

## Os elementos do regime de verdade do telejornalismo durante a cobertura da pandemia da Covid-19<sup>1</sup>

Edna de Mello SILVA<sup>2</sup>

Universidade Federal de São Paulo, SP  
Ana Paula GOULART DE ANDRADE<sup>3</sup>

Universidade Federal do Rio de Janeiro, RJ  
FACHA, RJ

Marco Aurelio REIS<sup>4</sup>

SEE-MG / PPGCOM/UFJF, Juiz de Fora, MG

Cláudia THOMÉ<sup>5</sup>

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

### RESUMO

O trabalho busca promover discussões teóricas que permitam estabelecer conceitos sobre os elementos que o jornalismo televisivo utiliza para legitimar seu discurso como "certificador" frente às constantes tentativas de desqualificação no cenário de desinformação. Para tanto, utiliza como metodologia o Estudo de Caso (YIN, 2001) conjugado à AMA - Análise da Materialidade Audiovisual (COUTINHO, 2016; 2018) e como base empírica edições das coberturas da pandemia Covid-19 do Jornal Nacional (Rede Globo) fazendo refletir sobre a forma como as informações de interesse público chegam ao telespectador. Conclui-se que a dadificação, a humanização dos dados, a função testemunhal, as fontes certificadas e a editorialização do noticiário são os principais conceitos usados para estabelecer o regime de verdade do telejornalismo.

**PALAVRAS-CHAVE:** telejornalismo; desinformação; regimes de verdade; certificadores.

---

<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.

<sup>2</sup> Professora do Curso de Design Educacional (Unifesp), Mestrado em Comunicação e Sociedade (UFT), e-mail: [prof.ednamello@gmail.com](mailto:prof.ednamello@gmail.com)

<sup>3</sup> Professora da Eco-UFRJ/Facha. Doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica (Puc- Rio). E-mail: [goulartdeandrade@gmail.com](mailto:goulartdeandrade@gmail.com)

<sup>4</sup> Professor permanente do PPGCOM/UFJF e professor efetivo da Secretaria Estadual de Educação de MG. Jornalista, mestre e doutor em Ciência da Literatura pela UFRJ. Vice-líder do Grupo de Pesquisa CNPq Narrativas midiáticas e dialogias (Namidia). E-mail: [marco.aurelio.reis@educacao.mg.gov.br](mailto:marco.aurelio.reis@educacao.mg.gov.br)

<sup>5</sup> Professora permanente do PPGCOM/UFJF e da Facom/UFJF. Jornalista, mestre em Comunicação e Cultura, doutora em Ciência da Literatura, Pós-doutora em Comunicação e Cultura pelo PPGCOM/UFJF. Líder do Grupo de Pesquisa CNPq Narrativas midiáticas e dialogias (Namidia). E-mail: [cthomereis@gmail.com](mailto:cthomereis@gmail.com)

## INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, as discussões em torno da disseminação das chamadas “*fake news*”, ou “notícias falsas” no cenário midiático têm assumido um lugar importante no debate científico e institucional principalmente por contribuir com a desinformação da sociedade. Além da preocupação com a propagação da Covid-19, durante os momentos mais difíceis da pandemia, a circulação de boatos e desinformação sobre as formas de contaminação da doença e o descrédito com a ciência exigiram medidas pontuais e ações imediatas de combate a esse tipo de notícia enganosa e mobilizaram a produção de informações verificáveis capazes de oferecer segurança à população.

Na prática, o termo “notícia falsa” não nomeia bem o campo, tratando-se somente de um eufemismo para o que na verdade é uma mentira ou um boato. Para a prática do jornalismo ter bem clara essa definição é de suma importância porque a essência do que é considerado notícia é justamente o fato ou o acontecimento de interesse público, apurado com fontes confiáveis e sempre oferecendo espaço para o contraditório. Nesta circunstância, adjetivar como “falsa” esse tipo de produção não concretiza o significado semântico necessário para o fenômeno, uma vez que estabelece a similaridade de fato a algo que foi divulgado com a intencionalidade de ludibriar a opinião pública, utilizando a alcunha de notícia.

