do Planalto. Este é assim apresentado como espaço em que Júlia transita e a que tem acesso como jornalista, o que acaba por reforçar ainda mais a ideia de figura credível que lhe é oferecida. Na sua biografia, espaço que contém algumas informações sobre como ela se apresenta na plataforma, contém a seguinte frase: “Comentarista de política e economia da GloboNews.”

² Rede social que recentemente foi renomeada para “X” em 2023

³ Dados retirados do dia 09/08/2023, às 16:57



Figura 1: capa do twitter de Julia Duailibi; disponível em: <https://twitter.com/juliaduailibi>

INTERAÇÃO NAS REDES

No Twitter, Julia interage diretamente com o público em diversos momentos, seja para falar de assuntos extra-jornalismo ou das rotinas produtivas nos programas em que apresenta. Um nicho que cerca em maior proporção a sua atenção são os dos seus fãs-clubes, que buscam estar frequentemente em contato com a jornalista. Eles ajudam nas divulgações do programa que ela apresenta (GloboNews Mais), e publicam o link das matérias feitas por ela. Os perfis acabam também postando fotos elogiando a apresentadora e compartilham memes da mesma, o que contribui para que seja um conteúdo que dê visibilidade a Júlia ao mesmo tempo em que se tem uma interação descontraída nas páginas.

Partindo do método da “Análise da Materialidade Audiovisual” (COUTINHO, 2018), busca-se observar as interações da jornalista na rede social Twitter e como elas contribuem para a sua credibilidade enquanto figura credível de informação. A autora busca, ao escrever determinado método, a compreensão e identificação de recursos audiovisuais que vão além da construção de elementos textuais, mas também do que ela chama de paratextos, que seriam elementos que ajudam a compor a narrativa, como os contextos de produção e veiculação das mensagens, os enquadramentos e recortes utilizados. Analisaremos, portanto, os conteúdos disseminados no Twitter de Julia Duailibi (@juliaduailibi) nos meses de maio e junho de 2023.

No mês de maio, a jornalista republicou conteúdos em que era mencionada no Twitter da GloboNews (@GloboNews) a respeito das suas matérias que iam ao ar, e do programa em que apresenta, o “GloboNews Mais”, que vai ao ar de segunda a sexta, às 16h e tem como principal pauta as notícias mais importantes do dia na política e na economia. Duailibi também fez o uso de republicar as notícias dadas por seus colegas jornalistas no seu perfil, além de escrever pequenas notas na página sobre notícias que detinham de alguma informação urgente apurada pela mesma. No dia 2 de maio de 2023, às 15:39 da tarde, no contexto de anúncios feitos por plataformas digitais contra a aprovação da PL das Fake News³, ela publicou, com exclusividade, a seguinte informação: “ATT: Alexandre de Moraes pede à PF que ouça em 5 dias os presidentes da Meta, Google, Spotify e Brasil Paralelo para apurar se houve abuso de poder econômico ou "ilícita contribuição com a desinformação" na operação recente das big techs contra o PL das Fakenews”. Mais tarde, às 15: 49 da tarde, ela atualizou a nota dando um retweet e escrevendo: “Moraes também manda retirada em até 1 hora de todos conteúdos e ataques ao PL 2630 e pede que Google e Meta apontem e expliquem os métodos e algoritmos de impulsionamento às buscas sobre o PL”.

Além disso, durante o mês, ela fazia as suas próprias chamadas do programa “GloboNews Mais” no Twitter. Ela escrevia, de forma chamativa, um breve resumo sobre os principais assuntos que o programa iria apresentar que envolvesse as notícias do dia. Quando foi anunciada a nova embaixadora do Brasil nos EUA, no dia 11 de maio de 2023, Julia postou uma manchete escrito: “Liga na @GloboNews que estamos chegando” e dois emojis de fogo, para reforçar o tom chamativo da rede social. Logo após, no mesmo post, existia uma breve chamada que continha a frase “ Entrevista exclusiva com Maria Luiza Viotti, nova embaixadora do Brasil nos EUA”. Esses conteúdos eram de grande alcance, com uma média de 100 curtidas e com uma visibilidade muito grande: alguns alcançaram 8 mil visualizações na plataforma, e outros 61 mil visualizações, contribuindo para a disseminação de notícias credíveis em uma plataforma de grande acesso.

³ PL 2.630/2020. Acesso em: <https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2256735>



Figura 2: nota publicada no Twitter de Julia Duailibi @juliaduailibi. Acesso em: <https://twitter.com/juliaduailibi/status/1653469241759154185>



Figura 3: notícia publicada no Twitter de Julia Duailibi @juliaduailibi . Dados retirados do dia 09/08/23, às 17:20. Acesso em: <https://twitter.com/juliaduailibi/status/1659634492225495055>

Importante ressaltar que, neste mesmo mês, ao mesmo tempo em que eram (re)publicados esses determinados conteúdos informativos, ela também detinha de uma interação descontraída com o público. A jornalista indicava podcasts no seu perfil e interagia com seus fãs-clubes por meio de risadas, emojis e interações descontraídas. Em um desses momentos, um dos seus fãs-clubes, no dia 10 de março de 2023, publicou uma foto da jornalista rindo com a seguinte frase: “eu tô rindo demais da Julia falando uerj, tadinha.” Duailibi riu na postagem e ainda respondeu “UÉÉÉRGÍ”, como se estivesse rindo do jeito que ela mesma estava falando, demonstrando maior proximidade com a página.

