

## **Emoção e testemunho no Jornal Nacional: Estratégias narrativas no mês das 500 mil mortes pela Covid-19<sup>1</sup>**

Cláudia THOMÉ <sup>2</sup>

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

Pós-doutoranda no PPGCOM/UFRJ

### **Resumo:**

O artigo apresenta resultados parciais de pesquisa sobre as estratégias de subjetivação no telejornalismo contemporâneo, considerando sua reorganização discursiva frente à convergência midiática e, mais recentemente, diante dos muitos desafios enfrentados durante a pandemia da Covid-19. Busca-se evidenciar tais reconfigurações no Jornal Nacional, da Rede Globo, levando em conta o contexto de uma “era de valorização de testemunhos” (GERK, BARBOSA, 2018) e a atual tendência de criação de vínculos emocionais com o noticiário (BECKER, GÓES, 2019). O presente artigo traz análise de tais estratégias no JN, a partir do estudo de caso (YIN, 2001), com recorte de observação para junho de 2021, mês da triste notícia das 500 mil mortes pela Covid-19 no Brasil.

**Palavras-chave:** emoção; subjetividade; testemunho; Jornal Nacional; Covid-19.

### **1- Introdução**

As estratégias narrativas de autenticação no telejornalismo, frente a uma reorganização discursiva do jornalismo na contemporaneidade, têm origem anterior ao presente momento, mas vêm sendo demandadas por um contexto complexo, atravessado pelos efeitos da convergência midiática, pelas novas possibilidades de produção e consumo de conteúdo na web e pela necessidade de se contrapor a uma descrença geral nas instituições. A presente reflexão considera o telejornalismo contemporâneo pelo viés de uma produção jornalística audiovisual inserida no contexto de uma “era de valorização de testemunhos” (GERK, BARBOSA, 2018), marcada pela guinada subjetiva conceituada por Sarlo (2007).

Importante não perder de vista, nessa reflexão, que o cenário é mais ampliado, em que entram questões culturais, sociais e políticas a cada período histórico, e que cada

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Pós-doutoranda no PPGCOM/UFRJ, professora da Facom e do PPGCOM/UFJF, líder do grupo de pesquisa Narrativas midiáticas e dialogias. e-mail: [cthomereis@gmail.com](mailto:cthomereis@gmail.com)

---

produção jornalística audiovisual apresenta, como pano de fundo, as convenções do que se pode considerar como verdade a cada momento. A atual reconfiguração das estratégias para garantir a crença nas coberturas jornalísticas acompanha essas convenções, contrapondo-se ao relato pretensamente objetivo e considerado isento, que solapa qualquer manifestação pessoal dos jornalistas, mas que já foi, em outro momento, garantia de veracidade. Tal reconfiguração faz surgir elementos de subjetivação, agora como sinal de autenticidade e uma forma de aproximação com a audiência, em que os jornalistas atuam como sujeitos que sentem e vivem o cotidiano noticiado.

Na cobertura jornalística da pandemia tais estratégias ganham ainda mais relevância quando buscam certificar o noticiário e as informações baseadas em evidências científicas, reforçando a necessidade de uso de máscaras, de vacinação e de distanciamento social, como medidas necessárias para prevenir a contaminação pelo Coronavírus. Parte-se do pressuposto que, frente ao negacionismo, à ameaça das chamadas *fake news* e aos recentes ataques à imprensa, o jornalismo televisivo precisou adotar, de forma mais incisiva, estratégias para certificar seu lugar de enunciação, de autenticidade e garantir sua centralidade.

Diante do medo e da incerteza, os sinais de emoção e de empatia podem ser, muitas vezes, inevitáveis para os jornalistas, sobretudo nas transmissões ao vivo, produzindo um sentido de humanidade. E podem também ser previstos, como forma de aproximação com a audiência. Pretende-se identificar tais momentos no Jornal Nacional, da Rede Globo, telejornal líder de audiência, que durante a pandemia adotou estratégias de subjetivação na bancada, frente ao noticiário com crescente número de vítimas da Covid-19 e ainda uma polarização política em que o jornalismo em geral, e sobretudo o da emissora, é alvo frequente de ataques.

