

---

## **Credibilidade como valor personalizado no telejornalismo: Vínculos tecidos em rede entre audiência e jornalistas profissionais<sup>1</sup>**

Iluska Coutinho  
Universidade Federal de Juiz de Fora

### **Resumo**

Fundamental para orientar cidadãos, a informação confiável, precisa, passou a ser alvo de disputas quanto aos atores qualificados para ofertar dados capazes de orientar condutas e ações. Em ambiente de disputa por credibilidade, a desinformação constitui-se é ampliada pela circulação de informação em diferentes suportes e canais, com destaque para materiais em vídeo, em sua aparência similares a conteúdos noticiosos. Nesse processo, emergem em programas informativos televisivos e também nas redes, jornalistas profissionais que atuam na relação com a audiência constituindo novos laços de credibilidade, personalizada. Por meio de pesquisa bibliográfica e documental, o artigo apresenta um mapeamento de perfis em rede que sinalizam a existência de novas relações de confiança do jornalismo televisivo com seu(s) público(s).

### **Palavras-chave**

Credibilidade; Jornalistas de TV; Público; Materialidade Audiovisual; Telas.

### **Uma cena como introdução da proposta**

“Jornalistas só gostam de fazer fofoca”. A frase, entreouvida em agosto de 2021 na antesala de um consultório odontológico, motivou em um momento inicial uma manifestação imediata de defesa daquela instituição comprometida com o esclarecimento cotidiano: “se não fosse o Jornalismo estaríamos muito pior que estamos”. Não ocorreu um diálogo a partir de então, mas retoma-se a cena corriqueira para apresentar indícios da necessidade de reflexão sobre o lugar e o papel do Jornalismo brasileiro na contemporaneidade.

Publicada no Brasil pela primeira vez no início do século XXI a obra “Elementos do Jornalismo” (KOVACH e ROSENSTIEL, 2003), apresentava os resultados de pesquisa realizada nos Estados Unidos em busca de suas características distintas, como forma de comunicação e conhecimento. Aquela investigação tinha sido motivada pela constatação de que seria necessário, como estratégia de enfrentamento da queda de tiragens e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

---

audiências, reconhecer a essência do jornalismo, entendido como elemento fundamental para a cidadania e democracia. Esse cenário de perda de receitas e de dificuldades para a sustentabilidade de empresas jornalísticas marca a segunda década do século no Brasil, ao qual se somam outros aspectos importantes da chamada crise do jornalismo (CHRISTOFOLETTI, 2019).

Aos problemas de caráter econômico e financeiro, somam-se episódios diversos de ameaças e agressões a equipes de reportagem de televisão, sobretudo, e ao Jornalismo como um todo. Denunciados pela FENAJ (Federação Nacional dos Jornalistas) e pela organização não governamental Repórteres Sem Fronteira (RSF), os ataques aos profissionais evidenciam o que poderia ser entendido como mais que um problema no modelo de negócios de empresas de mídia, mas como o questionamento da própria legitimidade do Jornalismo como modo de conhecimento e forma principal do exercício do direito à informação no Brasil.

Nesse contexto, ainda mais potencializado com novos modos de sociabilidade em telas experimentados durante a pandemia Covid-19, as plataformas e redes sociais digitais emergem como espaço para circulação de mensagens diversas, incluindo desde conteúdos com desinformação até postagens que colocam em questão a competência e a credibilidade do Jornalismo de selecionar e narrar os fatos que seriam relevantes para a vida em sociedade, para o esclarecimento de cidadãos e cidadãs, e para a fiscalização. O quarto poder - aquele a quem caberia fiscalizar Executivo, Legislativo e Judiciário - seria tensionado sobretudo por meio das redes com a atuação do quinto estado ou poder, conforme Dutton (2009). A proposta de um poder que os cidadãos exerceriam por meio da internet tem como referência o cenário britânico, que é caracterizado pela existência de regulamentação da mídia e por um maior domínio acerca de seu funcionamento pela sociedade, uma vez que nos países europeus a educação para a mídia ou literacia midiática é componente curricular.

