

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA**  
**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**LARISSA MEDEIROS**

**Jornalismo Humanizado: Um estudo de caso do Jornal Nacional**

**VOLTA REDONDA**

**2019**

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA**  
**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**Jornalismo Humanizado: Um estudo de caso do Jornal Nacional**

Projeto para monografia apresentado ao curso de Jornalismo do UniFOA como requisito parcial à obtenção de título de bacharel em Jornalismo.

Aluna: Larissa Medeiros

Orientadora: Professora Mestre Angélica  
Aparecida Silva Arieira

**VOLTA REDONDA**

**2019**



Fundação Oswaldo Aranha

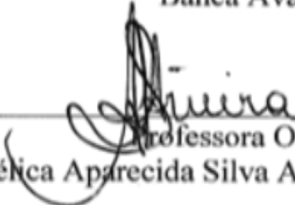


## FOLHA DE APROVAÇÃO

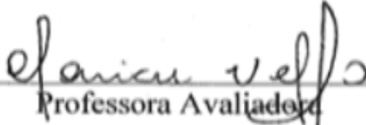
Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Jornalismo Humanizado: um Estudo de Caso do Jornal Nacional elaborado por Larissa Medeiros apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Jornalismo.

Aprovado em 22 de outubro de 2019.

Banca Avaliadora:

  
\_\_\_\_\_  
Professora Orientadora  
Angélica Aparecida Silva Arieira, Mestre – UniFOA

  
\_\_\_\_\_  
Professora Avaliadora  
Rebeca Baltazar Chaves, Mestre – UniFOA

  
\_\_\_\_\_  
Professora Avaliadora  
Clarisse Netto de Rezende, Mestre – UniFOA

## DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho ao meu pai, grande idealizador de todos os meus sonhos. Espírito de tamanha grandeza que palavras humanas são incapazes de descrever. Dedico-lhe não somente este trabalho, como toda a minha vida.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por me permitir chegar até aqui, aos meus pais, mas principalmente ao meu pai, Heleno, por me permitir realizar esse sonho e nunca ter deixado de acreditar em mim. Ao meu marido e a minha filha Maria Helena, que é o grande incentivo para eu nunca ter desistido. Aos meus amigos que me acompanharam nessa trajetória. E incansavelmente a minha orientadora Angélica, que sempre esteve ao meu lado e sempre acreditou que eu era capaz, tornando a realização deste sonho possível. Obrigada a todos!

“Não importa o que aconteça, continue a nadar”.

(WALTERS, GRAHAM, 2003. )

## RESUMO

Esta pesquisa teve como objetivo fazer uma análise sobre Jornalismo Humanizado no Jornal Nacional. O objeto foi escolhido por ser o telejornal com o maior número de audiência, segundo Ibope (2018) no Brasil e ser um dos maiores telejornais da Rede Globo de televisão. A emissora de maior alcance entre os lares brasileiros quando o assunto é jornalismo. Após o levantamento teórico para aprofundar a história da TV, do Jornal Nacional, do Padrão Globo de Qualidade e do Jornalismo Humanizado foi realizada uma análise, afim de constatar se realmente o JN tem investido nesse tipo de conteúdo (humanizado) que, segundo hipótese desta pesquisa, estaria se tornando uma padronização na emissora. Para desenvolvimento da análise foi levantado no site Globo Play um mês de transmissão do Jornal Nacional, no caso janeiro de 2019. Utilizou-se duas autoras da área de jornalismo humanizado, no caso Kelliana Braghini e Angélica Luersen, na intenção de identificar todo o conteúdo produzido neste mês e identifica-lo segundo os critérios das teóricas. Levou-se em conta para o primeiro filtro (separar o conteúdo não humanizado daquele que tinha chance de ser) apenas um critério entre os apontados pelas autoras. A partir daí esmiuçou-se em verificar quais em cada conteúdo noticioso estava presente entre o material separado e se essa tem sido uma padronização na emissora.

**Palavras-chave:** Telejornalismo; Jornal Nacional; Jornalismo Humanizado; Rede Globo.

## ABSTRACT

This research aimed to analyze Humanized Journalism in Jornal Nacional. The object was chosen by a television news show with the largest number of viewers, according to Ibope (2018) in Brazil and one of the largest news shows of Rede Globo de Televisão. A broader issue among the great Brazilians when it comes to journalism. After the theoretical survey to deepen the history of TV, the Jornal Nacional, the Globo Standard of Quality and Humanized Journalism, an analysis was performed, after verifying if JN really has invested in this type of (humanized) content that, according to this time. may create standardization at the broadcaster. For the development of the analysis was raised on the website Globo Play, a month after the broadcast of Jornal Nacional, in January 2019. It used two authors from the area of humanized journalism, in the case Kelliana Braghini and Angélica Luersen, in an attempt to identify all content. produced this month and identify the second number of theories. For the first filter (separating the unhumanized content that was likely to be), only one criterion among the indicators was considered by the authors. From then on, he scrutinized to see what each remarkable content was present between the separate material and that was a standardization at the station.

**Keywords:** Television journalism; National Journal; Humanized Journalism; Globe network.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>13</b>
<b>2 História do Telejornalismo no Brasil.....</b>	<b>15</b>
<b>2.1 TV no Brasil.....</b>	<b>16</b>
<b>2.2 Jornal Nacional .....</b>	<b>21</b>
<b>3 Padrão Globo de Qualidade.....</b>	<b>29</b>
<b>3.1 Jornalismo Humanizado.....</b>	<b>32</b>
<b>4 Apresentação da metodologia e da análise de pesquisa.....</b>	<b>36</b>
<b>4.1Apresentação dos dados de pesquisa.....</b>	<b>38</b>
<b>5 CONCLUSÃO.....</b>	<b>52</b>
<b>6 REFERÊNCIAS.....</b>	<b>54</b>
<b>7 ANEXOS.....</b>	<b>58</b>

## LISTA DE FIGURAS

<b>FIGURA 1:Imagem programa Pé na Taba.....</b>	<b>15</b>
<b>FIGURA 2:Chegada das cores: a entrevista com Dom Eugênio Sales.....</b>	<b>23</b>

## LISTA DE TABELAS

<b>TABELA 1:Quantificação das matérias do JN por gênero noticioso no mês de Janeiro de 2019.....</b>	<b>37</b>
<b>TABELA 2: Características do Jornalismo Humanizado por Luersen e Braghini.....</b>	<b>39</b>
<b>TABELA 3: Matérias humanizadas segundo critérios de Braghini e Luersen.....</b>	<b>41</b>
<b>TABELA 4: Análise das áreas/editorias de matérias humanizadas do JN em jan/2019.....</b>	<b>49</b>

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO 1: Média de produção de conteúdo do JN diariamente/ Jan 2019....</b>	<b>40</b>
<b>GRÁFICO 2: Produção noticiosa do JN por gêneros televisivos ao dia.....</b>	<b>41</b>
<b>GRÁFICO 3: Recorrência dos critérios entre as matérias humanizadas.....</b>	<b>50</b>
<b>GRÁFICO 4: Levantamento dos conteúdos humanizados ou não no mês de Janeiro de 2019 (Jornal Nacional).....</b>	<b>50</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A Rede Globo de televisão é uma das principais emissoras do Brasil e do mundo, considerada emissora líder de audiência no país, seu surgimento data de 1965 e já em seu início não demorou para que alcançasse a excelência em produção televisiva. Nos dias atuais, embora venha enfrentando grande concorrência, principalmente com o advento da internet, ainda é a mais assistida no país. O telejornalismo é o seu destaque, e entre os produtos da casa, o Jornal Nacional, que se faz presente em maior parte das casas brasileiras, segundo o IBOPE<sup>1</sup> (pesquisa feita em fevereiro de 2018) é o que reúne notícias de rede, trazendo conteúdos de todos os estados da federação e ainda conteúdos internacionais.

Com o passar do tempo e a popularização da internet a Globo, segundo as suas autodescrições (Memória Globo), procurou se inovar, em especial no que tangia a sua produção jornalística, que se tornou seu destaque. O chamado Padrão Globo de Qualidade se tornou um registro em suas produções. Desde o apoio norte-americano, a Globo se tornou referência para os demais canais abertos do Brasil e inaugurou um novo modo de fazer jornalismo. Esta pesquisa procurar saber se a Globo vem procurando alterar suas produções a ponto de formatar um estilo para a feitura de matérias televisivas focadas em critérios de humanização e se sim de que maneira isso vem ocorrendo em seu principal produto jornalístico: o Jornal Nacional.

A fim de verificar esta hipótese, este trabalho levanta não só a história da TV e da Rede Globo, mas faz um breve panorama sobre o que seria o Jornalismo chamado humanizado. Levanta suas características, segundo autoras de referência da área, e procura levantar particularidades que possam ser apontadas no material exibido pela emissora.

Vale destacar aqui que um conteúdo noticioso de aproximação, semelhante a uma narração literária em que há o envolvimento do repórter com a fonte, tomando referência a apropriação de personagens para falar de algo de utilidade pública, não

---

<sup>1</sup>Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística

é novidade. No entanto, no jornalismo brasileiro esta estratégia parece ter se tornado uma regra, ao menos quando se trata da atuação de alguns repórteres e vai além, do que possa parecer jornalismo literário.

A configuração do VT (*Video Tape*) tradicional vem dando espaço a “diálogos” mais estendidos. O que se percebe é que se antes a passagem (o momento em que o repórter aparecia em vídeo) era resultado de necessidades condicionantes da matéria, como a explicação de um fato mais difícil, ou a falta de imagens, o que se vê agora é que se tornou quase uma obrigação. E mais: sua permanência ou mais inserções vem fugindo às barreiras temporais ou mesmo restrições colocadas.

O repórter, que naturalmente se torna elo entre o telespectador e a notícia, dessa vez não se neutraliza como requeria-se há alguns anos e como preconiza a maioria dos manuais de redação. O que se percebe é que este, inclusive, se torna um personagem daquele conteúdo. A objetividade ainda é algo que o texto jornalístico televisivo se preocupa no que tange a construção do texto, mas o que se vê é que o envolvimento do repórter com esse texto é mais próximo.

Hoje, ao menos pelo que se tem observado, a notícia vem sendo tratada de maneira humanizada, que seria um modo mais leve e participativo. O jornalismo humanizado respeita as fontes anônimas e preza pela contextualização dos acontecimentos, texto facultativo, ele não se limita ao uso do **lead** e das normas dos manuais.

## 2. HISTÓRIA DO TELEJORNALISMO NO BRASIL

### 2.1 O início da TV no Brasil- Breve histórico

Fundada em 18 de setembro de 1950, por Francisco de Assis Chateaubriand<sup>3</sup>, a primeira emissora a existir no Brasil foi “PRF-3 TV Difusora”, que logo depois se tornou a “TV Tupi”. Existem questionamentos sobre quando teria sido a primeira transmissão de imagens no Brasil. Há quem diga que, embora tenha havido uma inauguração oficial da PRF, antes, a TV enquanto aparelho já teria funcionado no país a título de amostra.

Desde 1939, quando foi realizada na Feira de Amostra do Rio de Janeiro a Exposição da televisão promovida pelo governo do Estado Novo em parceria com terceiro Reich alemão, muito já se ouvira falar em televisão. Entretanto, ainda seriam necessárias algumas décadas para que de imaginação televisual ela se transformasse em imagem televisual. (BARBOSA, 2013, p.257)

O primeiro programa a estrear na TV foi o Cassino Gabus Mendes, *show* dirigido com vários artistas e que teria sido criado por Dermival Costa Lima. O programa começou com atrasos devido a problemas técnicos. Como a tecnologia ainda era algo novo existiam poucos televisores em São Paulo. Estes teriam sido trazidos, em sua maioria, dos Estados Unidos por Chateaubriand que mandou instalar cerca de 200 televisores em cada ponto estratégico da cidade, a fim de marcar seu nome, definitivamente, na história das telecomunicações brasileiras. Desta forma, ele garantiria que o maior número de pessoas possíveis assistisse à chegada da televisão.