Considera-se a relevância de estudar a adoção de tais estratégias narrativas no JN, por sua posição de referência, há pouco mais de cinco décadas, tanto para o público quanto para os demais telejornais da emissora, sendo o telejornal líder de audiência. O objetivo do trabalho é contribuir para os estudos do jornalismo audiovisual, tanto no registro de tais iniciativas quanto na reflexão do que elas representam e produzem de sentido.

Para o presente artigo, o recorte do corpus considerou o mês de junho de 2021, quando o número de mortos no país pela Covid-19 chegou a 500 mil. Após a observação

das edições do JN no referido mês, acessadas na plataforma digital de streaming de vídeos e áudios sob demanda Globoplay, foi possível eleger seis momentos que configuram uma iniciativa de humanização e que representam uma possível ruptura com os pressupostos de objetivação, sobretudo aqueles em que o jornalista coloca-se como personagem de uma narrativa de si, contando bastidores da sua atuação profissional ou mesmo trazendo momentos da própria vida pessoal, em meio ao noticiário. Cumpre frisar que o corpus traz momentos de subjetivação ao vivo, mas protagonizados e referendados pelos âncoras do telejornal, em clara decisão editorial.

## **2 – Intimidade e vínculos emocionais: no contexto de um realismo testemunhal**

A valorização da narrativa em primeira pessoa caracteriza produções midiáticas desde as últimas décadas do século passado, com as possibilidades do *self* na web, com popularização dos blogs, e também no contexto da chamada pós-modernidade, caracterizada por uma mercantilização da privacidade nos meios eletrônicos.

Desde os anos 1990, as emissoras de televisão investem em programas que expõem a vida privada das pessoas, celebrizadas ou não. Mas a televisão não caminhou sozinha nesta direção. A atração por histórias de vida é um fenômeno da cultura contemporânea em diversos campos, no contexto de um “realismo de base testemunhal”, como pontua Vera Follain de Figueiredo (2010):

Se as obras realistas tradicionalmente davam ao leitor a impressão de que se defrontava com um discurso sem regras, a não ser a de representar sem distorções o real, assegurando um contato imediato com o mundo tal como ele é, a vertente de realismo que se tornou predominante, hoje, caracteriza-se por valorizar o envolvimento do narrador com o fato narrado, isto é, a falta de distanciamento e a intimidade da abordagem, que são tomadas como prova de sinceridade – o que permitiria ao leitor ou espectador aproximar-se das verdades particulares, parciais. Ou seja, a ênfase não recai num realismo da representação, mas num realismo de base testemunhal, apoiado na narração que se assume como discurso (FIGUEIREDO, 2010, p. 74).

Assim, seguindo a trilha para entender o contexto, que é anterior à pandemia, precisa-se considerar que o desejo por histórias de vida ou de consumo da experiência alheia vem ganhando espaço na cena midiática ao longo dos anos. “Mais do que narrativas simplesmente biográficas ou construções da memória, são narrativas do *self* que vêm se

---

tornando cada vez mais cruciais para a ordenação da vida dos diferentes atores sociais contemporâneos” (HERSCHMANN; PEREIRA, 2003, p. 8).

As experiências individuais ganham ainda mais centralidade com as redes sociais digitais e são veiculadas em espaços na web, não só pelo público, mas também por jornalistas. No contexto de convergência, o telejornalismo que se expande na redes sociais, e que caracteriza uma das fases identificadas por Silva (2018), leva o noticiário para outras telas, e também cria “um novo tipo de relação com a audiência, um contato mais humanizado, que extrapola a tela da TV e ganha o espaço das novas telas da internet” (MUSSE; THOMÉ, 2016, p. 17). Frente aos novos contextos comunicacionais, e à necessidade de aproximação com as audiências, o jornalismo foi se reformulando, criando e admitindo novas anatomias narrativas (THOMÉ; PICCININ; REIS, 2020).

A marca da subjetividade no jornalismo, que se contrapõe à exigência do uso da terceira pessoa e de um simulado distanciamento, se materializa de diferentes formas na contemporaneidade. Há notícias que chegam ao público embaladas com elementos narrativos de subjetivação (MOTTA, 2007), por vezes com recursos presentes no que Marques de Melo (1985) conceituou como jornalismo diversional, ou com características apontadas por Kramer (1995) para o jornalismo literário (MARTINEZ, 2016), entre elas a voz autoral, o estilo e o uso da primeira pessoa, o que também já foi denominado como jornalismo de autor (ASSIS, 2016).