A área do jornalismo de televisão, agora produzido e consumido em múltiplas telas, também sofreu interferências neste processo. Seja por integrar grandes conglomerados midiáticos encabeçados por empresas de comunicação com interesses e alcances transnacionais, seja por tratar de temas contemporâneos ou até mesmo por representar grupos específicos da sociedade estratificados em sua audiência e seus patrocinadores, as linhas editoriais dos telejornais tiveram que fazer escolhas que se refletiram na rotina e na produção dos conteúdos. Mas do que noticiar, a forma como as notícias são apresentadas ao público/espectador/usuário/ouvinte foram adaptadas a novas exigências de apuração e de direcionamento ideológico/político.

Neste artigo abordaremos uma perspectiva desse cenário. Nossa preocupação é estabelecer caminhos teóricos para pensar quais os “qualificadores” ou quais são os elementos de certificação que o telejornalismo atual utiliza para legitimar seus regimes de verdade frente ao cenário de desinformação. Para tanto, revisitamos o estado da arte

---

dos conceitos de “fake news” e “desinformação” (WARDLE E DERAKHSHAN, 2017; BENKLER, FARIS, ROBERT, 2018; FLORIDI, 2005; FALLIS, 2009) conceituamos os regimes de verdade (ARENDRT, 1967; RÊGO, BARBOSA, 2020), e apresentamos uma base conceitual de três elementos que compõem uma tipologia dos atributos da veracidade da notícia telejornalística: a) dadificação e humanização dos dados; b) função testemunhal; c) fontes certificadoras e d) o editorial como tomada de posição. Para exemplificar os conceitos utilizamos como base empírica o telejornal “Jornal Nacional”, exibido pela Rede Globo de Televisão, em rede nacional, no horário nobre. Do ponto de vista metodológico, este artigo adota os procedimentos do Estudo de Caso previstos em Yin (2001), na abertura de janelas temporais para observação, de forma conjugada à AMA- Análise da Materialidade Audiovisual (COUTINHO, 2016; 2018). A autora sugere um método que contemple a especificidade e a complexidade do produto audiovisual. A observação prevê como objeto de avaliação a unidade texto+som+imagem+tempo+edição como forma de preservar as características de enunciação e produção de sentido de telejornalismo.

### **Regime de verdades**

Em um cenário de guerra de narrativas e recriação do jornalismo como instituição que valida a verdade, a imprensa se posiciona e contra-ataca. O boletim Canal Meio, por exemplo, destacou a estratégia da expressão “Grande Mentira”<sup>6</sup> adotada por Jair Bolsonaro sobre o descrédito das urnas eletrônicas debatido em uma cerimônia com líderes internacionais<sup>7</sup>. O assunto do mais recente escândalo até então ocupou os noticiários de TV e ganhou repercussão internacional nas mais diversas telas como uma forma de combate a circulação da desinformação. Hannah Arendt (1967) já pontuava que o tensionamento relacional entre a verdade e a política, incluindo a mentira na construção da estratégia do jogo político: “a marca distintiva da verdade de facto está em que o seu contrário não é nem o erro nem a ilusão, nem a opinião, nenhuma delas tendo a ver com a boa-fé pessoal, mas a falsidade deliberada ou a mentira” (ARENDRT, 1967, p. 20).

---

<sup>6</sup>Expressão inspirada no ministro da Propaganda nazista Joseph Goebbels

<sup>7</sup> Disponível em: <https://www.canalmeio.com.br/edicoes/2022/07/19/bolsonaro-aposta-na-estrategia-da-grande-mentira/> Acesso em 19 de julho de 2022

---

Compreendemos que o movimento em curso de disseminação de notícias não verídicas tenta descredibilizar a atividade jornalística. O termo *fake news* ganhou grande circulação nos últimos anos. Para Wardle e Derakhshan (2017) o termo não é bom, pois não se trata de uma notícia que teve a devida apuração e que foi submetida a todos os processos jornalísticos. Ou seja, se for falsa, não pode ser notícia. Trata-se de outra categoria de produção. Para além do termo *fake news*, nomenclatura mais popular e que carrega em si uma contradição, pelo fato do pressuposto de uma notícia ser o princípio da verdade, localizamos outras denominações que tentam decifrar o atual contexto de desordem informacional, tais como informações duvidosas, pseudoinformações, equívocos e boatos são algumas formas de abordagem para o estudo da ausência de informação. Tais variáveis contemplam de forma mais alargada as classificações conceituais de *disinformation e misinformation* (BENKLER, FARIS, ROBERT 2018; FLORIDI, 2005; FALLIS, 2009). Benkler, Faris e Robert (2018) apresentam a *disinformation* como algo explicitamente falso ou enganoso que visa a intencionalidade de influenciar as crenças, preferências e comportamento da sociedade. Já a *misinformation* refere-se a informações sem precisão ou falseadas, sem que haja intencionalidade para obtenção de algum resultado. Fallis (2009) tem a mesma compreensão sobre a “misinformação”. Para o autor, a atitude pode ser interpretada como um erro honesto (ocasionado por um acidente), ou até mesmo por engano (acionado por um equívoco). Já a desinformação está extremamente vinculada à informação enganosa, com a intenção de praticar o ato de mentir.