No Brasil, a possibilidade de atuação do quinto poder à brasileira (PEREIRA, 2020; PEREIRA e COUTINHO, 2021) é tensionada não apenas pelas ausências legais e de investimento em educo-municação, mas também pelas críticas ao Jornalismo compartilhadas nas redes sociais digitais por autoridades políticas, em nível federal, estadual e municipal. Exemplo significativo dessa prática tornou-se conhecido no segundo semestre de 2020, quando por meio de matérias veiculadas em diversos

telejornais, foi revelada a atuação dos chamados “guardiões do Crivella”, funcionários públicos pagos pela prefeitura do Rio para tentar atrapalhar o trabalho dos repórteres.

Assim, e considerando as especificidades do panorama midiático e político no Brasil, propõe-se nesse artigo compreender qual a relação do Jornalismo com seu(s) público(s) tomando como recorte a identificação de valores profissionais que emergem nos diálogos entre jornalistas televisivos e audiência, percebidos a partir de edições de trechos de programas noticiosos de uma emissora de televisão por assinatura e postados na rede social digital Twitter.

Por meio de pesquisa documental que mobiliza materiais em vídeo, interpretados à partir da AMA – Análise da Materialidade Audiovisual (COUTINHO, 2018), e postagens relacionadas aos perfis de quatro jornalistas busca-se nesse contribuir para a reflexão sobre o lugar e papel do Jornalismo no tempo presente, sobre sua capacidade contribuir para a redução das desigualdades, inclusive compreendendo as potencialidades para práticas inovadoras, com atuação jornalística com maior impacto e relevância social. Os riscos da desinformação para a saúde e vida em sociedade evidenciados durante o enfrentamento da pandemia, e o atual contexto de intolerância da diferença em que mensagens nocivas são estimuladas via desintermediação, justificam a necessidade de investigação de uma eventual renovação das promessas e funções do (tele)Jornalismo no Brasil.

O interesse da investigação justifica-se considerando-se a carência de pesquisas que tenham como foco o que poderia ser entendida como a dimensão comunicacional, relacional, dessa crise entre o Jornalismo e os cidadãos. Há uma série de estudos de caso importantes registrando aspectos da economia política da crise, e apontando os riscos do aumento da concentração midiática para o pluralismo e a qualidade da informação e experiência cidadã (SOUZA, 2018; MARTINS, 2020, entre outros). Há por outro lado uma série de estudos que tematizam o mundo dos jornalistas, considerando as transformações do trabalho, incluindo desde mudanças nas rotinas produtivas e no perfil profissional provadas entre outros aspectos, pela convergência midiática e pelas tecnologias de informação e comunicação (TICs), até aspectos relativos às relações econômicas e modelos de negócio (FÍGARO, 2015; MARANHÃO, 2017; GROHMANN, 2021; FÍGARO, 2021). Os estudos que tem como foco relações de afetação entre produtores e audiência, com destaque para aspectos relacionados aos fãs-clubes, por exemplo, em geral

---

tratam de outros universos comunicativos, diversos do Jornalismo, como Audiovisual/Ficção seriada, Música, Games.

Esse artigo constitui uma investigação preliminar de projeto financiado pelo CNPq e Fapemig propondo como hipótese de trabalho que na contemporaneidade tem sido tecidas novas relações de confiança entre Jornalismo e Sociedade, mais personalizadas a partir da atuação nas telas de profissionais de referência que investem menos na narração em terceira pessoa, técnica dos textos jornalísticos, e mais em uma proximidade que também recorre à emoção e nas redes sociais digitais aproxima-se do universo de fãs, de jornalistas e programas.

### **Da credibilidade como valor profissional e conceito teórico**

Desde as primeiras propostas de investigação da imprensa a partir dessas abordagens sociológicas, às quais somaram-se contribuições de autores de outros campos como a Psicologia Social, a Linguística, entre outros, muito se avançou na construção do arcabouço teórico hoje reunido sobre a rubrica das teorias do Jornalismo, à medida em que também as práticas profissionais, as tecnologias e as experiências da sociedade com as mídias se complexificavam.

