

## **Bastidores, humanização e informação no Jornal Nacional: estratégias de defesa do Jornalismo frente aos ataques à imprensa<sup>1</sup>**

Gabriel LANDIM<sup>2</sup>  
Iluska COUTINHO<sup>3</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

### **Resumo**

Em 2020 e 2021, os ataques à imprensa bateram recorde, segundo a Federação Nacional dos Jornalistas. O Jornal Nacional da TV Globo – alvo de ataques – passou a noticiar com mais frequência os casos violentos e defendeu o Jornalismo. Buscamos identificar as estratégias utilizadas pelo JN na cobertura desses casos. Por meio de pesquisa bibliográfica, compreendemos as tentativas de descredibilização da imprensa e a Dramaturgia do Telejornalismo (Coutinho, 2012) como escopo para a construção das narrativas. As notícias veiculadas pelo JN em defesa do Jornalismo foram mapeadas e observadas por meio da Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2018). Por fim, foram realizadas entrevistas com jornalistas da TV Globo que tentou fortalecer a credibilidade do Jornalismo e aproximar os jornalistas do público.

**Palavras-chave:** Telejornalismo; Violência; Imprensa; Bastidores; Humanização.

### **Introdução**

Em 2020, primeiro ano da pandemia da Covid-19 no Brasil, o número de ataques a jornalistas bateu recorde, na série histórica da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj): 428 episódios, mais que o dobro de 2019, quando foram 208. No ano seguinte, outro recorde foi registrado: 430 casos registrados. Acompanhando esse aumento, o Jornal Nacional (JN), principal jornalístico da TV Globo – que foi um dos principais alvos de ataques nesse período – passou a noticiar, com mais frequência, os casos de agressão e cerceamento à imprensa. Além disso, saiu em defesa do Jornalismo e da liberdade de imprensa, sobretudo no ano de 2021, após a série de ataques contra a própria emissora e a democracia. Diante desse cenário, buscamos entender quais foram as estratégias

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, do XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e membro do grupo de pesquisa Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA). Jornalista/repórter na TV Integração afiliada Globo. E-mail: gabriellandim@outlook.com.

<sup>3</sup> Doutora. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Coordenadora do grupo de pesquisa Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA). Jornalista. E-mail: iluska.coutinho@ufjf.br.

---

utilizadas pelo JN para fortalecer a credibilidade do trabalho dos jornalistas profissionais diante dos ataques frequentes.

Por meio de pesquisa bibliográfica, compreendemos que, a partir dos episódios de cerceamentos e agressões, houve uma tentativa de questionar a credibilidade do Jornalismo, adquirida ao longo dos anos como meio de informação e de intermediação da sociedade. Com uma credibilidade construída em meio à sociedade, sobretudo por atender às demandas da população, os veículos midiáticos passaram a guiar as ações e as tomadas de decisão dos cidadãos (Kovach e Rosenstiel, 2003). No entanto, com a ampliação das ferramentas e possibilidades permitidas pela internet, chamadas de *affordances* por Gibson (1977), o compartilhamento e a disseminação de conteúdos ficaram mais livres e dinâmicos, permitindo que qualquer pensamento individual possa se espalhar pelas redes digitais. Assim, os telespectadores, por exemplo, que também são internautas, ganharam força (Dutton e Dubois, 2009; 2015), e parte deles passou a colocar em discussão o Jornalismo. Tal descompasso de entendimentos gerou conflitos reais, com agressões verbais e físicas a jornalistas. O próprio Jornalismo passou a usar sua força em favor da informação credível, dentro e fora das telas.

Para entender as estratégias da emissora em defesa do Jornalismo, foram mapeadas as notícias veiculadas pelo JN sobre a imprensa, entre janeiro de 2020 e dezembro de 2021. Após o levantamento, foi evidenciado o quantitativo de matérias que abordaram atos violentos contra jornalistas e aquelas que mostraram ações estratégicas do Jornalismo e da emissora em defesa da imprensa. Materiais emblemáticos na defesa do Jornalismo foram observados por meio da Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2018). O período em questão foi marcado por recordes nos registros de agressão e cerceamento a jornalistas, conforme relatório da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ). Em termos de contexto histórico, o recorte em tela correspondeu ao segundo e ao terceiro ano de governo do então presidente Jair Bolsonaro, que incentivava os ataques a jornalistas, e ainda foi marcado por acontecimentos como as eleições municipais de 2020 e a cobertura da pandemia da Covid-19, que podem estar associados ao registro de tais episódios violentos. Ao mesmo tempo, foram coletados depoimentos de profissionais da TV Globo. A partir dos resultados obtidos, percebe-se que a emissora lançou estratégias dentro e fora do Jornalismo - destacadas pelo Jornal Nacional - para travar uma batalha contra a desinformação, a falta de transparência, o negacionismo e, ao mesmo tempo, na tentativa de aproximar os jornalistas do público.