Portanto, diante da produção e circulação de desinformação e falácia noticiosa na elaboração de produtos informativos, o que vai diferenciar um movimento do outro, é a intencionalidade. No recente livro “A construção intencional da ignorância: o mercado de informações falsas”, as autoras Ana Regina Rêgo e Marialva Barbosa retomam a complexa questão da crença, articulando os conceitos de verdade, valores, acontecimento, informação e jornalismo. Ao discutirem as interferências nos modos de produção de verdade no jornalismo, falam das verdades alternativas e destacam a credibilidade jornalística e o lugar simbólico de produção de crenças (RÊGO; BARBOSA, 2020).

A convenção em torno da verdade tem como pedra basilar a fundação de um conceito, em que o acreditar e a crença em algo que se diz verdadeiro esteja diretamente relacionada ao factual. É a base factual que avaliza a verdade e a crença. Nos dias atuais, porém, a política de verdade que envolvia o campo

---

midiático e jornalístico, por exemplo, terminou sendo implodida por fatores diversos (...) de um lado, a própria prática dos campos, de outro, as possibilidades tecnológicas de desnudamento dos processos dos campos e, ademais, pelo empoderamento das massas, antes não autorizadas a produzir conteúdo, que passaram a se utilizar de ferramentas gratuitas em prol de suas crenças particulares ou coletivas, produzindo conteúdos nem sempre factuais e fazendo-os circular com grande velocidade pelas infovias (REGO; BARBOSA, 2020, p. 62).

Inspirado no conceito de “desencaixe” sobre as consequências da Modernidade (GIDDENS, 1991), Luiz Felipe Miguel traz o entendimento do “jornalismo como sistema perito”, tensionando tempo-espço e saberes, práticas e artefatos. Para Miguel (1999), uma das principais características do sistema perito é uma crença em sua competência especializada. Visto que o sistema perito atua entre a prática específica de produção noticiosa e um produto que será entregue ao consumidor, o autor define três tipos de confianças: a) quanto à veracidade das informações; b) seleção e hierarquização e importância dos relatos; e c) seleção e hierarquização dos fatos disponíveis. Miguel (idem) destaca a dificuldade do jornalismo no processo de comprovação destes três tipos de confianças elencadas acima<sup>8</sup> e reforça que o regime de crença é sustentado a partir das experiências cotidianas que induzem o funcionamento dos sistemas.

Worlker e Powel (2018) ao discutirem as mudanças nas rotinas produtivas jornalísticas, alertam para a aprovação do público em atribuir confiança a um determinado produto informacional, diante da fragmentação do novo ecossistema midiático. Assim, “torna a credibilidade uma atribuição de qualidade vital ao jornalismo na Contemporaneidade” (AGUIAR; GOULART DE ANDRADE, 2020, p. 70).

Eva Pujadas (2013), defende, por sua vez, que a conceituação em torno da qualidade dos programas de televisão informativos está relacionada à informatividade, à objetividade e ao equilíbrio, conceitos atribuídos ao jornalismo tradicional no qual a objetividade se sobrepõe à subjetividade, algo impossível devido a questões editoriais em função da subjetividade na escolha das fontes, das angulações e de imagens. A autora lembra, ainda, que qualidade na televisão também está comumente relacionada à audiência e ao sucesso comercial com atração de anunciantes, ou seja, de forte caráter econômico. Mas ainda há um critério externo relevante relativo à qualidade na perspectiva

---

<sup>8</sup> O autor destaca a narrativa televisiva como aproximação da comprovação da confiança: “é cogenial ao próprio jornalismo, e estratégia para obter a credibilidade, sobretudo na televisão, é impor como indiscutível o fato que se relata, em grande medida através da representação de imagens “que não mentem jamais” (MIGUEL, 1999, p. 200).