Em livros que sistematizam diversas abordagens teóricas sobre o Jornalismo, Nelson Traquina busca explicar porque as notícias são como são (volume 1, 2004) e compreender as características da tribo jornalística como comunidade interpretativa (volume 2, 2005). Segundo o autor o mercado jornalístico seria marcado mais pela similaridade que pela distinção, e haveria um compartilhamento de saberes profissionais de procedimento, narração e seleção. Os valores e cultura profissionais dessa forma ajudariam a conformar o Jornalismo como instituição social, e a partir dele e de sua oferta também o público. Toma-se como referência a contribuição de Traquina, pelos aspectos de síntese apontados, considerando tais reflexões significativas de um aspecto hegemônico nos estudos realizados. Ao longo dos anos eles têm priorizado a investigação do Jornalismo a partir de seus processos de produção, especialmente, ou ainda a partir de suas técnicas e/ou efeitos de sentido e, apenas muito residualmente, a partir da instância da recepção, que entende-se no projeto também como espaço de produção.

Ao nos apresentar a “Novaslândia” como a pátria dos membros da Tribo Jornalística, Traquina (2005) indica que a crença no poder do Jornalismo remonta ao início do século XX com a publicação de Opinião Pública pelo jornalista Walter Lippman. As contribuições

desse autor integram o que Berger e Marocco (2008) consideram como um diagnóstico precoce do poder dos jornais, e apontam a existência de um público comprador como princípio basilar da indústria do Jornalismo:

(...) o redator do jornal precisa ser reeleito diariamente. (...) Não é pura e simplesmente um negócio, em parte porque o produto é regularmente vendido abaixo do custo, mas principal-mente porque a comunidade aplica uma medida ética à imprensa e outra ao comércio ou à produção. Éticamente um jornal é julgado como se fosse uma igreja ou uma escola (LIPPMAN, 2008 p.152)

O autor aponta a existência de públicos diferenciados aos quais as empresas jornalísticas buscariam atender, e deveriam lealdade. De forma semelhante às propostas de Tönnies (2006), essas relações de confiança se dariam entre o jornal e o cidadão, ainda que das produções de Lippman emerga a figura do redator/editor do jornal, como responsável por essa mediação, ainda que sob o anonimato da função, sem que ele seja efetivamente dado a ver. As relações estabelecidas dessa forma são despersonalizadas, mas seriam firmadas entre o leitor e a instituição Jornalismo (jornal).

Entre o editor, que emerge da contribuição de Lippman (2008) como profissional a ser (re)eleito pelo público a cada edição, e a tribo jornalística mencionada por Traquina, os olhares são dirigidos ao público do Jornalismo de forma incidental. Como anuncia título de livro de Mauro Wilton de Souza (1995), há um lado oculto do receptor a ser (re)conhecido. Ainda que desde essa obra fundamental os chamados estudos de recepção tenham avançado sobremaneira nas pesquisas em Comunicação, há no que refere-se ao Jornalismo uma lacuna importante a demandar in-vestigações.

Inicialmente presumida pelos jornalistas televisivos, conforme proposta de Alfredo Vizeu (2005), ao narrar as relações com o público como o lado oculto do telejornalismo, ao longo da se-gunda década do século XXI a audiência torna-se potente, embora ainda se configure como enig-ma a desvendar:

Ao nos referimos à audiência estamos falando de homens e mulheres que de alguma forma estabelecem uma relação ativa com os veículos de comunicação de massa (...) A audiência potente não só ressignifica as mensagens que recebe, nem atua apenas enviando conteúdos, por meio de vídeos, áudios, fotografias, ou sugestão de pauta para a mídia (...) pressiona os veículos, quando entende que houve omissão de determinado assunto ou até mesmo uma cobertura inapropriada (MESQUITA & PEREIRA JR, 2014, p.597).