## Os ataques à imprensa e o jornalista como notícia

Com uma credibilidade construída ao longo da história, segundo Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2003), a imprensa passou a munir a sociedade de informação, ajudar a nortear as ações das comunidades e contribuir na formação de opinião. A televisão foi - e ainda é - um dos principais meios de propagação da informação, o que elevou o poder da imprensa, diante do alcance e do espetáculo audiovisual proporcionado pelo meio. Ela ganhou espaço na casa dos brasileiros e foi se tornando fonte fidedigna de informação, como defende Flávio Porcello (2006).

Sobretudo em tempos de desinformação, a responsabilidade do jornalista está em selecionar informações confiáveis e não dar espaço àqueles conteúdos sem fundamentos. Kovach e Rosenstiel (2003) lembram que o equilíbrio, no Jornalismo, é subjetivo: “escrever uma matéria tratando de ser justo com os dois lados da história talvez não seja o ideal de verdade, sobretudo se os dois lados não têm o mesmo peso” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p.74). Exemplo disto é a explicação narrada por meio de um editorial do Jornal Nacional, da TV Globo, sobre o negacionismo contra a Covid-19. Durante a pandemia, o noticiário da emissora se posicionou a favor da imunização e dos cuidados contra a disseminação da doença, e criticou a defesa de medicamentos sem comprovação científica, mas os jornalistas foram atacados por não apresentarem versões positivas dos remédios – sem base científica – e de possíveis riscos da vacina contra a Covid-19. Na edição do dia 19 de junho de 2021, o apresentador William Bonner ressaltou que tudo tem vários ângulos no Jornalismo, mas que há exceções: “[...] quando estão em perigo coisas tão importantes, como o direito à saúde ou o direito em viver em uma democracia; em casos assim, não há dois lados” (JORNAL NACIONAL, 2021). Essa prática de “dois lados a todo custo” contribui para criar um Jornalismo de afirmação, deixando para trás o Jornalismo de verificação. Exemplo disso é a discussão sobre o formato do planeta. Sabemos que a Terra é redonda – como verificado a partir da ciência – mas também existem discursos de que o planeta é plano. Cabe ao Jornalismo discernir se essa afirmação sem fundamento vira notícia.

Mas, independentemente da confiança alcançada historicamente, a credibilidade do Jornalismo também está diretamente associada à relação estabelecida com o público e à perspectiva desses receptores. Esse mesmo público encontra, na internet, uma

ampliação das possibilidades comunicacionais e o poder da informação não é mais centralizado nos meios tradicionais. As possibilidades permitidas pelas plataformas disponíveis na internet dão ao público um leque de ações possíveis, não só no consumo de informação, mas na convivência virtual. Esse efeito causado pela junção das propriedades do meio e as formas de uso pelo ser humano é conceituado por Gibson (1977) como *affordance*. Para o autor, a utilidade do ambiente ou espaço está diretamente ligada ao agente. Portanto, a *affordance* é uma junção das características do ambiente com a ação de um indivíduo.

Deste modo, parte do público assume o papel de fiscalizadores da imprensa e, por isso, podem ser associados ao que se entende como “Quinto Poder”, expressão denominada por Willian H. Dutton e Elizabeth Dubois (2015, p. 52-53, tradução própria): “[...] assim como a imprensa criou o potencial para um quarto poder no século XVIII, a Internet está possibilitando um quinto estado no século XXI”. Para os autores, esses receptores são mais livres e dinâmicos, e possuem poder de escolha ampliado. Com o empoderamento do público, o valor-notícia, antes decidido pelas redações de Jornalismo, é colocado em discussão, já que qualquer internauta pode avaliar o que vale ser compartilhado, de acordo com suas convicções, ainda que esse critério não seja coincidente com o noticioso. Um dos reflexos desse processo social na relação com a mídia é o questionamento do trabalho do jornalista. Tal descompasso entre avaliações do que deveria ou não ser noticiado têm resultado em conflitos, muitas vezes físicos, como pode ser observado nos crescentes ataques à imprensa.