Além disso, quando era mencionada por meio do seu perfil ou pelas *hashtags*, respondia elogios do público em relação ao programa que apresenta e também interagia com outros fcs, como o “@fcpapodepolitica”, destinado ao programa sobre política e economia, “Papo de Política”, que vai ao ar na GloboNews, emissora em que trabalha. No dia 12 de março de 2023, o fã-clubes comentou “2% não vai rolar agora. A gente te ama @juliaduailibi”. Em seguida, postaram a hashtag “GloboNewsMais. De forma descontraída e fazendo o uso de gírias, a jornalista respondeu: “Kkkkkkk po, nem 16:40.”

tratando o fã-clubes de uma maneira afetuosa. Em uma das postagens, o fã-clubes postou duas fotos da jornalista sorrindo no estúdio com a *hashtag* “centralglobonews”, e Julia comentou “puxadinho”, que seria o nome da página de fãs, e um coração.

Julia Duailibi também repostou um *tweet* de um internauta que repostou um meme que fazia uma brincadeira descontraída com o seu amigo e também jornalista, Guga Chacra. Duailibi retweetou comentando “hahaha” e marcando o perfil do jornalista. Ela também abriu espaços nas redes para publicar os seus gostos pessoais, como foi no caso de uma republicação de um post feito para a tenista Bia Haddad na página do torneio de tênis internacional @rolandgarros, que mostrava a assinatura da tenista na câmera. Julia repostou a publicação com um comentário: “Dedicatória da Bia Haddad” seguido de um emoji de coração, outro da bandeira do Brasil e outro de fogo.

Ao mesmo tempo, ela republicava as notícias em que era marcada no Twitter da GloboNews, reforçando a credibilidade das informações veiculadas, e interagiu com alguns perfis, que respondiam e marcavam a jornalista nos comentários, o que viabilizava uma relação direta entre Julia e seu público.



Figura 7 : resposta de @juliaduailibi a um elogio feito por um internauta no perfil da @GloboNews. Dados retirados do dia 13/08/23, às 21:28. Acesso em: <https://twitter.com/GloboNews/status/1666525909061632000>



Figura 8: republicação de uma notícia da @GloboNews no perfil de @juliaduailibi. . Dados retirados do dia 13/08/23, às 21:28. Acesso em: <https://twitter.com/GloboNews/status/1674146008350203912>



Figura 9: interação do perfil @juliaduailibi com o fc @lopretelovers. Dados retirados do dia 13/08/23, às 21:28. Acesso em: <https://twitter.com/lopretelovers/status/1673907087502352386>



Figura 10: repost de @juliaduailibi do perfil @rolandgarros. Dados retirados do dia 13/08/23, às 21:28. Acesso em: <https://twitter.com/juliaduailibi/status/1666478861188583424>

TELEVISÃO *versus* REDES SOCIAIS

Durante a análise, também pode ser percebida a maneira como Julia se porta dentro e fora das telas. Na televisão, ela se mostra, na maioria das vezes, com uma face séria para demonstrar credibilidade perante ao telejornal que está presente, muito em decorrência das notícias que veicula, em sua maioria de cunho político. No recorte analisado, observa-se também a postura da jornalista nos telejornais em que ela participa. No “GloboNews Mais”, Julia é uma das âncoras do programa, anunciando as notícias e expondo a sua opinião ao lado do também jornalista, Octavio Guedes, já que ambos são comentaristas de política. De vez em quando, há alguns momentos descontraídos no programa, principalmente na interação entre Júlia e Otávio que fazem algumas brincadeiras entre eles, e no encerramento do programa. Já no “Jornal da Globo”, onde desempenha o papel de comentarista, ela está sempre com uma postura mais séria, sem espaço para brincadeiras, o que serve para ajudar a reforçar a credibilidade da informação. Porém, no ambiente digital, ela se mostra o oposto na maioria das vezes, agindo de forma bastante descontraída e próxima do público, quebrando a postura séria que constrói na apresentação dos jornais.

O novo papel desempenhado pela relação jornalista na tv e público apoia-se nas bases da “Dramaturgia do Telejornalismo” (COUTINHO, 2018), que busca justamente uma aproximação entre estes dois lados através de um modelo semelhante ao teatral, com um discurso lúdico, de fácil entendimento a partir das informações em telas. Seguindo uma representação entre imagem e som presente no telejornal, um discurso com uma linguagem simples e o poder de comprovação de um fato pelas imagens, ocorre o reforço da credibilidade jornalística em telas. A “Tirania do Visível” (JOST, 2010), ao mostrar a informação através da imagem em telas apoiado em um discurso informativo, ajuda também a reforçar as bases do telejornalismo credível. Ao se apoiar em um discurso feito por imagens, isso reforça o poder de argumentação de uma notícia, e até mesmo de um especialista. E quando essa informação sai da tv e ocupa as redes sociais, isso acaba por disseminar os conteúdos credíveis e aumentar o contato entre público e jornalista.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A internet possibilitou uma revolução no mercado através de novos conteúdos e novos cenários informativos (SILVA, 2017), que impactaram diretamente o jornalismo.