Na medida em que se transforma, torna-se em seguida ativa (PEREIRA JR e ALVES, 2017) ou constelacional (JESUS, 2020), a audiência é observada ao longo dos anos, tanto

---

pelos profissionais do Jornalismo como por seus investigadores. As pesquisas tem sido realizadas sobretudo a partir da busca por identificar a presença do público e de suas representações nos noticiários, entre eles os televisivos, foco de interesse da proponente, e também de suas interações e interferências no processo de produção noticiosa.

No âmbito de projeto de investigação que serve de base ao artigo propõe-se um deslocamento desse olhar para o estudo das relações entre público e profissionais do (tele)jornalismo, que seria potencializada pelas redes sociais digitais conforme ambiência descrita por diferentes autores, entre os quais Malini e Antoun (2013), Recuero (2014) e Fausto Neto (2020). A partir dessas interações a proposta é reconhecer o que poderia ser compreendido como uma eventual atualização dos pactos de confiança e credibilidade do Jornalismo na contemporaneidade, ancorados não mais em uma perspectiva de anonimato dos jornalistas, em detrimento da centralidade de orientação da voz do veículo/ emissora ou programa televisivo, mas em direção à novos vínculos, mais personalizados, até como forma de responder às demandas da sociedade, e da audiência ativa inclusive, por mais diversidade.

É nesses termos que esse trabalho apresenta-se como um estudo de caráter exploratório em busca da credibilidade perdida, apontada como uma das características da crise do Jornalismo descrita por Christofolletti (2019). Em termos teóricos considera-se que um dos valores centrais atribuídos à imprensa, ao qual somava-se a exclusividade na cadeia produtiva de circulação de informações, a credibilidade e a confiança no Jornalismo como sistema perito teriam sofridos impactos negativos que assim seriam sentidos “(...) na relevância do jornalismo como modo de se informar, em como se dão suas decisões, e como se estruturam seus valores mais básicos. Quer dizer, a crise é financeira, mas também é política e existencial, de ética e credibilidade” (CHRISTOFOLETTI, 2019, p.17).

No trabalho e na pesquisa em curso a perspectiva é por compreender novas estratégias e relações de confiança que estariam sendo tecidas, e celebradas em telas e nas redes, entre jornalistas e público. Haveria assim uma atualização do que entende-se como jornalismo de proximidade, agora não mais definido por perspectivas geográficas, mas sim por interesses temáticos comuns entre audiência e repórteres, apresentadores e/ou comentaristas de TV com os quais seriam estabelecidas relações de empatia.

No recorte selecionado para esse artigo, em diálogo com a defesa da prática de um telejornalismo com perspectiva de gênero (COUTINHO & PEREIRA, 2021), a

---

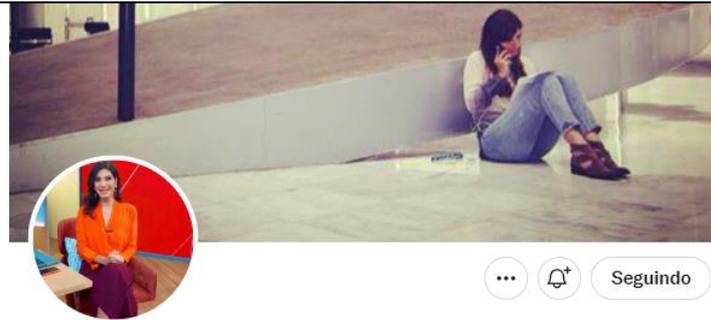
observação será realizada a partir do perfil da (tele)jornalista Andréia Sadi na rede social twitter, e de perfis associados à elas.

Se os personagens são elementos centrais na chamada dramaturgia do telejornalismo (COUTINHO, 2012), entende-se que na contemporaneidade o estabelecimento de relações de confiança a partir de algumas jornalistas em particular, o que poderia ser entendido como processo de personificação, poderia funcionar como um atalho cognitivo para a (re)eleição cotidiana a ser realizada pela audiência. Tal tensionamento é inspirado nas contribuições da Ciência Política em interface com a Comunicação, sobretudo naquelas que apontam que as eleições tem sido disputadas sob uma crescente ênfase nos candidatos, em detrimento de partidos ou programas políticos. Assim, não é também mera coincidência que as jornalistas selecionadas para a constituição do recorte empírico da análise tenham atuação no campo exatamente da cobertura política, durante muito tempo um espaço de interdição para as mulheres, no jornalismo e na sociedade de forma mais geral.