Diante desta realidade, o Jornalista passa a virar notícia. Os episódios violentos contra a imprensa passaram a ser noticiados com mais frequência, sobretudo pelo caráter noticioso agregado a eles. Em uma reportagem telejornalística, um acontecimento ou assunto é abordado por meio da construção de um conflito narrativo, exibido nas telas. No entanto, essas narrativas produzidas podem partir, muitas vezes, de conflitos reais, intrínsecos nos acontecimentos. Assim, a narrativa se dá a partir de um conflito de verdade - e não somente construído. É o que Iluska Coutinho (2012) chama de conflito social real.

Se a presença de conflito narrativo seria o ponto de partida para a abordagem das matérias e do telejornal como um todo, também poderíamos tratar de um conflito que, para além da construção de dados, imagens, estaria nos próprios fatos e/ou informações tornados notícia, que poderíamos aqui denominar de conflito social real. [...] O conceito

---

de conflito utilizado nesse caso vai além da estruturação da narrativa, mas passa também por um dos critérios de noticiabilidade. Isto é, seria um dos valores-notícia avaliados na seleção de um tema a se tornar pauta jornalística, convertida em videoteipe (COUTINHO, 2012, P. 130).

A partir do conceito da Dramaturgia do Telejornalismo, Coutinho (2012) defende a existência de uma estrutura dramática na organização e na edição das notícias nos telejornais, uma representação da realidade por meio de uma narrativa construída a partir de uma junção de texto, imagem e som. Iluska Coutinho (2012) destaca que, para além de analisar o texto e os meios cênicos empregados na encenação televisiva, é necessário olhar para a construção da narrativa e para os diferentes papéis assumidos na trama.

A noção de dramaturgia do telejornalismo compreende, para além dos aspectos de encenação e do caráter espetacular da atuação de seus profissionais, a organização das matérias editadas, em texto e imagem, de forma a oferecer ao telespectador o desenrolar das ações, vividas e experimentadas por meio da atuação de diferentes personagens colocados em cena (COUTINHO, 2012, P. 187).

Se o jornalista de TV, historicamente, assumiu a função de narrar os assuntos e os acontecimentos - e muitas vezes, experimentá-los, para ampliar o envolvimento com o público – de um modo mais frequente passou a desempenhar um outro papel nas tramas: o de vítima. Ao longo dos anos, com o crescimento dos registros de agressões a jornalistas, as narrativas telejornalísticas envolvendo os profissionais de imprensa se tornaram mais frequentes, invertendo uma máxima do Jornalismo de que o repórter não é a notícia. Do mesmo modo, os profissionais da imprensa também se tornaram notícia, diante da estratégia de defesa do Jornalismo profissional.

Para entender a abordagem do Jornal Nacional aos jornalistas entre 2020 e 2021, recorreremos ao repositório Globoplay, acessando matérias que fizessem referência explícita aos profissionais. O período em questão foi marcado por recordes nos registros de agressão e cerceamento a jornalistas, pelo governo do então presidente Jair Bolsonaro, que incentivava os ataques a jornalistas, e por acontecimentos importantes como as eleições municipais de 2020 e a cobertura da pandemia da Covid-19, que podem estar associados ao registro de tais episódios violentos. Ao todo, 111 matérias sobre jornalistas foram enumeradas: 61 tinham relação com episódios violentos contra a imprensa, 38

---

(34%) abordaram materiais institucionais ou em defesa do Jornalismo, e outras 12 trataram de outros assuntos.

Em 2020, das 74 matérias sobre jornalistas veiculadas no JN, 19 (25%) foram em defesa do Jornalismo. As reportagens abordaram: balanços dos episódios do podcast O Assunto; programação especial de Jornalismo por causa da Covid-19; uma pesquisa de confiança em TVs e jornais; a campanha mundial contra as *fake news* e a favor do Jornalismo profissional; duas matérias com o balanço da ferramenta de checagens de notícias “fato ou *fake*” do portal G1; o pedido de mudanças no projeto de lei sobre as *fake news* por parte de veículos de imprensa; as indicações do Jornalismo da Globo ao prêmio Emmy Internacional; a homenagem de um congresso internacional ao Jornalismo profissional em tempos de pandemia; a programação ao vivo lançada pelo Globoplay; e o prêmio “Mídia do Ano” recebido pelo JN.