Pouco tempo depois entraria no ar o segundo programa da TV, também comandado por Cassiano Gabus Mendes. O “TV na Taba” foi feito na base do improvisado e teve duração de quase duas horas. O espetáculo teve grandes participações, como: Mazzaropi, Hebe Camargo, Lima Duarte entre outros artistas. A TV Brasileira, a partir daquele momento, se tornou uma realidade. “Quatro meses

---

<sup>3</sup>Assis Chateaubriand Jornalista e político paraibano (1892-1968). Proprietário da primeira grande rede de empresas de comunicação do país, uma das personalidades mais influentes do país nos anos 40 e 50. Fonte: informação retirada do site Só História, acessado em 17/10/2019.

<https://www.sohistoria.com.br/biografias/chateaubriand/>

depois, em janeiro de 1951, entrava no ar a segunda emissora do país, a TV Tupi do Rio”, (PATERNOSTRO, 2006, p.30)

**figura 1:** Imagem programa Pé na Taba



Fonte: Google, acessado 05/09/2019. Na fotografia aparecem Lolita Rodrigues, Homero Silva e Assis Chateaubriand.

A produção televisiva era cara e dispendiosa. Havia poucas câmeras e poucos técnicos, o que fazia com que as programações fossem reduzidas. Com apenas seis horas de programação diária, a TV Tupi exibia seus espetáculos de auditório e noticiários das seis às onze da noite.

*Clube dos Artistas, Imagens do Dia e TV de Vanguarda* (adaptação de peças de teatro) foram programas criados nesses meses de pioneirismo. *Clube dos Artistas* (Tupi do Rio e de São Paulo) e *TV de Vanguarda* (Tupi de São Paulo) resistiram durante vários anos e se tornaram pontos de referência na história da televisão brasileira. (PATERNOSTRO,2006, p.30)

No fim da década de 1950 já existiam seis emissoras de TV no Brasil, divididas entre São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, no entanto, o número de televisores era limitado. O televisor era um artigo de luxo e só quem era da elite possuía um. Essa situação foi sendo mudada paulatinamente. Segundo Jambeiro (2001), ao final dos anos 1950 muitas empresas estrangeiras que fabricavam

---

televisores vieram para o Brasil, lançando no mercado produtos mais baratos. Em consequência disso, os números de televisores cresceram muito a partir de 1960, principalmente no Rio e São Paulo.

Após o estabelecimento da TV, a rádio acabou perdendo um pouco a audiência, fazendo com que vários de seus programas ganhassem uma versão para TV. Foi o que aconteceu com o programa Repórter Esso. Consagrado no rádio, sua versão televisiva não tardou em surgir e também teve grande repercussão. O telejornal passa a ser um dos instrumentos ou programas mais característicos do novo veículo. Tanto é que se ocupou do chamado horário nobre da TV. O Repórter Esso teve real participação na popularização da notícia televisiva, o que fez com que todas as suas versões, apresentadas em vários estados na nação, fossem uma das principais fontes de informação da população.

Os programas de variedades eram outra aposta e passaram a ser exibidos na telinha. A TV, a partir daí, só fez ampliar seus gêneros.

Nem só de teleteatros, ópera e balé era feita a televisão dos primeiros anos (“da era dourada”), lembra o autor. “Pululavam no vídeo, também, atrações menos requintadas, afastadas da Cultura com c maiúsculo, e bem mais afinadas com a tradiçãolúdico-festiva dos entretenimentos populares” (FREIRE FILHO, 2005, p. 166 *apud* GREGO, 2013,p.18 ).

Também é na década de 1960 o alavancar da publicidade na TV. A propaganda viu na era televisiva a possibilidade de expansão de anunciantes e aumento dos lucros publicitários. A disputa pelas verbas publicitárias toma corpo e o caráter comercial da TV é assumido junto à batalha pela audiência.

Ainda nos anos 1960, chega ao Brasil o equipamento de *vídeo tape*<sup>4</sup>. A primeira emissora a comprar a ferramenta foi a TV Tupi de São Paulo, e para estreia do equipamento fez a gravação da festa de inauguração de Brasília, que permitiu a replicação do vídeo para várias cidades.

O que ajudou a televisão a passar por esse período de transição e tomar o seu próprio caminho foi a criação do videoteipe (VT), possibilitando criar estratégias para atingir maior audiência para obter mais anúncios publicitários, aumentando assim o lucro das emissoras. (LEAL, 2009, p.07)

---

<sup>4</sup>Produção em áudio visual gravada em fita de vídeo, em material plástico, bastante fina. Normalmente usada para o registro de imagens televisivas.

A TV Excelsior também foi uma das primeiras emissoras a usufruir dos recursos que o vídeo tape oferecia, com o programa Chico Anísio Show, dirigido por Carlos Manga. O VT foi o equipamento responsável por dar impulso às telenovelas.

Neste período, o marco da TV brasileira foram os programas de auditório que trouxeram com eles, grande repercussão e audiência. *O Fino da Bossa*, com Elis Regina e Jair Rodrigues e *Jovem Guarda* com Roberto Carlos, são exemplos. a TV Record teve sua alavanca em Silvio Santos, na TV paulista, já apresentava seus shows populares, dividindo a audiência e o público.

A emissora das Organizações Globo surge em 26 de abril de 1965, no Rio de Janeiro, fundada pelo jornalista Roberto Marinho. Próximo a este período a Embratel – Empresa Brasileira de Telecomunicações aparece criando as linhas básicas de microondas, uma transmissão de dados não guiados, com frequência muito alta, que era utilizada na comunicação de telefone, o que contribuiria para a qualidade das emissoras e, mais que isso, para a possibilidade de produção de matérias em rede nacional.

Em 1º de setembro de 1969, a TV Globo criou seu primeiro programa em rede, o Jornal Nacional. “Surgiu como um programa de integração nacional, transmitindo o seu sinal do telejornal, pela primeira vez, de norte ao sul do país” (MELLO, 2009, p.03). Com a crise de audiência que as outras emissoras estavam vivenciando e a aposta na produção em caráter nacional o momento foi favorável para a arrancada da TV Globo. O Jornal Nacional teve tanta importância para a emissora que se tornou não só o principal produto midiático da casa como viria a se consolidar como o principal veículo de comunicação do país nas décadas subsequentes à sua implementação. Sua força é tão considerável que viria, a se tornar referência em produção para todo o país, já que sua audiência e repercussão o fizeram o telejornal mais assistido do país segundo pesquisa IBOPE (ano de 2019). O jornal Nacional é o objetivo desta pesquisa e será melhor esmiuçado em subitem deste capítulo mais adiante.

Foi a partir daí que Rede Globo, que até então mantinha uma programação um pouco mais elitista, se remodela com a inserção de nomes como Dercy Gonçalves, Chacrinha, Raul Longas. De acordo com Grego (2013), a Globo queria ser popular, mas com um toque mais criativo, para cativar os telespectadores. Foi

então que a Globo decidiu harmonizar vários critérios de excelência, dentre eles a infraestrutura e os índices de audiência e a aposta no apuro técnico.

Ao mesmo tempo, a TV Tupi, que também estava com dificuldades financeiras, decidiu lançar o que seria um grande sucesso: uma telenovela, Beto Rockfeller, de Bráulio Pedroso, por sua linguagem e interpretação inovadora foi considerada um marco na telenovela brasileira.

Em 1970 a TV brasileira funcionava sob as regras do regime militar, o que fez com que todos os programas de gêneros tivessem de passar pelo crivo do governo. Nomes conhecidos e queridos já na época, como Chacrinha e Dercy Gonçalves, sofrem o veto da censura e a TV Globo os tira do ar. (PATERNOSTRO, 2006). Toda a programação televisiva, e demais veículos de comunicação passam a ser verificados conforme previa o Decreto conhecido como AI-5<sup>5</sup>.

Um conjunto de convenções formais que interferiu na programação, nos modos de fazer televisão e nas representações imagéticas que eram colocados em cena. Naquele momento político, o mais apropriado para “tempos de modernização conservadora.” Segundo o autor, o conceito de qualidade televisiva defendido pelo regime militar deveria adequar o meio ao uso político, isto é, através da televisão se fortaleceriam laços culturais e sociais do país, fomentando certa identidade nacional que estava atrelada a determinados valores morais e cristãos. (SACRAMENTO, 2011, p. 65, *apud* BARBOSA, 2013, p.328).

Embora estivesse sob o crivo do regime militar a tecnologia televisiva não parou de evoluir. Prova é que em 1972 inicia-se a era da cor na televisão brasileira. A TV difusora de Porto Alegre foi a primeira televisão no Brasil a fazer a transmissão em cores. Ela exibiu, em março desse ano, a inauguração da festa da Uva, em Caxias, no Rio Grande do Sul. E em 1973, vai ao ar a primeira novela a cores: O Bem Amado, de Dias Gomes, produzida pela TV Globo. Segundo Mattos (p. 55, 1990) foi então que televisão começou com a exibição de programas com sofisticação técnica, em cores. “Os televisores estavam do jeito que o governo queria, bonitos e a cores”.

Na década de 1970 mais um programa era lançado em rede nacional pela TV Globo, que já era líder de audiência: Fantástico- o Show da Vida. Apresentando-se como uma revista semanal indo ao ar aos domingos à noite, tinha um viés para entretenimento, sem deixar de lado a informação. A revista foi criada para disputar

---

<sup>5</sup> AI-5: Ato Institucional do Regime Militar oficializado em 13 de dezembro de 1968 pelo então presidente General Arthur Costa e Silva.

com o programa de Flávio Cavalcante, da TV Tupi, que era feito nos estúdios do Cassino da Urca, Rio

Fantástico – o Show da Vida”, que iniciou a sua história em 1973. Criado por Bonifácio de Oliveira, o programa, que venceu o tempo, era uma combinação homogênea de entretenimento e jornalismo e se traduziu numa mudança na programação televisiva para as noites de domingo.(MELLO,2009, p.06)

Já em 1980, apesar de várias tentativas de manutenção, chega ao fim a primeira emissora de televisão do país, a TV Tupi. As emissoras decorrentes dela são divididas em dois grupos empresariais, Silvio Santos e Adolfo Bloch. E em 1981 a TVS passou a compor o SBT (Sistema Brasileiro de Televisão). Com programação popular, rapidamente conseguiu altos níveis de audiência em variados horários.

A Rede Manchete, inaugurada em 1983, abre espaço para produções de documentários e conquista um público que se interessa por programas fora do cotidiano. Com isso, outras emissoras também se ariscam e abrem exceção para produções independentes.

As minisséries globais se tornam grande novidade na TV em 1980.No entanto, a Rede Globo embora tenha se consolidado, teve concorrência já que emissoras ganhavam seu espaço na programação. Foi o caso do SBT que, trazendo uma programação totalmente popular, ao final dos anos 80 se torna vice-líder de audiência. A criação de um telejornal sério trazia a ideia de credibilidade para chamar os formadores de opinião e modificar a imagem da emissora.

Para dar um novo momento ao telejornalismo, o SBT contratou Marcos Wilson, Luiz Fernando Emediato e Boris Casoy. A emissora investiu na modernização de seus equipamentos e na reformulação do formato de seus programas jornalísticos. Por vários anos com editor-chefe da Folha de São Paulo, Boris Casoy foi contratado como âncora do “Telejornal Brasil”. Ele apresentava, comentava e dava opinião sobre as notícias, além de fazer entrevistas durante o telejornal. Para alguns jornalistas, ele deturpava o trabalho do âncora. As mudanças conquistaram o público e o TJ Brasil, como era chamado, superou os índices de audiência de outros programas do SBT. O jornal perdia em publicidade somente para o programa de auditório comandado por Silvio Santos. (MELLO, 2009, p.09,10).

Em 1990, a TV brasileira inicia suas transmissões ao vivo voltando-se aos eventos esportivos, que aconteciam do outro lado da terra. A tendência esportiva dá outra guinada nas programações e a Rede Globo junto a TV Bandeirantes são as

que tem real avanço nesta perspectiva que viriam a se potencializar com a inserção de novas tecnologias. “A televisão entra no século XXI na expectativa de uma grande mudança tecnológica que faz rever conceitos, paradigmas, parâmetros. A tecnologia digital reverte padrões e aprimora as transmissões”, (PATERNOSTRO, 2006.p.36).

Em questão de conteúdo, a TV Brasileira chega a se destacar em todo o mundo, caminhando devagar a estrada da qualidade digital de sons e imagens. O Jornal Nacional já consolidado enxerga seu crescimento vertiginoso em audiência e sua qualidade passa a ser exemplo para as demais emissoras do país.