### **Informação com assinatura**

O artigo toma como recorte empírico a observação das postagens realizadas nos perfis do twitter da jornalista Andréia Sadi e relacionadas à ela. O estudo envolve dessa forma elementos de pesquisa documental numa rede social digital em que circulam fotos, textos e vídeos, e que realiza quase em tempo real conexões e (re)edições de informações e linguagens que caracterizam o ecossistema midiático contemporâneo. Compõem o universo de estudo ainda vídeos postados nos perfis selecionados, submetidos à análise da materialidade audiovisual (COUTINHO, 2018).

O perfil de Andréia Sadi, atual âncora do programa vespertino Estúdio I tem 1,1 milhão de seguidores. Nele ela se apresenta na descrição como “Âncora do @estudioi na @globonews. No @g1 colunista no meu blog e, na @CBNoficial, comentarista de política”. As referências aos perfis de programa, emissora, portal e emissora de rádio são uma marca da chamada cultura convergente, ampliada pela cultura da conexão, marcada pela ação contínua, múltipla e cada vez mais em telas. Além da descrição, as imagens de capa do perfil da jornalista contribuem para que o paratexto seja decifrado, permitindo avançar uma das etapas da análise da materialidade audiovisual de vídeos de Andréia Sadi na rede twitter.



**Andréia Sadi** 

@AndreiaSadi

Jornalista. Âncora do @estudioi na @globonews. No @g1, colunista no meu blog e, na @CBNoficial, comentarista de política

📍 Brasília [g1.globo.com/politica/blog/...](https://g1.globo.com/politica/blog/...) 🗓️ Nascido(a) em 8 de maio  
📅 Ingressou em maio de 2009

3.848 Seguindo 1,1 mi Seguidores

 Seguido por Marcos Uchôa, Gutenberg Machine  e outros 285 que você segue

Figura 2: Capa de perfil de Andréia Sadi; disponível em <https://twitter.com/AndreiaSadi>

Uma das imagens, panorâmica, mostra sua atuação como repórter, sentada no chão e ao telefone em um cenário interno do Palácio do Planalto, enquanto outra tem como cenário o local de apresentação do programa Estúdio I. Os registros reforçam a atuação da jornalista em diferentes espaços, e mídias. @AndreiaSadi segue 3.848 pessoas/ perfis na rede social twitter, em que atua especialmente como repórter; posta resultados de apurações, e retuita postagens em vídeo da Globonews, do Estúdio I e de outras jornalistas como Isabela Camargo e Flávia Oliveira.

Em um recorte temporal, o acompanhamento das atividades do perfil no dia 20 de julho de 2022 revelou um total de 20 postagens e nove retuítes. Quase na totalidade das postagens há utilização de links: para o blog da jornalista e sua atualização, para postagens realizadas pela Globonews, para matérias do G1, para análises realizadas no Estúdio I e para transmissões ao vivo da emissora de TV por assinatura.

Considerando a proposta do artigo de refletir sobre uma tendência de personalização da credibilidade no jornalismo, que passaria a ser associada a profissionais, com reforço dos vínculos de proximidade, parece importante evidenciar a assinatura das informações, também nas postagens do perfil.

Além do link para matéria postada em seu blog pessoal no G1, a primeira postagem do dia, seguida por uma atualização do caso do Diretor da Caixa Econômica encontrado morto na sede do banco, há indicações para outras matérias postadas no portal que

contaram com sua participação na apuração, como em “(...)detalhes da investigação no post abaixo, parceria com o craque Marco Antonio Martins 🗨️👉”.

