

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA
CURSO DE JORNALISMO**

VÍVIAN AYALA DA ROSA

**JORNALISMO NA PANDEMIA: ANÁLISE DO
DOCUMENTÁRIO “CERCADOS” DA GLOBOPLAY**

**São Borja
2022**

VÍVIAN AYALA DA ROSA

**JORNALISMO NA PANDEMIA: ANÁLISE DO
DOCUMENTÁRIO “CERCADOS” DA GLOBOPLAY**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para aprovação no Componente Curricular “Trabalho de Conclusão de Curso II” e obtenção do título de Bacharel em Jornalismo, no curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, campus São Borja – RS.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Sara Alves Feitosa

**São Borja
2022**

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

d788j da Rosa, Vívian Ayala

Jornalismo na pandemia: análise do documentário "Cercados"
da Globoplay / Vívian Ayala da Rosa.

70 p.

Trabalho de Conclusão de Curso(Graduação)-- Universidade
Federal do Pampa, JORNALISMO, 2022.

"Orientação: Sara Alves Feitosa".

1. jornalismo pós-industrial. 2. autorreferencialidade. 3.
transparência. 4. documentário Cercados. 5. desinformação. I.
Título.

VIVIAN AYALA DA ROSA

JORNALISMO NA PANDEMIA: ANÁLISE DO DOCUMENTÁRIO “CERCADOS” DA GLOBOPLAY

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título Bacharel em Jornalismo.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 14 de março de 2022.

Banca examinadora:

Prof.^a Dra. Sara Alves Feitosa

Orientadora

UNIPAMPA

Jornalista Ms. Larissa Pereira Burchard

Prof.^a Dra. Eloísa Joseane da Cunha Klein

UNIPAMPA



Assinado eletronicamente por **ELOISA JOSEANE DA CUNHA KLEIN, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 14/03/2022, às 11:09, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **SARA ALVES FEITOSA, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 14/03/2022, às 11:10, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **LARISSA PEREIRA BURCHARD, Usuário Externo**, em 14/03/2022, às 12:04, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0752065** e o código CRC **B7C606E6**.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho de conclusão de curso foi escrito em meio a uma pandemia, no centro de incertezas, perdas e medo. É com lágrimas nos olhos que inicio estes agradecimentos.

Nunca é fácil falar sobre sentimentos, pensamos que ao chegar neste tópico, no final desse ciclo, as palavras simplesmente escorrem da mente, mas não é bem assim.

Gostaria de agradecer primeiramente aos meus pais, Daniela e Antonio, pelo apoio nestes 21 anos e pelo imensurável esforço para me garantir uma educação de qualidade. Vocês moveram montanhas para que chegássemos até aqui, acredito que nenhuma palavra será suficiente para demonstrar meu amor e gratidão pelos dois. Deixo um obrigado especial também à minha irmã, Amanda, que mesmo sem saber muitas vezes me auxiliou e motivou quando eu pensei que não conseguiria. Que teu caminho seja lindo assim como tudo o que *tu faz*, te amo!

Agradeço aos meus avós, Teresinha e Antonio, por me acompanharem nesta caminhada. Principalmente ao meu avô, um homem forte que infelizmente nos foi tirado por este vírus e não viveu o suficiente para presenciar minha conquista, aliás, nossa conquista, nada disso teria sido possível sem o senhor, obrigada pela confiança e pelas palavras de apoio. Te amo infinitamente.

Ao Gulitt Grafolin, meu companheiro da vida, por acreditar em mim quando eu mesma não acreditei. Obrigada por todo o amor e apoio, *tu foi* paz em meio ao caos durante a produção desse trabalho.

À Esther Sharapin, pelo apoio incondicional (pela ajuda no inglês) e pelas trocas nesses bons anos juntas. Obrigada por mesmo as vezes de longe, fazer parte dos meus dias amiga. #vivithernaveia.

À Maria Eduarda Pedroso, minha amiga de longa (muito longa) data. Sou grata por mais uma vez dividirmos nossas conquistas, passamos bons momentos na graduação, no 107 e na vida.

Ao meu amigo Junior Blanco pela amizade e parceria de sempre. Vou ser eternamente grata pelo incentivo e apoio durante a graduação, te admiro muito, *tu vai* longe!

À Camila Beque que logo no início fez eu me sentir em casa em São Borja, sem tua parceria amiga, nada seria igual. Saudade do que vivemos e ansiosa pelo que ainda podemos viver. Você é incrível, obrigada por seguirmos juntas!

Agradeço igualmente aos amigos e colegas que fizeram parte dos meus dias na graduação. Brenda, Enoc, Volnei, Manuel, Fabrício e Ritta, sem vocês os momentos não teriam sido tão divertidos, obrigada por estarem comigo até o fim.

Aos amigos que cruzaram meu caminho em Uruguaiana também, obrigada!

À minha banca, Larissa e Eloísa, obrigada pela oportunidade de me deixarem aprender com vocês. As duas contribuíram desde o início para que este estudo fosse realidade.

Finalmente, todo o meu agradecimento e admiração pela minha orientadora. Professora Sara Feitosa, obrigada pela paciência e confiança, por prontamente aceitar me conduzir neste estudo e por todo o incentivo durante o processo de produção. Sem a senhora, nada seria possível também. Obrigada!

No geral, todos tem um dedinho nessa conquista, mas não posso deixar também de agradecer a mim mesma, pela persistência e coragem de enfrentar todos os desafios, por conseguir (ou quase) me manter forte nesse período.

A todos e à Universidade Federal do Pampa, obrigada, obrigada e obrigada!

RESUMO

O trabalho tem como principal objetivo analisar o uso da transparência jornalística e da autorreferencialidade como estratégias discursivas no documentário “Cercados - A Imprensa Contra o Negacionismo na Pandemia”. Bem como, busca apresentar o contexto de desinformação e disseminação de *fake news* durante a pandemia. A pesquisa propõe-se também a descrever, através da narrativa do documentário, as transformações no modo de produzir informação jornalística durante a pandemia no ano de 2020. A base teórica da investigação utiliza autores como: Becker (2020); Seibt e Fonseca (2019); Klein (2013), dentre outros. O estudo se justifica pela relevância de investigar os modos de representação do trabalho jornalístico em um cenário de desinformação e crises, tanto sanitária quanto no próprio jornalismo. Para isso, temos como suporte a metodologia de análise fílmica de Manuela Penafria (2009), que orienta a análise de quatro sequências selecionadas a partir de palavras-chave que expressam os objetivos da investigação. Dessa forma, é possível estabelecer, compreender e interpretar as relações entre os elementos analisados. Como principal resultado da pesquisa podemos apontar que o documentário evidencia o contexto de desinformação e disseminação de *fake news* durante a pandemia em meio à produção jornalística da Globo, assim como apresenta o uso da transparência e da autorreferencialidade nas produções da emissora, no entanto, não é possível observar nenhum traço de autocrítica ou reflexão em relação a contribuição da mídia para a constituição do cenário de crise política que se instaurou.

Palavras-chave: jornalismo pós-industrial; autorreferencialidade; transparência; documentário Cercados; desinformação.

ABSTRACT

The main objective of the work is to analyze the use of journalistic transparency and self-referentiality as discursive strategies in the documentary "Cercados - A Imprensa Contra o Negacionismo na Pandemia". As well as, it seeks to present the context of disinformation and spread of fake news during the pandemic. The research also proposes to describe, through the narrative of the documentary, the transformations in the way of producing journalistic information during the pandemic in the year 2020. The theoretical basis of the investigation uses authors such as: Becker (2020); Seibt and Fonseca (2019); Klein (2013), among others. The study is justified by the relevance of investigating the modes of representation of journalistic work in a scenario of disinformation and crises, both in health and in journalism itself. For this, we have as support the methodology of film analysis by Manuela Penafria (2009), which guides the analysis of four sequences selected from keywords that express the objectives of the investigation. In this way, it is possible to establish, understand and interpret the relationships between the analyzed elements. As the main result of the research, we can point out that the documentary highlights the context of disinformation and dissemination of fake news during the pandemic amidst Globo's journalistic production, as well as presenting the use of transparency and self-referentiality in the broadcaster's productions, however, it does not it is possible to observe no trace of self-criticism or reflection in relation to the contribution of the media to the constitution of the scenario of political crisis that has arisen.

Keywords: post-industrial journalism; self-referentiality; transparency; documentary Cercados; misinformation.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Leandro Jorge Lima no respirador improvisado.....	45
Figura 2 - Autocrítica de William Bonner.....	46
Figura 3 - Capa do jornal “O Globo”.....	48
Figura 4 - Colocando os pingos nos i’s das imprecisões da atualidade.....	50
Figura 5 - Fato ou <i>fake</i> G1.....	50
Figura 6 - O fazer jornalismo.....	52

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
1.2 Justificativa	13
1.3 Problema de pesquisa e objetivos	16
2. JORNALISMO CERCADO: PRODUÇÕES EM MEIO À PANDEMIA	18
2.1 Desinformação e pandemia	18
2.2 Jornalismo pós-industrial	20
2.2.1 Valor-notícia	21
2.3 Negacionismo e produção jornalística em tempos de pandemia	25
2.4 Transparência jornalística	27
2.5 Autorreferencialidade no jornalismo contemporâneo	29
3. DOCUMENTÁRIO COMO PRODUÇÃO JORNALÍSTICA	32
3.1 Documentário jornalístico: Da TV aberta à Globoplay	36
3.2 O documentário “Cercados”	39
4. CORPUS DE ANÁLISE E APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	43
4.1 Elementos de transparência jornalística: Respirando através do improviso	44
4.2 Correferencialidade na capa do “O Globo”	47
4.3 Contexto de desinformação	49
4.4 Transformações no jornalismo	51
4.5 Credibilidade e relevância jornalística no cenário de desinformação	53
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
REFERÊNCIAS	60
OBRAS AUDIOVISUAIS CITADAS	63
APÊNDICE A - Sequência 1 (Transparência jornalística): Respirando através do improviso - 28:51/ 30:33	64

APÊNDICE B - Sequência 2 (Autorreferencialidade): Capa 'O Globo' - 37:52 / 39:14	65
APÊNDICE C - Sequência 3 (Contexto de desinformação): "Você pode ter sua opinião, mas não pode ter seus próprios fatos" - 47:10 / 50:21	66
APÊNDICE D - Sequência 4 (Transformações no jornalismo): Jornalismo cercado em uma hora e meia - 1:18:27 / 1:21:53	68

1. INTRODUÇÃO

A televisão Brasileira em 2020 comemorou seus 70 anos de existência. São sete décadas entrando na casa dos telespectadores em todo o país, oferecendo entretenimento e informação. Durante este tempo, a televisão precisou se reinventar diversas vezes, principalmente em razão das mudanças sociais e tecnológicas no país e no mundo. Mudanças essas que surpreenderam o telejornalismo em 2020, e foram evidenciadas a partir da criação dos *streamings* e, ainda mais recentemente, com a situação pandêmica em que vivemos.

Como estratégia para buscar manter o público fiel e ainda chamar a atenção dos mais jovens que hoje procuram outros meios para se informar, o grupo Globo investiu também na proposta de plataformas como Netflix, Prime Video, Apple TV e HBO, que na última década foram concorrentes de peso da TV aberta por possibilitarem o consumo de seu conteúdo através de qualquer dispositivo, a qualquer hora e em qualquer lugar com acesso à internet.

Assim, em 2015 surgiu a plataforma de *streaming* da Globo, a Globoplay, que inicialmente vinha com a proposta de oferecer aos assinantes apenas conteúdos produzidos e veiculados pelos canais da empresa, sendo esses, edições antigas e atuais de novelas, minisséries, programas de variedade e entretenimento, e também, jornalismo e esporte. Entretanto, também motivada pela concorrência e exigências do meio, logo a Globoplay apostou na oferta de outros títulos e na produção de conteúdo exclusivo para a plataforma, se alinhando com as demais concorrentes que trabalham da mesma forma.

Neste cenário, durante o período da pandemia¹ a plataforma divulgou em seu catálogo diversos documentários sobre acontecimentos dos últimos tempos, e que contam um pouco sobre a realidade atual. Entre eles está o documentário "Cercados", uma produção que mostra os desafios e os bastidores da cobertura jornalística profissional na pandemia diante do negacionismo em alta no país. Através do olhar delicado da imprensa, o documentário nos mostra com detalhes a história por trás das atualizações na TV aberta sobre o novo coronavírus e as famílias afetadas por ele.

¹ Em 11 de março de 2020 a Organização Mundial da Saúde (OMS) decretou estado de pandemia e apresentou uma série de ações de prevenção contra o vírus como: o uso de máscaras, o distanciamento, a higienização das mãos e, em caso de contágio, o isolamento. Tal fato contribuiu para que, neste período, o streaming entre tantas outras coisas, fosse consumido em maior quantidade como lazer.

A proposta deste trabalho é analisar esse registro histórico dos desafios enfrentados pela imprensa no Brasil no momento em que vivemos, privilegiando os aspectos de transparência e autorreferencialidade presentes na narrativa do documentário gravado no Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, Manaus e Fortaleza, produzido pela Globoplay e dirigido por Caio Cavechini, disponibilizado na plataforma de *streaming* no dia 03 de dezembro de 2020.

1.2 Justificativa

A proposta de estudo deste trabalho se dá pela necessidade de um maior conhecimento sobre a forma como produções jornalísticas audiovisuais estão sendo realizadas no período da pandemia, visto que as redações passaram por profundas modificações na produção e na transmissão das notícias nos últimos tempos. Assim, realizando uma análise sobre a produção documental do Jornalismo da Globo para a plataforma de *streaming* Globoplay, o documentário “Cercados”. A obra apresenta as rotinas de trabalho dos jornalistas atuando tanto em campo quanto em reuniões de pauta da emissora durante o período da pandemia de COVID-19 em 2020, com os mesmos buscando informar seu público que vive em meio ao negacionismo e ao medo do vírus.

Considerando esses aspectos, buscamos identificar elementos de transparência na produção jornalística retratada no documentário, assim como compreender as técnicas utilizadas na produção para tratar da pandemia que foi noticiada repetitivamente pela imprensa mundial. Dessa forma, a pesquisa se justifica visto que ainda não existem muitas análises de documentários como o “Cercados” que aborda a rotina jornalística diante do vírus, podendo a partir desta, serem abertos novos caminhos para pesquisas sobre a linguagem audiovisual. Além disso, também se justifica como reflexão, dando maior visibilidade no meio acadêmico para a cobertura da pandemia de COVID-19 e da luta contra o coronavírus, retratada no documentário.

Como processo de pesquisa para a composição do estado da arte do trabalho, realizamos a busca dos termos descritos como palavras-chave do trabalho em duas plataformas: a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) do Instituto Brasileiro de Informação de Ciência e Tecnologia (IBICT) e o Google Acadêmico. Os termos pesquisados foram: **Globoplay; documentário de TV** e

transparência + jornalismo. Vale ressaltar que o termo “transparência jornalística” também foi considerado, porém através da pesquisa não se alcançou resultados pertinentes para este estado da arte.

Para o termo “Globoplay”, foram encontrados quatro (4) resultados no BDTD e 1.710 trabalhos relacionados no Google Acadêmico; para o termo “documentário de TV” foram encontrados 63 resultados no BDTD e 36.300 trabalhos relacionados no Google Acadêmico; e por fim, para o termo “transparência + jornalismo” foram encontrados 41 trabalhos no BDTD e 39.300 resultados no Google Acadêmico.

Assim, para compor o estado da arte do presente trabalho foram selecionadas apenas as teses e dissertações apresentadas como resultado de busca dos termos no BDTD do IBICT, visto que a pesquisa dos termos na plataforma do Google Acadêmico resultou em um volumoso número de trabalhos encontrados, tornando inviável a consideração de todos. Partindo desta decisão, foram filtradas dos resultados apresentados pelo BDTD, apenas as teses e as dissertações que continham os termos pesquisados, no título e/ou no assunto do trabalho, excluindo ainda os trabalhos que no resumo, apenas citam os termos em seu conteúdo sem aparentar o aprofundamento teórico necessário para a realização deste estado da arte, além dos que não são vinculados à área de conhecimento das ciências sociais aplicadas, comunicação.