A marca autoral e a exposição do sentimento, elementos até então cabíveis apenas em outros formatos, como nos quadros de crônicas e nas colunas de opinião, deslizam para fora desses espaços e chegam a reportagens e, com maior frequência, nas participações ao vivo de repórteres nos telejornais. O uso da primeira pessoa e o relato com teor opinativo e emocional ganham outros espaços no atual contexto comunicacional:

A participação do público como agente produtor e distribuidor de conteúdo e as tecnologias de inteligência artificial desempenham um papel relevante nos processos comunicacionais no ambiente convergente. Em um contexto de hiperabundância de informação ou de desordem informacional as pessoas tendem a estabelecer vínculos emocionais com as notícias e privilegiam crenças e opiniões pessoais em detrimento de fatos. (BECKER, GÓES, 2019, p. 49)

---

A valorização da subjetividade e das experiências pessoais no telejornalismo seria, então, reflexo de um contexto cultural mais amplo, inserido na sociedade contemporânea na qual o humano pode ser considerado elemento central.

Tal valorização do humano no jornalismo é uma das estratégias narrativas coerentes com essa reconfiguração do que se pressupõe como verdadeiro na atualidade. Como afirmam Ribeiro e Sacramento, “ter vivido tal experiência credencia o narrador – seja ele testemunha, sobrevivente ou vítima – como autoridade no que diz” (2020, p. 11). Os bastidores da cobertura jornalística que são veiculados também como produtos, nas redes sociais ou mesmo na televisão, ao mostrar o processo de construção do noticiário, colocam em cena o jornalista como aquele que viveu a experiência, o que atestaria a veracidade do relato. Trata-se de um processo de atorização que caracteriza o jornalismo midiático (PICCININ, SOSTER, 2012), e que é anterior à pandemia.

Ao descortinar as subjetividades dos processos jornalísticos, explicitando que esses processos são protagonizados por “seres humanos”, capazes de se equivocar, bem como ao adicionar suas impressões e emoções ao que faz, o jornalismo converte estes expedientes em agentes comprobatórios do que contam. E opera um movimento de mudança do status de mediador de seus profissionais para o lugar de ator-jornalista. (PICCININ, SIGORIA, 2016, p. 210)

Neste cenário, qualidade de vida, empatia, alianças com grupos minoritários, responsabilidade social e sustentabilidade passam a ser bem-vindos nas narrativas jornalísticas como motivadores de posicionamentos políticos, de subjetividades e de defesa dos direitos humanos e seu entorno.

### **3 – Emoção e testemunho na cobertura da pandemia – um olhar para o JN**

A pandemia da Covid-19 apresentou novos desafios ao telejornalismo, além das mudanças que já vinha sofrendo, e suas reconfigurações têm sido foco de pesquisas em diferentes instituições e programas de pós-graduação do país. Frente a um cenário incerto, tendo que proteger as equipes em home office e dedicar ainda mais tempo aos trabalho de produção, o jornalismo precisou superar obstáculos – entre eles ataques do governo e disseminação de informações falsas – para cumprir o compromisso de levar informação

---

correta ao público, além de desmentir *fake news*, reforçar as medidas de proteção certificadas pela ciência e ainda manter sua função de referência:

Olhar, principalmente na pandemia, para o telejornal de TV aberta, como lugar de referência é entender o noticiário televisivo como um lugar de centralidade na sociedade brasileira que, de uma certa forma, contribui para a compreensão do mundo (...) (MESQUISTA; VIZEU, 2020, p. 30).