O material em vídeo é em sua maioria repostado, com ou sem inserção de textos, a partir de postagens originárias dos perfis @Estúdio I e @Globonews. No recorte temporal de 20/07/2022, até 21h foram sete vídeos compartilhados, em um total de nove postagens (dois vídeos foram postados mais de uma vez). Foi exatamente esse conteúdo em vídeo repostado o submetido à análise da materialidade audiovisual. O primeiro deles é uma chamada para o Estúdio I do dia, a quarta-feira (20/7). Veiculado a partir de 13 horas na Globonews, o programa passou a ser apresentado por Andréia Sadi em junho de 2022, e “um foco maior no noticiário em tempo real, o programa conseguiu não só aumentar a liderança entre os canais de notícias, como também um índice digno de TV aberta nas capitais de São Paulo e Rio de Janeiro” (CASTRO, 2022).



Figura 2: Postagem em vídeo do perfil @estudioi compartilhada por @Andréia Sadi

A vídeo-chamada analisada imprime um efeito de sentido de tempo real ao mostrar a jornalista se deslocando nos corredores da emissora, em direção ao cenário de exibição do programa. Gravado na posição vertical, pela qualidade técnica não pode ser associado ao modelo de “câmera nervosa”, mas as significações de urgência e proximidade são reforçadas com o anúncio dos temas em pauta, factuais, pela própria âncora. Com 4.065 visualizações até 21h de 20/07/2022, e duração de 48 segundos, o material foi postado inicialmente no perfil @Estúdio I e posteriormente retuitado pela jornalista com a adição

do seguinte texto: “Estamos no ar no @estudioi liga aí na @GloboNews”. Somadas as duas postagens tiveram 201 reações: 23 comentários, 15 compartilhamentos e 163 curtidas. Entre os comentários há diálogos sobre os temas em pauta associados a pedidos de informação, elogios e críticas, estas dirigidas à emissora por perfis que atribuem à Globonews os títulos de TV Psol e Comitê do Lula News.

O outro material em vídeo postado duas vezes e analisado traz um trecho do programa, veiculado ainda durante sua exibição. A postagem em texto destaca a assinatura da informação, já na primeira publicação, realizada pelo perfil @Globonews: @AndreiaSadi traz debate sobre a postura das Forças Armadas caso Bolsonaro decida seguir movimentos golpistas ou inspirado em Trump. Com duração de 3’07” e 6.437 visualizações o material mostra a âncora trazendo sua opinião e um direcionamento da cobertura, indicando o que deveria ser tomado como relevante.

- “Eu acho que é a cobrança é nesse sentido, das apurações que a gente tem feito”, pontua Andréia Sadi sobre a postura das Forças Armadas.

A jornalista Flávia Oliveira responde com uma pergunta:

- “Mas aí o que é que você acha, à luz do comportamento recente do Ministro da Defesa, que é um general?”

- “Eu nas últimas idas à Brasília, até contei isso aqui algumas vezes, conversei com alguns militares, alguns generais e eu percebi claramente uma mudança de humor. Porque havia uma expectativa em 2018, a onda da Lava Jato e os militares – e a gente viu isso acontecer – o Villas Bôas que era o Comandante do Exército foi às redes sociais se posicionar antes do julgamento do HC do presidente Lula. E aquilo sim foi o começo, pelo menos na minha visão, do apoio explícito dos militares à campanha do presidente Bolsonaro. Contra o ex-presidente Lula, na verdade era o Haddad ali, contra o PT. E aí, de lá pra cá eles aderiram e acharam sim que essa era a maneira de combater o PT. O Heleno foi lá cantou “se gritar Centrão, pega ladrão”. Só que o governo do presidente Bolsonaro fez tudo o que eles disseram que não iam fazer. E esses militares do governo, eles se adaptaram Flávia. Eles são políticos, eles também viraram políticos do Centrão. O Braga Neto tá filiado ao PL...o Mourão vai ser senador, o Pazuello queria ser candidato”.

O debate entre a âncora, a jornalista Flávia Oliveira e os demais comentaristas do programa, dois presentes no estúdio e um interagindo por meio de telão, reforça e explicita as posições e informações apresentadas com a assinatura de Sadi. Somadas as duas publicações do vídeo são 63 comentários, 39 compartilhamentos e 254 curtidas. A diferença em relação ao vídeo anterior é que os comentários são majoritariamente negativos, com críticas à emissora e o que identificam como perseguição ao governo e aos militares e alinhamento ao PT, com reforço da denominação “Globolixo”.