Em 2021, das 37 matérias sobre a imprensa, 19 (51%) foram institucionais ou em defesa do Jornalismo. Mesmo com um novo recorde de casos violentos contra a imprensa registrado pela Fenaj em 2021 – 430 casos, contra 428 em 2020 – o telejornal dedicou mais da metade dos materiais sobre jornalistas para defendê-los e, ao mesmo tempo, reforçar a credibilidade da emissora. Foi um ano, sobretudo, de humanização, por meio de bastidores e campanhas. O telejornal divulgou com maior ênfase o documentário Cercados - que mostra a rotina de profissionais da imprensa na pandemia. O JN também lançou uma campanha com o dia a dia dos jornalistas, higienizando as mãos e conversando à distância com parentes enquanto trabalhavam em busca da informação. Também foram exibidas matérias sobre: campanhas de entidades e veículos jornalísticos contra as *fake news*; o Consórcio de Veículos de Imprensa - criado para dar transparência aos dados da pandemia limitados pelo então governo federal; a primeira dose da vacina aplicada em Renata Vasconcellos; os elogios do Papa Francisco à imprensa diante da revelação de um escândalo sexual dentro da Igreja Católica; o serviço de verificação “Fato ou *Fake*” do G1; os 25 anos da GloboNews; e os 100 anos da Folha de São Paulo. Outras cinco matérias abordaram a participação de jornalistas e emissoras em festivais e premiações: indicações do Jornalismo da Globo ao Emmy Internacional; a conquista do prêmio Nobel da Paz por dois jornalistas, um russo e uma filipina; a vitória do Consórcio de Veículos de Imprensa no prêmio Liberdade de Imprensa da Associação Nacional dos Jornais; e a conquista do prêmio Nobel da Paz de Liberdade de Expressão por jornalistas.

## **A humanização dos jornalistas e o fortalecimento da credibilidade do Jornalismo**

Algumas estratégias lançadas dentro e fora dos telejornais da emissora foram emblemáticas para a defesa da liberdade de imprensa, em tempos de ataques. Algumas dessas estratégias foram detalhadas, a seguir, por meio da Análise da Materialidade Audiovisual, proposta por Iluska Coutinho (2018). A autora propõe uma análise da materialidade da narrativa audiovisual para além do texto ou do áudio, mas ancorada na observação das imagens descritas e seus enquadramentos. Numa perspectiva mais aprofundada de análise, busca-se identificar, por exemplo, a existência de um conflito narrativo, de personagens e os papéis assumidos por eles na trama, o percurso narrativo dessa dramaturgia e a construção de um roteiro textual unido ao som e à imagem, as vozes que compõem o material bem como o uso de entrevistas e até o papel desempenhado pelos repórteres. Para compreender ainda mais tais estratégias, foram feitas entrevistas semiabertas com profissionais do Jornal Nacional – o processo tramitou pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).

Dentro do Jornal Nacional, um caso de resposta do Jornalismo aos ataques à imprensa ganhou destaque: os “Guardiões do Crivella”. Veiculada no JN no dia 31 de agosto de 2020, a reportagem revelou um esquema montado a partir da Prefeitura do Rio de Janeiro em que funcionários pagos com dinheiro público atrapalham repórteres da emissora com gritos de “Globo lixo”, “*fake news*” e “É Bolsonaro”. O objetivo dos “Guardiões do Crivella” era coibir jornalistas e entrevistados de denunciarem problemas em unidades municipais de saúde. Para flagrar os servidores públicos na ação ilícita, a Globo forjou uma reportagem em frente a um hospital. Em um trecho da matéria, o repórter Paulo Renato Soares apontou alguns dos envolvidos no esquema. A partir daí, a emissora revelou que os intimidadores eram coordenados por três grupos no WhatsApp. Dessa forma, eles obedeciam a uma escala rígida de horário, com direito a “ponto digital” por meio de selfie no local onde deveriam impedir a ação da imprensa. O esforço das equipes de reportagem de documentar diariamente o que estava acontecendo se somou ao trabalho da produção, que levantou informações cargos e salários dos suspeitos, apresentadas na reportagem por meio de arte. A reportagem demonstra o foco da imprensa em denunciar o cerceamento aos jornalistas, vítimas da narrativa. Na abordagem, a equipe de reportagem utilizou a câmera e o microfone para confrontar os agressores (figura 1).