---

ética, focada no telespectador como cidadão, respeitando sua complexidade e preocupações, além de considerá-lo como simples consumidor (PUJADAS. 2013, p. 240). É dentro dessa busca por qualidade em um cenário ainda pandêmico, que o jornalismo, em especial, o jornalismo em telas, recupera o protagonismo de outrora como porta-voz da verdade, invocando uma autoridade com modos de comprovação para aferir a verdade, se restabelecendo como forma de conhecimento. A seguir, apresentamos os três elementos do regime de verdade do telejornalismo durante a cobertura jornalística da pandemia da Covid-19.

#### **a) Dadificação e humanização dos dados**

Dadificar um fenômeno é “transformá-lo em quantidades que podem ser tabuladas e analisadas estatisticamente” (TORRES, BUZATO, 2019). No entanto, embora para o jornalismo seja eficiente demonstrar os dados em que se baseiam suas notícias, para o espectador é necessário também saber interpretar essas informações, e muitas vezes a figura do jornalista especializado ocupou o espaço de “tradutor” das editorias de assuntos considerados mais complexos como a economia e a política.

Durante a pandemia da Covid-19, quando os países foram devastados pelas mortes diárias de milhares de pessoas, a demonstração em números, necessária para apresentar estatisticamente o avanço da doença, não foi suficiente para narrar a dor da perda das vidas nos hospitais. Ao mesmo tempo, surgiam notícias de que as imagens e o número de mortos não eram verdadeiros num processo intenso de desinformação. Junto com a propagação de boatos e registros de inverdades, o próprio Ministério da Saúde apresentou uma metodologia para a apresentação dos números atualizados do avanço do vírus que desagradou os especialistas. Diante do impasse, deu-se a necessidade da formação de uma coordenação autônoma que levantasse os dados atualizados das secretarias estaduais de saúde e os repassasse para os órgãos midiáticos a tempo da divulgação. Formou-se então o consórcio com os jornalistas das empresas G1, O Globo, Extra, O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo e UOL que passaram a coletar os dados sem a interferência do Ministério. A criação do consórcio representa um combate ao processo de disseminação de desinformação e à falta de transparência sobre os dados reais da pandemia de Covid-19. O empenho dos jornalistas que compõem o *pool* de empresas envolvidas no consórcio é um indicativo de resgate da credibilidade jornalística na atuação da profissão, exercendo

---

a função pedagógica no ato de informar. Em um cenário de erosão da confiança e crise de narrativas, a checagem, a sistematização e a exposição dos números das vítimas da pandemia ultrapassam uma contagem de algarismos. A rigor, representam a recuperação da autoridade jornalística como porta-voz da verdade.

A divulgação dos dados sempre atualizados foi uma das principais estratégias utilizadas na cobertura da pandemia da Covid-19 entre março de 2020 até agora (julho de 2022). Mas os números não mostram os rostos, os nomes e as singularidades de cada uma daquelas pessoas. Seguiram-se reportagens e estratégias de visibilidade como a criação de reportagens especiais apresentando as vítimas, seus familiares, profissionais da saúde e pessoas que venceram a doença.

### **b) Função testemunhal**

A estratégia de certificação articula não apenas números. Foca também em nomes e rostos, em uma alteridade que ganha força no noticiário, como forma de gerar empatia. A pandemia demandou uma humanização nas narrativas, frente ao noticiário de risco, medo e morte. Na bancada do Jornal Nacional, os âncoras intercalaram editoriais combativos com formas de narrar mais emotivas (THOMÉ, 2021). A edição das 500 mil mortes começa com escalada sem o BG da vinheta, com William Bonner e Renata Vasconcellos vestindo roupas pretas. em evidente sinal de luto. Em seguida, um vídeo sem off marca as ausências que os números não são capazes de mensurar.

Frente ao medo e à incerteza, o telejornalismo adotou estratégias de aproximação com a audiência pelo viés da empatia e da identificação, tendo como foco uma promessa de humanização, diante de tantos números. No Jornal Nacional, tal estratégia ficou evidente na edição do dia 14 de maio de 2020, quando as imagens do vírus foram substituídas por fotos das vítimas da Covid-19, no telão de fundo, atrás da bancada.

O relato em primeira pessoa dos jornalistas também traz um efeito de aproximação, ao indicar que os profissionais da imprensa também estavam vulneráveis à pandemia, e vinham revelando seus medos e suas emoções. Foram frequentes nos telejornais os relatos de âncoras e repórteres sobre o dia de sua própria vacinação (THOMÉ, 2021), informação embalada em forma de testemunho, o que traz um status de experiência vivida e, com isso, um efeito de autenticidade:

---

O testemunho, ao impregnar a narrativa pessoal com a lógica da exemplaridade, configura sua autenticidade pela própria experiência narrada. Ter vivido tal experiência credencia o narrador – seja ele testemunha, sobrevivente ou vítima – como autoridade no que diz. É digno de fé e confiança por ter vivido aquilo que narra. (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2020, p. 11).