## **2.2 Jornal Nacional**

O primeiro telejornal transmitido em rede nacional no Brasil, o Jornal Nacional (JN), foi ao ar às 19h45min do dia 1º de setembro de 1969. Ainda não se sabia, mas nascia ali o programa de maior audiência da TV brasileira aberta. O JN tinha apenas 15 minutos de duração e era transmitido de segunda-feira a sábado. Suas edições eram compostas por três partes iguais, cada uma com 5 minutos de duração. “local, nacional e internacional. As manchetes – em geral, curtas e fortes – eram lidas alternadamente por dois apresentadores de maneira rápida e ágil” (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p.33).

Inspirado no modelo norte-americano de jornalismo, a sua primeira manchete informava a crise de governo que o então presidente Costa e Silva se recuperava.

Quando terminou a primeira edição do Jornal Nacional, preparada com tanto cuidado, o clima na redação era de festa pelo sucesso da operação. Armando Nogueira conta que naquele dia sua preocupação básica era estritamente técnica: o êxito da transmissão em rede nacional. Eram grandes os riscos, e o medo de que algo desse errado tomara conta da equipe. Mas a estreia fora um sucesso, todos estavam emocionados. (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p.25).

O Jornal Nacional diferentemente do Repórter Esso que sempre terminava com uma notícia impactante, optava termina com notícias mais leves. “Essa matéria de encerramento passou a ser conhecida como o “Boa-noite”, pois antecedia a saudação de despedida dos apresentadores”. (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p.34). Em pouco tempo era líder de audiência e se tornaria destaque na televisão brasileira.

Segundo o Memória Globo (2004), “a criação do telejornal era uma jogada ambiciosa entre Walter Clark e José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, para fazer da Globo a primeira rede de televisão do Brasil”.

O nome do telejornal teria surgido espontaneamente, apesar de todos pensarem que estava associado ao Banco Nacional, devido ao patrocínio dado pela instituição financeira à produção do JN. Este fato foi desmentido por seus precursores. (Memória Globo,2004, p.29).

Boni explica: o Jornal Nacional nasce patrocinado pelo Banco Nacional de Minas Gerais, mas o telejornal já se chamava “Jornal Nacional”, eles é que identificaram uma oportunidade de se associarem. Houve até uma discussão ética. Armando Nogueira não gostava muito dessa ideia, mas Walter Clark achava que não tinha importância: seria ‘o Jornal Nacional oferecido pelo Banco Nacional’, não era o Jornal do Banco Nacional. Havia uma sutileza aí. E nos conseguimos, com o tempo e com o sucesso do jornal nacional, nos desvincular totalmente do banco. E depois houve vários outros anunciantes. O conteúdo do telejornal era tão forte e ele era tão inovador, o primeiro jornal de rede, que o banco não conseguiu se apropriar dele. (MEMÓRIA GLOBO,2004, p.29)

Uma grande dificuldade era lidar com a meteorologia de várias regiões. Na primeira edição do Jornal Nacional utilizavam-se as locuções e/ou adjetivos “tempo bom” para confirmar que teria sol e “mau tempo” para afirmar que haveria chuva. Alguns telespectadores do nordeste castigados pela seca começaram a questionar: que em suas regiões ter sol não significava tempo bom e sim ao contrário. E, a partir de então, houve a mudança no modo expressão na meteorologia.

Segundo William Bonner, atual editor-chefe e apresentador, no livro JN: Modo de Fazer: “O Jornal Nacional tempor objetivo mostrar tudo aquilo que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo naquele dia, com isenção, pluralidade, clareza e correção” (2009, p.17). O apresentador vai além e aponta o que disse ser a vocação do noticiário:

Quando dizemos que o JN deve mostrar o que de mais importante aconteceu num determinado dia, nós estamos deixando bem clara qual a vocação do Jornal Nacional: os temas factuais. Os fatos transcorridos desde a edição anterior até o fechamento daquela edição. Esta é a principal matéria-prima do JN, mas não a única (BONNER,2009, p.19)

Ainda que sua implementação tenha sido no período ditatorial, os integrantes e a produção do JN daquela época e da atual alegam que o veículo já nasceu tendo na essência a busca pela verdade.

Já na estreia, o telejornal foi censurado. A notícia do derrame do presidente Costa e Silva, por exemplo, teve que ser negociada, pois os militares queriam escondê-la. No Palácio das Laranjeiras, onde o presidente se hospedava no Rio de Janeiro, era proibido filmar ou fotografar. Uma nota oficial foi a única satisfação ao povo brasileiro. (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p.35).

Mesmo com a censura a audiência do JN só aumentava, e com ela a perseguição dos militares. “Foram vários assuntos proibidos ao longo dos anos 1970” (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p.35). Um deles foi o discurso que o papa Paulo VI fez sobre os dez anos da encíclica *Populorum progressio*, até mesmo a missa de sétimo dia do ex-presidente João Goulart.

Devido ao fato de o Jornal Nacional ser o primeiro telejornal exibido em rede para todo o país, os dirigentes da Globo desenvolveram um conceito de noticiário nacional, o que ainda não existia em toda televisão brasileira. Alguns critérios foram adotados para servir de guia para a construção da notícia.

De acordo com o Memória Globo (2004), todas as matérias seriam de interesse geral, todos os assuntos teriam de chamar a atenção do público de todos os estados onde havia transmissão da emissora, e a acima de tudo sempre pensar em como repercutiria uma nota em estados diferentes.

Com as dificuldades em noticiar assuntos nacionais, por conta da política, Armando Nogueira decidiu fortalecer o jornalismo internacional, e começou a investir na formação de correspondentes. O primeiro jornalista foi Hélio Costa, que iniciou como *Freelancer*, pois já trabalhava em Washington para um programa radiofônico chamado, “Voz da América”. As matérias eram envidadas para a emissora até ele ser contratado. Logo após começou a funcionar o segundo escritório em Londres, com repórter Sandra Passarinho e o cinegrafista Orlando Moreira.

As inovações tecnológicas também eram importantes para a política, já que retratava a manifestação pela modernidade, o que para os militares era extremamente importante.

As tecnologias favorecem a adoção e novas convenções narrativas. As câmeras CPs permitem o registro direto e conjunto da imagem e do som, aumentando a mobilidade com que eram produzidas as gravações. Em 1971 introduziu-se o *telepromptere* a partir de 1972 todas as reportagens do Jornal Nacional passaram a ser produzidas em cores. (BARBOSA, 2013, p.332)

Naquela época, a televisão colorida era o que importava para os militares, pois para eles era o que representava um sinal de progresso.

**Figura 2:** Chegada das cores: a entrevista com Dom Eugênio Sales, exibida em 4 de agosto de 1972, foi o primeiro conteúdo em cores do 'JN' Foto: Reprodução



Fonte: Reprodução site O Globo, acessado em 02/10/2019

O período pós-ditadura em 1980 estava sendo difícil, apesar de ser um momento importante para os brasileiros. Porém para o jornalismo era um período frustrante. Apesar de matérias muito bem elaboradas não era possível fazer a cobertura do dia a dia. Não era só a televisão que sofria mais sim, todos os veículos de comunicação.

Mas a TV foi particularmente afetada, pois, já então, as pesquisas indicavam que era a principal fonte de informação do país. Estávamos iniciando o processo de democratização e tínhamos responsabilidade em

noticiar as transformações pelas quais passava o país. (JN:50 ANOS DE TELEJORNALISMO, 2019, S/P)

Em 1987 Alberico de Souza Cruz se tornou diretor de telejornais de rede, a após três anos diretor da central Globo de Jornalismo. Foi então que após sua nomeação ele decidiu dar mais atenção ao tratamento das notícias factuais, em seu pensamento ele não poderia mostrar o que os jornais da manhã tinham noticiado. Ele teria que servir de pauta para os jornais do dia seguinte. A década de 80 foi fundamental para o desenvolvimento da Rede Globo, os números de profissionais cresciam o que antes era composto por 80 profissionais em poucos anos já eram mais de 200. Estava criando-se ali uma escola de formação para Jornalistas. O ano de 1980 foi um ano prospero para Rede Globo de televisão, a tecnologia avançava cada vez mais e com ela a qualidade de nas operações da emissora.

Ao fim da década de 1980, Armando Nogueira decidiu dividir o jornalismo da Rede Globo em dois setores distintos, o comunitário e o de rede. Comunitários seriam os produzidos localmente e de rede os produzidos nacionalmente.

A separação entre jornalismo comunitário e de rede era uma tendência natural de organizações do jornalismo, pois a cobertura local tem pouco a ver com a cobertura nacional. Assim como os jornais de rede tinham um responsável encarregado de toda a cobertura nacional, era importante que houvesse uma pessoa que coordenasse a cobertura local de cada praça (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p.122).

Naquela época já havia o conceito do “Padrão Globo de Qualidade”, a maior preocupação era com a formação dos profissionais. Segundo o livro Memória Globo (2004). Todos profissionais envolvidos recebiam cuidados, como de fonoaudióloga, que não só treinava os novos profissionais como também servia assistência aos veteranos. A Rede Globo também ajuda com uma verba extra para compra de figurinos aos profissionais que apareciam em vídeo. A preocupação com o padrão de qualidade na era somente estética mais também técnica. Iremos mensurar melhor o Padrão Globo de Qualidade no segundo capítulo desta pesquisa.

Na década de 1990 entrava ao ar a primeira mulher a apresentar o Jornal Nacional, Valeria Monteiro já apresentava outros telejornais da emissora. Porém a bancada do JN nunca antes tinha sido composta por uma mulher. Após um contra tempo dos apresentadores na época, foi colocada para apresentar o telejornal em

um sábado. Segundo o livro JN: 50 anos de telejornalismo (2019), o dia seguinte após a apresentação de Valeria a redação da emissora recebeu várias ligações com elogio pela iniciativa em colocar uma mulher na bancada do JN.

Em 1991 surgiu o primeiro quadro com a previsão do tempo no JN, apresentado por Sandra Annerberg. Sendo a primeira mulher a aparecer diariamente num quadro fixo do JN. O padrão do quadro era bem diferente do atual, seguia a linha de que o mapa é mais importante que o repórter. Diante disso, diferentemente de atualmente o repórter não ficava de frente para os apresentadores para não dispersar a atenção.

Nesta mesma década surgiu uma novidade no JN, a reconstituição de fatos em forma de desenhos ou gravações. Houve mudanças na produção e realização das matérias. “A proposta era fazer um jornalismo com muitas entradas ao vivo, e que fossem mais próximas do dia a dia do cidadão” (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p.234).

A chegada da Internet fez com que a Globo também se reinventasse, foi então criado primeiro site. A web ainda não havia completado seus primeiros dez anos, mas já estava se expandindo comercialmente no Brasil.

Naquele novo espaço virtual, havia links para programas de entretenimento e telejornais, entre eles, o do Jornal Nacional. Há poucos registros oficiais desse primeiro momento da vida digital do JN. E, pelo que os colegas pioneiros lembram, havia pouca intimidade entre as equipes que editavam o jornal e o site, feito por jornalistas e um time de tecnologia ligada a então central Globo de informática (JN: 50 ANOS DE TELEJORNALISMO, 2019, p. S/P)

Ao final da década de 1990, os jornalistas Cid Moreira e Sergio Chapelin que comandaram o JN desde sua implementação e se tornaram a marca do Jornal Nacional foram substituídos por Willian Bonner e Lillian Witte Fibe. Começou então a mudança a frente do telejornal, o objetivo era trazer profissionais envolvidos com a produção das matérias, para dar maior credibilidade para as notícias e trazer dinâmica, segundo Evandro CARLOS afirmou no livro Memória Globo, eles queriam que os apresentadores correspondessem ao Máximo sobre os textos que leem. Foi então que Bonner e Lillian respectivamente passaram a ser diretor responsável pelos assuntos nacionais e econômicos.

A partir de 2000 a internet que já existia começou a competir com o jornalismo, por sua praticidade muitas pessoas preferiam ler as notícias on line. A partir disso

surgiu a ideia do site Globo.com, nele era inserida todas as notícias passadas no JN daquele dia.

Nesse mesmo ano houve uma alteração de apresentadores e Fatima Bernardes entra no lugar de Lilian. Uma das alterações mais claras tem sido a atuação dos apresentadores, que podemos verificar alterações no texto verbal e modificações na performance. Ainda assim eles permanecem sentadas na bancada e tem sido assim desde abril de 2000. Segundo Gomes (2011), “ainda não atuam como âncoras, permitindo-se comentar as notícias, mas já protagonizam uma cena de tácita intimidade entre eles e, conseqüentemente, com o telespectador”.