Dessa forma, dos quatro (4) trabalhos encontrados no BDTD para o termo “Globoplay”, três (3) são dissertações e um (1) é uma tese. Porém, desses quatro, três, incluindo a tese, não contam com o termo no título do trabalho, nem no assunto, por isso foram desconsiderados. A dissertação “A nova televisão: estratégias, desafios e tendências da distribuição digital não linear no mercado brasileiro” defendida na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), por João Paulo Bulhões Nogueira Martins, conta com o termo em seu assunto, mas também foi desconsiderada visto que tem como foco o consumo de conteúdo audiovisual, que não é o que será abordado neste trabalho.

Além disso, a dissertação “Plataformas de TV online: Um estudo de caso do Globoplay”, apesar de, no período de pesquisa deste trabalho de conclusão, ainda não ser encontrada na plataforma no BDTD por ter sido publicada recentemente, em 2020, têm grande relevância para este estado da arte. Defendida por Danilo Mecenas Silva Albuquerque no Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som da

Universidade Federal de São Carlos (PPGIS/UFSCAR), a dissertação busca analisar a noção de TV Online como uma estrutura que atende às demandas do modelo de televisão aberta, procurando observar as linhas de continuidade e de rupturas entre o catálogo da Globoplay e a grade televisiva. Em específico, o capítulo 4, da dissertação defendida por Albuquerque, intitulado “Globoplay: a plataforma de TV online da Rede Globo” foi utilizado para a elaboração do estado da arte deste trabalho, visto que o mesmo aborda a plataforma e seu produto jornalístico que contempla a cobertura da Rede Globo.

Para o termo “documentário de TV”, dos 63 resultados no BDTD, 49 são dissertações e 14 são teses. Vinculados à área de conhecimento a qual se aplica este trabalho, estão 13 trabalhos.

No entanto, apesar do número de resultados, nenhum trabalho encontrado durante a pesquisa pode ser considerado para compor este estado da arte. A tese “DOCTV: a produção independente na televisão” defendida por Karla Holanda de Araújo na Universidade Federal Fluminense, por ser um estudo da produção independente de documentários na televisão brasileira, é o resultado que mais se aproxima do intuito deste trabalho, porém, possui um enfoque regional em sua análise, e por isso foi desconsiderado.

Já para o termo “transparência + jornalismo”, 30 dos 41 resultados são dissertações, enquanto 11 são teses. Desses, apenas 12 são vinculados à área de conhecimento da comunicação.

Novamente, nenhum resultado se aproxima da proposta que se busca focar nesta produção, que seria, através do desenvolvimento do estado da arte, relacionar os trabalhos já publicados dentro da área da Comunicação, com base nas palavras-chave, a uma análise de como o jornalismo audiovisual está sendo desenvolvido nos últimos tempos, utilizando da transparência como aproximação com o público.

Apesar da não aproximação dos resultados com a ideia deste trabalho, é possível obtermos uma boa noção da produção científica que já foi e vem sendo desenvolvida no âmbito acadêmico, em especial focadas na área que se pretende relacionar neste trabalho, a das ciências sociais aplicadas. A partir disso, foi de fato possível perceber a partir do levantamento que ainda não existem produções que se aproximem ou tenham como foco a temática trabalhada aqui, analisando um documentário jornalístico relacionado à pandemia e a transparência editorial.

A partir de Lucia Santaella (2001) a pesquisa aqui proposta justifica-se pela contribuição de ordem científico-prática pela busca da compreensão de como as teorias são aplicadas na produção de uma obra audiovisual que representa o processo de produção jornalística durante a pandemia de COVID-19, e nos elementos de transparência jornalística encontrados nela, possibilitando o surgimento de novos caminhos na pesquisa nesse meio, podendo “dar respostas a um aspecto novo que a realidade apresenta como fruto do desenvolvimento das forças produtivas, técnicas” (SANTAELLA, 2001, p. 173).

A reflexão sobre o assunto abordado no documentário e a forma como o mesmo é trazido ao público constitui-se em uma contribuição de ordem social, tornando possível entender e descobrir mais sobre as técnicas utilizadas, “voltado para a reflexão e debate em torno de problemas sociais” (SANTAELLA, 2001, p, 174).

Através da busca e do entendimento do que foi encontrado, podemos conhecer o que já é trabalhado pelos pesquisadores da área, sendo possível utilizar essas bibliografias para o desenvolvimento dos processos metodológicos que serão abordados nesta investigação.

1.3 Problema de pesquisa e objetivos

O trabalho será traçado a partir da visualização completa do documentário e do entendimento, através de pesquisas bibliográfica e documental, de como o filme trata o cenário de negacionismo e desinformação no Brasil, tendo como foco as estratégias de transparência jornalística utilizadas para falar sobre um assunto que já se tornou exaustivo diante dos olhos de muitos brasileiros, mas que mesmo assim foi assistido e “apreciado” na forma documental em que foi divulgado e compartilhado através do serviço de *streaming* da Rede Globo.

Diante disso, as pesquisas para a realização do presente trabalho estarão em torno das técnicas e possíveis teorias usadas para a produção e tratamento correto das falas que foram dispostas nas quase duas horas de filme que o público consumiu para se inteirar sobre o assunto e da realidade da imprensa profissional brasileira.

Assim, a pesquisa tem como problema a seguinte questão: **De que modo a transparência jornalística e a autorreferencialidade são utilizadas como estratégias discursivas no documentário “Cercados”?**

O **objetivo geral** da investigação é analisar o uso da transparência jornalística e da autorreferencialidade como estratégias discursivas no documentário "Cercados". **Como objetivos específicos temos:** Identificar, a partir da análise fílmica, elementos de transparência jornalística e autorreferência no documentário "Cercados"; Apresentar o contexto de desinformação e disseminação de *fake news* durante a pandemia; Descrever, através da narrativa de Cercados, as transformações no modo de produzir informação jornalística durante a pandemia no ano de 2020.

Esta monografia conta com cinco capítulos, contando com esta introdução e as considerações finais. No primeiro introduzimos o assunto do trabalho, assim como justificamos a produção do mesmo, e em seguida foram apresentados o problema de pesquisa e os objetivos da análise. No segundo capítulo tem início o referencial teórico, onde trazemos conceitos de Desinformação e pandemia, Jornalismo pós-industrial, Valor-notícia, Negacionismo e produção jornalística em tempos de pandemia, Transparência jornalística e, Autorreferencialidade no jornalismo contemporâneo.

No terceiro capítulo conceituamos o que é um documentário, assim como apresentamos o documentário jornalístico e, o objeto de análise deste trabalho de conclusão de curso, o documentário "Cercados - A Imprensa Contra o Negacionismo na Pandemia". No capítulo quatro estabelecemos o *corpus* de análise desta pesquisa e apresentamos os resultados da investigação através das análises das sequências selecionadas. Neste, apresentamos as quatro sequências que foram selecionadas uma para cada palavras-chave, sendo elas: Transparência jornalística, Autorreferencialidade, Contexto de desinformação e Transformação jornalística. O TCC encerra com as considerações finais, as referências e os apêndices.

2. JORNALISMO CERCADO: PRODUÇÕES EM MEIO À PANDEMIA

A presente pesquisa tem como referencial teórico a estruturação de alguns tópicos, sendo eles: desinformação e pandemia, jornalismo pós-industrial, valor-notícia, negacionismo e produção jornalística em tempos de pandemia, transparência jornalística e autorreferencialidade no jornalismo contemporâneo.

2.1 Desinformação e pandemia

Em dezembro de 2019 foram identificados os primeiros casos de uma nova doença respiratória aguda, semelhante à pneumonia, em Wuhan, China. O surto da até então desconhecida doença espalhou-se rapidamente para outras regiões, atingindo milhões de pessoas e levando a Organização Mundial da Saúde (OMS) a decretar situação mundial de pandemia no dia 11 de março de 2020.

Mais do que nunca, agora em meio à pandemia, o mundo precisou dos profissionais de jornalismo para ter acesso a informações confiáveis que pudessem manter a população à par da propagação da COVID-19 e ainda, orientar sobre quais são as recomendações da OMS na prevenção contra o vírus, aprendendo com as experiências de outros países diante da doença. Além disso, frente ao maior desafio para os sistemas de saúde e comunicação, o jornalismo foi, e é, essencial para combater a desinformação.

Com o avanço da pandemia, a luta contra a desinformação também cresce e se torna mais forte. Em depoimento no evento online promovido pela Escola de Comunicação, Artes e Design, a Famecos, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), intitulado “Credibilidade em Jogo: Jornalismo contra Desinformação”, o editor executivo do The Intercept Brasil, Leandro Demori afirma acreditar que as pessoas voltaram a confiar no jornalismo, pois ele se mostrou fundamental como serviço público.

Isso porque, diante da decisão do governo de Jair Bolsonaro de restringir o acesso a dados de números de casos e óbitos decorrentes de COVID-19, os veículos de imprensa brasileiros O Estado de S. Paulo, G1, O Globo, Extra, Folha de S. Paulo e UOL, em uma iniciativa inédita, estabeleceram uma parceria para trabalhar de forma colaborativa. Dessa forma, os veículos passaram a coletar as informações necessárias nas secretarias de Saúde dos 26 estados e do Distrito Federal, de modo

que fosse possível suprir o “apagão” de dados sobre as consequências do vírus no Brasil.

Devido ao advento da internet e os avanços tecnológicos em geral, vivemos em uma sociedade em rede, conceito definido por Castells (2001), cuja estrutura social é composta de redes ativadas pelas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), onde os indivíduos estão conectados de maneira global e a informação circula intensamente por meio de dispositivos digitais, tornando essa pandemia diferente de qualquer outra que já tenha existido.

A internet tornou possível que qualquer cidadão exerça os papéis de criador e disseminador de conteúdos e amplificou, em grandes escalas, o espalhamento de *fake news* criadas por agentes públicos e autoridades. Portanto, o ambiente digital confere nova potência às *fake news* (TEIXEIRA, 2018). Com esse cenário, e com meios de informação e autoridades perdendo credibilidade, vivenciamos uma era onde reinam *fake news*.

A expressão *fake news* (notícia falsa) existe desde meados do século XIX, utilizada para denominar fraudes fabricadas e noticiadas pelos meios de comunicação locais, na época considerados fonte única da verdade (TEIXEIRA, 2018). Apesar desse tempo, o termo só foi tomar maior proporção ao ser usado durante a cobertura jornalística da eleição presidencial de 2016, nos Estados Unidos. No Brasil, a disseminação de notícias falsas passa a tomar grandes proporções também durante as eleições presidenciais, em 2018, e segue até os dias de hoje.

Assim, com a pandemia e o aumento gradativo de *fake news*, a desinformação, que também não é um conceito tão atual, se tornou evidente. A realidade preocupa a Organização das Nações Unidas (ONU), o que motivou a organização a alertar instituições e autoridades sobre uma “infodemia”, um conceito que consiste em teorias da conspiração, *fake news*, rumores e outros conteúdos divulgados em torno da pandemia.

Incitada por anônimos e por autoridades nos mais diversos lugares, essa desinformação levou inclusive parte da população a não se proteger de forma correta, prolongando os danos da pandemia. Diante disso, o jornalismo vem tentando provar novamente porque é essencial no combate à desinformação. Assim, cientistas e a imprensa se uniram em um esforço para esclarecimento de fatos, lutando contra a epidemia de mentiras e *fake news* que se espalha tanto quanto o vírus da COVID-19.

2.2 Jornalismo pós-industrial

Cunhada no ano de 2001 pelo norte-americano Doc Searls para identificar o que ele classificou como “jornalismo sem rotativas”, a expressão “Jornalismo pós-industrial” ganhou novo significado a partir da publicação de um documento editado pelo Tow Center para Jornalismo Digital, da Universidade Columbia, nos Estados Unidos.

O relatório escrito pelos professores C.W. Anderson, Emily Bell e Clay Shirky, transformou algo que em 2001 era apenas uma breve ideia, em uma coisa mais precisa. O que os autores iniciam afirmando ser “parte levantamento e parte manifesto”, é um estudo sobre práticas profissionais, modos de produção e o papel social da imprensa, onde os mesmos traçam um diagnóstico do jornalismo neste novo e complexo ecossistema midiático.

Ao ser questionado em uma entrevista concedida à IHU On-Line, revista do Instituto Humanitas da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), um dos autores, C.W. Anderson (2014), afirma que a escolha da retomada do termo cunhado por Doc, se deu pelo fato de que:

Nós, baseados em muita pesquisa, pensamos que os problemas no mundo do jornalismo estão tão relacionados aos processos organizacionais pelos quais as empresas jornalísticas são conduzidas quanto pelo modelo de negócios ou a tecnologia. Dessa forma, quisemos escolher o título “pós-industrial”, para chamar atenção para este aspecto do relatório. (ANDERSON, 2014, p.9).

Em suma, o objetivo dos autores com o texto publicado era de tentar entender como as organizações de mídia, antigas e novas, podem aproveitar as novas oportunidades de fazer bom jornalismo de maneiras diferentes. Algo que envolve tanto mudar o processo pelo qual o jornalismo é produzido quanto encontrar um novo modelo de negócios. Por isso, segundo Emily Bell, o relatório foi chamado de “Jornalismo Pós-Industrial: Adaptando-se ao Presente”.

Jornalismo pós-industrial é uma ideia que na atualidade, define de maneira bastante eficiente os desafios e perspectivas do jornalismo. Enquanto o estudo sobre tal conceito, busca mapear os dilemas com os quais o jornalismo enfrentou, enfrenta e ainda irá enfrentar.

Hoje, quase uma década após a publicação do documento, podemos observar que muitas das mudanças mencionadas nesses 10 anos como parte do futuro do

jornalismo já ocorreram, e que as consequências dessa transformação, que foram classificadas como “tectônicas” pelos autores, realmente influenciaram na forma de fazer jornalismo.

Diante disso, Carla Rodrigues (2013) acredita que um dos vários motivos da crise do jornalismo pós-industrial é a impossibilidade da indústria de fazer a informação tradicional funcionar a partir desses novos valores.

[...] já que uma de suas principais características é uma estrutura fortemente hierarquizada, centralizada, que pretenda garantir o controle dos processos internos e, sobretudo, o controle daquilo que será veiculado. No vocabulário industrial, as redações funcionam no modelo fordista, reproduzindo rotinas e processos industriais necessários para a realização de produtos de informação. Palavras como descentralização, flexibilidade e mobilidade – que de certa forma se impuseram na maneira como a sociedade produz e consome notícias – são praticamente proibidas no funcionamento da indústria da informação. (RODRIGUES, 2013 p. 38).

Esse jornalismo que afetou não só as formas de distribuir informação, mas também como fazê-las, possibilitou ao todo, alterações positivas e negativas em seu processo. Ao mesmo tempo em que existe a possibilidade de maior democratização, descentralização e pulverização da informação, também exige dos jornalistas profissionais, o repensar de sua atuação.

Isso se vê atualmente, o tempo todo, inclusive no próprio documentário “Cercados”, onde observamos a imprensa em ação, diante de desafios que necessitam de uma profunda adaptação e remodelação da forma de fazer jornalismo, desta vez, em plena pandemia.

2.2.1 Valor-notícia

Diariamente, simples acontecimentos viram notícia. Para entender o porquê desse processo, é interessante procurar antes entender o que deve ser noticiável através de diferentes aspectos da produção jornalística e do sistema comunicativo, em geral, valores-notícia, os quais Wolf (2006) considera como componente da noticiabilidade.

Sabemos que ao longo da história, o jornalismo presenciou grandes mudanças na sua forma de fazer. Especialmente no século XIX, quando, ao ser reconhecida

como Quarto Poder², a imprensa conquistou maior autonomia, e passou a ser mais valorizada ao deixar de ter características predominantemente opinativas, dando maior espaço para a informação de fato. Foi nessa época em que o jornalismo pode ser mais independente e a notícia passou a ser considerada de fato como um produto, por isso, o foco deixou de ser da política, passando a ser do seu consumidor.

Assim, com o crescimento da visibilidade e importância do jornalismo, pesquisadores passaram a ter maior interesse no estudo dos processos de produção da notícia, buscando entender critérios de noticiabilidade e valor-notícia. Esses estudos fazem parte da área de pesquisa em comunicação que se dedica principalmente a examinar os processos de produção dos meios, ou seja, o *newsmaking*.