### **c) Fontes certificadoras**

A certificação do telejornalismo, construída no Brasil ao longo de sete décadas, se consolidou a partir daquela advinda do Radiojornalismo. Afinal, a expressão “deu no rádio” deslizou para o “Repórter Esso” e, como este também deslizou para TV em 1952 (KLÖCKNER, 2011), logo “deu no Esso” e o “deu na TV” se fixaria no “deu no JN”. Tal credibilidade do noticiário audiovisual vinha do jornalismo impresso, que desde o início do processo de industrialização dos meios de comunicação no Brasil, já nas primeiras décadas do século XX, contava com certo prestígio. (BARBOSA, 2007).

Os termos prestígio e credibilidade seriam substituídos por certificação posteriormente, sobretudo quando jornais, em um primeiro momento e, depois rádio e TV, se midiaticizaram (PICCININ, SOSTER, 2012) e passaram a enfrentar a migração de leitores, audiências e verbas publicitárias para sites e rede sociais digitais. O conceito certificação no jornalismo ganharia força, em 2015, durante a reunião anual da Wan-Ifra, o Fórum Mundial de Editores, quando se discutia o enfrentamento do meio jornal com a profusão de informações disponibilizadas na web.

Em 2015, o conceito certificação para grupos de comunicação foi consolidado em artigos acadêmicos (REIS, 2015; REIS, THOMÉ, 2017), apontando estratégias adotadas pelos donos de jornais cariocas a partir das discussões ocorridas naquele mesmo ano na reunião anual da Wan-Ifra. Presidido entre 2015 e 2017 pelo brasileiro Marcelo Rech, do grupo RBS, dono de jornais, emissoras de rádio e das afiliadas da TV Globo no Rio Grande do Sul, o fórum de editores Wan-Ifra promoveu em 2015 o 67º Congresso Mundial de Jornais, no quanto discutiu-se novos modelos de negócio para o setor.

O conceito de certificação em Jornalismo, citado pelo executivo, deriva do termo homônimo das áreas de Administração e Marketing, segundo o qual a certificação é uma das maneiras de garantir a conformidade do produto, do serviço, do sistema de gestão de uma empresa ou uma pessoa. No Brasil, a certificação nessas duas áreas de gestão é regulada pela Lei n.º 9.279, de 14 de maio de 1996, que em seu Artigo 123 considera



---

“marca de certificação: aquela usada para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas, notadamente quanto à qualidade, natureza, material utilizado e metodologia empregada”<sup>9</sup>

Em seu estudo acerca das marcas de certificação, a professora Astrid Uzcátegui (2006), da Universidade de Los Andes, na Venezuela, esclarece que a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) entende que uma marca de certificação serve para garantir alguma característica particular nos produtos ou serviços, tais como a origem geográfica, um determinado conteúdo, modo de fabricação, qualidade, cumprimento de normas de segurança ou outras características.

Ou seja, buscava-se fora do campo da Comunicação uma terminologia para evidenciar a qualificação da informação veiculada por grupos de comunicação, notadamente aquela vinda do trabalho jornalístico ético e comprometido com a apuração rigorosa e sujeito a sanções legais em caso de desvios intencionais, falhas ou erros. Não tardaria, para que o conceito certificação fosse estendido às fontes jornalísticas. Ocorre que, no momento de subjetivação, as fontes passaram a ser citadas nas cabeças das reportagens. Se antes, o dado objetivo de uma pesquisa era a cabeça e o órgão, instância ou entidade emissores do era citado na reportagem, sem um nome de qualquer fonte específica ser reportado, agora, no momento de subjetivação e de enfrentamento da desinformação, pesquisadores e fontes oficiais passaram a ser citados pelos locutores, nas cabeças das reportagens, numa explicitação de fontes certificadas. Tais fontes, ligadas a entidades com prestígio científico, como a Fiocruz, do Rio de Janeiro, e o Instituto Butantan, de São Paulo, durante a pandemia, tiveram o papel de desmentir mensagens oficiais tais como a que tratava como simples “gripezinha” a pandemia que matou quase pouco mais de 600 mil brasileiros, total superior a população de Niterói (RJ).