Figura 1 - Paulo Renato Soares abordando agressor com câmera e microfone



Fonte: reprodução / Globoplay (2023).

O Jornalismo da Globo também respondeu às restrições dos dados da pandemia da Covid-19 impostas pelo governo federal. O JN divulgava diariamente os números da doença disponibilizados no início da noite pelo Ministério da Saúde. Contudo, a partir do dia três de junho de 2020, o governo passou a atrasar a divulgação dos dados para às 22 horas, depois do encerramento do Jornal Nacional. No terceiro dia de atraso, o jornalístico afirmou aos telespectadores que, assim que os números fossem divulgados, a informação seria noticiada, independentemente do horário. Naquela mesma noite, em 5 de junho de 2020, a emissora utilizou a vinheta do plantão - bastante conhecida pelos telespectadores em casos de grande repercussão - para noticiar os dados divulgados às 21h45, interrompendo a novela Fina Estampa. O apresentador do JN, William Bonner, que estava no comando do plantão, apresentou os números divulgados tardiamente pelo governo (figura 2) e afirmou aos telespectadores: “Nós dissemos que vocês teriam esses números assim que eles fossem anunciados e estamos aqui cumprindo o que nós dissemos”.

Figura 2 - Plantão da Globo com a divulgação dos dados da pandemia da Covid-19



Fonte: reprodução / Globoplay (2023).

A emissora repetiu o procedimento pelos dias posteriores, em que também ocorreram atrasos na divulgação. Segundo noticiado pela imprensa, a ação do governo federal de atrasar o anúncio do boletim para às 22h teria partido do presidente Jair Bolsonaro, que não queria que o JN apresentasse os números. Bolsonaro disse a

jornalistas que o JN dava destaque às mortes pela doença e afirmou: “Acabou a matéria no Jornal Nacional”. O Jornalismo da Globo evidenciou que a atitude de Bolsonaro não seria um impedimento para a divulgação dos dados e que o noticiário não estaria limitado ao horário do JN na programação da emissora.

O Ministério da Saúde também passou a promover diversas mudanças que prejudicaram a transparência e dificultaram o trabalho dos jornalistas. Uma das principais alterações foi a omissão do acumulado de casos e mortes ao longo da pandemia. Em resposta à decisão do governo Jair Bolsonaro de restringir o acesso a dados sobre a pandemia, os veículos G1, O Globo, Extra, O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo e UOL decidiram trabalhar de forma colaborativa para buscar as informações necessárias nos 26 estados e no Distrito Federal. O projeto colaborativo foi criado em junho de 2020, durante um dos períodos mais críticos da pandemia. Em uma iniciativa inédita, equipes dos veículos dividiram tarefas e compartilharam as informações obtidas para que os brasileiros pudessem saber como estava a evolução e o total de óbitos provocados pela Covid-19, além dos números consolidados de casos testados e com resultado positivo para o coronavírus (figura 3). O balanço diário era fechado sempre às 20h.

Figura 3 - Apresentação dos dados do Consórcio de Veículos de Imprensa no JN



Fonte: reprodução / Globoplay (2023).

O jornalista Paulo Renato Soares, que divulgou o fim do Consórcio no dia 28 de janeiro de 2023 no JN, destacou, para esta pesquisa, que, assim como a informação oficial é notícia, a falta dela também é.

Se criou um Consórcio de Veículos de Imprensa porque você não tinha informação sobre os casos de Covid. E quando se criou o Consórcio, foi dito o porquê estava sendo criado: porque não tínhamos informação oficial. [...] Se você não tem acesso à informação de interesse público, isto é notícia. Sempre foi. (SOARES, 2023).