Na opinião da professora do curso de jornalismo da Universidade de Brasília (UnB), Thaís de Mendonça Jorge (2006, p. 12), “Os valores-notícia expressam toda a variedade da vida. Tudo é notícia, então? Não, a imprensa rejeita o que é repetitivo e atrai a novidade”. Assim como explica Christofolletti (2019):

Reportagem, entrevista, nota ou qualquer produto jornalístico tem valor quando contém exclusividade, originalidade, atualidade, relevância e utilidade. É também um bom produto quando gera prazer na experiência de consumo, adiciona novidades ao conhecimento já acumulado, e quando apresenta uma satisfatória relação custo-benefício (CHRISTOFOLLETTI, 2019, p. 43 *apud* BURCHARD, 2021, p. 28).

No entanto, apesar de existir uma lista de valores-notícia, esses funcionam de uma forma complementar. Na seleção dos acontecimentos, antes da transformação em notícias, os critérios de relevância funcionam conjuntamente. São, no geral, as diferentes relações e combinações que se estabelecem entre diferentes valores-notícia, que nos levam a escolha de um fato. Diante disso, vale lembrar que Pierre Bourdieu (1997, *apud* TRAQUINA, 2005, p.77) já afirmava que os jornalistas têm “óculos” especiais, a partir dos quais veem certas coisas de maneiras diferentes, assim operando uma seleção e uma construção do que é selecionado.

² Reconhecendo as discussões contemporâneas que questionam essa ideia, utilizamos o termo “Quarto Poder” aqui apenas com o intuito de contextualizar a história. Albuquerque (2009, p. 49) afirma que “O modelo americano da imprensa como um “Quarto Poder” é, em nosso país, objeto de uma releitura bastante radical.” Pois enquanto nos EUA, a ideia de “Quarto Poder” se dá em um compromisso da imprensa com o sistema de divisão de poderes como um todo, aqui, ela apela para uma tradição brasileira, e totalmente distinta de Quarto Poder: o Poder Moderador.

Podemos afirmar também, que os valores-notícia são critérios levados em consideração espalhados ao longo de todo o processo de produção da informação que será noticiada, ou seja, não estão presentes apenas servindo como linhas-guia na seleção das notícias, e sim, também durante a construção da mesma, embora com relevâncias diferentes.

Por isso, Wolf (2006) divide os valores-notícia em dois: os critérios de seleção, e os critérios de construção. Os critérios de seleção funcionam para eleger os elementos dignos de serem incluídos no produto final da notícia, desde o material disponível até a redação. Enquanto nos critérios de construção, ocorre o processo citado acima onde os mesmos funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser destacado e o que deve ser descartado na preparação das notícias. O autor ainda afirma que os valores-notícia podem ser classificados em quatro divisões de critérios: características substantivas, características do produto e do meio, do público e da concorrência.

Em resumo, a primeira divisão diz respeito ao acontecimento que será transformado em notícia; a segunda, diz respeito ao conjunto dos processos de produção e realização; a terceira, diz respeito à imagem que os jornalistas têm acerca dos destinatários e a última, diz respeito às relações entre os *mass media* existentes no mercado informativo.

Como explica Wolf (2006), os critérios substantivos referem-se, essencialmente, a dois fatores: a importância e o interesse da notícia. A importância ainda é determinada por quatro variáveis: 1. Grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável, no que respeita às instituições governamentais, e aos outros organismos e hierarquias sociais; 2. Impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional; 3. Quantidade de pessoas que o acontecimento (de fato ou potencialmente) envolve; e 4. Relevância e significatividade do acontecimento quanto à evolução futura de uma determinada situação.

A segunda categoria, sobre as características de produto, diz respeito à disponibilidade de materiais e às características específicas do produto informativo. No que se refere à disponibilidade, consideramos o quanto o acontecimento é acessível de ser coberto e tratado, e a especificidade do produto é sobre quais os limites de cada meio para comportar o acontecimento. Os critérios relativos ao produto são aplicados em cada notícia, e quanto menos importante ela é, mais eles se tornam

relevantes em sua avaliação. Ainda, Wolf destaca que as notícias não devem ser repetitivas ou semelhantes às outras e, a brevidade também é apreciada, visto que, é necessário que o acontecimento seja objetivo e limitado às informações mais essenciais para se encaixar dentro dos limites rígidos de espaço e formato dos noticiários.

Já os critérios relativos ao meio, em suma, caracterizam o modo como o material informativo é apresentado. Os jornalistas levam em consideração questões como se o acontecimento poderá trazer um bom material de acordo com o meio onde será tratado, por exemplo, a duração da reportagem, como será a edição e como elas serão estruturadas narrativamente.

Nos critérios relativos ao público, se faz referência ao papel e a imagem que os jornalistas desejam passar para o público, fazendo com que os profissionais atuem de acordo com o que imaginam ser a necessidade dos espectadores, escolhendo acontecimentos que possam gerar mais interesse além da informação. Como afirma Wolf: “A referência às necessidades e às exigências dos destinatários é constante e, nas próprias rotinas produtivas, estão encarnados pressupostos implícitos acerca do público” (WOLF 2006, s/p).

Na última categoria, os critérios de concorrência, Wolf explica que a situação de competição dá origem a três tendências que, por sua vez, se refletem sobre alguns dos valores-notícia, reforçando-os. Na primeira tendência, os jornalistas competem para conseguir materiais exclusivos; a segunda tendência consiste no fato de essa competição gerar expectativas recíprocas com o concorrente, assim, pode acontecer que uma notícia seja selecionada porque se espera que os concorrentes façam o mesmo.

Após isso, essas expectativas recíprocas se transformam em um laço comum, contribuindo para a semelhança das coberturas informativas entre noticiários ou jornais concorrentes, desencorajando a inovação na seleção das notícias. Assim, Wolf (2006) esclarece que nem todos os valores-notícia são importantes de igual modo, pois, nem todos são relevantes para cada notícia. Se o fossem, os jornalistas não poderiam executar o seu trabalho, porque não teriam tempo para levar todos em consideração.

2.3 Negacionismo e produção jornalística em tempos de pandemia

Nos dois anos de pandemia que já vivemos, circularam e ainda circulam no mundo inteiro, especificamente aqui no Brasil, incontáveis *fake news*. Sejam elas a respeito da veracidade da doença, ou em relação a possíveis tratamentos e medicamentos de prevenção e cura, todas contribuem para um caótico cenário de desinformação e negacionismo, em plena sociedade da informação³ (CASTELLS, 2001). Vivemos hoje o que alguns especialistas apontam como talvez a maior campanha de desinformação da História.

Esse excesso de informações imprecisas gera, entre outras coisas, negacionismo e afrouxamento das medidas de prevenção, o que prejudica diretamente o combate à pandemia. O problema principal se dá com a proliferação do “achismo” como notícia. Conforme dizem Paula Falcão e Aline Batista de Souza (2021, p. 68) “Na já intitulada maior crise global do século XXI, o mundo tem enfrentado dois vírus que se alastram rápido e paralelamente: a COVID-19 e as *fake news*”.

O conceito de negacionismo também não é algo novo, ele pode ser observado, assim como outros conceitos, desde a medievalidade, quando cientistas foram forçados a falsear suas próprias conclusões por causa da contradição doutrinal imposta pelo poder da igreja. Desde então, também vimos estratégias de negacionismo, por exemplo, quando a indústria tabagista buscava garantir sua sobrevivência financiando cientistas para dizerem que não era totalmente certo que o fumo realmente causa câncer.

Décadas depois, já na atualidade, estratégias como essa foram também usadas por grupos e líderes empresariais, e políticos com o intuito de promover *fake news* sobre vacinas, aquecimento global, e mais recentemente, afirmações de que a Terra é plana, doutrinação marxista, ideologia de gênero, distribuição de kit gay nas escolas, entre outros (LADEIRA, 2020).

Ronualdo Marques e Jerry Adriano Raimundo (2021), ao escreverem sobre o negacionismo científico na pandemia, afirmam:

³ “A Sociedade da Informação é um conceito utilizado para descrever uma sociedade e uma economia que faz o melhor uso possível das Tecnologias da Informação e Comunicação no sentido de lidar com a informação, e que torna esta como elemento central de toda a atividade humana” (CASTELLS, 2001).

O negacionismo científico cresceu significativamente nos últimos anos e tem se caracterizado como um fenômeno cada vez mais frequente de devaneio e acriticidade, o qual é propagado vertiginosamente pelas diversas redes sociais com o efeito de distorção dos fundamentos teóricos e dados científicos oriundos de anos de produção e pesquisa científica. (MARQUES; RAIMUNDO, 2021 p. 67).

O cenário de negacionismo e desinformação no Brasil chama atenção, visto que muitas das informações falsas a respeito da doença, como a divulgação massiva do uso do medicamento Hidroxicloroquina⁴, e a recusa para cumprir o isolamento e distanciamento social foram, e ainda são disseminadas pelo próprio presidente da República, Jair Messias Bolsonaro, e por seus apoiadores, que podem ter contribuído muito com a propagação do vírus em solo brasileiro.

Desde a declaração de pandemia realizada pela OMS em março de 2020, a realidade das redações mudou completamente, principalmente em relação à redução de profissionais trabalhando em conjunto presencialmente. Assim, enquanto alguns jornalistas precisaram se expor ao vírus, convivendo com o medo de contaminação embora seguindo as medidas de segurança, outros tiveram que enfrentar os dilemas gerados pelo *home office*. Essas transformações marcam a realidade do jornalista brasileiro até hoje.

Daniel Carvalho, repórter da Folha de S. Paulo em Brasília, em depoimento à Caê Vatiéro, Paula Beatriz Neiva e Bruna Lima no site da ABRAJI, conta que:

A cobertura do Planalto foi uma das menos afetadas durante a pandemia. Com o viés negacionista do governo, as agendas foram mantidas como se não houvesse vírus. Continuamos indo ao palácio, mas com cuidados redobrados: máscara o tempo todo, higienização das mesas e tentativa de distanciamento mesmo na hora de entrevistas. (CARVALHO 2021, s/p)

Por isso, como já dito anteriormente, é importante ressaltar o trabalho jornalístico, tanto dos profissionais e dos veículos de imprensa, quanto das agências

⁴ No dia 21 de janeiro de 2022, o Ministério da Saúde publicou uma nota técnica contrariando a comunidade científica e a Organização Mundial da Saúde (OMS), afirmando que a hidroxicloroquina demonstrou segurança como uma tecnologia de saúde para a COVID-19, enquanto as vacinas não. No entanto, desde março de 2021, a OMS não recomenda oficialmente o uso do medicamento para o tratamento ou prevenção do coronavírus e, todas as vacinas em aplicação no Brasil obtiveram resultados que comprovaram sua segurança. Disponível em: <https://g1.globo.com/saude/coronavirus/noticia/2022/01/22/ministerio-da-saude-diz-que-hidroxicloroquina-e-segura-mas-vacinas-nao-nota-tecnica-contraria-oms-e-cientistas.ghtml>. Acesso em: 28 jan. 2022.

de checagem de informações que vêm desempenhando um papel fundamental diante desse cenário que presenciamos no país. Ao enxergar o jornalismo como uma ferramenta fundamental no enfrentamento à desinformação, este é um importante momento para incentivar a valorização do trabalho jornalístico de qualidade.

Das diversas funções que o jornalista já exercia na sua jornada de trabalho, nesta pandemia, os profissionais se colocaram na linha de frente contra o vírus e também passaram a desempenhar papéis como: investigar e registrar o que está acontecendo dentro dos hospitais, entender e compartilhar o que a ciência vem descobrindo sobre a COVID-19, de modo a traduzir para o grande público os tramites e processos do conhecimento científico. Assim como também passaram a fiscalizar a gestão dos governos estaduais e federal, cobrando soluções e investimentos para a vacinação, auxílio emergencial e, diante da crise social, econômica e de saúde que se instaurou, pautando e chamando atenção para problemas que já haviam sido reduzidos no Brasil, como a fome e a miséria que voltaram a assombrar a população do país nos dias de hoje.

2.4 Transparência jornalística

Em meio à pandemia do novo coronavírus, ao negacionismo, à desinformação e às mudanças no jornalismo, a informação de qualidade ganhou, de certa forma, o mesmo grau de importância que o trabalho de médicos e cientistas contra o vírus. Assim, os jornalistas exercem sua função social essencial, que tem como finalidade o bem público, buscando conectar as pessoas com informação de qualidade, fornecidas por profissionais de forma segura, responsável e transparente.

Por isso, o uso da transparência nos meios de informação ficou cada vez mais evidente neste período. A transparência é um conceito originário do campo da administração pública que, especialmente no período da pandemia, passou a figurar como uma exigência, um valor no jornalismo, se tornando um importante valor na prática de verificação de declarações públicas. Segundo Denise Becker (2020):

[...] No jornalismo, a transparência é aliada e exerce uma função social importante para garantir a liberdade de expressão e o acesso à informação em democracias abertas. Em suma: transparência e jornalismo tornam-se uma ameaça potencial ao Estado e aos que estão no poder. (BECKER, 2020, s/p).

Como um todo, a transparência jornalística, apesar de não ser uma salvação para o jornalismo, é um elemento inovador (BURCHARD, 2021), uma opção que permite a maior valorização das subjetividades da área, e do desejo por parte do público, de conhecer os métodos de produção das notícias, assim como também é um modo de realizar a verificação da relevância e da credibilidade de um jornal. Possibilitando assim, que o destinatário da informação perceba que o produto final da notícia foi desenvolvido a partir de decisões humanas.

Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2004), que inspiram o termo “jornalismo de verificação”, também compreendem a transparência como um valor, porque “[...] mostra o respeito dos jornalistas por seu público. Permite a este julgar a validade da informação, o processo pelo qual essa mesma informação foi obtida e os motivos e preconceitos do jornalista que a transmite” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 127 *apud* SEIBT; FONSECA, 2019, p. 7).

Graves (2016, *apud* SEIBT; FONSECA, 2019, p. 4), aponta que o *fact-checking* configura uma resposta à fragmentação da vida pública ao longo das últimas três décadas, pois cada vez mais, os *fact-checkers* têm suas próprias regras, rotinas e “melhores práticas”. Ainda segundo o autor, um código estaria sendo construído entre organizações jornalísticas dessa natureza, podendo assim, fazer com que as mesmas ganhem mais notoriedade à medida que aumenta a preocupação com a desinformação na rede.

Seibt e Fonseca (2019), afirmam que a transparência tem espaço significativo neste código desenvolvido por organizações de *fact-checking*⁵, o qual preza a transparência em relação à metodologia, transparência na escolha das fontes, transparência quanto ao financiamento, política pública de correções e apartidarismo.

No jornalismo, Denise Becker (2020) aponta que a transparência pode se apresentar de quatro maneiras: 1. Na divulgação de informação (atual); 2. Com precisão (informação verdadeira, correta); 3. Clareza (informação dada de maneira compreensível); e 4. Participação (interação do público). Nas palavras da autora, qualquer pessoa pode ouvir/ver/ler e assimilar o que está sendo noticiado e

⁵ Agência Lupa, Aos Fatos, Estadão Verifica, Fato ou Fake, entre outros, são exemplos de agências de verificação (*fact-checking*) no Brasil. As iniciativas realizam a checagem dos fatos e o desmonte de boatos com o objetivo de alertar o público sobre conteúdos disseminados na internet.

questionar. E mais, a transparência dos jornalistas é uma demonstração de honestidade, senso de justiça, ética e responsabilidade com o público.

2.5 Autorreferencialidade no jornalismo contemporâneo

A autorreferencialidade é uma expressão que já faz parte dos estudos em comunicação. Em estudos midiáticos que refletem sobre o jornalismo na contemporaneidade, frequentemente há destaque para a autorreferencialidade como estratégia discursiva para “capturar o leitor” (SGORLA; FOSSÁ, 2008, p. 10 *apud* KLEIN, 2013, p. 2). O “espírito” do conceito é, em poucas palavras, atrair a atenção do público através da estratégia de apresentar os bastidores da notícia, ou seja, quando o jornalista produz referência sobre si mesmo. Como bem define Bianca Alighieri (2011, s/p) em uma frase: “Olha, leitor, o que a nossa equipe faz por você”.