Desde o início da pandemia, o JN assumiu um tom mais próximo, de fala direta dos âncoras William Bonner e Renata Vasconcellos com o público, em momentos que foram considerados como quebras de uma normalidade e que repercutiram nas redes sociais. A edição do dia 23 de março de 2020 começou com um pedido de calma:

Antes de começar a apresentar as notícias de hoje, a gente vai fazer uma pausa, porque é muita informação o tempo todo sobre o coronavírus. (...) A gente vai fazer essa pausa, primeiro, para dizer simplesmente o que a gente fica repetindo um para o outro: calma. Não dá para começar o JN desta segunda sem pedir calma. (BONNER, in <https://globoplay.globo.com/v/8424820/>, acessado em 10 jun 2020)

A âncora Renata completa: "Mas olha o porquê dessa pausa. A gente precisa respirar, precisa entender que essa crise vai ter altos e baixos. Vai exigir sacrifícios, mas no fim o Brasil e o mundo vão superar, apesar da aflição e dor que muitas famílias estão enfrentando". (idem)

Dois dias depois, na edição de 25 de março de 2020, Renata confessa que está cansada, em diálogo na bancada com o colega de bancada Bonner. A conversa dos âncoras configura novo momento de pessoalidade no telejornal, em uma edição que abre a escalada com a notícia de que o presidente da República volta a criticar medidas de isolamento social, minimiza os riscos do Coronavírus, entre outras ações que configuram o negacionismo do governo. Na edição do dia 4 de maio de 2020, Bonner explica que os repórteres começarão a usar máscaras inclusive na frente das câmeras. A informação vem na forma do exemplo e na notícia subliminar de que jornalistas precisam também se proteger do vírus. No dia 14 de maio, Bonner anunciou uma mudança no painel que compõe o cenário de fundo da bancada, trocando as imagens do vírus no telão pelas fotos das vítimas, como forma de homenagem.

Organizações de mídia tradicionais passaram a investir no fortalecimento de vínculos com a sociedade, por meio de cobranças de

ações do governo federal para combater a pandemia e de estratégias editoriais, como a linha do “humanismo solidário”, que já havia sido identificada e adotada pelo principal telejornal do país no ano de seu cinquentenário, evidenciando uma aproximação do noticiário e da Rede Globo com causas e movimentos sociais (BECKER, 2020). A busca de informações confiáveis e a visualização das notícias televisivas em diferentes meios e plataformas também contribuíram para ampliar os índices de audiência. (BECKER, 2021, p. 2-3)

Em um estudo sobre o Jornal Nacional, com análise referente aos meses de março a agosto de 2020, Coutinho e Pereira (2020) consideraram que o JN assumiu um protagonismo na defesa das medidas de prevenção, da divulgação dados e do próprio telejornalismo, e que “os novos modos de fazer e representar permitem que a dor de repórteres e editores agora esteja presente no (tele)jornal, assumindo a escalação de papéis heroicos” (COUTINHO; PEREIRA, 2020, p. 270).

A presença da dor, do cansaço e da vulnerabilidade dos jornalistas frente ao vírus no telejornal parece ter sido dosada a cada contexto, em sintonia com o noticiário. Em junho de 2021, mês em que o país chegou a 500 mil mortes pela Covid, o alívio por ter sido vacinado foi o sentimento que pautou os comentários pessoais no estúdio do JN, como possível resposta às *fake news* contra as vacinas<sup>3</sup>.

A análise apresentada no presente artigo, que seguiu a metodologia de Estudo de Caso (YIN, 2001), partiu de um fruição preliminar em todas as edições de junho de 2021. Foram pinçados seis momentos em que o JN utilizou estratégias de subjetivação, com apelo à emoção e ao testemunho, como pode ser visualizado na tabela a seguir:

Tabela 1 – Momentos de emoção e testemunho no JN em junho de 2021

Data	Retranca	Natureza	Tempo	Frame e link
7/06	Bonner fala da própria vacina	Comentário / Testemunho	1’33”	 <a href="https://globoplay.globo.com/v/9583126/programa/?s=0s">https://globoplay.globo.com/v/9583126/programa/?s=0s</a>

<sup>3</sup> <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2021/06/21/cientistas-derrubam-as-fake-news-mais-comuns-do-momento-sobre-vacinas.ghtml>, acessado em 10 de jul de 2021