O JN respondeu ao cerceamento com informação, mas também apostou nos bastidores do Jornalismo como forma de mobilizar o público e fortalecer a credibilidade da emissora. Durante a pandemia, o JN se posicionou inúmeras vezes a favor da ciência e contra o negacionismo. Em muitas, destacou a importância da informação na luta contra a doença. Até mesmo a vacinação da apresentadora Renata Vasconcellos foi notícia: uma maneira de dar exemplo e humanizar. Durante a apresentação em estúdio, a apresentadora disse: "Hoje eu estou feliz da vida, porque hoje eu me vacinei. Primeira dose, é verdade, ainda falta a segunda. Tá anotadinho na minha agenda, segunda dose em setembro".

No dia 10 junho de 2021, a Globo lançou, por meio do JN, a campanha “Fatos e Pessoas”<sup>4</sup>, mostrando o dia a dia dos jornalistas, que aparecem nas imagens higienizando as mãos e conversando à distância com familiares enquanto trabalhavam em busca da informação em meio ao risco de contaminação pelo Coronavírus (figura 4). Trechos de áudios trocados entre os jornalistas do Grupo Globo e familiares foram incluídos.

Figura 4 - Campanha “Fatos e Pessoas” veiculada pelo Grupo Globo



Fonte: reprodução / Globoplay (2023).

. A campanha lançada no JN passou a ser exibida na programação. O JN evidenciou, por meio dos apresentadores Bonner e Renata, que a cobertura da pandemia não era simples, mas que o jornalista também tinha medo de adoecer, lidava com angústias e sentia saudade em meio ao distanciamento:

O motivo dessa iniciativa é desfazer uma ideia equivocada que esses dias tão difíceis ajudaram a criar na imaginação de muita gente. Porque desde o início da pandemia, nós, jornalistas, nunca deixamos de trabalhar. Assim como outras tantas categorias profissionais, as da saúde em primeiríssimo lugar, a nossa também não poderia fazer isso. Nós tivemos que tomar todo cuidado para manter você informado sobre os fatos e protegido das *fake news*. Mas acontece que, também como

<sup>4</sup><https://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/campanha-mostra-que-a-busca-pela-verdade-e-feita-por-gente-de-verdade.ghtml> (acesso em 04/06/2023).

outras categorias, o dever profissional não afastou a gente dos medos, das angústias, das aflições que são comuns a todos. Jornalista trabalha firme, mergulha na notícia, cumpre o dever de informar. Jornalista pode até passar uma imagem de que faz isso tudo com facilidade, como se fosse invencível, sem medo de adoecer, sem cansaço, sem saudade. Mas não. A partir desta quinta-feira, filmes da campanha “Fatos e Pessoas” vão mostrar que nós, jornalistas, damos as notícias que nós próprios vivenciamos. Nós somos jornalistas e estamos aqui por você. Pelo nosso país. Cada um de nós. É a nossa missão. É como a gente pode ajudar (JORNAL NACIONAL, 2021).

O texto dos apresentadores foi carregado de emoções e, ao final do JN, jornalistas da redação ficaram de pé, enquanto uma câmera passeava entre eles, com a frase “fatos e pessoas” no telão (figura 5) e uma versão diferente da trilha sonora do telejornal.

Figura 5 - Jornalistas de pé na redação do JN em lançamento da campanha "Fatos e Pessoas"



Fonte: reprodução / Globoplay (2023).

Outra campanha focada na intimidade do jornalista foi a lançada pela TV Globo em 2022, no início do período eleitoral. A emissora afirmou que o objetivo foi reforçar o compromisso do Jornalismo no combate às *fake news*. Cinco filmes da campanha “Onde nascem as notícias: o caminho da democracia é a informação”<sup>5</sup> foram lançados, com depoimentos de jornalistas, sobre as etapas percorridas até a informação correta. De acordo com a emissora, a campanha buscou refletir, de forma intimista, a trajetória de um jornalista até a divulgação de uma notícia e reforçar o papel do Jornalismo profissional e livre como um dos pilares essenciais para a manutenção da democracia. Os filmes foram divididos por temas. A peça ‘Equipe’, os jornalistas ressaltam as pessoas que trabalham por trás das telas. O filme ‘Dúvida’ reforça o exercício básico da apuração: duvidar, checar, recheckar, apurar até ter certeza de noticiar a informação certa. O vídeo ‘Jornada’ trata das etapas da apuração até a matéria ir ao ar. O filme ‘Missão’ reafirma o propósito

<sup>5</sup><https://somos.globo.com/novidades/noticia/nova-campanha-reforca-o-papel-do-jornalismo-no-processo-democratico.ghtml> (Acesso em 4 de junho de 2023).

do jornalista, apresentado como um profissional curioso e incansável. Já o vídeo de nome ‘Busca’ destaca uma trajetória ininterrupta em direção à informação de qualidade.