De forma geral, essa autorreferência serve para reafirmar a credibilidade do jornalista na forma de passar os acontecimentos, fazendo com que seja possível uma melhor relação com o público, além de também contribuir com a construção da imagem do enunciador e “firmar um contrato” que enfatiza a capacidade técnica de um grupo midiático específico.

Hoje em dia, dadas as mudanças na forma de lidar com o público, a autorreferência é outro conceito evidente e muito utilizado no jornalismo, especialmente nas produções que vemos no Brasil. Como explica Eloísa Klein, “A reflexão sobre a autorreferencialidade engloba a análise de um momento em que práticas sociais se misturam às mídias e em que não é possível distinguir o ambiente social de uma cobertura jornalística.” (KLEIN, 2013 p. 8).

Sabendo que a autorreferencialidade também pode ser vista como publicidade, Márcia Franz Amaral (2010), afirma que a publicidade autorreferencial tem sido uma tendência nos jornais e ocorre geralmente quando o espaço publicitário serve à própria publicização, isto é, o lugar normalmente utilizado para falar de um terceiro é usado para falar de si, de modo em que o produto a ser anunciado é também o suporte midiático do anúncio. A autora ainda aponta que “A mesma definição se aplica a manchetes de jornais que servem à visibilidade do próprio jornal como produto.” (AMARAL, 2010, p. 343).

Para Fausto Neto (2007), o jornalismo hoje fala cada vez mais para o âmbito público de suas próprias operações enquanto regras privadas de realidade de

construção do que, necessariamente, da construção da realidade. Segundo o autor, o “sujeito falante” opera nesse cenário como emissor e receptor ao mesmo tempo, assim, podemos observar as transformações que têm ocorrido nas estratégias de “contratos de leituras” das mídias. Sobre isso, Fausto Neto considera:

Pensados como operação que instituem vínculos entre produção/recepção, através dos quais as práticas midiáticas promovem o deslocamento - ou reformulam o status da recepção - os ‘contratos’ transformam o lugar de operação de referência, pela emergência de operações de auto-referência. (FAUSTO NETO, 2007, p. 79).

Ainda nas palavras do autor, esses “contratos” são, em diferentes modalidades, “sintomas” que sinalizam as preocupações do âmbito da produção midiática em regular relações de defasagens (incompletudes) de sentidos com a recepção, na expectativa de, assim, reduzir as complexidades das interações (FAUSTO NETO, 2007). A autorreferência então, pode acontecer quando se reforça o próprio sistema por meio de características da produção, alusão às características do que se fala.

Umberto Eco (1984), considerado referência no que se diz respeito a aspectos de autorreferência na televisão, diferencia duas fases da mesma. Na primeira delas, Eco conceitua como “Paleotelevisão”, onde é enfatizada a referência ao mundo. A segunda, seria a “NeoTV”, que fala menos do mundo e mais de si. Nesta, o autor explica que:

A característica principal da Neotevê é que ela fala (conforme a Paleotevê fazia ou fingia fazer) sempre menos do mundo exterior. Ela fala de si mesma e do contato que estabelece com o próprio público. Não interessa o que diga ou sobre o que ela fale (também porque o público, com o controle remoto, decide quando deixá-la falar e quando mudar de canal). Ela, para sobreviver a esse poder de comutação, procura entreter o espectador dizendo-lhe “eu estou aqui, eu sou eu e eu sou você”. (ECO, 1984, p. 182).

Sobre isso, Klein (2013), afirma que o que Umberto Eco caracteriza como sendo uma fala da TV sobre si mesma, é relacionado à constatação de que os eventos – se não são mentiras, porque aconteceu alguma coisa que serve de referência para a matéria jornalística – são certamente afetados pela própria presença das equipes televisivas, com o que tudo faria parte do ambiente midiático, sendo impossível falar de um mundo fora dele.

Recentemente, passamos a poder perceber a autorreferencialidade com maior evidência todos os dias ao assistir a programação da Rede Globo, por exemplo. Em junho de 2021, a emissora exibiu⁶ ao público, por meio dos apresentadores do Jornal Nacional, William Bonner e Renata Vasconcellos, a nova campanha institucional da Globo que destacou o empenho dos jornalistas ao longo do primeiro ano de cobertura da pandemia de COVID-19 no país.

Com o slogan: “Jornalismo é assim: feito por gente de verdade. Como você. Para construir uma ponte segura entre fatos e pessoas”, a campanha em estilo documental utiliza de áudios reais trocados entre jornalistas da Globo e seus familiares durante o período de pandemia, para dar ênfase à dedicação profissional e comprometimento dos jornalistas, destacando as pessoas que estão na missão de apurar e informar o público, em um momento de angústias, medos e dificuldades.

⁶ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9593265/>. Acesso em: 07 set. 2021.

3. DOCUMENTÁRIO COMO PRODUÇÃO JORNALÍSTICA

O documentário é considerado um gênero de filme não-ficcional, que apresenta o real através da mídia audiovisual. Conforme Bill Nichols (2012), todo filme é um documentário, e cada um conta uma história, mas com espécies diferentes. Segundo Nichols, “Mesmo a mais extravagante das ficções evidencia a cultura que a produziu e reproduz a aparência das pessoas que fizeram parte dela” (NICHOLS, 2012, p. 26). Dessa forma, o autor afirma que é possível dividir as produções em dois tipos: 1. Os documentários de satisfação de desejos; e 2. Os documentários de representação social.

O primeiro tipo consiste no que habitualmente chamamos de ficção, os quais tornam concretos os frutos de nossa imaginação, expressam nossos sonhos, medos e desejos, transmitindo verdades que podemos rejeitar ou adotar como nossas (NICHOLS, 2012). Enquanto os documentários de representação social, o segundo tipo, são os que representam aspectos de um mundo que já conhecemos, que tornam visível e audível a realidade social de acordo com a seleção e organização da produção. Estes, para Nichols, “Expressam nossa compreensão sobre como a realidade foi, é e o que poderá vir a ser. Esses filmes também transmitem verdades se for o que quisermos” (NICHOLS, 2012, p. 27). Eles proporcionam ao espectador visões diferentes do mundo comum, de modo que possamos explorar e compreender de formas distintas o que é apresentado.

Literalmente, os documentários dão-nos a capacidade de ver questões oportunas que necessitam de atenção. Vemos visões (fílmicas) do mundo. Essas visões colocam diante de nós questões sociais e atualidades, problemas recorrentes e soluções possíveis. O vínculo entre o documentário e o mundo histórico é forte e profundo. O documentário acrescenta uma nova dimensão à memória popular e à história social. (NICHOLS, 2012, p. 27).

Ainda segundo Nichols (2012), podemos afirmar que os documentários mostram aspectos ou representações auditivas e visuais de uma parte do mundo histórico. Eles significam ou representam os pontos de vista de indivíduos, grupos e instituições, uma representação do que vivemos. Dessa forma, para o autor cada documentário possui sua voz distinta que funciona como uma impressão digital. Tem-se que essas vozes individuais dizem respeito à teoria do autor, enquanto vozes compartilhadas, a uma teoria do gênero.

Assim, são conceituados seis modos de representações que constituem subgêneros do gênero documentário, sendo eles: poético, expositivo, observativo, participativo, reflexivo e performático. O gênero poético teve origem na década de 1920 e não faz uso da montagem em continuidade, sacrificando as ideias de localizações específicas no tempo e espaço, onde os personagens compõem a cena em relação de igualdade com os objetos e existe uma maior preocupação com a expressão estética. Enquanto o modo expositivo é uma junção de fragmentos do mundo histórico em uma estrutura vista mais como retórica ou argumentativa do que estética ou poética, expondo argumentos ou recontando uma história, além de adotar o comentário como “voz de Deus”, dando às imagens um papel secundário na narrativa.

Já no modo de representação observativo, é apresentada uma ideia de duração real dos acontecimentos, onde o cineasta não impõe um comportamento aos personagens, possibilitando que, na maioria das vezes, a interação destes ignore a presença da equipe de produção enquanto são observados. Assim, enquanto o documentário observativo transmite a sensação de como é estar em uma determinada situação, o documentário participativo, o quarto modo de representação, tem inspiração nas pesquisas de campo especialmente da antropologia. Este tipo de documentário possibilita ter também uma ideia do que é para o cineasta estar em uma determinada situação e como esta se altera. Neste, o realizador vai a campo e observa participativamente se colocando em cena, mas não se permite virar um nativo, ou seja, um integrante do grupo representado, ele apenas habitua-se à forma de se viver no local, mas mantém certo distanciamento.

No modo reflexivo podemos ver o documentário exatamente como ele é, uma representação. Nele, ao invés do espectador observar o ponto de encontro para os processos de negociação entre cineasta e participante do filme, como no modo participativo, é possível conhecer quais são os processos de negociação entre cineasta e espectador, ou seja, ao invés de seguir o cineasta em seu relacionamento com outros atores sociais, o espectador agora acompanha o relacionamento do cineasta conosco, falando não só do mundo histórico como também dos problemas e questões da representação. Ele é o modo de representação mais consciente de si e o que mais se questiona. No último modo, o performático, são suscitadas questões sobre o que seria o conhecimento, além de serem enfatizados aspectos subjetivos de

um discurso classicamente objetivo. Este é o que mais se aproxima do domínio de cinema experimental ou de vanguarda. Todos os modos continuam sendo utilizados até hoje.

Sabendo disso, é possível identificar produções documentais até mesmo na TV aberta, como é o caso do que vemos na Rede Globo. Programas como Globo Repórter, Esporte Espetacular e Fantástico, por exemplo, são programas que têm espaço para o documentário na tela dos espectadores. Ademais, podemos observar também aos domingos, na RecordTV, o Domingo Espetacular, um programa em formato de revista eletrônica⁷ de informação e entretenimento que também abre espaço para produções documentais nas telas do grande público.

O Fantástico, um programa jornalístico exibido aos domingos que teve sua criação em 1973, prometendo ser um formato diferente de tudo o que existia na televisão brasileira na época, é também concebido como revista eletrônica de variedades, reunindo jornalismo e entretenimento.

Em março de 2006 o Fantástico exibiu o documentário “Falcão, Meninos do Tráfico”, produzido e dirigido pelo rapper MV Bill, pelo seu empresário Celso Athayde, e pelo centro de audiovisual da Central Única das Favelas (Cufa). O filme retrata como a miséria e a violência transformam jovens em mão de obra do tráfico de drogas nas favelas brasileiras. A exibição sem cortes ocorreu em meio às discussões sobre a ocupação do Exército nos morros do Rio de Janeiro. A primeira transmissão do documentário em rede nacional foi um especial de 58 minutos (metade do programa), exibido em três blocos, sendo interrompido apenas pelos intervalos comerciais. Desde sua criação, o programa nunca havia dedicado tanto tempo de sua programação a uma única produção independente. Além disso, o Fantástico também mantém séries documentais de emissoras internacionais como BBC e NHK sobre natureza, fenômenos climáticos, entre outros. Da mesma maneira que apresenta séries nacionais sobre tecnologia, como por exemplo “Expresso futuro” apresentado por Ronaldo Lemos, ou ainda, conteúdos sobre saúde, com o médico Dráuzio Varella.

⁷ Na televisão brasileira, revista eletrônica é um conceito que caracteriza alguns programas jornalísticos. As características que compõem o modelo televisivo de revista, no entanto, ainda são pouco estudadas, fazendo com que a definição do que seria exatamente esse gênero de programação seja pouco clara.

Outro exemplo é o Globo Repórter, um dos programas mais antigos da história da televisão brasileira, também criado na década de 70, quando o jornalismo da Globo começava a se solidificar. Na época, a equipe viu a necessidade de apostar em algo que permitisse maior aprofundamento nas reportagens, investindo na produção de cine documentários. A equipe então era formada em sua maioria por jornalistas e vários cineastas, como Walter Lima Jr e João Batista de Andrade, contratados da emissora, e Maurice Capovilla, Hermano Penna, Sílvio Back, Jorge Bodanski, entre outros, que eram convidados para dirigir alguns programas. Do cinema vinha também Dib Lufti, cuja experiência como câmera foi fundamental em muitos filmes do programa (LINS, 2004).

Os repórteres que trabalhavam no Globo Repórter faziam pesquisa e tinham uma presença bastante discreta nos programas mais relacionados à atualidade. O diretor não podia aparecer na imagem, e muito menos a equipe — só em casos excepcionais e inevitáveis, mas jamais falando para a câmera. (LINS, 2004, p. 21).

Consuelo Lins apresenta em sua obra intitulada “O documentário de Eduardo Coutinho: televisão, cinema e vídeo” a visão do cineasta Eduardo Coutinho, que trabalhou por nove anos no Globo Repórter a partir de 1975. Na época, “Apesar da ditadura e de uma censura oficial intensa, o Globo Repórter estava conseguindo realizar uma experiência de documentário bastante singular” (LINS, 2004, p. 19). No entanto, neste período grande parte da produção da emissora era de documentários estrangeiros de baixo custo, fazendo com que a produção nacional fosse menor e em geral formada por programas que agrupavam filmes de 10 minutos. A luta, conforme depoimento de Coutinho, era justamente para aumentar essa participação, que dependia do trabalho de toda a equipe.

Desde então as atrações vêm transitando por diversas esferas do jornalismo, registrando momentos decisivos da história do país, aprofundando a cobertura de fatos abordados nos telejornais da Globo, exibindo matérias investigativas ancoradas na preservação dos direitos humanos e traçando os perfis de importantes personalidades brasileiras. Vale lembrar que o atual formato do Globo Repórter se distancia daquele formato documental dos primeiros anos e adota um modelo mais próximo da grande reportagem em que o repórter atua como mestre de cerimônia que conduz a narrativa apresentada.

3.1 Documentário jornalístico: Da TV aberta à Globoplay

A lógica temporal e linear da televisão, quando a tela nunca fica sem programação, é atravessada pelo que vivemos já há algum tempo, o advento do ciberespaço, um espaço existente no mundo de comunicação, e sua urgência. Construída no modelo de *broadcast*⁸, a rede televisiva vê no ciberespaço, algo diferente do que se observa no tradicional ao vivo. O fluxo das formas textuais televisivas delineadas por uma continuidade passa a operar sob a demanda do usuário. Sobre a convergência da mídia, Henry Jenkins afirma:

A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. (JENKINS, 2013, p. 43).

Diversas tecnologias aliadas à internet possibilitaram o surgimento e a consolidação de novas formas de produção, circulação e consumo de conteúdos audiovisuais. Diante desses avanços tecnológicos e as práticas contemporâneas de consumo audiovisual em rede, surgem as plataformas de *streaming* com vídeos sob demanda, onde os conteúdos são transmitidos através de dados pela internet e se ordenam por acervos e diferentes possibilidades de fluxos, orientados a partir das escolhas da tecnologia da plataforma.

Na última década, foi registrado um crescimento das plataformas de vídeo (*streamings*) sob demanda, chamadas “VOD”. Essas são administradas por empresas da área de tecnologia, como Netflix (2011), e Amazon Video Prime (2016). Essas plataformas se configuram basicamente como um novo modo de consumir o audiovisual, em um espaço onde o usuário tem a capacidade de exercer controle sobre o fluxo do conteúdo a ser consumido. As produções realizadas para os *streamings* apresentam mudanças em suas estruturas narrativas em relação ao sistema *broadcast*, já que dispensam os intervalos comerciais e os demais códigos televisivos característicos das emissoras.

Neste contexto, as emissoras de TV buscam reestruturações em suas dinâmicas produtivas, fazendo com que as formas de relações com o telespectador

⁸ Tecnologia caracterizada pela transmissão de conteúdo a partir de um ponto para vários pontos, em sentido único.

sejam reavaliadas, em vista das novas condições do ambiente digital. A Rede Globo por exemplo, em um movimento para sustentar o padrão Globo de qualidade faz com que a emissora, como um conglomerado de mídia, busque constantemente atualizar sua estrutura tecnológica e reforçar sua presença em diferentes meios de comunicação (BARBOSA; BAILO, 2020). Tal busca, se encaixa em um contexto de convergência midiática corporativa, como explica Jenkins (2013):

A indústria midiática está adotando a cultura da convergência por várias razões: estratégias baseadas na convergência exploram as vantagens dos conglomerados; a convergência cria múltiplas formas de vender conteúdos aos consumidores; a convergência consolida a fidelidade do consumidor, numa época em que a fragmentação do mercado e o aumento da troca de arquivos ameaçam os modos antigos de fazer negócios (JENKINS, 2013, p. 336).