Em 2009 quando o JN completou 40 anos de existência novas mudanças aconteceram no telejornal, não só um novo cenário como também o modo de entradas ao vivo, o que antes o repórter tinha 30 segundos para relatar os fatos a partir dessa nova remodelação todos teriam um minuto e meio. Participações mais faladas e naturais começamos enxergar um novo modo de fazer jornalismo, ainda que em transição podíamos ver grandes mudanças naquela época.

O Padrão Globo de Qualidade mesmo que criado a anos atrás ainda se faz presente desde sua criação, apesar de não muito explícito naquela época. Com o passar dos anos podemos perceber que ele fica em evidência juntamente com as mudanças ao passar dos anos.

É certo que desde o seu início, o jornalismo da Globo se consolida e começa a ganhar audiência quando investe numa relação de maior aproximação com os problemas cotidianos da população, valorizando o jornalismo de prestação de serviço (GOMES,2011, p.11).

Segundo o que diz Gomes podemos perceber que a relação de aproximação com problemas da população, que também se diz uma característica da notícia humanizada já era uma preocupação naquela época.

No ano de 2016 houve uma grande mudança novamente no JN, a mudança no cenário foi uma das alterações evidentes no telejornal já que é a primeira impressão que temos quando ligamos a TV. Mas nem só de estética se vive o jornalismo, essa última mudança trouxe ao Jornal Nacional grande diferencial.

A forma como a notícia é tratada e falada, o modo como os apresentadores conversam entre si. Segundo Gomes, o enquadramento da câmera traz um ar mais comunicativo para a cena, de maior proximidade entre mediadores e telespectadores

Esse pretendido efeito de proximidade também tem sido provocado pela inserção do espectador no lugar de fala da produção, através da inclusão de VTs cuja sugestão de pauta parte da recepção. Em tempos de interatividade e convergência tecnológica, o Jornal Nacional também reforça seu posicionamento frente às novas tecnologias na busca de elos mais fortes com a audiência. Telespectadores podem enviar, pelo portal G1, sugestões de pauta para o telejornal. Essa estratégia e o modo como o discurso é elaborado em torno da participação do telespectador demonstram o interesse do telejornal em comunicar sua inserção em novos parâmetros possibilitados pela internet e pela chegada da televisão digital ao Brasil, muito mais do que efetivamente uma abertura para outros tipos de enunciação (GOMES, 2011, p.12).

Mudanças essas que ocorrem até os dias de hoje trazendo ao jornal descobertas dia após dia, que é o caso do jornalismo humanizado de modo leve e participativo ele vem sendo descoberto e utilizado no telejornal, a fim de trazer mais leveza e proximidade a notícia para o público que assiste. No próximo capítulo esmiuçaremos mais sobre o Jornalismo Humanizado e como ele vem sendo utilizado no telejornal objeto desta pesquisa.

### 3. PADRÃO GLOBO DE QUALIDADE

No início de 1960, com uma década de televisão no país, algumas grandes emissoras já despontavam no cenário nacional. Dentre elas a Rede Globo de televisão. No entanto, era preciso que seus dirigentes entendessem o que era necessário fazer para que a emissora se destacasse no mercado cada vez mais acirrado. Foi então que José Bonifácio Sobrinho, o Boni, juntamente com Walter Clarke buscou ampliar essa visão empreendedora da televisão, associando-se a um grupo americano chamado Time Life<sup>6</sup>. Segundo a própria emissora, em seus registros históricos seria daí que surgiu o que se convencionou chamar de Padrão Globo de Qualidades. Ou seja, as produções seguiam a orientação do grupo estrangeiro, mas adotando as especificidades do Brasil, como linguagem, cenários próprios e formatação.

A expressão “Padrão Globo” não corresponde a apenas um slogan. Trata-se de uma ampla reestruturação da grade de programação que se apresentava, até então, naquela década. Antes desta reestruturação, a programação global era constituída de programas de auditório, programas infantis, telejornais e alguns filmes e seriados, comprados de outras emissoras e sem uma grade pré-definida. Após a padronização a principal mudança foi eliminar as compras e estabelecer uma grade de programação fixa para a emissora. Era ela: telenovela – telejornal – show e telenovela.

De acordo com o depoimento dado por Boni para o site Memória Globo em 2000, a intenção de colocar a telenovela em meio a programação era promover um novo hábito.

A reestruturação foi uma aposta de modernidade e acabou trazendo naturalmente mais audiência para a programação. Inicialmente a programação contava com uma novela em meios aos outros conteúdos, e com a entrada do telejornal eles decidiram que era preciso mais uma novela para apoiar a outra. A hegemonia é um elemento que está presente desde o início do Padrão Globo, a sedução é um papel fundamental.

---

<sup>6</sup> Empresa norte-americana, sediada na Virginia. Foi fundada em 1961 pela Time Incorporated, especializada em marketing direto de músicas e livros.

De acordo com Arbex (2015) o que inspirou a família Marinho a criar o Padrão Globo foi a comunicação dos EUA, onde surgiu os acordos firmados pelo Grupo Globo e Time Life. Em 24 de julho de 1962 foi assinado o contrato principal e em 15 de janeiro de 1965 o contrato de arrendamento. 30% do capital era assegurado à empresa, em troca, o grupo daria toda assistência técnica, incluindo treinamentos aos envolvidos e ajuda na aquisição de compras no exterior.

É fácil perceber que os acordos Time/Life implicaram um salto súbito nos padrões, no modo de fazer televisão. Foi importada para o Brasil toda a carga e tradição de profissionalismo construídas ao longo de três décadas nos Estados Unidos, e não numa época qualquer, mas de pleno desenvolvimento das tecnologias e de uma próspera classe média, que extraía benefícios da posição alcançada pelo país ao final da Segunda Guerra (foram os “anos de ouro” do capital, quando houve o “baby boom”). Em outros termos, os acordos permitiram introduzir no Brasil um padrão de qualidade que atendia às demandas de um público consumidor exigente, ávido por novidades e confiante no futuro próspero do capitalismo. (ARBEX, 2015, p.06)

Desde então, a Globo vem se diferenciando das outras emissoras no chamando modo de fazer televisão. A partir da criação desse padrão, a Globo começou a crescer sua audiência e ultrapassar as outras emissoras na época, pois se focou em um modelo empresarial, apostando forte nos setores comercial e produtivo. Esse modelo já era utilizado na TV americana e trouxe com ele grandes avanços tecnológicos. Todos os profissionais da Globo, tanto os que atuavam no Brasil quanto nos Estados Unidos, receberam treinamento específico para implementação do padrão. Segundo Bastos (2013):

Trata-se de uma ideologia geradora de um conjunto rigoroso de regras, implícitas e explícitas, que norteiam suas operações, implementadas a partir do know-how repassado a ela pela Time-Life, devido a acordo estabelecido entre as duas emissoras, ainda na década de 1960. (2013, p.329)

No início o Padrão Globo de Qualidade era usado para se referir à qualidade estética dos produtos da emissora. Porém, hoje ele envolve também estratégias de política e economia. De acordo com Gomes (2011), “o padrão Globo de qualidade traduz-se, claro, pela qualidade estética de seus produtos, mas ele reúne elementos da ordem dos investimentos tecnológicos”. (p.09).

Assim que o Jornal Nacional foi criado, no ano de 1969, o Padrão Globo era utilizado para enfatizar a qualidade técnica da produção dos conteúdos jornalísticos, por causa dos limites impostos pela censura na época da ditadura.

Segundo Armando Nogueira, no entanto, a censura permaneceu em forma de autocensura, praticada pelos próprios profissionais da TV (cf. Carvalho, 1979-1980). Assim, qualidade e confiabilidade eram, no programa, o resultado do investimento da emissora na contratação dos melhores profissionais, na melhor tecnologia disponível e na transmissão em rede nacional, configuradora de uma identidade nacional brasileira. (GOMES,2011, p.09)

Pode-se dizer que o Padrão Globo é um conjunto de elementos, econômicos, comerciais, políticos, tecnológicos, produtivos, estéticos, que colocaram a Globo em vantagem sobre as demais emissoras que existem no Brasil. Para Gomes (2010) pode-se interpretar o padrão Globo como um sinal para a emissora, de como reunir as melhores potencialidades do veículo e utilizar as condições econômicas e políticas para modificar sua programação em um objeto de consumo de massa.

Se, hoje, o padrão Globo de qualidade dá personalidade à programação da emissora e tornou a TV Globo uma das principais marcas no mercado midiático mundial, naquele momento ele foi o responsável pela sobrevivência econômica e política da emissora.(IDEM, 2010.p11)

A aplicação deste Padrão é feita durante toda a programação, porém sua maior influência é entre o horário de 18 as 22horas. Os horários das programações são fixos, diferentemente de outras emissoras como o SBT que sempre acaba mudando os seus horários, essa se torna a principal característica. Uma segunda característica é como o Jornal Nacional é disposto entre duas telenovelas com o intuito de segurar a audiência.

O Padrão Globo de Qualidade estabelece enumeras regras e estratégias em sua estrutura.

Segundo VALENTIM (2007, p.12), as principais são:

- Estabelecimento de administração profissional,
- Faixa de programação fixa,
- Pesquisa de perfil de audiência e opinião do público,

- Estabelecimento de rede nacional,
  - Contratação de personalidades do meio cultural, do universo do teatro e do meio da moda para formar os elencos fixos da emissora.
  - Consolidação do núcleo de teledramaturgia com:
    - (i) A contratação de dramaturgos e escritores com contratos de longo prazo que escrevem sobre temas estabelecidos de acordo com pesquisas junto à audiência;
    - (ii) Implementação da escola de atores;
    - (iii) Implementação da escola de roteiristas e
    - (iv) Excelência no quadro de técnicos e produtores.
  - Financiamento das telenovelas através do vínculo direto delas com o mercado por meio da publicidade, propaganda e merchandising.
  - Criação de uma rede de subprodutos provenientes da telenovela, principalmente o musical, através das trilhas sonoras.
- Esse conjunto de estratégias é denominado de “Padrão Globo de Qualidade”, que nada mais é do que, um conjunto de estratégias de marketing, unindo eficiência empresarial, competência técnica e sintonia com as vontades subjetivas dos espectadores, através da pesquisa de mercado.

Segundo Boni, em depoimento para o site Memória Globo em 2000, o nome Padrão Globo de qualidade é um apelido, que não foi dado por ele e nem pelo Grupo Globo. Para ele o Padrão é, na verdade, a busca constante da qualidade, e a “preocupação em sempre fazer o melhor”. Segundo ele, “a cada momento que eles atingiam um estágio eles já queriam atingir outro estágio” (Boni,2000). Suas ideias, conforme afirmou, foram de que a televisão nunca pode regredir, ela tem que avançar e trazer com sigo os espectadores, fazendo sempre um progresso contínuo, para nunca perder o risco de se deteriorar e não ficar um “processo medíocre”.

### **3.1Jornalismo Humanizado**

O jornalismo humanizado tem como vertente não só apuração dos fatos, mas também a forma de se relacionar com o indivíduo envolvido no acontecimento. Não se tem uma data exata de quando o jornalismo humanizado começou a se proliferar no meio jornalístico brasileiro, mas acredita-se que teria sido durante a década de 1970, no período da Ditadura Militar, quando os veículos de comunicação começaram a se modernizar e as mudanças das narrativas começaram a surgir.

O novo jornalismo identificado por Medina e Leandro, ainda na década de 1970, propõe-se a fomentar a recuperação do prazer e do desejo de descobrir as pessoas, o contexto social em que vivem, no qual a narrativa teria uma marca autoral, inovadora. Trata-se de humanizar as técnicas

profissionais em prol da vitalidade do cotidiano, uma vez que a gramática jornalística atual não dá conta das demandas coletivas. (ALVES; SEBRIAN, 2008, p.7).