A última postagem do período de análise não possui link ou elementos em vídeo, mas tem a marca da notícia exclusiva: “Na @GloboNews: Leonardo Arruda, filho de Marcelo

Arruda, me enviou a seguinte nota a respeito da visita do tio ao presidente Bolsonaro: “decisão individual” e não de “toda família- que espera que não seja feito uso político da visita” (SADI, 2022). Foi a postagem com engajamento, talvez estimulada também por seu horário de inserção na rede twitter (18h23), resultando em 626 reações: 42 compartilhamentos e 524 curtidas.

Publicação que recupera a repercussão no programa televisivo, da primeira postagem realizada pela jornalista no período de recorte, a criação de uma espécie de editoria no perfil @globoNews intitulada “Bastidor da Sadi”, e reproduzida abaixo, é simbólica dos processos de personalização da notícia e da credibilidade em tela que buscamos destacar...e pode inspirar conclusões.



Figura 3: Bastidor da Sadi, disponível em <https://twitter.com/GloboNews/status/1549817226575749121>

## Conclusão

Se as redes sociais digitais têm sido apontadas como um outro elemento a tensionar as lógicas da Política e do Jornalismo, oferecendo uma espécie de contato “direto” com

---

as promessas da desintermediação, por outro lado elas aumentam os custos de avaliar e qualificar as mensagens recebidas. É nesse sentido que alguns jornalistas que atuam na televisão, foco do estudo proposto, emergem como personagens às quais se atribuiria a capacidade de articular informações e dados dispersos, apresentando um conhecimento cotidiano de um mundo cada vez mais complexo.

A análise realizada no âmbito desse artigo, ainda que tendo como foco o perfil de uma jornalista na rede twitter, e de perfis que à ela associaram suas postagens, notadamente programa e emissora de notícias 24 horas, mostrou que há uma intensificação das interações que se estabelecem em múltiplas telas. Tais interações ocorrem entre perfis de jornalistas, espectadores e dos programas jornalísticos exibidos na televisão e também por meio dessas postagens nas redes sociais digitais.

São processos muitas vezes de reatualização e complexificação, reforçando a importância de investigar a existência entre alguns profissionais e parcela da audiência de análogos das “comunidades de lugar”, descritas por Carlos Camponez ao abordar o conceito de jornalismo de proximidade que resultaria de uma “geometria da identidade” (CAMPONEZ, 2002, p.128). Seria por meio desses vínculos identitários, fluídos e personalizados, que se atualizariam na contemporaneidade as relações de confiança do Jornalismo, em diálogo com os processos de transformação das sensibilidades e redefinição dos públicos que Martín-Barbero propõe investigar por meio de seu Ofício de cartógrafo (2004).

Além dos resultados apresentados nos limites desse artigo, e que parecem realizar no âmbito das telas processos antes característico do jornalismo impresso, em que as colunas jornalísticas de notas desempenhavam um papel de distinção no chamado parlamento de papel (COUTINHO, 2005), identificou-se durante etapa em curso da pesquisa a existência de perfis de fãs-clubes de programas jornalísticos, como por exemplo @fcpapodepolitica, assim como de jornalistas em atuação nas emissoras tomadas como recorte (@guedinhoexplica e @fcjuliaduailibi). Pelo caráter fluído dessas interações, é importante documentar novos processos de produção de informações e da confiança no jornalismo, exibidos também em redes, mas de postagens digitais que incluem circulação de material em vídeo e registros de texto.

## **Referências bibliográficas**

BERGER, Christa & MAROCCO, Beatriz (orgs). **A era glacial do jornalismo: Teorias sociais da imprensa**, volume 2. Porto Alegre: Sulina, 2008.