Assim, segundo Barbosa e Baio (2020), a inserção da Globo na internet é marcada pela criação do website O Globo On, ainda em julho de 1996. Quatro anos depois, em março de 2000, a página passou a ser incorporada ao portal Globo.com, desenvolvido inicialmente para abarcar a produção dos jornais, revistas, rádios e canais de televisão da então Organizações Globo em uma nova plataforma. Naquele momento, o portal já oferecia aos usuários a visualização de trechos de vídeos da programação da TV Globo, mas é em 2003, com a criação do Globo Media Center que o grupo passa a disponibilizar e estruturar um acervo amplo de conteúdos para seus assinantes, com 50 mil vídeos cadastrados em sua base de dados em seu lançamento, entre conteúdos da TV Globo e dos canais Globosat.

Integrado ao portal e provedor Globo.com, o Globo Media Center funcionava como uma central de conteúdo de vídeo por *streaming*, representando a primeira iniciativa de estruturação de uma plataforma de vídeos sob demanda do grupo Globo. Os conteúdos eram, em sua maioria, associados à televisão, incluindo íntegras de telejornais e novelas, programas esportivos e infantis, minisséries e *reality shows*. Em 2006, o Globo Media Center passa a ser Globo Vídeos, com alterações pontuais na interface em decorrência desta nova versão, mas com conteúdos ainda associados majoritariamente a programação televisiva corrente. Em 2012, um ano após o serviço de *streaming* Netflix chegar ao Brasil, o sucessor do Globo Vídeos ganha uma nova interface e passa a se chamar Globo.TV +, que disponibilizava o acervo da emissora e trechos de conteúdos da programação da TV Globo e dos canais Globosat.

Como observam Barbosa e Baio (2020), sob o slogan "A programação da Globo do jeito que você quiser", a plataforma, assim como suas antecessoras, também era promovida em relação a programação da televisão broadcast do Grupo Globo. Concomitantemente, em 2014, o grupo lança a central de entretenimento GShow. Integrada ao Globo.com, o portal exhibe webséries originais e conteúdos derivados de programas exibidos na televisão, como *spin-offs* (narrativas derivadas de obras já existentes), *trailers* e *teasers* que exibem prévias do conteúdo, entrevistas de bastidores e páginas de telenovelas e séries.

Como sucessora do Globo.TV+, a Globoplay é lançada em 2015, com o objetivo de disponibilizar os programas na íntegra para computadores, *tablets*, *smartphones* e *Smart TV*, se tornando a principal plataforma de *streaming* com vídeos sob demanda do Grupo Globo, e exemplifica bem a reconfiguração das estruturas de distribuição de conteúdos televisivos. A plataforma está estruturada para atender as demandas e hábitos de consumo característicos de uma ecologia midiática marcada pela conexão.

Seu modelo, assim como o de suas antecessoras, é um modelo flexibilizado de *freemium*, com a combinação de serviços gratuitos (*free*) e pagos (*premium*). No entanto, enquanto o público assinante tem acesso na íntegra de todos os conteúdos da plataforma, programações ao vivo e às câmeras do *reality show* Big Brother Brasil, por exemplo. Os não-assinantes da Globoplay conseguem acessar trechos de novelas, séries e minisséries e a íntegra de programas jornalísticos e telejornais esportivos, com anúncios, breves vinhetas publicitárias e chamados *pre-roll video ads*, antes da reprodução do conteúdo.

Outra especificidade da plataforma, é que desde o seu lançamento em 2015, até março de 2020, quando foi declarada oficialmente a pandemia, o acesso à programação da Globo em tempo real pela Globoplay era restrito apenas ao público das cidades de Brasília, Goiânia, Campinas; das regiões metropolitanas do Rio de Janeiro, São Paulo, Recife e Minas Gerais, de todo o estado do Acre, Roraima, Rondônia e da quase totalidade dos estados do Amapá e do Amazonas.

Atualmente, a programação televisiva em tempo real pelo aplicativo, vista com o título: "Agora na Globo", também está disponível para os assinantes em todo país. Devido à pandemia, as plataformas de *streaming* realizaram esforços para atender com qualidade a maior demanda de usuários que, por seguir a recomendação de

permanecer em casa para conter a expansão do novo coronavírus, recorrem a esses serviços como forma de entretenimento.

Durante esse período, a plataforma atualizou seu catálogo diversas vezes, investindo em produções exclusivas como documentários, além de disponibilizar também conteúdos que fazem e já fizeram parte da programação da Rede Globo, assim como séries e filmes, não necessariamente de produção própria da emissora.

Nesse contexto, é válido lembrar que a TV Globo já tem um histórico de produção de conteúdo no formato de documentário há muito tempo, isso através dos programas já citados Globo Repórter e Fantástico. Além disso, poucos parecem saber, mas o programa Profissão Repórter também é um exemplo disso. Conforme sinopse⁹, “O Profissão Repórter revela os bastidores da notícia e mostra o processo de produção de reportagens, da reunião de pauta à edição, passando por apuração, entrevistas e gravação”, o programa reúne uma equipe de jovens repórteres, a maioria já com experiências anteriores em produção de documentário ou advindos do Projeto Estagiar, da própria emissora. Equipe essa que, inclusive, já contou com Caio Cavechini, o diretor do documentário “Cercados”, objeto de estudo deste trabalho de conclusão de curso.

3.2 O documentário “Cercados”

Lançado no dia 3 de dezembro de 2020, o documentário “Cercados - A Imprensa Contra o Negacionismo na Pandemia” é uma produção do grupo Globo, disponível na plataforma Globoplay. Conforme a sinopse¹⁰: “O documentário Cercados, original da Globoplay, aborda os bastidores do jornalismo durante os meses da pandemia do (sic) COVID-19, mostrando a luta diária dos jornalistas na realização de seu trabalho”.

Dirigido e roteirizado pelo jornalista e documentarista Caio Cavechini, em parceria com Eliane Scardovelli, o documentário pode ser caracterizado como de representação social (NICHOLS, 2012), pois é um retrato do jornalismo brasileiro. Hospitais cheios, cemitérios, a portaria do Palácio da Alvorada e reuniões de pauta dos principais veículos jornalísticos do grupo Globo são retratados nas quase duas

⁹ Sinopse disponível em: <https://globoplay.globo.com/profissao-reporter/t/m9k2cnjw1D/>. Acesso em: 08 dez. 2020.

¹⁰ Disponível em: <https://www.adorocinema.com/filmes/filme-288616/>. Acesso em: 12 set. 2021.

horas do filme que apresenta os bastidores da cobertura jornalística durante a pandemia, oferecendo ao espectador um ângulo inédito de cenas que marcaram o jornalismo no período de produção do documentário, em 2020.

As imagens documentadas mostram o eixo Rio de Janeiro e São Paulo, além de Brasília, Manaus e Fortaleza. O conteúdo gravado em Brasília, mais especificamente as entrevistas do presidente Jair Bolsonaro no espaço destinado aos profissionais da imprensa, apelidado de “cercadinho”, em frente ao Palácio da Alvorada, serviu de inspiração para o nome do documentário “Cercados”, que faz alusão ao espaço ocupado pelos jornalistas no local, o “cercadinho”. Além disso, o nome também pode ser pensado como uma metáfora, visto que no período da pandemia de COVID-19, o jornalismo se encontra cercado de desinformação, negacionismo e descrédito.

O cenário em Manaus e Fortaleza era grave já no começo da pandemia. São Paulo sofria com hospitais lotados e registros de vítimas em números absolutos. Tudo isso foi registrado pela equipe do documentário. No Rio de Janeiro, vemos momentos particulares e inéditos dos bastidores do Jornal Nacional, cenas como uma pane com o telejornal no ar e discussões muito espontâneas da equipe em reuniões de pauta. Em São Paulo, podemos ver um pouco do que acontece dentro de um hospital, quando uma das médicas abandona o plantão. Além da oportunidade de entrar com Caue Angeli na redação vazia do jornal O Estado de S. Paulo.

O filme também conta com depoimentos de diretores e editores-executivos de grandes jornais do país, no entanto, Cavechini procurou evitar fazer um documentário de entrevistas. Em depoimento ao Diário Catarinense¹¹, o diretor explica que:

Optamos por fazer um filme de imersão, gravando diariamente as situações vividas por dezenas de jornalistas, dos mais variados veículos do país. Buscamos acessos aos bastidores do trabalho em redações como a do Jornal Nacional, no Rio, mas também a rotina de fotógrafos freelancers, repórteres de política, videomakers. (CAVECHINI, 2020, s/p).

¹¹ O Diário Catarinense (DC), faz parte do NSC Total, que é um portal jornalístico e de entretenimento pertencente à NSC Comunicação. O portal abriga os sites dos jornais Diário Catarinense (DC), Jornal de Santa Catarina, Hora de Santa Catarina e A Notícia (AN), além das rádios CBN Diário, CBN Joinville, Itapema FM e Atlântida FM Florianópolis. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/dc>. Acesso em: 18 set. 2021.

Como dito anteriormente, Bill Nichols (2012) explica que cada documentário tem sua voz, e cada voz tem uma natureza própria em sua forma de representar, dessa forma, o autor conceitua seis modos de representações que constituem subgêneros do gênero documentário. Nesse sentido, a produção "Cercados" se encaixa no subgênero de documentário observativo, o qual propõe uma série de considerações éticas que incluem o ato de observar o outro em seus afazeres, enquanto os mesmos ignoram os cineastas. Segundo Nichols, "Os filmes observativos mostram uma força especial ao dar uma ideia da duração real dos acontecimentos" (NICHOLS, 2012, p.149).

Com o subtítulo "um retrato da imprensa contra o negacionismo na pandemia", a produção além de mostrar a rotina da imprensa na cobertura jornalística da pandemia de COVID-19, busca expor as decisões do presidente da República, Jair Bolsonaro, diante da crise na saúde que se instaurou no país. Em entrevista ao portal G1, Caio Cavechini aponta que "Ao retratar a rotina dos veículos brasileiros na pandemia, 'Cercados' faz um registro histórico desse desafio".

Segundo o diretor, o foco principal do documentário é a pandemia, mas o filme aborda também assuntos que se misturam e fluem com o assunto, como as crises políticas desencadeadas ou agravadas por ela, que inevitavelmente interferiram e ainda interferem em uma resposta unida de todas as instituições contra o vírus. A prova dessa fluidez, é o momento em que as duas crises, sanitária e política, atingiram seu auge em maio, e são retratadas no documentário quando mais um Ministro da Saúde pede demissão, enquanto o número de vítimas e contaminados no Brasil não parava de crescer.

No evento online promovido pela Escola de Comunicação, Artes e Design, a Famecos, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), intitulado "Credibilidade em Jogo: Jornalismo contra Desinformação", Caio Cavechini apontou que falta o jornalista se colocar como pessoa de carne e osso, apresentando os desafios que enfrentou para trazer aquela informação. Segundo o diretor, o documentário é uma contribuição para, através de um "trabalho de formiguinha", se possa recuperar a credibilidade da informação profissional. Para isto, faz-se necessário o uso de elementos de transparência jornalística e autorreferencialidade como estratégias para buscar atingir seus objetivos.

Através da produção, são abandonados alguns códigos tradicionais do jornalismo. Com isso, Caio afirma que a equipe pensou em outras linguagens, como a da internet, que pode ser um caminho para o jornalismo se conectar melhor com o público, tratando esse jornalismo de outra forma, para que seja possível gerar novamente, empatia do público para o que os jornalistas viveram até a notícia ser veiculada.

Em vista disso, é possível observar no documentário certos elementos do jornalismo pós-industrial, que como já dito anteriormente, é uma ideia que define de maneira bastante eficiente os desafios e perspectivas do jornalismo contemporâneo, evidenciados no cenário de desinformação, negacionismo e produção jornalística em tempos de pandemia, ao qual o documentário “Cercados - A Imprensa Contra o Negacionismo na Pandemia” apresenta.

No entanto, a produção divide opiniões e, para a linguista e jornalista Letícia Sallorenzo, por exemplo, o documentário é uma espécie de vídeo institucional da TV Globo. Isso porque, em entrevista ao programa Bom Para Todos da TVT¹², Letícia explica que na sua impressão, através de “Cercados”, a Globo está afirmando que está sempre correta e que o errado é o governo, seja ele qual for, não julgando necessário explicar porque o Brasil chegou até a realidade de Jair Bolsonaro no poder, ou qual seria a ligação da emissora com isso. Além de também, não oferecer muito espaço para outros veículos de imprensa na produção. Apesar de todas as ressalvas, a jornalista que analisou o documentário afirma que ele tem um recorte histórico muito importante e vale a pena ser visto.

¹² Conforme o site da TVT, essa se trata de uma emissora educativa outorgada à Fundação Sociedade Comunicação Cultura e Trabalho, entidade cultural sem fins lucrativos, mantida pelo Sindicato dos Metalúrgicos do ABC e pelo Sindicato dos Bancários e Financieiros de São Paulo, Osasco e Região. Tem compromisso com a democracia, o fortalecimento da cidadania e a justiça social. Disponível em: <https://www.tvt.org.br/quem-somos/>. Acesso em: 08 dez. 2021.

4. CORPUS DE ANÁLISE E APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

A metodologia de análise fílmica, que orienta a análise das sequências neste capítulo, é de Manuela Penafria (2009). A autora indica em sua obra quatro modos de análise: 1. A textual, que considera o filme como um texto e tem como objetivo decompor um filme dando conta da estrutura do mesmo; 2. A análise poética que entende o filme como uma programação/criação de efeitos; 3. A análise de conteúdo, que considera o filme como um relato e tem apenas em conta o tema do filme; E 4. A análise da imagem e do som, que entende o filme como um meio de expressão e pode ser designada como especificamente cinematográfica pois centra-se no espaço fílmico e recorre a conceitos cinematográficos.

Assim sendo, optamos pelo terceiro modo, a análise de conteúdo, que tem como etapas identificar o tema do filme e apresentar um resumo do mesmo, passos que já foram cumpridos no capítulo anterior. Outro elemento importante desta metodologia de análise é escolher entre uma análise interna (que fica centrada apenas no filme) ou externa (que considera o contexto social da produção do filme). Neste caso, utilizamos a análise externa.

Penafria ainda afirma que analisar um filme é sinônimo de decompor o mesmo. Por isso, realizamos a seleção de sequências do documentário para o presente estudo. Através disso é possível estabelecer, compreender e interpretar as relações entre os elementos a serem analisados.

Dinâmica da narrativa: Fazer a decomposição do filme por partes (sequências e/ou por cenas). Esta divisão terá de ser feita a partir de um critério previamente definido. A definição desse critério depende do próprio filme (por exemplo, decompor um filme onde o espaço é importante implica fazer uma decomposição das partes desse filme tendo em conta exteriores e interiores). (PENAFRIA, 2009, p. 8).

Desse modo, este capítulo tem como objetivo apresentar o objeto de estudo e *corpus* de análise deste trabalho de conclusão de curso. Assim, apresentamos aqui as quatro sequências selecionadas para análise sob os critérios de seleção:

1. Estar relacionada com as palavras-chave dos objetivos geral e específicos;
2. Exemplificar os termos autorreferencialidade e transparência jornalística;
3. Sequências que mostrem alterações no fazer jornalismo em decorrência da pandemia.

Tendo como palavras-chave: **Transparência jornalística**, **Autorreferencialidade**, **Contexto de desinformação** e **Transformação jornalística**, as sequências foram selecionadas uma para cada palavra-chave, e nomeadas para um melhor entendimento na análise.