Para o Chefe de Produção da Mesa Rede do JN, Rogério Nery, a estratégia intimista de humanização da figura dos jornalistas da emissora foi uma comunicação institucional, ou seja, não partiu do telejornal, mas da TV Globo.

Aqui estamos falando de uma estratégia de comunicação institucional, mas acredito que o objetivo seja mostrar, com os bastidores, que o jornalista é um cidadão como qualquer outro. Com fragilidades, coragem, desafios, dúvidas, limitações, assim como qualquer pessoa. E mesmo assim, esse jornalista, que enfrenta todos os desafios que qualquer outro cidadão, se dedica à tarefa de informar pelo bem público (NERY, 2023).

A estratégia da TV Globo de explorar a intimidade dos jornalistas perpassou os telejornais e a programação da emissora. A batalha pela qual os jornalistas passaram na pandemia, enfrentando desinformação, falta de transparência, episódios de cerceamentos e ataques, virou documentário na plataforma Globoplay em dezembro de 2020. Cemitérios, hospitais cheios, a portaria do Palácio da Alvorada e reuniões de pauta dos principais veículos de imprensa são mostrados no filme “Cercados”. O filme relata, inclusive, episódios violentos pelos quais as equipes de reportagem passaram.

Figura 6 - Documentário “Cercados” mostra jornalistas atacados no “Cercadinho” do Palácio da Alvorada



Fonte: reprodução / Globoplay (2023).

O próprio Jornal Nacional é destaque no documentário. O filme mostra o processo de construção do principal noticiário da TV aberta brasileira, desde a reunião de pauta até o momento em que o telejornal vai ao ar. O título do documentário também faz referência a um “cercadinho” no qual a imprensa era acomodada na entrada do Palácio da Alvorada. É onde fica a residência oficial da Presidência da República. Ali os profissionais da

imprensa aparecem no documentário, sendo desrespeitados não apenas pelo presidente Jair Bolsonaro, mas também pelos seus apoiadores. A produção da plataforma Globoplay foi outra alternativa da emissora para chamar atenção para o que estava acontecendo com a democracia e, ao mesmo tempo, tentar humanizar a figura do jornalista.

Essa aproximação da TV Globo com diferentes plataformas vem aumentando cada vez mais, acompanhando os novos modelos de consumo de informação. A TV Globo, por exemplo, passou a ampliar seus produtos noticiosos para as redes sociais e leva também, para dentro dos telejornais, cada vez mais, os conteúdos abordados nas plataformas e as discussões promovidas pelos telespectadores através de seus perfis nas mídias digitais. O objetivo é integrar os conteúdos exibidos como notícia na TV à rotina do internauta, em diferentes telas. Assim, a TV une sua credibilidade histórica às possibilidades permitidas pelas plataformas digitais, adaptando conteúdos e se posicionando como fonte de informação confiável, também on-line.

Figura 7 - Instagram do JN com artes de notícias, trechos de reportagens e foto de bastidores



Fonte: reprodução / Instagram do JN (2023).

Os telejornais da TV Globo, assim como o portal de notícias da emissora, realizam postagens das notícias que vão ao ar nos telejornais, em páginas do Instagram (figura 7) e do Facebook, que levam o nome dos noticiosos. As artes postadas são produzidas em visual interativo, de maneira que chame atenção de quem passa pela *timeline* ou *feed* da rede social. William Bonner tem realizado *lives* no Instagram, minutos antes do telejornal entrar no ar. As matérias que vão ser exibidas ganharam chamadas nos *stories* da página do JN, gravadas pelos repórteres que as fizeram. O engajamento também acontece, ao contrário, levando a internet para a televisão. Em 2021, a emissora e suas afiliadas passaram a exibir as redes sociais de cada um dos telejornais no encerramento, como modo de integração de conteúdos, convidando o telespectador a continuar conectado nas

---

notícias da emissora no meio digital. O mesmo acontece ao mostrar a página do portal de notícias G1, dentro do telejornal. Em telejornais regionais da emissora, a integração entre plataformas e TV é ainda mais forte, com a exibição de comentários de telespectadores, que participam em tempo real via WhatsApp ou comentários nas redes sociais.