A essa ação, seguiam-se ataques ao jornalismo e às fontes certificadas, em um agravamento de uma situação que começou no início deste século, sendo que em 2003 o aumento de ações judiciais foi um dos destaques na mídia especializada. O mais agressivo desses ocorreria em 2009, quando o Supremo Tribunal Federal derrubou a obrigatoriedade da certificação profissional para atuar no campo profissional. No início de agosto de 2013, o Senado brasileiro, aprovaria, no entanto, alterações na Constituição

---

<sup>9</sup> BRASIL, Lei n.º 9.279/96, in [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19279.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm), acessado em 10 mai 2022.

---

do país que garantiriam a exigência do diploma para prática de jornalismo. O projeto de Emenda Constitucional (PEC) está, porém, parado na Câmara dos Deputados para duas votações, tendo seu último trâmite em 2016.

Aos ataques contra jornais e emissoras de TV ganhariam outros contornos no segundo mandato da presidenta Dilma Roussef, em 2015, com o incremento da polarização entre extremistas de esquerda e de direita no campo da política partidária. As eleições de 2018, marcadas por Fake News (HUNT, 2016) no campo político-partidário tanto de esquerda quanto de direita, sobretudo de extremistas (REIS, 2019), e a ascensão no poder políticos de cunho conservador e pouco simpatizantes da liberdade de imprensa e de críticas partidas de jornalistas agravaram os ataques contra o jornalismo, notadamente o Telejornalismo e, em particular, o telejornalismo do Jornal Nacional da TV Globo. Tal movimento atingiu a marca de 801 ataques à imprensa entre janeiro de 2021 e maio de 2022, o menos um ataque por dia, segundo análise feita pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji).

#### **d) Editorialização do noticiário**

O editorial no jornalismo brasileiro tem como marca a década de 1950, quando o advogado Manoel Francisco do Nascimento Brito assumiu o comando do Jornal do Brasil. Marido da condessa Pereira Carneiro, herdeira do veículo, Nascimento Brito empreendeu uma rotina específica, na qual editorialistas subiam ao andar da presidência para discutir a posição que o jornal deveria tomar diante dos fatos mais polêmicos da nação. Mesmo tendo essa marca histórica, o editorial como posicionamento do veículo é encontrado nos primórdios da imprensa brasileira em diferentes veículos, entre eles o vanguardista Jornal das Senhoras (REIS, THOMÉ, 2018, p. 170).

Na pandemia Covid-19, na onda de ataques à imprensa e ante ações de desinformação, editoriais passaram a ser mais frequentes nos telejornais, sobretudo no Jornal Nacional. Foi o caso do levado ao ar quando o Brasil registrou 100 mil mortes, no dia 8 de agosto de 2020.

O Jornal Nacional traz tom de indignação no editorial e de emoção nas reportagens sobre mortos pela Covid-19, trazendo histórias de vida de vítimas e sonoras de familiares. A narrativa é construída a partir do sentimento de indignação e também da dor das famílias em luto. (SILVA, THOMÉ, REIS, 2021, p. 9)

O tom, a indicação ao fundo do apresentador mostrando se tratar de um editorial e a opinião expressa em nome da emissora marcam esse formato (REZENDE, 2000, p. 158) que foi amplamente usado na pandemia. Mas outros formatos, relacionados diretamente à avaliação dos editores sobre o assunto, se diversificaram e também ficaram mais constantes. Esse formato ora foi encontrado na cabeça das reportagens, ora no retorno do repórter ao estúdio, em formato curto e breve ao estilo *suelto* (CHAPARRO, 1998, p. 120). Neste caso, encontram-se o editorial na cabeça de matéria e em nota de locutor. Nos dois formatos, o uso na pandemia reforçou um posicionamento científico ou defendeu a imprensa, incluindo jornalistas da emissora, de ataques oriundos sobretudo de políticos, com os identificados na recente pesquisa da Abraji citada acima.

Durante a pandemia, o Jornal Nacional uma das cabeças editorializadas mais marcantes ocorreu na edição do dia 21 de junho de 2021, por exemplo, em que o JN se propôs a desmentir várias fake news, em um VT de 7' 53" de duração.