Dessa forma, em “Transparência jornalística” foi selecionada a sequência classificada como “Respirando através do improviso”. Em “Autorreferencialidade” a sequência selecionada foi a chamada “Capa do ‘O Globo’”. Como representação do “Contexto de desinformação” foi definida a sequência “Você pode ter sua opinião, mas não pode ter seus próprios fatos”. E, finalmente, mostrando as “Transformações no jornalismo” está “Jornalismo cercado em uma hora e meia”. Durante o processo de seleção, todas elas foram pré-analisadas e transcritas para documentos em Word, podendo ser conferidas no Apêndice deste TCC. Abaixo apresentamos o *corpus* de análise da pesquisa em forma de tabela para melhor visualização das sequências a serem analisadas.

Tabela 1 - *Corpus* de análise

Transparência jornalística	Autorreferencialidade	Contexto de desinformação	Transformações no jornalismo
Respirando através do improviso	Capa do “O Globo”	Você pode ter sua opinião, mas não pode ter seus próprios fatos	Jornalismo cercado em uma hora e meia

Fonte: elaboração da autora.

4.1 Elementos de transparência jornalística: Respirando através do improviso

Ao dirigir o documentário “Cercados - A Imprensa Contra o Negacionismo na Pandemia”, disponível na Globoplay, Caio Cavechini apresentou ao espectador um ângulo inédito da realidade das rotinas do jornalismo durante alguns meses da pandemia de COVID-19 em 2020. Em certas sequências do longa, podemos observar alguns elementos que caracterizam o que os autores Kovach e Rosenstiel (2004, *apud* SEIBT; FONSECA, 2019) definem como transparência jornalística. Além disso, também é possível identificar a autorreferencialidade, assim como aspectos de um

contexto de desinformação e de mudanças na forma de fazer jornalismo durante a crise sanitária, eixos que orientam as análises das sequências aqui selecionadas.

Ressaltamos ainda, que para fins de realização da análise foi necessário separar as sequências ou, dar destaque para um dos aspectos analisados na investigação, mas em vários momentos estes aspectos se misturam, fazendo com que nem sempre as sequências escolhidas se relacionem com apenas uma das palavras-chave que guiam esta análise.

Na sequência localizada entre os minutos 28:51 e 30:33, nomeada por nós como “Respirando através do improvisado”, é possível ver inicialmente uma matéria que foi ao ar no Jornal Nacional (JN) no dia 7 de maio de 2020 onde é contada a história de Luziane que perdeu seu marido, Leandro Jorge Lima, em decorrência da COVID-19. Uma imagem (Figura 1) mostra Leandro respirando através de um respirador improvisado com um saco plástico, enquanto no off é exibida uma mensagem de Luziane que afirmava que o marido não conseguia respirar.

Figura 1 - Leandro Jorge Lima no respirador improvisado



Fonte: Cavechini (2020)

Figura 2 - Willian Bonner: autocrítica em reunião de pauta



Fonte: Cavechini (2020)

Ao cobrir a notícia, o apresentador e editor-chefe do JN, William Bonner, explica que o hospital não se pronunciou sobre a fotografia do caso de Leandro e comenta a situação do respirador improvisado com um tom condenatório. No outro dia, em reunião de pauta gravada para o documentário (Figura 2), o jornalista é retratado se arrependendo da forma como tratou o assunto. Ele conta que sua fala o incomodou e reafirmou que, a essa altura do campeonato, com as dificuldades enfrentadas pelos médicos, aquela poderia ter sido uma tentativa desesperada e heroica de salvar uma vida improvisando um saco plástico. William Bonner, durante a reunião de pauta exibida em “Cercados”, reflete sobre sua atitude no JN do dia anterior:

Tinha um tom condenatório na minha voz de que eu me arrependi imediatamente e falei 'pô, por que?' porque eu não estava concentrado. Eu estava pensando em outras coisas [...] É muito dramático, cara. Eu não enxerguei isso, eu não tive oportunidade ontem de enxergar isso com clareza, entendeu? É muita coisa em cima. Ontem foi um dia muito difícil pra mim também. Chegou uma hora lá às oito horas da noite eu saí na porta da sala e falei 'Ó, entreguei'. Não consigo mais. (BONNER, 2020).

A partir deste depoimento de Bonner gravado pela equipe do documentário, podemos observar o sentimento do jornalista após tratar de um assunto tão delicado como o que foi retratado na matéria, assim como a dúvida de como noticiar o assunto de forma respeitosa e compreensível para o público. Como afirmam Kovach e

Rosenstiel (2004, p. 127 *apud* SEIBT; FONSECA, 2019, p. 7), a transparência jornalística apresenta ao público o respeito dos jornalistas por seus espectadores e permite a eles, neste caso através da própria sequência, julgar a validade da informação e os motivos e preconceitos do jornalista que a transmite.

Além disso, podemos observar na sequência de autocrítica de Bonner, outro elemento de transparência jornalística onde é possível ver explicitamente a condição humana do jornalista. Ao admitir que "Ontem foi um dia muito difícil pra mim também. Chegou uma hora lá às oito horas da noite eu saí na porta da sala e falei “Ó, entreguei”. Não consigo mais” (BONNER, 2020), em certa medida o apresentador expõe suas fragilidades como profissional no exercício do trabalho e se aproxima do público em dois aspectos: 1) Se mostra humano, passível de erro; E 2) Ao refletir sobre os erros cometidos, de certo modo expressa o arrependimento e a vontade de acertar em outros momentos.

No entanto, visto que o documentário “Cercados” é um produto exclusivo para assinantes da Globoplay, a transparência jornalística ocasionada pela autocrítica do apresentador durante a reunião de pauta exibida na produção, teve seu efeito limitado já que apenas parte do público pôde verificar a retratação. Dessa forma, para que o jornalista fosse de fato transparente, seria necessária uma autocrítica também na edição ao vivo do JN no dia seguinte.

4.2 Correferênciação na capa do “O Globo”

Na sequência aqui nomeada como “Capa do ‘O Globo’”, entre os minutos 37:52 e 39:14, é retratado o processo de produção de um produto pertencente às empresas do Grupo Globo, o jornal “O Globo”. E este processo se configura no conceito de autorreferencialidade exatamente por isto, ele apresenta como foi diagramada a capa que foi veiculada no dia em que o Brasil chegou ao marco de 10 mil mortes em decorrência do coronavírus (Figura 3).

Klein (2013) explica que podemos observar vários índices da autorreferencialidade no jornalismo, isso, nas lógicas da produção, desde escolha de pautas, condições de gravação, relacionamento com fontes e entrevistados, e entraves para a produção jornalística, por exemplo.

Figura 3 - Capa do jornal O Globo



Fonte: Cavechini (2020)

Na ocasião registrada para o documentário, o diretor de redação do jornal “O Globo”, Alan Gripp, conversa com o diagramador que apresenta (em chamada de vídeo) a ideia da capa que contém os nomes dos falecidos. Alan aprova a ideia, mas pede uma alteração de letras minúsculas para maiúsculas, justificando que a “ocasião pede”. O diagramador puxa então uma versão já editada da capa, que é aprovada. Alan explica a ideia e o que o design significa:

É isso, é por aí. Botaria os nomes das pessoas com as descrições da vida delas, é como se fossem epitáfios mesmo. Porque reforça o caráter de que são histórias por trás de números, que é o que a gente quer mostrar, e também colocaria os anônimos do lado de famosos, né? Porque também mostra que o vírus não escolhe vítimas afinal. (GRIPP, 2020).

Como explica Burchard (2021), a autorreferência acontece quando é reforçado o próprio sistema dentro do sistema por meio de características da produção, o que vemos na sequência já que, como dito anteriormente, o jornal “O Globo” pertence ao Grupo Globo. Segundo Klein (2013), a autorreferência ainda se dá como uma forma de falar sobre como o que se apresenta foi produzido e com isso ter uma estratégia para obter mais credibilidade e atenção do público.

Ao fazer-se e ao circular, o jornalismo se expõe e é refletido, tensionado, dentro e fora do campo profissional. Seus referenciais de imagem, som, estilo textual, edição, características de relação com entrevistados, tipo de trabalho

na configuração da notícia fazem parte da experiência das pessoas com a mídia. (KLEIN, 2013, p. 13).

Além disso, podemos ver, mais uma vez, traços de transparência jornalística através da sequência selecionada, visto que ali, o jornalista apresenta a estratégia discursiva que o jornal “O Globo” adotou naquele momento para explicar como ocorreu o processo de produção da capa da edição do jornal que expressou a marca de 10 mil óbitos, de modo que deixasse claro que são histórias além dos números.

4.3 Contexto de desinformação

Na sequência aqui nomeada como “Você pode ter sua opinião, mas não pode ter seus próprios fatos”, localizada entre os minutos 47:10 e 50:21, inicialmente ouvimos o que diz o diretor da redação da Folha de São Paulo, Sérgio D’Avila em relação à desinformação:

Numa eleição muito acirrada como foi a eleição presidencial brasileira, você consumir informações de baixa qualidade, *fake news*, pode te levar a uma escolha errada ou mal informada, tem consequências isso? Tem. Mas são consequências políticas, consequências com as quais você pode viver. Numa pandemia você se informar com *fake news* pode custar sua vida. É diferente. (D’AVILA, 2020).

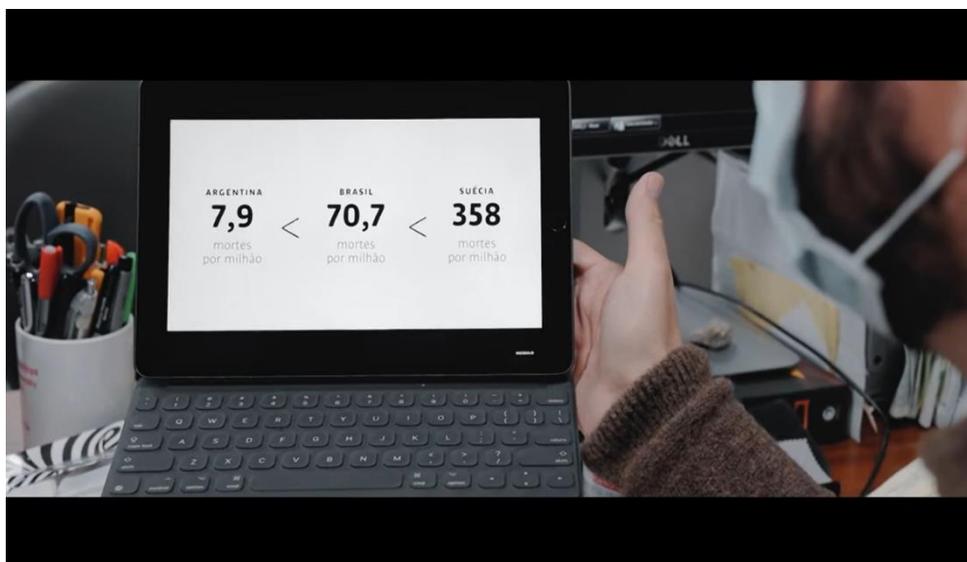
A motivação para o que disse o diretor de redação da Folha é o que acompanhamos a seguir. Em cena, jornalistas no cercadinho localizado em frente ao Palácio da Alvorada, questionam o presidente sobre o que justificava o Brasil ter doze mil mortos pela COVID-19, enquanto o país vizinho, a Argentina, que desde o início da pandemia adotou uma política muito restritiva de isolamento social, tinha trezentos e vinte. A resposta de Jair Bolsonaro à pergunta foi apenas: “É só você fazer a conta por milhão de habitantes, tá?”.

A equipe da Folha então mostra que fez exatamente o que a resposta sugere, porém, o resultado não foi o mesmo que o presidente afirmou. Bolsonaro ainda estende sua fala e usa de exemplo a Suécia, afirmando que o país não fechou. Novamente, a equipe realiza o cálculo e então mostra que mais uma vez a conta não fecha (Figura 4). Sérgio D’Avila explica:

Sete vírgula nove na Argentina e trezentos e cinquenta e oito mortes por milhão na Suécia, que foi o exemplo positivo usado por ele. Parte da nossa

função é pegar imprecisões das autoridades e mostrar “olha não é bem assim”, é fazer as contas pro leitor e mostrar que não é bem assim, que você pode ter sua própria opinião, mas você não pode ter os seus próprios fatos. (D’AVILA, 2020).

Figura 4 - Colocando os pingos nos i's das imprecisões da atualidade



Fonte: Cavechini (2020)

Figura 5 – Fato ou *fake* G1



Fonte: Cavechini (2020)

Depois disso são exibidos vídeos e mais pesquisas de *fake news* que circularam pelo Brasil e já foram desmentidas na internet e pela mídia (Figura 5).

Diante disso, é importante ter em mente a frase que iniciou a sequência, “[...] Numa pandemia você se informar com notícias falsas pode custar sua vida”.

4.4 Transformações no jornalismo

Anteriormente afirmamos que, desde a declaração de pandemia realizada pela OMS, o cenário das redações jornalísticas não só do Brasil, mas do mundo inteiro foram transformadas. Nesse cenário, é fato que muitos jornalistas trabalharam, e ainda trabalham, incansavelmente para informar o espectador com qualidade e precisão, assim como observamos no que é retratado no documentário “Cercados”.

Neste período, as redações ficaram vazias enquanto os jornalistas em sua maioria trabalharam em home office. As entrevistas e reuniões de pauta passaram a ser realizadas de forma remota através de plataformas online como Zoom ou Google Meet, fato que modificou inclusive os planos e enquadramentos mais frequentes no telejornalismo. Nas telas, repórteres realizam passagens utilizando máscara buscando o máximo de proteção diante da exposição ao vírus nas ruas.

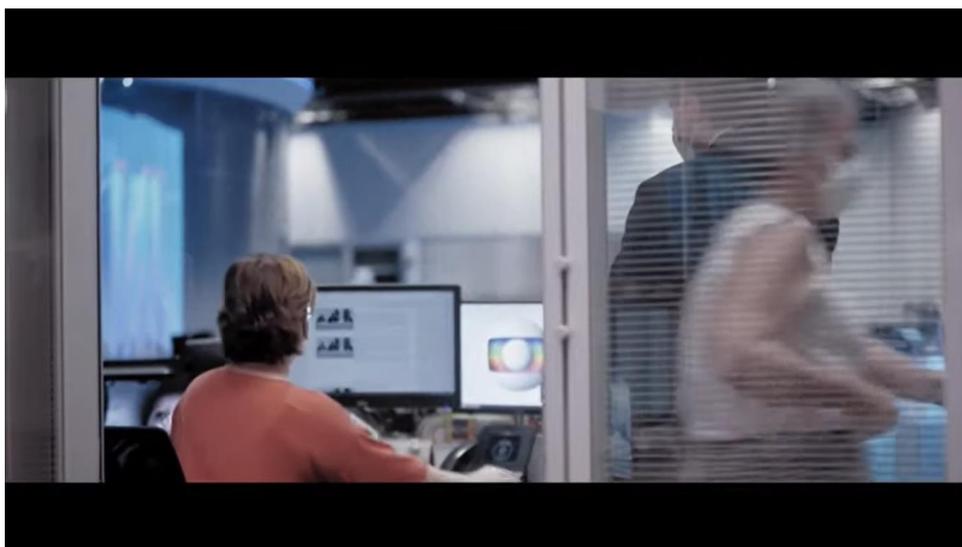
Na sequência “Jornalismo cercado em uma hora e meia”, que representa essas mudanças no jornalismo a partir da pandemia, entre os minutos 1:18:27 e 1:21:53, acompanhamos parte do processo de produção da edição do Jornal Nacional que foi ao ar no dia 22 de maio de 2020. Na ocasião, William Bonner em chamada de vídeo com outro jornalista durante a manhã do mesmo dia, explica que o Ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), Celso de Mello, tomaria uma decisão sobre o vídeo da reunião ministerial de 22 de abril de 2020, considerada peça chave no inquérito que apura se o presidente Jair Bolsonaro tentou interferir politicamente nas investigações da Polícia Federal.

Já era esperado que a informação tomasse grande proporção no jornal. Renata Vasconcellos relata que, durante a pandemia, a equipe esteve o tempo inteiro em alerta, visto que coberturas que antes eram feitas com mais tempo, hoje geram manchetes a cada minuto. Em seguida, a jornalista entra ao vivo em um Plantão da Globo para informar que o ministro Celso de Mello teria liberado o vídeo da reunião de forma integral e que, logo, o espectador poderia acompanhar a cobertura completa do caso no Jornal Nacional.