Segundo os estudiosos desta vertente, o jornalista tem uma ligação com o objeto de conhecimento, que vai além da atuação tradicional. Ele se relaciona com a fonte e procura entender os outros seres humanos envolvidos no processo da notícia. A ideia é que se busque conhecer os contextos e acontecimentos focando-se, potencialmente, no humano, ou seja, na história particular, enxergando o individual para compreender o todo. “Portanto, para entender os fenômenos sociais é necessário compreender as ações dos sujeitos” (ALVES, SEBRIAN, 2008, p.08). As práticas, até 1970, de jornalismo no Brasil tendiam a ser sisudas, fazendo com que o repórter se atentasse somente aos fatos e acabasse desprestigiando o indivíduo, período identificado como terceira fase<sup>7</sup>do jornalismo. Hoje na chamada quarta fase, além da informação veloz e da adoção de novas tecnologias, vê-se surgir uma forma mais focada no humano, no indivíduo.

Segundo Ijuim (2002) para oferecer uma contextualização mais objetiva, o comunicador precisa utilizar “um caráter humano nato, a subjetividade, o fundo intimista capaz de tornar a narração viva-humana” (p.41). Considerando o que o autor diz, o jornalismo humanizado vai além de discorrer sobre o fato com certa humanidade para aquela dada notícia, ele preza por suas fontes, cria laços, observa com mais rigor e acima de tudo ele se preocupa em contar sobre a vida do personagem, que neste caso se faz tão importante quanto o momento ou fato. Seja um personagem anônimo ou conhecido do público, através do perfil é possível encontrar a profundidade que existe na aparência do relatado. “Ele tem um estilo único no jornalismo, baseando-se no processo: autor - perfilado - autor - perfil - leitor. Os perfis cumprem um papel importante que é a preocupação com a experiência do outro” (SILVA, 2010, p.6).

Alves e Sebrian (2008) entendem como sendo o Jornalismo Humanizado uma tendência que vem para estabelecer uma maior proximidade entre o fato reportado e

---

<sup>7</sup> A primeira, teria se caracterizado pela oposição entre autores utópicos e distópicos. A segunda que teria se iniciado no fim dos anos 1990, volta-se mais para a coleta e documentação de dados e para a observação dos usuários, os tipos de uso e práticas sociais verificados na internet. Quanto a terceira fase, Wellman enfatiza que a abordagem está mais focada na análise dos dados, a partir de pesquisas que levantam reflexões mais profundas.

o indivíduo que o recebe (público). Traçam uma perspectiva da conduta jornalística frente a esta real necessidade, que para eles se coloca como emergente.

O fazer jornalístico como processo de significação e ressignificação exige observação/percepção, reflexão e expressão de mundo. Por isso, os jornalistas devem ir além do “dar a notícia” para compreender os fenômenos sociais e compartilhar esta compreensão. Assim, o fazer jornalístico supõe a busca da essência das ações humanas contidas nos fenômenos sociais. O jornalismo humanizado, portanto, não se propõe apenas a produzir textos diferenciados, com linguagem que usufrui dos recursos da literatura, que valoriza personagens. Mais que isso, busca a essência das ações humanas – é um olhar, uma perspectiva, um ponto de partida diferenciado. (ALVES; SEBRIAN, 2008, p.2)

A narrativa humanizada rompe com a premissa de que o que importa essencialmente para o público é o fato e considera que junto ao fato é necessário entrelaçar o que o acontecimento provoca, provocou ou provocará nos indivíduos envolvidos a ele. Ou seja, não tira a real importância do fato, mas o apresenta sobre outra perspectiva, onde o ser humano passa a ser o centro da atenção, fixando a narrativa no personagem: “por meio de um jornalismo humanizado podemos produzir narrativas em que o ser humano seja o ponto de partida e de chegada” (Ijuim, 2002, 2012).

Embora se possa considerar que esta conduta se distancia da objetividade, a narrativa humanizada não abre mão da busca pela verdade. Ou seja, ainda que possa focar a lente no humano, seu pano de fundo é o fato, suas facetas e versões serão apresentadas tal como mandariam os mais ferrenhos manuais de redação adotados na segunda fase do jornalismo. A utilização de grandes quantidades de fontes também ajuda no processo da busca pelas versões verdadeiras dos fatos. A descrição do local que compõem o ambiente também faz parte da narrativa humanizada.

O fazer jornalístico busca versões verdadeiras e não, necessariamente, produz a verdade, pois o jornalista não se relaciona com um objeto de conhecimento, mas com outros seres humanos envolvidos no processo comunicativo. Dessa forma, sua busca envolve a compreensão das ações dos sujeitos da comunicação – é a Expressão dos sentidos da consciência. (IJUIM, 2009, p.171)

Segundo DIB (2013), a forma com que o texto é construído para o leitor mostra a preocupação do jornalista em levar muito além do básico da notícia. A

escolha das fontes e de quem virá a se tornar personagem da história é o princípio, mas não o fim da matéria humanizada. A construção de uma narrativa humanizada preza por se manter sem julgamentos, se propõe a recolher os relatos sem deixar de lado a preocupação com quem viveu para contar a história.

O jornalismo humanizado, portanto, não se propõe apenas a produzir textos diferenciados, com linguagem que usufrui dos recursos da literatura, que valoriza personagens. Mais que isso, busca a essência das ações humanas – é um olhar, uma perspectiva, um ponto de partida diferenciado. (ALVES; SEBRIAN, 2008, p.2)

De acordo com Kélliana Braghini Angélica Lüersen (2014), geralmente os meios de comunicação só se importam como fato durante o acontecimento, a preocupação com os personagens depois do fato quase nunca acontece. Mas o jornalismo humanizado se mostra diferente nestes casos, ele procura sempre saber sobre o personagem e o desfecho da história, logo após algumas semanas, mostrando sempre preocupação e empatia. Expande o papel do entrevistador e entrevistado.

Essas formas de tratar a notícia/história fazem com os personagens fiquem mais a vontade em frente ao jornalista, passando confiança e deixando o personagem mais livre para contar sua intimidade.

Ou seja, existe uma preocupação evidente com a contextualização do antes, durante e também do pós acontecimento. São elementos que contribuem com o fator de durabilidade da reportagem. O foco da matéria é o fato que ocorreu em um período limitado de tempo, e perderia o interesse com o passar dos dias, mas a forma como a narrativa é construída faz com que lido semanas, ou meses depois o texto mantenha significado e interesse público.(IDEM, 2014, p.15).

Na intenção de categorizar o jornalismo humanizado as autoras Angélica Luersen e Kélliana Braghini, levantaram uma série de características cuja matérias humanizadas podem apresentar na intenção de que possamos identificar um conteúdo humanizado, ou não. No próximo capítulo apresentaremos a tabela a partir das considerações das autoras que será preponderante para a análise que virá no capítulo.

#### **4. Apresentação da metodologia e da análise de pesquisa**

A metodologia deste trabalho foi dividida em duas partes, a primeira procurou levantar parte da literatura disponível que estabelecesse relação correlata ao objeto desta pesquisa e pudesse embasar toda a história da TV, e do JN. Também foi preponderante para ajudar na definição sobre Jornalismo Humanizado e seus principais elementos constitutivos. Vale ressaltar, no entanto, que o levantamento bibliográfico sustenta todas as fases do trabalho, mas se coloca mais evidente nesta primeira parte. Já a segunda parte deste trabalho, apresenta uma análise, com dados recolhidos durante o mês de janeiro de 2019.

Este trabalho tem como objeto a produção supostamente humanizada do Jornal Nacional. Teve-se como objetivo geral analisar as matérias produzidas pelo veículo ao longo de um mês na intenção de levantar suas temáticas e editoriais. Também procurou, com base nos critérios das autoras Kelliana Braghini e Angélica Lüersen, estabelecer quais dos conteúdos levantados apresentavam características humanizadas. A partir disso, seria possível verificar se existiria uma recorrência sobre uma ou mais características das autoras, a ponto de categorizar uma padronização estabelecida ou requerida pela emissora.

Os dados foram recolhidos por meio das gravações do telejornal retiradas do site Globo Play. Ao todo foram contabilizados quinhentos e trinta e cinco conteúdos noticiosos exibidos pelo JN, no mês de janeiro. Estes materiais foram categorizados e quantificados em: nota coberta, nota pelada, VT e (entradas ao Vivo). Após a contagem e tipificação os dados foram dispostos dia a dia em uma tabela montada pela autora.

Uma vez dispostos em tabela os conteúdos foram analisados qualitativamente buscando um dos critérios das autoras. O resultado da seleção seria submetido a nova análise. Agora mais rigorosa, a fim de quantificar e estabelecer quais os critérios eram os mais recorrentes em materiais produzidos pelo JN da Rede Globo.

Ao todo foram utilizados 6 critérios, são esses:

1º - A narrativa se fixa no personagem

2º- Descrição detalhada de alguns momentos chaves

3º- Extensa quantidade de fontes

4º- Detalhes sobre o fato e descrições precisas de locais que compõem o ambiente

5º- Preocupação evidente com a contextualização do antes, durante e também do pós acontecimento.

6º- construir uma relação com as fontes

Os dados foram dispostos por meio de gráficos e tabelas, a fim de demonstrar o percentual de investidas neste tipo de conteúdo e quantos e quais indícios de humanização estão mais presentes e se repetem nas matérias globais do JN. Após o levantamento das matérias humanizadas naquele mês, foram dispostas, em tabela, todas as informações de cada matéria. Contendo: tempo, tipo de conteúdo noticioso, retranca e nome do repórter que a produziu.

As temáticas e retrancas servirão para entender se as matérias humanizadas acontecem com mais frequência em determinados assuntos que em outros e quais seriam esses assuntos. Como hipótese tem-se que tais matérias privilegiariam dramas humanos, estando mais presentes, por tanto, em editoriais de comportamento e/ou saúde.

Os critérios apontados pelas autoras serão fundamentais na intenção de analisar se, de fato, o conteúdo humanizado ocorre com frequência ou apenas esporadicamente na produção do JN. Também servirão para comparar todo o conteúdo humanizado à produção geral do telejornal. A intenção é verificar se este tipo de produção (humanizada) tem ocupado os conteúdos e qual tem sido seu espaço no horário nobre da Rede Globo, em especial no objeto desta pesquisa (JN). Inicialmente teve-se como hipótese que boa parte, talvez em torno de 50% já seria destinado a este tipo de conteúdo. O resultado será posteriormente apresentado.

#### 4.1 Apresentação dos dados de pesquisa

Foram colocados dia a dia em tabela os conteúdos noticiosos exibidos no JN em janeiro de 2019. A intenção foi quantificar qual tipo noticioso televisivo ocupa mais espaço na produção do Jornal Nacional. Verificou-se, por exemplo, que existiram dias que o VT foi extremamente mais numeroso do que em outros, no entanto há uma homogeneidade em termos de produção, quando o assunto são as notas peladas que oscilam entre um a três por dia, salvo algumas exceções em dias de acontecimentos que necessitem de maior cobertura jornalística.

Abaixo está a disposição do conteúdo sobre gênero noticioso dividida entre: NP (nota pelada), NC (nota coberta), VT (matéria completa) e VIVO (entradas ao vivo). Percebeu-se que boa parte do conteúdo exibido no telejornal, como já era se esperar é composto de VT (matéria completa).