A nova forma de fazer jornalismo, com uma proximidade maior do público em relação aos jornalistas, modificou o que chamamos de “orientação estruturada” (HACKETT, 1993) e “ritual estratégico” (TUCHMAN, 1999) do jornalismo, fazendo com que o mesmo saísse de um modelo objetivo e sem interação com o público, e passasse a manifestar as suas opiniões e a interagir mais frequentemente no ambiente digital, sem se preocupar tanto com os comentários externos.

Nos novos fluxos de informação, o jornalista passa a se manifestar não somente como figura credível de informação, mas também como cidadão ou cidadã no espaço digital, podendo, ao mesmo tempo, publicar notícias no Twitter e interagir com seu público, que muitas das vezes está presente nos fãs-clubes, espaços destinados a trocas de informação ou elogios e comentários sobre uma figura pública, neste caso, o jornalista.

No recorte analisado, após fazer a análise empírica do perfil de Julia Duailibi no Twitter, pode-se observar ainda mais como ocorre a disparidade entre jornalistas na televisão e nas redes sociais, e como a credibilidade jornalística se faz presente no meio. Enquanto na tv a jornalista detém de uma postura mais séria, seja pela linguagem utilizada ou pelo fato da imagem em telas como fonte credível (JOST, 2010), nas redes ela passa a ocupar um papel mais descontraído em virtude do ambiente em que ela está inserida, já que neste espaço não se exige uma vasta formalidade e o público consegue ser mais próximo da jornalista, principalmente nas páginas de fãs e interações com o perfil da mesma, que busca sempre responder os comentários que é mencionada.

O telejornal também se aproxima do público de forma a cumprir a sua função pedagógica (VIZEU, 2009), ensinando como o telespectador deve se portar perante aos acontecimentos através de uma linguagem forte, simples e próxima de uma conversa, o que ajuda a reforçar ainda mais este contato entre público e jornalista. No telejornalismo expandido (SILVA, ALVES, 2017), as redes sociais passaram a ser utilizadas como espaços de interações durante os telejornais e de divulgação de *teasers* e chamadas do programa. O público passa a manifestar as suas opiniões por meio de *hashtags* com o nome do telejornal ou com a interação direta com os apresentadores, possibilitando novos espaços de reconfiguração da informação a fim de uma maior interação entre jornalista e público, intensificada a partir das redes sociais e do novo papel que o jornalista representa perante à essas interações.

REFERÊNCIAS

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **A crise do jornalismo tem solução?** Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2019.

COUTINHO, I. Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual - Da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In EMERIM, C; COUTINHO, I & FINGER, C. **Epistemologias do telejornalismo brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2018. pp.175-194.

COUTINHO, I. Credibilidade como valor personalizado no telejornalismo: Vínculos tecidos em rede entre audiência e jornalistas profissionais. In: **Anais XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2022**, João Pessoa, PB.

COUTINHO, I. O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível. In: **Anais XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016**, São Paulo, SP. Anais [...]. São Paulo, Brasil: USP, 2016.

HACKETT, Robert. **Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objetividade nos estudos dos media noticiosos**. In: TRAQUINA, Nelson (org). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Vega, 1993.

JOST, F. **Compreender a Televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

MARANHÃO, Ana Carolina Kalume. **O jornalista brasileiro: convergência e mudança provocada pelas tecnologias da informação e comunicação**. Brasília: Editora Universidade de Brasília; FAC Livros, 2017.

SILVA, de Melo Edna, ALVES, Modesto Yago. Bases epistemológicas do Telejornalismo Brasileiro: do Telejornalismo Falado ao Telejornalismo Expandido. In: **XXXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017** – Curitiba - PR

SPONHOLZ, Liriam. **Jornalismo, conhecimento e objetividade: além do espelho e das construções**. Florianópolis: Insular, 2009. In: HENRIQUES, Rafael Paes. **O problema da objetividade jornalística: duas perspectivas**. Griot :Revista de Filosofia, Amargosa/Bahia, v.17, n.1, p. 256 - 268, junho/2018.

TUCHMAN, Gaye. **A objetividade como um ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas**. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Vega, 1993.

VIZEU, A. O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. Revista FAMECOS, [S. l.], v. 16, n. 40, p. 77–83, 2009. DOI: 10.15448/1980-3729.2009.40.6321. Disponível em:

<<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/6321>>. Acesso em: 29 jun. 2023.

VIZEU, Alfredo, CORREIA, João Carlos. **A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência.** In: VIZEU, Alfredo. A sociedade do telejornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007.