A partir deste momento, podemos observar a correria em que a equipe do Jornal Nacional trabalha para que a edição esclareça o conteúdo do vídeo da reunião

ministerial (Figura 6). O vídeo foi divulgado às cinco horas da tarde e o Jornal Nacional foi ao ar às oito e meia, ou seja, havia um intervalo de três horas e meia para que a equipe pudesse apurar a pauta e produzir as reportagens sobre a reunião ministerial. No entanto, o detalhe principal é que a gravação divulgada tinha duração de duas horas, restando apenas uma hora e meia para que tudo ficasse pronto. Ouvimos então, o depoimento do Diretor executivo de jornalismo da TV Globo, Ricardo Villela.

Figura 6 - O fazer jornalismo



Fonte: Cavechini (2020)

Ricardo relata exatamente o que vimos no documentário, que os profissionais tiveram uma hora e meia para fazer um Jornal Nacional, em suas palavras, “correto”, caso contrário, viriam críticas de todos os lados. Nas palavras de Ricardo Villela:

Pô, cê tem uma pandemia e você tem uma encrenca daquele tamanho, você tem uma hora e meia pra fazer um JN que tem que ser correto, porque senão a gente vai ter um presidente que vai nos acusar de tudo, a gente vai ter um grupo político que vai dizer que a gente errou nisso, errou naquilo, então a gente tem que fazer tudo correto em uma e meia, num ambiente de grande tensão, sem rasgar as roupas. (VILLELA, 2020).

Podemos então perceber na fala de Villela, uma legítima preocupação em entregar, especialmente aquela edição do JN, sem falhas. Isso porque, mesmo se tratando de um assunto político e não voltado à saúde como nos habituamos neste período, caso houvesse algum erro na cobertura da reunião ministerial em questão,

as críticas se voltariam também ao jornalismo responsável por informar o público sobre os avanços da COVID-19, pondo em xeque sua credibilidade. Nesse contexto é possível entender que os valores-notícia passaram a se misturar, fluindo com o assunto da saúde que foi diariamente abordado durante a pandemia.

Mais adiante nas cenas do documentário, ainda podemos ouvir o que diz Cleudinaldo Fonseca, operador de câmera da TV Globo: “O trabalho só aumentou, porque nós incluímos muito mais horas de jornalismo do que havia antes do começo da pandemia” (FONSECA, 2020), o que fica totalmente claro ao observarmos a programação das emissoras em 2020. No início da pandemia, o aumento no número de horas de jornalismo ao vivo nas telas foi perceptível, como é o caso do Jornal Hoje que, naquele momento passou a ter três horas de duração, se tornando um jornal exclusivo sobre a pandemia. O que só reforça o que foi dito no início deste tópico, o trabalho foi incansável e transformado em diversos aspectos.

4.5 Credibilidade e relevância jornalística no cenário de desinformação

Diante da presente análise, pudemos constatar o que Denise Becker (2020) afirma em relação à transparência jornalística: “A transparência de jornalistas é uma demonstração de honestidade, senso de justiça, ética e responsabilidade com o público” (BECKER, 2020, s/p). No entanto, o jornalismo não é constituído apenas de jornalistas, mas também de veículos e interesses comerciais para manutenção do negócio. E muitas vezes as percepções e convicções da redação conflitam com os interesses do comercial. Diante do cenário já descrito neste TCC ficam as perguntas: Credibilidade e relevância jornalística podem ser mantidas em um contexto de desinformação como o que vivemos? Ou, as estratégias de transparência são suficientes no atual cenário?

Segundo Christofolletti, Paul e Becker (2021), a transparência, que tem origem na administração pública, vem sendo um tema inevitável no debate público desde meados de 1980, e consiste, no caso específico do jornalismo, na abertura de processos, métodos e decisões na produção jornalística. “Como a objetividade no passado, a transparência é recomendada como um dos pilares para a manutenção da credibilidade e a permanência da atividade jornalística (SINGER, 2007; KOLISKA, 2015 *apud* CHRISTOFOLETTI; PAUL; BECKER, 2021, p. 92). Atualmente, o conceito se faz cada vez mais central diante da vida social contemporânea, sendo visto como

um ideal desejável para a organização e divulgação de notícias. No entanto, nesse cenário os próprios veículos de comunicação ocasionalmente divulgam conteúdos e colocam em prática ações que ameaçam a sua credibilidade, fazendo com que sua relevância seja questionada.

Os famosos “caça-cliques¹³” são o melhor exemplo do que pode gerar estes questionamentos, o leitor ao perceber o conteúdo para que foi atraído, tende a desacreditar cada vez mais no jornalismo. A exemplo disto, a jornalista Claudia Laitano comentou em seu Twitter sobre uma matéria na qual teoricamente, a vidente conhecida como “Baba Vanga”, que teria previsto os ataques de 11 de setembro e a morte da princesa Diana, também teria visionado novas crises, além uma nova pandemia para 2022. Citando a notícia, Claudia argumenta: “Que desserviço os jornais ainda publicarem esse tipo de matéria”. Nas respostas da postagem, o público ainda acrescenta que o tipo de conteúdo seria um “Projeto Mais Cliques Menos Assinantes”.

Nesse contexto, podemos voltar também à crítica de Letícia Sallorenzo ao próprio objeto de pesquisa desta análise, o documentário “Cercados”, o qual, segundo a jornalista, apesar de ter um recorte histórico muito importante que vale a pena ser assistido, não dá espaço para que outros veículos de imprensa apresentem seu trabalho realizado no mesmo cenário de pandemia, assim como exime a responsabilidade da Rede Globo em relação ao caminho que foi trilhado para que chegássemos à realidade do governo Bolsonaro, à qual o longa critica. De certa forma, esta crítica de Letícia Sallorenzo associa-se a ideia de NeoTevê apontada por Eco (1984) em que a TV “fala de si mesma”.

Tais ações fazem com que em um contexto de desinformação e crise na credibilidade do jornalismo, os veículos de comunicação urgentemente revejam sua atuação e seu papel na sociedade. Assim como também é necessário que estes passem a refletir sobre as diversas questões, ainda sem respostas, que como dito inicialmente neste tópico, surgem neste contexto. “Como manter a relevância e a credibilidade jornalísticas?”, “Como não permitir que as finanças interfiram em suas

¹³ É um termo originado do inglês “*Clickbait*” que se refere aos conteúdos da internet que são destinados a atrair um grande número de pessoas para uma página ou site, normalmente às custas da qualidade e da precisão da informação, através de manchetes sensacionalistas e/ou imagens chamativas para atrair cliques e incentivar o compartilhamento do material nas redes sociais.

linhas editoriais?”. São muitos questionamentos a serem respondidos, mas que esta pesquisa não tem como responder e nem se propôs a isso.

Assim, considerando que 2022 é um ano eleitoral onde mais uma vez estamos inseridos em um cenário de desinformação, inclusive institucionalizada, que cresce cada dia mais, reforçamos que essas reflexões sobre a instituição jornalística são urgentes para que dessa forma sejam elaborados instrumentos e estratégias profissionais que motivem a confiança do público no jornalismo por meio da abertura de seus processos, e que nesse contexto, a democracia seja fortalecida através de um jornalismo ético e comprometido com a transparência.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho de conclusão de curso teve início através do questionamento sobre de que modo a transparência jornalística e a autorreferencialidade são utilizadas como estratégias discursivas no documentário “Cercados”. Além disso, no desenvolvimento da pesquisa tivemos como objetivo geral analisar o uso da transparência jornalística e da autorreferencialidade como estratégias discursivas no documentário “Cercados”, assim como, especificamente: Identificar, a partir da análise fílmica, elementos de transparência jornalística e autorreferência no documentário “Cercados”; Apresentar o contexto de desinformação e disseminação de *fake news* durante a pandemia; Descrever, através da narrativa de Cercados, as transformações no modo de produzir informação jornalística durante a pandemia no ano de 2020.

À vista disso, podemos considerar que diversos pontos foram alcançados através dessa pesquisa. Para o trabalho, foram identificadas, além das sequências selecionadas para a análise realizada no capítulo 4, outras situações no documentário que também exemplificam o uso de transparência jornalística no dia a dia da produção da Rede Globo, assim como evidenciam a prática de autorreferencialidade e as mudanças decorridas da pandemia no período de 2020. Ademais, durante a produção deste trabalho também foi possível identificar fatores externos, no jornalismo e na realidade política do Brasil, que contribuíram para a contextualização do cenário de pandemia e desinformação apresentados no documentário e considerados na análise de “Cercados”.

Com a leitura desta monografia, desejamos que seja possível entender que a transparência é um valor do jornalismo e dos jornalistas que, através dela, demonstram seu respeito pelo público, permitindo que este julgue a validade da informação recebida (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, *apud* SEIBT; FONSECA, 2019). Isto através do uso da transparência como um mecanismo para abrir os processos de produção da informação, apresentando para o público as fontes utilizadas para aquilo, justificando como os jornalistas sabem o que sabem. Assim como também ansiamos que seja possível compreender a autorreferencialidade como uma estratégia discursiva utilizada para “capturar o leitor” (SGORLA; FOSSÁ, 2008, p. 10 *apud* KLEIN, 2013, p. 2), ela tende a atrair a atenção do público através do método de apresentar os bastidores da notícia, buscando reafirmar a credibilidade do jornalista, mais uma vez fazendo com que seja possível uma melhor relação com o público.

Conforme a regra da transparência (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, *apud* BURCHARD, 2021), para o público entender de fato a informação, esse deve saber sobre os métodos e fontes utilizadas no processo de produção. Dessa forma, Burchard (2021) afirma: “Ser transparente é um modo de ser mais preciso, deixar claro todos os passos da apuração” (BURCHARD, 2021, p. 92).

No entanto, “ser transparente no jornalismo parece ser uma tarefa a ser implementada aos poucos e ainda com algumas limitações no cenário do jornalismo brasileiro” (BURCHARD, 2021, p. 91), isso porque, como já dito anteriormente, atualmente o próprio jornalismo brasileiro põe em xeque suas produções possibilitando o maior questionamento sobre a credibilidade do conteúdo noticiado.

Para o diretor e roteirista do documentário “Cercados”, Caio Cavechini, a produção é uma contribuição para que seja possível recuperar a credibilidade da informação profissional através de um “trabalho de formiguinha”. É visto que no documentário o jornalista se apresenta, ou tenta se apresentar, como pessoa de carne e osso em meio ao cenário de desinformação e medo da contaminação por um vírus até então pouco estudado, evidenciando os desafios que enfrentou para informar o público naquele período. No entanto, essa estratégia tem suas limitações a partir do momento em que não abre muito espaço para o jornalismo como um todo, deixando em evidência na maioria das vezes, apenas os produtos do Grupo Globo dentro da produção.

Na análise do documentário destacamos uma sequência em que o jornalista e apresentador William Bonner peca em sua fala ao noticiar o uso de uma sacola plástica como respirador improvisado. O público que assistiu ao documentário teve a oportunidade de entender e perceber o arrependimento do apresentador logo após a edição do Jornal Nacional, no entanto, o público que teve contato apenas com a matéria ao vivo não teve a mesma percepção visto que o acesso à produção é destinado apenas para os assinantes da plataforma de *streaming* Globoplay, tornando essa uma transparência paga.

Isso reforça como é importante que existam estratégias de transparência jornalísticas de fato eficientes para que o público tenha uma melhor relação com o jornalismo. Nesse caso, a retratação de Bonner deveria ter ocorrido em rede aberta, no programa ao vivo, e não sido exibida apenas no documentário. Conforme afirma Burchard (2021), abrir o jornalismo não pode ser apenas uma ação que ocorre depois

que os problemas acontecem, mas sim um constante trabalho de prevenção e combate à desinformação.

Ainda nesse contexto, como reiteramos neste trabalho, as mudanças no fazer jornalismo durante a pandemia são perceptíveis, não só nas sequências aqui analisadas, mas em todo o documentário e em seu contexto social. Assim, podemos observar o imediatismo com que os profissionais passaram a trabalhar nas produções jornalísticas durante esse período, principalmente diante das limitações de tempo que foram estabelecidas nas redações, como foi o caso em “Jornalismo cercado em uma hora e meia”.

Com isso, faz-se importante também chamarmos atenção para as condições de trabalho com que estes jornalistas passaram a viver, pondo em risco sua saúde, tanto física quanto mental, diante da sobrecarga de tarefas e funções que lhes foram atribuídas. Campanhas institucionais como a da Rede Globo que citamos no capítulo 2, que destacam o empenho dos jornalistas ao longo do primeiro ano de cobertura da pandemia de COVID-19 no país, apesar de se enquadrarem como uma autorreferencialidade publicitária, ressaltam essa importância, colocando o profissional como ser humano atrás de suas produções.

Além disso, é válido entender que são diversos os fatores que acompanham o jornalismo e já são enraizados na produção através de sua história. É preciso considerar que há uma hierarquia nas redações, que há o interesse financeiro para manutenção do negócio, o que muitas vezes torna inevitável a produção de manchetes sensacionalistas ou até mesmo dos já citados “caça-cliques”. O jornalismo além de uma instituição de interesse público é também um negócio que precisa se sustentar, mesmo que através desses artifícios ordenados pelos editores.

Assim, “Cercados e outras produções que venham a ser realizadas, são alternativas que propiciam o uso de práticas de transparência e autorreferencialidade, apresentando ao espectador um novo lado do jornalismo, contribuindo para uma relação mais saudável no ambiente informativo. É fato que não se deve ter o jornalismo como disseminador da verdade absoluta, mas perceber os processos de produção e entendê-los é fundamental nos dias de hoje para se manter devidamente informado.

Finalmente, é possível afirmar que conseguimos atingir nossos objetivos no que diz respeito a identificar e analisar o uso da transparência jornalística e da

autorreferencialidade como estratégias discursivas no documentário “Cercados”, assim como apresentamos o contexto de desinformação e disseminação de *fake news* durante a pandemia e descrevemos através da narrativa de “Cercados”, algumas transformações no modo de produzir informação jornalística durante o ano de 2020. Contudo, durante o processo de realização deste TCC surgiram questionamentos que não foram respondidos no decorrer dele, dado que não era o proposto por nós. Ainda assim, esperamos que este trabalho contribua para as demais reflexões teóricas sobre o tema e que, de certa forma, ajude o jornalismo a encontrar o caminho para a boa relação entre o profissional e o público, desempenhando seu papel social na sociedade democrática.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, Danilo Mecnas Silva. **Plataformas de TV online: Um estudo de caso do Globoplay**. 2020. 95 p. Dissertação (Programa de Pós Graduação em Imagem e Som) Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2020.
- ALIGHIERI, Bianca. **Autorreferencialidade, estratégia mensurável?** 2011. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/autorreferencialidade-estrategia-mensuravel/>. Acesso em: 6 set. 2021.
- AMARAL, Márcia Franz. **Autorreferência na imprensa: jornalismo “de primeira” e de “segunda classe”. Estudos em Jornalismo e Mídia**. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), v. 7, n.2, p. 342-353. jul./dez. 2010. DOI: <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2010v7n2p342>. Acesso em: 30 jun. 2021.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES DE HISTÓRIA DA MÍDIA (ALCAR). **#IMPRENSACONTRAOVÍRUS: considerações sobre o jornalismo em tempos de pandemia**. 2020. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/jornal-alcar/jornal-alcar-no-70-abril-2020/imprensacontraovirus-consideracoes-sobre-o-jornalismo-em-tempos-de-pandemia>. Acesso em: 25 ago. 2021.
- BARBOSA, Larah; BAIO, Cesar. **Globoplay: Do espectador ao usuário**. Intercom. Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2020
- BECKER, Denise. **O valor do jornalismo e da transparência**. 2020. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/coronavirus/o-valor-do-jornalismo-e-da-transparencia/>. Acesso em: 5 set. 2021.
- BELL, Emily. **Jornalismo pós-industrial: adaptando-se ao presente**. 2012. Disponível em: https://archives.cjr.org/behind_the_news/post_industrial_journalism_ada.php. Acesso em: 28 jul. 2021.
- BURCHARD, Larissa Pereira. **Por trás da reportagem: uma análise sobre o uso da transparência no podcast Café da Manhã**. 2021. 132 p. Dissertação (Mestrado Profissional em Comunicação e Indústria Criativa) - Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja, São Borja, 2021.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Tradução: Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- CASTILHO, Carlos. **O jornalismo pós-industrial**. 2012. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/codigo-aberto/o-jornalismo-pos-industria>. Acesso em: 22 jul. 2021.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério; PAUL, Darian; BECKER, Denise. **Transparência e ética jornalística: análise de códigos deontológicos nos maiores mercados de notícia latino-americanos. Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, Unisinos, p. 91-103.

set./dez. 2021. DOI: 10.4013/fem.2021.233.08. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/23023/60748901>. Acesso em: 3 fev. 2022.