10/06	Lançamento da <i>campanha</i> “Fatos e pessoas”	Produto editorial / intimidade e emoção	4’23”	 <p>Globo lança campanha que mostra o dia a dia de jornalistas longe das olhas do público</p> <p><a href="https://globoplay.globo.com/v/9593265/?s=0s">https://globoplay.globo.com/v/9593265/?s=0s</a></p>
17/06	Reação aos ataques homofóbicos sofridos pelos repórteres Pedro e Erick	VT seguido de nota	4’	 <p><a href="https://globoplay.globo.com/jornal-nacional/p/819/data/17-06-2021/">https://globoplay.globo.com/jornal-nacional/p/819/data/17-06-2021/</a></p>
19/06	500 mil mortos pela Covid-19	Editorial	3’	 <p><a href="https://globoplay.globo.com/v/9619882/">https://globoplay.globo.com/v/9619882/</a></p>
21/06	Renata Vasconcellos fala da própria vacina	Comentário / Testemunho	52”	 <p><a href="https://globoplay.globo.com/v/9623785/?s=0s">https://globoplay.globo.com/v/9623785/?s=0s</a></p>

29/06	Alan Severiano fala da própria vacina	Comentário / Testemunho	50” (fala pessoal em meio ao quadro que durou 3’09”)	 <p><a href="https://globoplay.globo.com/jornal-nacional/p/819/data/29-06-2021/">https://globoplay.globo.com/jornal-nacional/p/819/data/29-06-2021/</a></p>
-------	---	----------------------------	---	---

Fonte: Tabela elaborada pela autora, a partir de acesso às edições no Globoplay

Dos seis conteúdos analisados, três referem-se à vacinação contra a Covid-19, em que jornalistas no estúdio utilizaram a voz em primeira pessoa, articulando o noticiário com suas experiências pessoais, para declarar que foram vacinados.

No dia 7 de junho, após as informações sobre a vacinação no país, apresentadas pelo jornalista Alan Severiano, o âncora William Bonner emenda seu depoimento, dirigindo-se ao telespectador:

Eu tenho que dizer que tenho um compromisso mais pro fim do mês de agosto, eu vou tomar a segunda dose no mês de agosto. Não sei se você sabe, a Renata sabe, hoje eu fui vacinado. Tomei a primeira dose da vacina, chegou na minha idade aqui no Rio de Janeiro. Foi uma experiência fantástica porque o carinho das pessoas que aplicam essas vacinas é imenso, a gente tem que ter um respeito e uma gratidão enorme por esses profissionais (Trecho da fala de Bonner in <https://globoplay.globo.com/v/9583126/programa/?s=0s>, acessado em 8 jul 21)

A edição de 10 de junho de 2021 termina com o lançamento de um produto editorial, batizado pela emissora como “campanha Fatos e Pessoas”<sup>4</sup>, que promete revelar aos telespectadores trocas de mensagens em áudio de jornalistas com seus familiares. “A Globo vai dividir com os espectadores alguns momentos da intimidade de nós, jornalistas. Algumas conversas que nós tivemos fora do ar [...] Você vai ouvir mensagens de áudio de celular que nós trocamos com parentes nossos, com as nossas famílias”, anuncia o âncora. A intenção é mostrar os profissionais como pessoas comuns, com saudades dos

<sup>4</sup> <https://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/campanha-mostra-que-a-busca-pela-verdade-e-feita-por-gente-de-verdade.ghtml>, acessado em 1 de ag de 2021

familiares, sem tempo de vê-los por conta da missão de levar a informação ao telespectador. “Jornalista pode até passar uma imagem de que faz isso tudo com facilidade, como se fosse invencível. Sem medo de adoecer, sem cansaço, sem saudade. Mas não”, completa o apresentador. Em seguida, é veiculado um dos filmes produzidos, com troca de mensagens em áudio. Em uma fala emocionada, Renata explica: “A partir de hoje, filmes como esse vão mostrar que nós, jornalistas, damos as notícias que nós próprios vivenciamos. Nós somos jornalistas, e nós estamos aqui por você, pelo nosso país, cada um de nós. Essa é a nossa missão, é como a gente pode ajudar”. Sobe som, Bonner e Renata ficam de pé e a câmera percorre a redação do JN, com a equipe também de pé, ao som da música da vinheta dedilhada no violão de Pedro Guedes, informação dada por Bonner em seu Instagram. Em 2020, a emissora já havia lançado uma campanha em tom publicitário institucional no intervalo do programa Fantástico, de 9 de agosto, com o slogan "Jornalismo da Globo: uma ponte segura entre fatos e pessoas". Na véspera, o país havia chegado a 100 mil mortes pela Covid.