CASTRO, Daniel. **Com Andréia Sadi, Estúdio i sobe 14% e faz GloboNews ter 'ibope de TV aberta'**. Disponível em <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/audiencias/com-andreia-sadi-estudio-i-sobe-14-e-faz-globonews-ter-ibope-de-tv-aberta-83141?cpid=txt>. Acesso: 20/06/2022.

COUTINHO, Iluska & PEREIRA, Ariane. Perspectiva de gênero em telas: Acréscimos ético-informacionais à dramaturgia do telejornalismo. In EMERIM, C; PEREIRA, A. & COUTINHO, I. (orgs). **Teorias do Telejornalismo como direito humano**. Florianópolis: Insular, 2021. pp.75-90.

\_\_\_\_\_. Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In EMERIM, Cárilda; FINGER, Cristiane & COUTINHO, Iluska (orgs). **Epistemologias do Telejornalismo Brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2018. pp.175-194.

\_\_\_\_\_. Dramaturgia do Telejornalismo: a estrutura da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG. Rio de Janeiro: Mauad-X, 2012.

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

DUTTON, W. **The Fifth Estate Emerging Through the Network of Networks**. Prometheus, Vol. 27, Nº 1, 2009. p. 1-15.

FAUSTO NETO, Antônio. As bordas da circulação. **Revista Alceu**. Rio de Janeiro, v.10, nº 20, jan-julho 2020.

FIGARO, Roseli. **Jornalimos e Trabalho de Jornalistas: desafios para as novas gerações no século XXI**. Revista Parágrafo, v.2, n.2, 2015.

FIGARO, Roseli (org). **Discurso jornalístico e condições de produção em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia** [recurso eletrônico]. São Paulo : ECA-USP - Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, 2021. 462 p

GROHMANN, Rafael. Plataformização do trabalho: entre dataficação, financeirização e racionalidade neoliberal. v. 22 n. 1 (2020): **Revista Eptic** v. 22, n. 1, jan/abr. 2020

JESUS, Rosane de Martins. Relações interconectadas entre a audiência constelacional, os telejornais e seus repórteres. In EMERIM, Cárilda; PEREIRA, Ariane & COUTINHO, Iluska (orgs). **Telejornalismo 70 anos: o sentido das e nas telas**. Florianópolis: Insular, 2020. pp.311-327

KOVACH, Bill & ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo - o que os jornalistas deviam saber e a sociedade exigir**. São Paulo: Editorial Presença, 2003.

LIPPMAN, Walter. O público comprador. In BERGER, Christa & MAROCCO, Beatriz (orgs). **A era glacial do jornalismo: Teorias sociais da imprensa**, volume 2. Porto Alegre: Sulina, 2008. pp.149-156

MALINI, Fábio & ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARTÍN-BARBERO. **Ofício de cartógrafo**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

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

MESQUITA, Giovana Borges & PEREIRA JR. Alfredo E. Vizeu. A audiência potente e as novas relações no jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Vol. 11 Nº 2, Julho a Dezembro de 2014 .

---

PEREIRA, G.T.F. & COUTINHO, I.M.S. Fluxos comunicacionais às avessas: do local para o nacional e vice-versa. **Revista Alterjor**, v. 24, p. 118-136, 2021.

\_\_\_\_\_. O quinto poder e a emergência de novas narrativas: o candidato Jair Bolsonaro na tela do Jornal Nacional e nas redes sociais digitais. In: 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2020. **Anais 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2020. v. 43. p. 1-15.

PEREIRA JR, Alfredo Eurico Vizeu & ALVES, Kellyane Carvalho. Os espaços de colaboração da audiência ativa no telejornalismo. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 39, p. 42-59, maio/ago. 2017. Disponível em <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/64762/40241>

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede**: comunicação mediada pelo computador e redes sociais da internet. Porto Alegre: Sulina, 2014.

SOUSA, Mauro Wilton de. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

SOUZA, Rafael Bellan Rodrigues de. A dialética da crise do jornalismo: o sociometabolismo do capital e seus limites estruturais. **Intercom - RBCC**. São Paulo, v.41, n.2, p.55-69, mai./ago. 2018.

VIZEU, Alfredo. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2005