O objetivo de quem inventa e quem espalha esses absurdos é criar pânico, é apostar no caos, e atrapalhar o trabalho de combate à pandemia. O Jornal Nacional vai eliminar agora algumas das fake news mais comuns do momento no Brasil. (BONNER, in <https://globoplay.globo.com/v/9623799/>)

Na edição do dia 19 de junho de 2021, quando o país chegava a triste marca de 500 mil mortes por Covid, o JN fez um editorial combativo, em que critica o negacionismo e defende a atuação do jornalismo da emissora, trazendo uma espécie de retrospectiva dos erros cometidos pelo governo e colocando-se ao lado dos familiares das vítimas.

O sentimento é de horror e de uma solidariedade incondicional às famílias dessas vítimas. São milhões de cidadãos enlutados. Hoje, é evidente que foram muitos - e muito graves - os erros cometidos. Eles estão documentados por entrevistas, declarações, atitudes e manifestações. A aposta insistente e teimosa em remédios sem eficácia, o estímulo frequente a aglomerações, a postura negacionista e inconsequente de não usar máscaras e, o pior, a recusa em assinar contratos para a compra de vacinas a tempo de evitar ainda mais vítimas fatais. (BONNER, in <https://globoplay.globo.com/v/9619882/>)

O frequente posicionamento da emissora não só nos editoriais, mas também em cabeças e comentários levou para a bancada do JN uma postura de embate e também de defesa do jornalismo e da ciência, assumindo uma postura bem definida que busca a

---

certificação do noticiário, na primeira pessoa do plural, seguindo a linha de um jornalismo mais autoral.

### **Considerações finais**

O jornalismo é um dos maiores produtores de conhecimento de nossos dias. No cenário da produção de notícias, o jornalismo audiovisual, produzido originalmente para televisão e hoje em múltiplas telas, organiza as principais questões a serem debatidas pelo público, conjugando elementos verbais, sonoros e imagéticos. Nos momentos mais críticos da pandemia ter informação poderia garantir a vida das pessoas.

O cenário de desinformação - muitas vezes inaugurado pelo próprio gestor público - que a princípio deveria ser responsável por fazer circular as informações necessárias à prevenção da saúde da população, direito inalienável em tempos de pandemia, fez renascer a união entre profissionais de empresas, que a princípio, eram concorrentes entre si. Porque para o jornalismo e a saúde há urgência.

Durante as transmissões dos telejornais, com suas rotinas produtivas alteradas, pensar em formas de diferenciação entre boatos e inverdades que circulavam em redes sociais, e as notícias capazes de levar informação e conhecimento à população foi uma preocupação constante. Transformar números em pessoas, sem esquecer que muitas pessoas também são muitos números, coletar testemunhos de fontes confiáveis e alinhadas ao discurso da ciência e da saúde e principalmente posicionar-se editorialmente diante de episódios de desinformação, denunciando controvérsias, silenciamentos e irresponsabilidades foram algumas das estratégias utilizadas pelo Jornal Nacional para legitimar seu regime de verdade.

Outros elementos ainda foram observados. A presente pesquisa ainda se encontra em andamento. Espera-se que com a observação dos dados coletados e as discussões futuras sejamos capazes de identificar quais os alicerces sobre os quais o telejornalismo vem construindo sua credibilidade na sociedade da desinformação.

### **REFERÊNCIAS**

AGUIAR, A. GOULART DE ANDRADE, A.P. **Novas interfaces nas rotinas produtivas e credibilidade jornalística**: uma contribuição aos estudos da profissão. In: Revista Mediação. V22, nº 31, p.67-79, jul-dez, 2020.