### **Considerações finais**

Com este estudo, percebe-se que, nos anos em que a violência contra a imprensa bateu recordes, o jornalista virou notícia, com mais frequência, no principal telejornal de TV aberta do país. Se em 2021, a maior parte das matérias sobre jornalistas abordou atos violentos contra os profissionais, em 2022 – mesmo tendo crescido o número de ataques à imprensa – o telejornal priorizou humanização e bastidores. Os dados demonstraram que o jornalista se tornou personagem das matérias, assumindo um papel diferente nas tramas telejornalísticas. O profissional não se tornou notícia, com mais frequência, apenas quando foi vítima dos ataques, mas também quando sua rotina de trabalho foi exibida e nos eventos em que recebeu premiações pela sua atuação. Além disso, o telejornal apostou na produção e exibição de balanços produtivos do Jornalismo, nas ferramentas de checagem e, até mesmo, na defesa dos veículos de comunicação pelo endurecimento das regras contra as *fake news* e a favor da imprensa. A partir dos dados e das entrevistas coletadas, é possível compreender que o Jornalismo utilizou suas próprias ferramentas em defesa da liberdade de imprensa e da atuação a favor da população. Ao mesmo tempo, a emissora criou campanhas de modo a fortalecer a credibilidade do Jornalismo e, ao mesmo tempo, para apontar um lado “humano” dos profissionais da informação, de modo a comover os telespectadores. Essa atuação se deu, sobretudo, diante dos ataques frequentes aos jornalistas, na internet e nas ruas.

Com toda essa migração para o meio digital, a credibilidade da televisão enquanto mídia tradicional e instituição é agregada às facilidades das plataformas. A Globo tenta fortalecer a credibilidade e confiança de seu Jornalismo, prometendo ao telespectador uma representação confiável da realidade, não só por meio da TV mas também nas plataformas digitais, demonstrando que é possível consumir informações verídicas por meio das redes sociais. Deste modo, a emissora também aproxima dos internautas todo o conteúdo que é elencado como valor-notícia na TV e reafirma a veracidade do trabalho dos jornalistas, que são constantemente ameaçados e descredibilizados.

## Referências

COUTINHO, Iluska. Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual - da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In: EMERIM, Cárilda; COUTINHO, Iluska; FINGER, Cristiane (orgs.). **Epistemologias do telejornalismo brasileiro**. Coleção Jornalismo Audiovisual. V. 7. Florianópolis: Insular, 2018. pp.175-194.

COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do Telejornalismo**: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012.

DUTTON, William H. Through the Network (of Networks) – the Fifth Estate. **Journal Prometheus- Critical Studies in Innovation**, V. 27, 2009.

DUTTON, William. H.; DUBOIS, Elizabeth. The Fifth Estate: a rising force of pluralistic accountability. **Handbook of Digital Politics**. Edward Elgar, Cheltenham, United Kingdom; Northampton, United States, 2015.

FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas. **Violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil**: relatório 2021. Brasília, 2022. Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2022/01/FENAJ-Relatório-da-Violência-Contra-Jornalistas-e-Liberdade-de-Imprensa-2021-v2.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2022

GIBSON, James J. The theory of affordance. In: SHAW, Robert; BRANSFORD, John (Eds.) **Perceiving, acting, and knowing**: toward an Ecological psychology. New Jersey, 1977: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 67-82.

**JORNAL NACIONAL** / Globoplay. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/jornal-nacional/t/MyCrVrr6gW/>. Acesso em: 11 jul. 2023.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os Elementos do Jornalismo**. Tradução de Wladir Dupont. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

PAULO RENATO SOARES. Entrevista [07/02/2023] Entrevistador: LANDIM, G., 2023.

PORCELLO, Flávio. TV e poder: as relações sombrias que ajudam a fazer a história recente do Brasil. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; MOTA, Célia (orgs.). **Telejornalismo**: a nova praça pública. Florianópolis: Insular, 2006. p. 145-165.

ROGÉRIO NERY. Entrevista [13/02/2023] Entrevistador: LANDIM, G., 2023.