ECO, Umberto. Tevê: a transparência perdida. In: ECO, Umberto. **Viagem na irrealdade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984, p. 182-204.

FAGUNDES, Carolina Santos. Globoplay, Playplus E Youtube: **Como Emissoras De Televisão Aberta Brasileira Se Inserem No Fenômeno Do Streaming**. São Cristóvão: Universidade Federal de Sergipe, 2020.

FALCÃO, Paula; SOUZA, Aline Batista de. Pandemia de desinformação: as fake news no contexto da covid-19 no brasil. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, p. 55-71, 22 mar. 2021. Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde. <http://dx.doi.org/10.29397/reciis.v15i1.2219>. Disponível em: <https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/iciict/47085/2/2219-9461-1-PB.pdf>. Acesso em: 9 ago. 2021.

FAUSTO NETO, Antonio. Enunciação, autorreferencialidade e incompletude. **Revista Famecos**. Porto Alegre, nº 34, dezembro de 2007. Quadrimestral. p. 78-85.

GALHARDI, Cláudia Pereira; FREIRE, Neyson Pinheiro; MINAYO, Maria Cecília de Souza; FAGUNDES, Maria Clara Marques. Fato ou Fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, [S.L.], v. 25, n. 2, p. 4201-4210, 30 set. 2020. FapUNIFESP (SciELO). DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1413-812320202510.2.28922020>. Disponível em: <https://www.scielo.org/pdf/csc/2020.v25suppl2/4201-4210/pt>. Acesso em: 9 ago. 2021.

GERHARDT, Tatiana; SILVEIRA, Denise. (org.). **Métodos de Pesquisa**: coordenado pela Universidade Aberta do Brasil — UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica — Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. 1. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. 120 p. ISBN 978-85-386-0071-8.

GLOBO. Memória Globo: **Fantástico**. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/fantastico/>. Acesso em: 17 dez. 2021.

GLOBO. Memória Globo: **Globo Repórter**. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/globo-reporter/estreia/>. Acesso em: 9 dez. 2021.

G1. 'Cercados' estreia no Globoplay e mostra os desafios da cobertura jornalística da pandemia. **G1**, [S. l.], 3 dez. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/12/03/cercados-estreia-no-globoplay-e-mostra-os-desafios-da-cobertura-jornalistica-da-pandemia.ghtml>. Acesso em: 12 set. 2021.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2013.

JORGE, Thaís. A notícia e os valores-notícia. O papel do jornalista e dos filtros ideológicos no dia-a-dia da imprensa. *UNIrevista*, Distrito Federal, v. 1, n. 3, jul. 2006. Disponível em:

https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5564577/mod_resource/content/0/Thais%20de%20Mendon%C3%A7a%20Jorge_valor%20Not%C3%ADcia.pdf. Acesso em: 17 ago. 2021.

KLEIN, E. Autorreferencialidade e jornalismo: reflexões teórico-analíticas sobre a processualidade além do discurso institucional da mídia. **Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação XXII**, p. 1–16, 2013.

LADEIRA, Francisco Fernandes. **Bolsonarismo e o vírus comunista**, 2020. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/conjuntura-politica/bolsonarismo-e-o-virus-comunista/>. Acesso em: 25 ago. 2021

LINS, Consuelo. **O Documentário de Eduardo Coutinho**: televisão, cinema e vídeo. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

LOPES, Marina Martini. **Documentário "Cercados" registra luta dos jornalistas brasileiros contra a pandemia e o negacionismo**. 2020. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/entrevista-caio-cavechini-documentario-cercados>. Acesso em: 12 set. 2021.

MACHADO, Clarissa Lima; GOULART, Ana Paula **Telejornalismo em Tempos de Pandemia**: uma Análise do Programa “Conexão” do Canal Futura. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2020

MARQUES, Ronualdo; RAIMUNDO, Jerry Adriano. (2021). **O negacionismo científico refletido na pandemia de Covid-19**. *Boletim de conjuntura (BOCA)*, Boa Vista, v. 7, n. 20, p. 67-78, 2021. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5148526>. Disponível em: <http://revista.ioles.com.br/boca/index.php/revista/article/view/410/313>. Acesso em: 24 ago. 2021.

NICHOLS, Bill. Que tipos de documentário existem. **Introdução ao documentário**. Campinas (SP): Papirus. 2009.

PENAFRIA, Manuela. Análise de Filmes -conceitos e metodologia(s). In: VI Congresso SOPCOM, Lisboa, 2009. **Anais eletrônicos** [...]. Lisboa, SOPCOM, 2009. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2021.

REVISTA DO INSTITUTO HUMANITAS UNISINOS. São Leopoldo: Instituto Humanitas Unisinos, v. 447, 30 jun. 2014. Semanal. Issn 1981-8793. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/media/pdf/IHUOnlineEdicao447.pdf>. Acesso em: 28 jul. 2021.

RODRIGUES, Carla. Jornalismo e sociedade pós-industrial. **Alceu**: Revista de Comunicação, Cultura, Política, revista acadêmica, Rio de Janeiro, v. 14, n. 27, p. 136-148, 4 nov. 2013. Disponível em: <http://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/10alceu27.pdf>. Acesso em: 17 ago. 2021.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e pesquisa**: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker, 2001. 216 p.

SEIBT, Taís; FONSECA, Virginia. Transparência como princípio normativo do jornalismo: a prática de fact-checking no Brasil. **Comunicação Pública**, Dossiê Temático: Desinformação, Jornalismo e Modelos de Negócio, 14(27), 1–13. 2019. Disponível em: <https://journals.openedition.org/cp/4806>. Acesso em: 30 jun. 2021.

TEIXEIRA, Adriana. **Fake news contra a vida**: desinformação ameaça vacinação de combate à febre amarela. 2018. 97 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 2018.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transicional. v. 2. Florianópolis, SC: Insular, 2005. 216 p.

VATIERO, Caê; NEIVA, Paula Beatriz; LIMA, Bruna. **Um ano depois da pandemia, jornalistas relatam desafios e danos à saúde mental**. 2021. Disponível em: <https://www.abraji.org.br/noticias/um-ano-depois-da-pandemia-jornalistas-relatam-desafios-e-danos-a-saude-mental>. Acesso em: 25 ago. 2021.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 8. ed. Lisboa, Portugal: Presença, 2006.

OBRAS AUDIOVISUAIS CITADAS

CERCADOS: A Imprensa Contra o Negacionismo na Pandemia. Roteiro e direção Caio Cavechini. Rio de Janeiro: Globoplay, 2020. 1 vídeo (120 min). Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9064966/programa/>. Acesso em: 9 ago. 2021.

'**Cercados**' da Globo é doc água sanitária. [S. l.]: Rede TVT, 2020. 1 vídeo (13 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CQRD0nFxfBY>. Acesso em: 8 dez. 2021.

CREDIBILIDADE EM JOGO: Jornalismo contra desinformação. [S. l.]: PUCRS, 2020. 1 vídeo (307 min). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=9ZCgOgCbueg&ab_channel=PUCRS. Acesso em: 9 ago. 2021.

APÊNDICE A - Sequência 1 (Transparência jornalística): Respirando através do improviso - 28:51/ 30:33

Off da reportagem (vídeo da reportagem que foi ao ar no dia 7 de maio de 2020):

“Na porta do Hospital Estadual Platão Araújo, o desespero: Luziane perdeu o marido Leandro Jorge Lima de quarenta e quatro anos”.

Luziane no off: “Ele não conseguia respirar, ele sofreu muito, demais. Se vocês falarem com as pessoas que eu vi lá onde a gente estava, estão ali pegando o corpo da família que estava lá. Cadê? Até então esse negócio...”

William Bonner durante a nota: “O hospital não se pronunciou sobre o caso de Leandro Jorge Lima que foi fotografado com o ‘respirador improvisado’ com um saco plástico.”

Imagens da reunião de pauta do dia 8 de maio de 2020.

William Bonner: “Eu disse isso num tom que me incomodou. Porque a esta altura do campeonato com as dificuldades enfrentadas por esse pessoal todo, pode ter sido uma tentativa desesperada, heroica, de salvar uma vida improvisando um saco plástico e não no tom que eu falei. Eu falei num tom como se os caras tivessem ‘ah esses’... Tinha um tom condenatório na minha voz de que eu me arrependi imediatamente e falei ‘pô, porque?’ porque eu não estava concentrado. Eu estava pensando em outras coisas. Ah então estou usando lá isso é proibido. Gente você tem um sujeito perdendo a vida precisando ser entubado. Se você tentar, tem que tentar. Fosse meu pai eu ia querer que tentassem. O cara vai dizer cara só tem um jeito. Improvisar um saco e fazer, faz! faz se não o cara vai morrer. Então é muito dramático cara. Eu não enxerguei isso, eu não tive oportunidade ontem de enxergar isso com clareza, entendeu? É muita coisa em cima. Ontem foi um dia muito difícil pra mim também. Chegou uma hora lá, às oito horas da noite eu saí na porta da sala e falei ‘Ó, entreguei’. Não consigo mais”.

APÊNDICE B - Sequência 2 (Autorreferencialidade): Capa 'O Globo' - 37:52 / 39:14

Alan Gripp (Diretor de redação do jornal O Globo): “Acho que a gente tá chegando lá, eu só trocava o título de letras minúsculas para maiúsculas porque acho que a ocasião pede”.

Off do diagramador em chamada com o diretor. Imagens da capa: “É, a gente tem uma versão com os nomes, aguenta aí, vou puxar aqui. Mais assim, né?”

Alan Gripp: “É isso, é por aí. Botaria os nomes das pessoas com as descrições da vida delas, é como se fossem epitáfios mesmo porque reforça o caráter de que são histórias por trás de números né, que é o que a gente quer mostrar e também colocaria os anônimos do lado de famosos, né? Porque também mostra que o vírus não escolhe vítimas afinal”.

Imagens de apoio: Processo de impressão da capa do jornal “O Globo”.

Off Alan Gripp: “Então, aqui, por exemplo, Aldevan Brazão Elias, quarenta e seis anos, um Bravo Doce. Do lado Aldir Blanc, setenta e três, a esperança equilibrada sabe que o show de todo artista tem que continuar. Adriana Marques de Almeida Luz, cinquenta e sete, não era só uma dentista, era uma criadora de sorrisos...”.

APÊNDICE C - Sequência 3 (Contexto de desinformação): “Você pode ter sua opinião, mas não pode ter seus próprios fatos” - 47:10 / 50:21

Off Sérgio D’Ávila (diretor da redação da Folha de São Paulo): “Numa eleição muito acirrada como foi a eleição presidencial brasileira, você consumir informações de baixa qualidade, *fake news*, pode te levar a uma escolha errada ou mal informada, tem consequências isso? Tem. Mas são consequências políticas consequências com as quais você pode viver. Numa pandemia você se informar com *fake news* pode custar sua vida. É diferente.

Imagens de apoio: Jornalistas e apoiadores do presidente Jair Bolsonaro em frente ao Palácio da Alvorada, no espaço chamado pelos jornalistas de cercadinho. Um jornalista questiona o presidente:

“Presidente, o que na opinião do senhor explica o Brasil ter doze mil mortos, e a Argentina ter trezentos e vinte pela covid?”

Jair Bolsonaro responde: “É só você fazer a conta por um milhão de habitantes, tá?”.

Imagens de apoio: Pesquisa no Google sobre a população da Argentina. Sérgio D’Ávila explica no off:

“A Argentina adotou desde o início uma política muito restritiva de isolamento social. O resultado é nitidamente melhor. Nós fizemos a conta por milhão de habitantes como sugeriu o presidente. Mas não parou por aí. Ele vai à Suécia”.

Imagens de apoio: Presidente Jair Bolsonaro respondendo ao jornalista no cercadinho: “Vamos falar da Suécia? A Suécia não fechou”.

Imagens de apoio: Pesquisa sobre a Suécia no site *The World Bank*. Sérgio D’Ávila explica no off:

“Então também a conta tenta colocar os pingos nos i’s nessa comparação. Sete vírgula nove na Argentina e trezentos e cinquenta e oito mortes por milhão na Suécia que foi o exemplo positivo usado por ele. Parte da nossa função é pegar imprecisões das autoridades e mostrar ‘olha não é bem assim’. É fazer as contas pro leitor e mostrar que não é bem assim, que você pode ter sua própria opinião mas você não pode ter os seus próprios fatos”.

Imagens de apoio: Pesquisas e comprovações de *fake news* na tela. Vídeo de *fake news*: “Pra ser bem sincero e franco o álcool gel e nada é exatamente a mesma coisa

se você quer mesmo fazer uma assepsia completa das suas mãos e dos seus braços que utilizar, por incrível que pareça o vinagre, ele sim mata.”

APÊNDICE D - Sequência 4 (Transformações no jornalismo): Jornalismo cercado em uma hora e meia - 1:18:27 / 1:21:53

Imagens de 22 de maio de 2020. William Bonner em chamada de vídeo com o jornalista Ernani, de Londres.

William Bonner: “Londres, bom dia”.

Ernani: “Bom dia, tudo bem?”.

William Bonner: “Tudo bom Ernani?”.

Ernani: “Tem coletiva hoje e a gente imagina que vai sair algo relevante”.

William Bonner: “Exatamente. Então, deixa eu só explicar pra você. Hoje, o Celso de Mello vai tomar alguma decisão sobre o tal do vídeo da reunião. Vocês não tenham a menor dúvida de que isso vai tomar uma proporção enorme do jornal. E de hoje não passa”.

Imagens de apoio: Produção da edição do Jornal Nacional. Renata Vasconcellos se prepara para entrar ao vivo em um Plantão da Globo.

Renata Vasconcellos: “Você acha que dá tempo, vai demorar um pouco ou pode ser a qualquer momento?”.

Produção: “A qualquer momento”.

Off Renata Vasconcellos: Num momento de crise como esse, a gente está o tempo inteiro em alerta. Coberturas que antes eram, nos pareciam mais espaçadas no tempo agora você tem, assim como um, é quase assim uma manchete a cada minuto, tem um peso enorme.

Imagens de apoio: Produção conversando antes do Plantão ir ao ar.

Plantão da Globo com Renata Vasconcellos: “O Ministro do Supremo Tribunal Federal, Celso de Mello, decidiu liberar integralmente o vídeo da reunião ministerial considerada peça chave no inquérito que apura se o presidente Jair Bolsonaro tentou interferir politicamente nas investigações da Polícia Federal. De volta a qualquer momento a cobertura completa no Jornal Nacional de oito e meia hora de Brasília. Até já”.

Produção: “Saiu. Show”.

Imagens de apoio: Movimentação na redação do jornal. Ali Kamel (Diretor de jornalismo da TV Globo) estava presente.

Off Ricardo Villela (Diretor executivo de jornalismo da TV Globo): “O vídeo foi divulgado às cinco horas da tarde e a gente tem pouquíssimo tempo. Quem conhece TV sabe disso. A coisa foi divulgada em cinco, o Jornal Nacional entrou às oito e meia. São três horas e meia. Só que a reunião tem duas horas”.

Imagens de apoio: Conversas sobre o vídeo da reunião ministerial na redação.

Ricardo Villela: “Pô, cê tem uma pandemia e você tem uma encrenca daquele tamanho, você tem uma hora e meia pra fazer um JN que tem que ser correto, porque senão a gente vai ter um presidente que vai nos acusar de tudo, a gente vai ter um grupo político que vai dizer que a gente errou nisso, errou naquilo, então a gente tem que fazer tudo correto em uma e meia, num ambiente de grande tensão, sem rasgar as roupas”.