**Tabela 1: Quantificação das matérias do JN por gênero noticioso no mês de Janeiro de 2019**

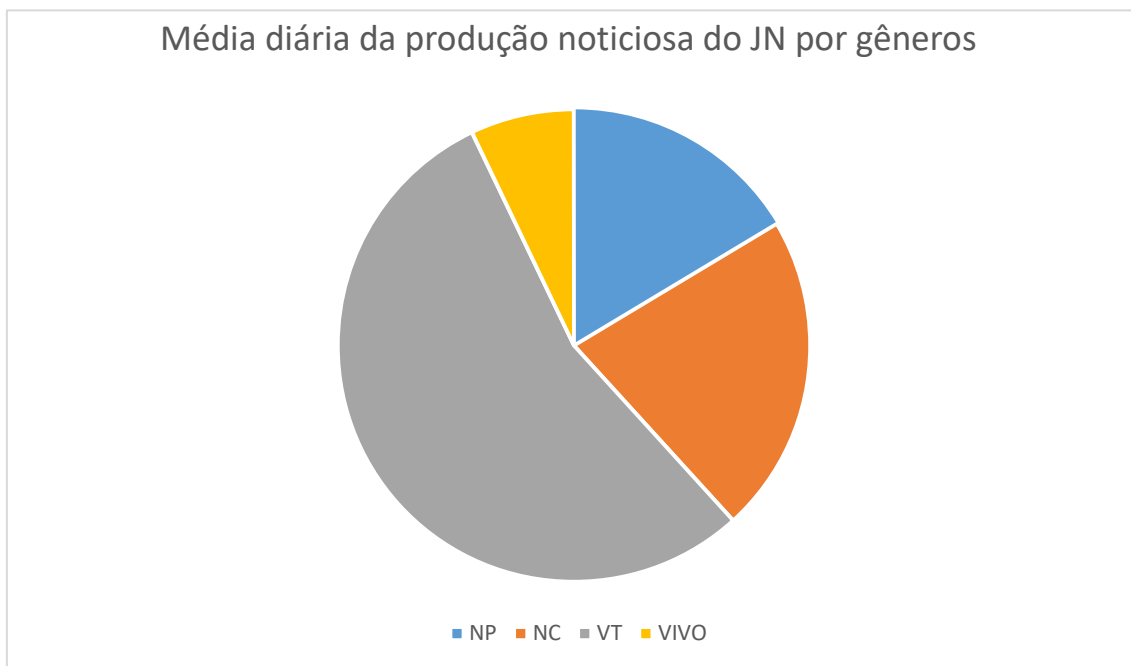
DIA	NP	NC	VIVO	V.T (notícia completa)	TOTAL DE CONTEÚDO
01/01/19	2	9	2	12	25
02/01/19	3	6	1	13	23
03/01/19	6	8	1	14	33
04/01/19	2	3	1	10	16
05/01/19	3	5	1	11	20
06/01/19	DOMINGO				
07/01/19	3	2	0	9	14
08/01/19	4	4	1	14	23
09/01/19	2	5	0	15	22
10/01/19	4	4	0	13	21
11/01/19	2	5	0	17	24
12/01/19	3	3	0	13	19
13/01/19	DOMINGO				
14/01/19	2	2	0	11	15
15/01/19	2	3	0	15	20
16/01/19	2	3	1	9	15
17/01/19	3	3	0	13	19
18/01/19	2	3	0	14	19
19/01/19	1	4	0	10	15
20/01/19	DOMINGO				
21/01/19	1	5	0	9	15
22/01/19	2	4	0	13	19
23/01/19	3	5	2	12	22
24/01/19	5	5	2	10	22
25/01/19	1	2	3	11	17
26/01/19	1	7	3	10	21
27/01/19	DOMINGO				
28/01/19	2	1	1	12	16
29/01/19	2	1	2	14	19

30/01/19	3	7	0	10	20
31/01/19	3	7	0	11	21

Fonte: Elaborada pela autora, 2019.

Elaborou-se um gráfico para demonstrar a média de produção diária do Jornal Nacional, e foi constatado que a maioria do seu conteúdo (apresentado diariamente) no telejornal é composto de matérias completas (VT). Como demonstrado abaixo no gráfico 1.

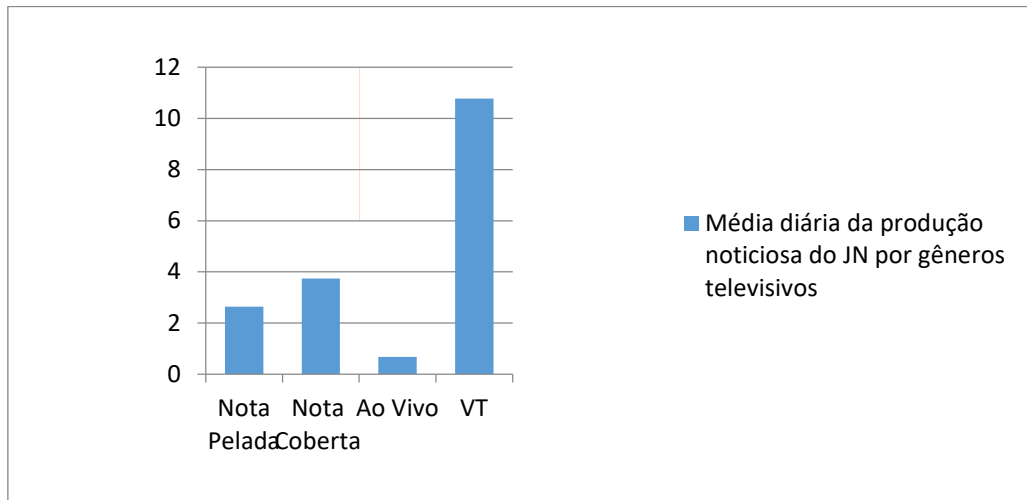
**Gráfico 1: Média de produção de conteúdo do JN diariamente/Jan 2019**



Fonte: Elaborado pela autora

Como constado acima o maior número de conteúdos no mês de janeiro são VTS (matéria completa), com estruturas bases contendo: cabeças, off's , sonoras e passagens. Destes conteúdos, a média de produção ao dia é de aproximadamente três notas peladas- dia, quatro notas cobertas, um ao vivo e onze VTS. A seguir está disposto o gráfico que se elaborou para quantificar a média dos tipos noticiosos ao dia.

**Gráfico 2 : Produção noticiosa do JN por gêneros televisivos ao dia**



Fonte: Elaborado pela autora

Utilizou-se para o levantamento sobre matérias humanizadas os critérios das autoras Angélica Luersen e Kelliana Braghini. Elas apontam na obra *A arte de contar histórias: jornalismo humanizado na revista Piauí* seis grandes itens a serem considerados para categorizar uma matéria humanizada. Será disposta abaixo a tabela elaborada pela autora, com os critérios utilizados para identificação das matérias humanizadas.

**Tabela 2: Características do Jornalismo Humanizado por Luersen e Braghini**

<b>Critérios levantados/ Páginas</b>
<b>1º- A narrativa se fixa no personagem / P. 12</b>
<b>2º- Descrição detalhada de alguns momentos chaves/ P. 13</b>
<b>3º- Extensa quantidade de fontes / P. 14</b>
<b>4º- Detalhes sobre o ato e descrições precisas de locais que compõem o ambiente/ P. 14</b>

**5º- Preocupação evidente com a contextualização do antes, durante e depois dos pós-acontecimento/ P. 15****6º- Construir uma relação com as fontes / P. 16**

Adaptado por: Medeiros, L.; Arieira, A., UniFOA, 2019

O primeiro critério apontado pelas autoras é a fixação da narrativa nos personagens, colocando sempre ênfase o que as fontes tem a dizer do acontecimento. “a narrativa se fixa no personagem, principalmente aqueles que presenciaram os atos de violência”, BRAGHINI E LÜERSEN (2014).

O artigo das autoras utilizado como referência para retirar os indícios de uma matéria humanizada, foi feito com base em um massacre que aconteceu na favela Nova Holanda no Rio de Janeiro. No artigo as autoras firmam a características de uma matéria humanizada e definem o primeiro critério como:

A repórter descreve momentos de pânico vividos pelo casal no momento em que Claudio é atingido por um tiro ainda na van, nos faz viajar, imaginar a cena diante dos olhos. A riqueza de detalhes com que Consuelo coloca o acontecimento e os personagens, faz com que o leitor se sinta próximo deles e queira saber mais sobre aquela história. São particularidades que dificilmente teriam espaço na mídia massiva, convencional. (LUERSEN E BRAGHINI, 2014, p.12)

O segundo critério apontado pelas autoras é a descrição de alguns momentos mais importantes na matéria, que segundo elas, fazem total importância neste tipo de conteúdo e servem para definir e contextualizar o conteúdo. De acordo com Luersen e Braghini (2004). “a repórter traz o público para perto do fato com descrições detalhadas de alguns momentos chaves e por vezes chocantes do acontecimento”.

O terceiro critério e também muito importante para uma matéria humanizada, segundo as autoras, é a extensa quantidade de fontes utilizadas para compor a matéria. De acordo com as pesquisadoras além de contextualizar o que aconteceu naquele ambiente trazer a história de várias formas diferentes para ser contada garante a aproximação com os personagens e a empatia sobre várias possibilidades. Ainda segundo as autoras, o terceiro critérios colabora ao quarto já

que ajudana composição de detalhes sobre o fato e pode garantir descrições precisas dos locais que compõem o ambiente.

O quinto critério se preocupa com a contextualização do antes, durante e depois do acontecimento. Como está o local e as vítimas e/ou envolvidos após o passar do tempo.

São elementos que contribuem com o fator de durabilidade da reportagem. O foco da matéria é o fato que ocorreu em um período limitado de tempo, e perderia o interesse com o passar dos dias, mas a forma como a narrativa é construída faz com que lido semanas ou meses depois o texto mantenha significado e interesse público (LUERSEN E BRAGHINI, 2014, p.15).

Luersen e Braghini afirmam que os meios de comunicação não se interessam sempre pela contextualização dos fatos, principalmente depois de algum tempo do acontecimento. Porém o Jornalismo Humanizado tem esse diferencial, ele não consiste em apenas conseguir as informações mais importantes, mas sim em construir uma relação com o entrevistado (fonte), deixando-o que se sinta à vontade, para que o público possa entendê-lo. “Mostrar a devida importância de sua contribuição para com o jornalismo e, sobretudo fazer com que isso transpareça na matéria e não fique apenas entre entrevistado e entrevistador” (BRAGHINI E LUERSEN, 2014, p.16).

A partir desses critérios (dispostos na tabela 1), entendeu-se que nove entre trezentos e trinta e cinco VTs( único espaço em que se encontrou matérias deste tipo) apresentaram conteúdo humanizado. As matérias consideradas humanizadas foram dispostas em tabela que será demonstrada e explicada abaixo.

**Tabela 3: Matérias humanizadas segundo critérios de Braghini e Luersen.**

Gênero noticioso				Retranca	Tempo	Repórter	Critérios							
NP	NC	VV	VT				1º	2º	3º	4º	5º	6º		
			X	2019/NOVO	01:47	Danilo Vieira			x	x				
			X	ATENTADO/CÉARA	2:18	Sandro Torres	x	x						
			X	PROMOÇÃO/INICIO ANO	2:30	Patricia Falcoski			x	x				x
			X	RIO/SECA	2:00	Amorim Neto	x	x		x				
			X	HOSPITAL/DESCASO	03:13	Danilo Vieira			x	x				

		X	ESCOLA/ PROFESSOR	03:05	Renato Biaze	x	x	x	x		
		X	SALVADOR/CAMDOMBLE	02:13	José Raimundo		x	x			
		X	BARRAGEM/BRUMADINHO	06:15	Cristiane Leite		x		x		
		X	TRAGÉDIA/BRUMADINHO	03:31	Claudia B.Tempo	x		x	x		x

Fonte: Elaborada por Larissa Medeiros e Angélica Arieira

A tabela foi construída, com a intenção de demonstrar com maior clareza não só a quantidade de material humanizado, mas também os critérios encontrados em cada um dos conteúdos.

Percebeu-se que todo material considerado humanizada era apresentado em formato de VT'S (matéria completa). Esse dado, vem ao encontro do que defende as autoras já mencionadas, que apontam o fato de que materiais humanizados dispõem de conteúdos mais explicativos, contextualizados, capazes de explorar detalhes da situação. Uma vez constatado maior número de VT's pode-se entender que o JN prioriza o conteúdo mais elucidativos, que apenas uma menção por exemplo (o que acontece em notas). Embora os espaços maiores de exibição sejam os ideais para a produção de conteúdos humanizados, apenas isso não configuraria que um material se apresenta neste gênero ou não. Daí a necessidade da mensuração sobre outras perspectivas. Isso retoma a necessidade que se viu nesta pesquisa de levantar os apontamentos mais constantes na literatura acerca destes critérios, afim de que se pudesse, de maneira mais consistente, traçar uma similitude entre estas produções. A seguir demonstra-se os VTs levantados como humanizados e quais os critérios cada um apresentou. Vale ressaltar que os links dos conteúdos analisados do Jornal Nacional estão dispostos no Anexo 1 deste trabalho (página 55).