- 
- ARENDR, H. *Truth and Politic. In: Between Past and Future. The New Yorker*, 1967.
- BARBOSA, Marialva. **História social da imprensa: Brasil, 1900–2000**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- BENKLER, Y; FARIS, R; ROBERTS, H. “**Network Propaganda - Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics**”. In: *Oxford University Press*. Nova Iorque, 2018.
- BUZATO, M. E. K.; TORRES, C. **Dadificação e Transdisciplinaridade nos Estudos do Letramento: o Jornalismo de Dados como contexto de Pesquisa**. *Revista da Anpoll, [S. l.]*, v. 1, n. 49, p. 128–141, 2019. DOI: 10.18309/anp.v1i49.1307. Disponível em: <https://revistadaanpoll.emnuvens.com.br/revista/article/view/1307>. Acesso em: 19 jul. 2022.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. **Sotaques d’aquém e d’além mar: percursos e gêneros do jornalismo português e brasileiro**. Satarem: Jortejo, 1998.
- CONY, M. A. **Até que a morte una: a criação do consórcio de veículos de imprensa na pandemia**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola da Comunicação. Bacharel em Comunicação Social: Jornalismo, 2021.
- COUTINHO, I. **O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível**. Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo – SP: USP/Intercom, 2016. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>>. Acesso em: 19/07/2022.
- \_\_\_\_\_. **Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual – Da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade**. In ÉMERIM, Carlida; COUTINHO, Iluska & FINGER, Cristiane (Orgs). *Epistemologias do Telejornalismo Brasileiro*. Florianópolis Insular, 2018.
- FALLIS, D. *What Is Disinformation?* *Library Trends*, v. 63, n. 3, p. 401-426, Winter 2015.
- FLORIDI, L. *Is Semantic information meaningful data?* *Philosophy and Phenomenological Research*, v. LXX, n. 2, March 2005.
- GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.
- GOMES, Itânia. **Gêneros Televisivos e Modos de Endereçamento no telejornalismo**. Salvador: ADUFBA, 2011
- HUNT, Elle. **What is fake news?** How to spot it and what you can do to stop it. *The Guardian* (17 de dezembro de 2016).. Consultado em 15 de janeiro de 2017.
- KLÖCKNER, Luciano . **O Repórter Esso: a síntese radiofônica mundial que fez história - 2ª Edição Comemorativa dos 70 anos. 2ª. ed.** Porto Alegre: Editora da PUCRS - EDIPUCRS e Editora AGE, 2011.
- LARGO GIL, R; MONGE GIL, **Angel**. *Marcas comunitaria colectivas*. In: CASADO CERVIÑO, A.;

---

LLOBREGAT FURTADO, M.<sup>a</sup> L. (Org). **Comentarios a los reglamentos** sobre la marca comunitaria. 2.<sup>a</sup> ed. Buenos Aires: La Ley, 2000.

LOBATO, Manuel. **Comentarios a la ley nº 17/2001, de marcas**. Madrid: Civitas, 2002.

MIGUEL, L. F. **Jornalismo como sistema perito**. In: Tempo social – FFLCH/USP, v. 11, n. 1, pp. 197-208. São Paulo, maio, 1999.

PICCININ, Fabiana, . SOSTER, Demétrio. “**Da Anatomia do Telejornal Midiatizado: metamorfoses e narrativas múltiplas**”. Brazilian Journalism Research (Online), v. 8, 2012.

PUJADAS, E. **A qualidade televisiva além de um conceito politicamente correto: Conteúdos e perspectivas envolvidas**. USP, MATRIZES, 2013. 7(2), 235-248p. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v7i2p235-248>. Acesso em 01 out. 2021.

RÊGO, A. R.; BARBOSA, M. **A construção intencional da ignorância: o mercado das informações falsas**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2020.

REIS, Marco Aurelio. **Crise leva o jornalismo impresso do Rio a reinventar seu negócio**. Brasília: Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo, Vol. 5, Nº 17, 2015.

REIS, MARCO AURELIO ; THOME, Claudia de Albuquerque. . **Um olhar sobre o papel do Whatsapp nas redações dos principais jornais do Rio**. COMUNICAÇÃO & INFORMAÇÃO , v. 20, p. 95, 2017.

REIS, Marco Aurelio ; THOME, Claudia de Albuquerque . **Jornal das Senhoras - a interatividade no primeiro jornal feminino editado no Brasil**. Revista Brasileira de História da Mídia , v. 7, p. 162-177, 2018.

REIS, Marco Aurélio. **Extremistas de direita e esquerda são os propagadores de fake news.**, Revista Trama, Vol. 8, No : Dossiê Fake news, pós-verdade(s) e economia criativa. Rio de Janeiro, editora SES, 2019.

REIS, Marco Aurélio. **Crise leva o jornalismo impresso do Rio a reinventar seu negócio**. Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo, Brasília, v. 5, n. 17, p. 219-234, jul./dez.2015. Disponível em: <http://rebej.abejor.org.br/index.php/rebej/article/view/195>. Acesso em: 26 jun. 2022.

RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I. **Televisão e memória: entre testemunhos e confissões**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2020.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. *Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Strasbourg: Council of Europe, 2017.

WÖLKER, A; POWELL, T. E. *Algorithms in the newsroom?* News readers' perceived credibility and selection of automated journalism. Journalism, OnlineFirst, p. 1-18, 2018.

YIN, R. K. **Estudo de caso - Planejamento e métodos**. 2<sup>a</sup> ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.