A primeira matéria humanizada que compõem a tabela construída para esta pesquisa representa o conteúdo exibido no dia primeiro de janeiro de 2019. O VT, com o repórter Danilo Vieira, expõe um conteúdo acerca Réveillon. Nessa matéria, com duração de um minuto e quarenta e sete segundos perceberam-se dois critérios de humanização. O primeiro, e mais evidente, foi a extensa quantidade de fontes presentes que tiveram espaço durante a narrativa. Já o segundo foca-se nos detalhes que compõem os fatos e o ambiente. Na presente matéria o repórter entrevista uma quantidade significativa de personagens que estão comemorando o

Ano Novo na praia de Copacabana. Em termos de formato, chama a atenção a quantidade de elementos presentes na estrutura da matéria. Ao todo apresentam-se quatro sonoras, três off's e duas passagens, e ainda se explora um pouco de cada fonte num breve resumo sobre sua trajetória ao local. Vale ressaltar que em uma matéria tida como tradicional o comum é se encontrar até três sonoras de dois a três off's, o que comportaria até um minuto de VT. Nesta matéria analisada, em especial, há, para um assunto de relevância regular sob os critérios de noticiabilidade<sup>8</sup>, um espaço grande par os padrões televisivos. Isso se dá, pois, a narrativa foge ao tradicional e se foca no personagem. Esse VT apresenta entre os personagens um casal, cuja a menina, chamada Stephany, é pedida em casamento em meio a ao VT, diante do aceite, o repórter questiona: "Foi só pra televisão ou esse pedido é de verdade mesmo?" , o que reforça a ideia de aproximação entre agente e repórter condutor, agente condutor do fato ao Telespectador. Pôde-se perceber que o repórter teve certa preocupação em saber se realmente era verdadeiro o pedido de um dos personagens. Todas as matérias que foram consideradas humanizadas sob os critérios das autoras ultrapassaram o limite de um minuto e meio, média de duração das matérias convencionais como apontou Iluska Coutinho na obra *Telejornalismo no Brasil: um olhar sobre os reflexos do padrão americano* (2005).

A segunda matéria da tabela foi exibida no dia três de janeiro de 2019 teve como assunto os ataques de violência ocorridos no Ceará. A matéria tem duração tem dois minutos e dezoito segundos e nela o repórter Sandro Torres conta como os moradores sentiram-se com a situação e lidaram com a falta de ônibus na cidade, um dos alvos de vandalismo. Na reportagem são utilizadas três fontes, no caso, moradores da cidade que contam como suas vidas foram afetadas com a alteração da rotina e exacerbação da violência. O VT também destaca alguns momentos chaves, o que traz, por tanto mais um critério humanizado. Também se vê um panorama da noite após um outro ataque, o eu retoma a ideia do antes, durante e depois, proposto pelas autoras de referência para categorizar conteúdos humanizados.

---

<sup>8</sup>Para ser notícia nos veículos de comunicação, a informação deve cumprir certos critérios de noticiabilidade, que são o conjunto de valores- notícia que determinam se um acontecimento é passível de sertransformado em matéria noticiável (TRAQUINA, 2008). Esses valores-notíciaconstituem resposta à seguinte pergunta: quais acontecimentosão considerados suficientemente interessantes, significativos erelevantes para serem transformados em notícias? (WOLF, 2006).

A terceira matéria também é do dia quatro de janeiro de dois mil e dezenove repórter responsável é Patricia Falcoski . Possui duração de dois minutos e trinta segundos Tem como temática as promoções de fim/início de ano nas ruas de São Paulo. Nesta reportagem foram encontrados três critérios humanizados. O número de fontes que alcançou oito personagens é o mais evidente, seguido de descrições de atos dos vendedores dos locais onde equipe de reportagem esteve. A construção de relação com as fontes entrevistadas também chama a atenção neste conteúdo. Um exemplo é com o personagem Gabriel. A respeito dele a repórter narra sobre a espera de vinte e uma horas em uma fila para mobiliar a sua casa nova. Ela o acompanha e também a irmã do mesmo. Está com ele desde o momento de abertura da loja até a realização da compra, afim de que ao final ele possa testemunhar se os esforços valeram à pena. Apresenta quatro OFF'S e duas passagens.

A matéria do dia cinco de janeiro de dois mil e dezenove teve como tema a seca do Rio São Francisco que, após uma grande chuva, pela primeira vez em cinco anos, os níveis de suas águas subiram. A reportagem foi composta por quatro OFF'S, uma sonora e quatro fontes. Dentre os critérios humanizados podemos perceber que existem dois existentes que são, a descrição detalhada de alguns momentos chaves e a extensa quantidade de fontes que a matéria apresenta.

O repórter se preocupa em descrever os momentos que o velho Chico já sofreu e vem sofrendo durante esses anos de seca, como também demonstra as situações vividas por quem depende do rio para sobreviver. Além de tudo ele contextualiza a história hídrica do rio, com relatos de quem vive ali desde o início e compreende o que vem acontecendo com a vida dos animais e pessoas que ali trabalham. Um personagem destaque nessa matéria é o senhor João de Deus da Silva, pescador, que a muitos anos não conseguia ver o rio tão cheio como estava. De acordo com ele: essa é a imagens mais linda que ele vê a muitos anos, e por ele o rio poderia ficar assim por mais seis meses para que todos pudessem aproveitar ao máximo o que o rio tem a oferecer e conseguissem ter uma pouco de fartura por um bom tempo.

No dia doze de janeiro de dois mil e dezenove foram encontradas duas matérias consideradas humanizadas, a primeira com o repórter Danilo Vieira cujo

tema é o descaso em hospitais da rede pública do Rio de Janeiro, onde os pacientes estão sofrendo com o calor excessivo, com sensação térmica de quarenta e nove graus. Os pacientes estão trazendo ventilador de casa pois nenhum ar condicionado funciona, a prefeitura não se manifesta e nem resolve o problema dos hospitais.

Com duração de três minutos e treze segundos a reportagem é composta por cinco Off's, três sonoras, um passagem e quatro fontes. Nela foi encontrado dois critérios humanizados, a extensa quantidade de fontes que nas matérias convencionais geralmente é utilizado no máximo duas fontes. A descrição detalhada de alguns momentos chaves é o outro critério encontrado, o repórter descreve com imagens os momentos que os pacientes têm passado dentro dos hospitais, mostrando as pessoas abanando os pacientes nas macas pois o calor está insuportável. Entre as descrições dos momentos, vez ou outra ele traz a fala de uma fonte para contextualizar a matéria.

A segunda matéria considerada humanizada encontrada no dia oito de janeiro de dois mil e dezenove , apresentada pelo repórter Renato Biazi com duração de três minutos e cinco segundos , com o tema, melhor professor do mundo. Dois professores, Debora de uma escola pública de São Paulo e Jeisy de Itambé em Pernambuco. Os dois estão concorrendo a um prêmio de um milhão de reais, na categoria melhor professor do mundo.

A reportagem foi composta de, três sonoras, cinco fontes , dois Off's e duas passagens . Conclui-se novamente que a matéria humanizada tem maior durabilidade que a tradicional, que na maioria das vezes não ultrapassa um minuto e meio. A matéria humanizada também é composta por um número maior de sonoras, off's, fontes e passagens.

Na reportagem foram encontrados quatro critérios humanizados. O primeiro foi a fixação da narrativa no personagem, isso se deu por que os professores eram os principais personagens da matéria. Então o repórter procurou fixar sua narrativa na história de vida de Jeisy e Débora, e também contando melhor como eles conseguiram chegar até a disputa do prêmio.

A extensa quantidade de fontes também se fez um critério presente nessa reportagem, foi utilizado bastante a opinião dos alunos a respeito dos professores e

sobre o prêmio. O terceiro critério encontrado foi a descrição detalhada de momentos chaves, que o repórter utilizou para falar um pouco mais dos projetos que os professores realizam nas escolas pois foi a partir desses projetos que ambos foram indicados ao prêmio. O quarto critério que compõem a matéria foi descrição de detalhes que compõem o ambiente, onde foi mostrado a escola, salas onde os alunos participam dos projetos e também uma parte da rua próximo a escola, onde os alunos fazem coleta de matérias recicláveis.

A próxima matéria humanizada foi encontrada no dia dezessete de janeiro de dois mil e dezenove, com duração de dois minutos e treze segundos com o repórter José Raimundo. Com o tema lavagem do Bonfim em Salvador, composta por dois off's, duas sonoras, duas passagens e quatro fontes. A matéria falava da tradicional lavagem do Bonfim que acontece todo ano na Bahia.

Foram encontrados dois critérios humanizados na presente matéria, o primeiro foi descrição detalhada de alguns momentos onde o repórter mostra os momentos da caminhada e o momento chave da lavagem quando chegam ao Bonfim. O segundo critério foi a extensa quantidade de fontes, várias declarações compõem a reportagem com quatro fontes. Fontes essas que acompanham a lavagem há anos, como é o caso da Dona Fatima de 85 anos.

A reportagem do dia vinte e cinco de janeiro de dois mil e dezenove tem como tema a queda da barragem de Brumadinho em Minas Gerais. Com duração de seis minutos e quinze segundos, bem maior que uma matéria tradicional. A reportagem foi feita pelo repórter Ricardo Soares, tem em sua composição três Off's, quatro sonoras, três fontes e duas passagens.

Foram encontrados dois critérios humanizados nessa matéria: descrição detalhada de alguns momentos chaves, o repórter contextualizou o acontecimento com imagens detalhadas do momento antes e após a queda da barragem. O segundo critério foi os detalhes sobre o fato e descrições sobre o local do acontecimento, o repórter utilizou as fontes para detalhar o que eles tinham vivenciado e como tinha acontecido o fato, como também imagens de moradores que fizeram gravações do local na hora do acidente, ajudando ele a explicar melhor aonde os rejeitos haviam se espalhado.

A última matéria considerada humanizada, encontrada em janeiro foi no dia vinte e oito de janeiro de dois mil e dezenove. Também com o tema sobre a queda da barragem em Brumadinho, feita pela repórter Claudia Bom Tempo. Composta de quatro off's, três sonoras, duas passagens e cinco fontes, tendo duração de três minutos e trinta e um segundos. Nela foram encontrados quatro critérios humanizados.

O primeiro foi a narrativa fixa no personagem. Bruno é um dos personagens em que a repórter se apoiou para construir a narrativa. Seu pai foi uma das vítimas da queda da barragem e após três dias ainda não tinha sido encontrado. Bruno conta que o nome de seu pai consta na lista de localizados mais não consegue encontrá-lo.

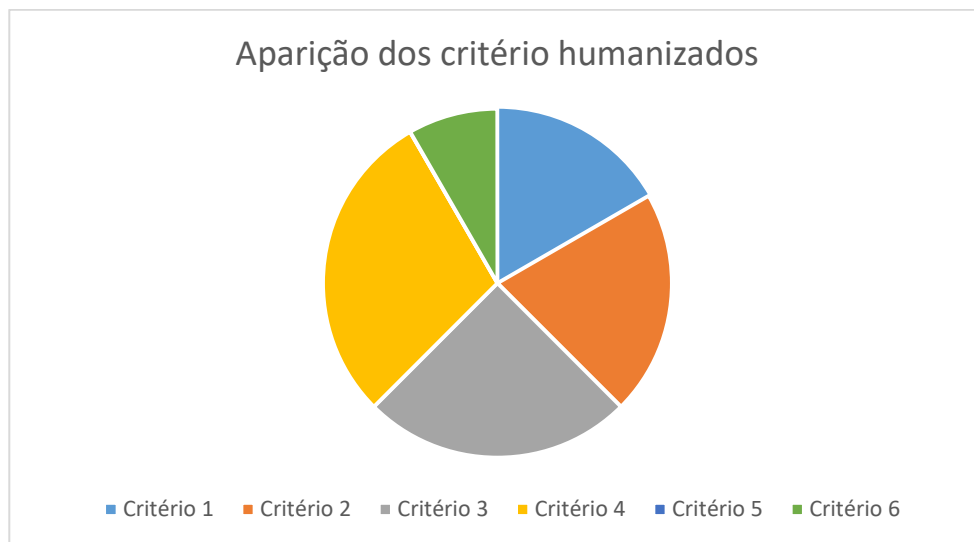
Outro critério encontrado foi a extensa quantidade de fontes existentes nas matérias, um número muito maior do que o utilizado nas matérias completas tradicionais, que geralmente são até duas fontes. Detalhes sobre o fato e descrições precisas também é um critério evidente na reportagem, a repórter traz detalhes sobre o acontecido dias depois e também atualiza como está a situação do local e das vítimas que ali moravam. A relação construída com as fontes também é outro critério humanizado evidente. Ela se preocupa com o modo de tratar as fontes, todo cuidado ao falar com as vítimas que estão sensibilizadas com o acontecimento faz com que ela crie um laço com as mesmas. Fazendo com que as fontes se sintam seguras.

Diante de todos os dados analisados para feitura desta pesquisa pode-se perceber, que de todos os conteúdos levantados ao longo do mês de janeiro, foram encontradas nove matérias consideradas humanizadas e, todas elas, são VT'S (matérias completas). Diante disso, constatou-se que todas possuíam ao menos dois critérios de humanização.

Percebeu-se também que sete de nove matérias analisadas apresentavam o quarto critério humanizado da tabela 2, que é a descrição precisa do ato e dos locais que compõem o ambiente. Este foi os critérios mais recorrente entre os expostos pelas autoras. Outras seis matérias também apresentavam o terceiro critério da tabela, com a extensa quantidade de fontes. Pode-se afirmar que há uma constância entre os critérios humanizados mais comuns, mas como não é unânime, poderia ser

imprudente chamar de padronização. Abaixo apresenta-se um gráfico que ilustra a proporção de aparição dos critérios nas matérias analisadas.

**Gráfico 3: Recorrência dos critérios entre as matérias humanizadas**



Abaixo será disposto um gráfico elaborado pela autora para afirmar se realmente esse tipo de conteúdo humanizado tem aparecido com frequência ou esporadicamente na produção do telejornal objeto desta pesquisa.

**Gráfico 4: Levantamento dos conteúdos humanizados ou não no mês de Janeiro de 2019 (Jornal Nacional)**



Fonte: Elaborado por Larissa Medeiros e Angélica Arieira

Podemos perceber que o percentual de conteúdo não humanizado é muito maior que o de matérias humanizadas, de quinhentos e trinta e cinco conteúdos apenas nove foram considerados humanizados. Apesar do número de matérias humanizadas ser pequeno, podemos constatar que esse tipo de conteúdo ainda assim se faz presente na programação do telejornal Nacional.

Ainda que tenha sido visto que o conteúdo em termos quantitativos de matérias humanizados é menor em relação ao todo exibido, observou-se que a hipótese de que haveria uma constância entre os tipos editoriais que mais aportavam este tipo de conteúdo foi confirmada. Vide tabela abaixo:

**Tabela 4: Análise das áreas/editoriais de matérias humanizadas do JN em jan/2019**

<b>Retranca</b>	<b>Editoria</b>
2019/NOVO	Comportamento
ATENTADO/CÉARA	Polícia
PROMOÇÃO/INICIO ANO	Comportamento
RIO/SECA	Ambiental
HOSPITAL/DESCASO	Saúde
ESCOLA/ PROFESSOR	Comportamento
SALVADOR/CAMDOMBLE	Comportamento
BARRAGEM/BRUMADINHO	Ambiental
TRAGÉDIA/BRUMADINHO	Ambiental

Vale ressaltar que embora não tenha sido prevista, a editoria ambiental se fez presente entre as matérias consideradas humanizadas, pois tratou potencialmente de desastres e de desequilíbrio ambiental, questões que remetem a dramas humanos.

## 5 CONCLUSÃO

Diante desta pesquisa concluiu-se que mesmo com toda inovação do Jornal Nacional, ainda assim as matérias humanizadas se fazem pouco presentes na programação deste objeto de pesquisa. Após o levantamento das matérias e quantificação no mês de janeiro de 2019, pode-se afirmar que esse tipo de conteúdo humanizado é realizado na programação de forma esporádica.

Conclui-se também que todas as matérias humanizadas encontradas a partir dos critérios das autoras Kelliana Braghini e Angélica Luersem eram VTS(matérias completas), o que dá a entender que conteúdos com profundidade, direcionamentos ao personagem e contextualização com várias fontes requerem por sua própria natureza mais tempo de exibição. O que não seria possível em notas cobertas e notas peladas devida a sua natureza enxuta, breve noticiosa. O que limita em termos quantitativos a aparição de conteúdos humanizados.

A fim de constatar se existiria uma recorrência sobre uma ou mais características das autoras, a ponto de categorizar uma padronização estabelecida ou requerida pela emissora, pôde-se concluir que seis entre nove matérias humanizadas utilizaram do critério terceiro, apresentado na tabela 2, e sete entre nove utilizaram o critério quarto também encontrado e descrito na mesma tabela. No entanto, como os critérios não são unânimes torna-se talvez arriscado chamar de padronização. O que é seguro afirmar é que há uma similitude entre os conteúdos no que tange ao aumento do número de personagens, em especial, e a contextualização pormenorizada do fato noticioso, o que foge aos padrões americanizados de produção televisiva que primam pela objetividade e compactação da informação televisiva e são seguidos há décadas pela Rede Globo, entende-se que esta pode ser uma tendência, cuja constatação não se esgota nesta pesquisa.

O levantamento de temáticas e editorias serviu para entender e constatar se as matérias humanizadas acontecem com mais frequência em determinadas áreas que em outras e quais seriam esses assuntos. Tínhamos como hipótese que tais conteúdos privilegiariam dramas humanos, estando mais presentes, por tanto, em

editorias de comportamento, polícia e saúde. Essa hipótese foi constatada, pois das nove matérias consideradas humanizadas cinco delas eram tragédias e dramas humanos, incluindo-se entre as mais recorrentes a editorial ambiental.

Não há uma frequência de matérias humanizadas no Jornal Nacional, estas aparecem vez ou outra. A produção geral do telejornal segue o padrão de matérias tradicionais de até um minuto e trinta segundos, e quando se trata de matérias humanizadas somam até duas no dia. No entanto, a duração é maior, o que acaba gerando uma conseqüentemente redução dos conteúdos exibidos no dia.

Teve-se como hipótese que boa parte, talvez em torno de 50% do que é produzido no JN já seria destinado a este tipo de conteúdo. Essa hipótese não foi comprovada, visto que de quinhentos e trinta e cinco conteúdos contabilizados no mês de janeiro de 2019 somente nove matérias apresentavam duas ou mais características de conteúdos humanizados. Um número muito pequeno em vista da quantidade de conteúdo.

## 6 REFERÊNCIAS

ALVES, Fabiana Aline; SEBRIAN, Raphael Nunes Nicoletti. **JORNALISMO HUMANIZADO: O Ser Humano Como Ponto de Partida e de Chegada do Fazer Jornalístico** in Trabalho apresentado no GT – Jornalismo e Editoração, do Iniciacom, evento componente do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado em Guarapuava – 29 a 31 de maio de 2008. 15 p. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2008/resumos/R10-0540-1.pdf>>.

Acesso em: 15 agos. 2019.

ARBEX, José Jr. **Rede Globo: Teledramaturgia e poder sob a ditadura** in Trabalho publicado na revista ibero-americana para comunicação e cultura contra-hegemônicas nº 3. 19 p.

BARBOSA, Marialva. **História da comunicação**. 1.ed. Petrópolis,RJ: Vozes,2013. 367 p.

BASTOS, Elizabeth Duarte. **Como caracterizar qualidade em relação à produção da Rede Globo de Televisão?** , in Estudos em Jornalismo e Mídia - Vol. 10 Nº 2 – Julho a Dezembro de 2013. 14 p. Disponível em:<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/1984-6924.2013v10n2p326/25733>>. Acesso em: 08 sert. 2019.

BONNER, William. **Jornal Nacional: Modo de fazer**. 1 ed. São Paulo: Editora Globo, 2009. 247 p.

DIB, Camila. **A humanização da narrativa jornalística: a linguagem textual que aproxima o telespectador da notícia**. O caso MS TV 1º edição – TV Morena. 2013.120 f. Dissertação de (mestrado) - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul,2013.

GOMES, Itania Maria Mota. **Estabilidade em Fluxo: uma análise cultural do Jornal Nacional, da Rede Globo**, in Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV

Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife, PE – 2 a 6 de setembro de 2011, 2011, 15 p. Disponível em: <<http://tracc-ufba.com.br/wp-content/uploads/2016/10/TC-IG-06.pdf>>. Acessado em : 13 de set. 2019.

GOMES, Itania Maria Mota .**Modo de Endereçamento no Telejornalismo do Horário Nobre Brasileiro**: o Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão in NP 07 – Comunicação Audiovisual, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. 2005. 15 p.

GREGO, Clarisse. **QUALIDADE NA TV**: telenovela, crítica e público. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2013. 218 p.

IJUIM, Jorge Kanehide. Jornal escolar e vivências humanas – um roteiro de viagem. (Tese de Doutorado). São Paulo: ECA/USP, 2002. 200 p.

IJUIM, Jorge Kanehide. **Jornalismo**: entre o objetivo e o subjetivo in Trabalho apresentado ao NP 02 – Ensino no Jornalismo, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. 2009. 15 p.

IJUIM, Jorge Kanehide. **Sobre o jornalismo humanizado**. Entrevistadora: Suzano Rozendo Bartoli, SP: USP, 2016. Entrevista concedida a Revista Alterjor. 9 p.

**JN 50 anos de Telejornalismo**/ Memória Globo- Roberto Marinho. 1 ed. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2019. S/P. <<https://books.google.com.br/books?id=wPirDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=jn+50+anos+de+telejornalismo&hl=ptPT&sa=X&ved=0ahUKEwji27DW7KPIAhXQxFkKHSgYASAQ6AEILTAB#v=onepage&q=jn%2050%20anos%20de%20telejornalismo&f=false>>. Acessado em : 09 de set. 2019.

**Jornal Nacional**: a notícia faz história/ Memória Globo. 1 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahard, 2004. 407 p.

LEAL, Plínio Marcos Volponi. Um olhar histórico na formação e sedimentação da TV no Brasil in VII Encontro nacional de história da mídia. Fortaleza-CE, 2009. 18 p.

Luersen, ANGELICA; Braghini, KÉLLIANA. **A arte de contar histórias: jornalismo humanizado na revista Piauí** in Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de maio de 2014. Palhoça SC, 2014. 19 p.

Disponível em: <<file:///C:/Users/201600357/Desktop/R40-0342-1.pdf>> . Acesso em: 17 agos. 2019.

Mattos, Sérgio. **Um Perfil da TV Brasileira: 40 anos de história.** 1 ed. Salvador: Associação Brasileira de Agências de Propaganda, 1990. 55 p.

MELLO, Jaciara Novaes. **Telejornalismo no Brasil.** 2009. 11f. Artigo Acadêmico – Faculdade Santa Amélia SECAL. 2009.

MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional: a notícia faz história.** Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

Memória GLOBO. Depoimento sobre Padrão Globo de Qualidade. DE OLIVEIRA, José Bonifácio Brasil.

Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/videos/idvideo/6930547.htm>>. acessado em: 09 agos. 2019.

PATERNOSTRO, Vera Iris. **O texto na TV: Manual de telejornalismo.** 2. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. 232 p.

SILVA, Amanda Tenório Pontes da. O perfil jornalístico como uma leitura do cotidiano. In: Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010, Campina Grande, PB. Anais de eletrônicos .Campina Grande ,PB: Faculdade UFPB, 2010.

Disponível em:<<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-0196-1.pdf>>. Acessado em: 14 set. 2019.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo. A tribo jornalística – uma**

**comunidade interpretativa transnacional.** Florianópolis: Insular, 2008.

VALENTIM, Aldo Luiz. **Internacionalização da Rede Globo:** estudo de caso da exportação de telenovelas. 2007. 49 f. Monografia (conclusão de curso). - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas, 2007.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** Lisboa: Presença, 2006.

## **7 ANEXOS**

### **Anexo 1: Matérias utilizadas na análise**

Matéria do dia 01/01/2019 disponível em:<https://globoplay.globo.com/v/7270179/programa/>

Matéria do dia 03/01/2019 disponível em:<https://globoplay.globo.com/v/7275189/programa/>

Matéria do dia 04/01/2019 disponível em:<https://globoplay.globo.com/v/7278104/programa/>

Matéria do dia 05/01/2019 disponível em:<https://globoplay.globo.com/v/7279993/programa/>

Matéria do dia 08/01/2019 disponível em:<https://globoplay.globo.com/v/7285875/programa/>

Matéria do dia 12/01/2019 disponível em:<https://globoplay.globo.com/v/7295970/programa/>

Matéria do dia 17/01/2019 disponível em:<https://globoplay.globo.com/v/7308084/programa/>

Matéria do dia 25/01/2019 disponível em:<https://globoplay.globo.com/v/7329273/programa/>

Matéria do dia 28/01/2019 disponível em:<https://globoplay.globo.com/v/7336031/programa/>