Figura 1: Frames da edição do Fantástico de 9 de agosto de 2020



Fonte: Edição do Fantástico de 9 de agosto de 2020, in

<https://globoplay.globo.com/v/8763611/>, acessado em 5 de ago de 2021

Em 17 de junho de 2021, o JN veiculou reportagem, com narração do próprio Bonner, sobre ataques homofóbicos sofridos pelos repórteres da Rede Globo Pedro Figueiredo e Erick Rianelli. Em seguida, Bonner leu uma nota em que se apresenta a emissora como aliada do casal atacado: “A Rede Globo se solidariza com Erick Rianelli

---

e com Pedro Figueiredo, reafirma seu compromisso com a diversidade e repudia veementemente toda forma de preconceito”. Em 12 de junho de 2020, no Dia dos Namorados, Erick fez uma declaração para o marido Pedro em uma participação ao vivo no “Bom Dia Rio”. Um ano depois, segundo a reportagem, eles foram vítimas de declarações homofóbicas, mas também receberam mensagens de apoio e solidariedade.

O JN fez um editorial no dia 19 de junho de 2021 em função das 500 mil mortes por Covid no Brasil, com uso da primeira pessoa do plural, em nome da empresa: “Nós, do Jornalismo da Globo, estamos há um ano e meio, com base na ciência, cumprindo o nosso dever de informar, sem meias palavras”. E com um tom combativo, cobrando responsabilidades:

O sentimento é de horror e de uma solidariedade incondicional às famílias dessas vítimas. São milhões de cidadãos enlutados. Hoje, é evidente que foram muitos - e muito graves - os erros cometidos. Eles estão documentados por entrevistas, declarações, atitudes, manifestações. A aposta insistente e teimosa em remédios sem eficácia, o estímulo frequente a aglomerações, a postura negacionista e inconsequente de não usar máscaras e, o pior, a recusa em assinar contratos para a compra de vacinas a tempo de evitar ainda mais vítimas fatais. (Trecho do editorial do Jornal Nacional na edição de 19 de junho de 2021)

Nas duas citações acima, dos dias 17 e 19, observa-se que há um posicionamento em nome da emissora, o que marca uma diferença com relação aos outros momentos analisados na pesquisa, que são também ações editoriais, mas que apostam no protagonismo do jornalista. Em 29 de junho, foi a vez de Alan Severiano trazer ao estúdio do JN uma experiência pessoal, quando informava os números da pandemia e da vacinação no país, com dados do Consórcio de Veículos da Imprensa. Ao informar os números de vacinados, ele falou na primeira pessoa do plural: “Em 24 horas, 1 milhão 165 mil 441 pessoas tomamos a primeira dose. O verbo é esse mesmo. Tomamos! Porque eu entrei hoje nesse grupo. Vim até com gravata verde para simbolizar esse momento de esperança”. O jornalista trouxe sua experiência como um testemunho, reforçando a importância da vacinação, mesclando informação e sentimento, em quase um terço do tempo total de sua participação: “Devo dizer aqui, confessar, que não dormi nada hoje tamanha era a ansiedade para virar essa página do medo, né, me proteger, e proteger as pessoas. Acho que essa é a sensação de muita gente”, completou. O jornalista disse se tratar de um momento que faz lembrar a dor pelas “muitas mortes que poderiam ter sido

---

evitadas”, mas que representa “a vitória da ciência e a esperança de que a gente pode conseguir sim sair dessa (...)”, alertando para a necessidade de todos irem tomar a segunda dose, como ele fará. O testemunho apresenta-se, assim, como um exemplo a ser seguido.

### **Considerações finais**

Cabe compreender as ações destacadas no presente estudo dentro de mais de um cenário, considerando que a reconfiguração narrativa que se observa encontra novos contornos na pandemia, mas já vinha ocorrendo antes dela. A pesquisa busca localizar tais reconfigurações, com anatomias narrativas que reposicionam o jornalista como narrador que pode contar sua experiência, em contextos culturais mais amplos, de valorização do testemunho, do vínculo emocional e da narrativa de si.

A análise dos momentos de maior subjetivação no Jornal Nacional, no mês de junho de 2021, quando o país chega a triste marca de meio milhão de mortos pela Covid-19, traz elementos relevantes para o estudo da narrativa jornalística contemporânea e também para a percepção de como o principal telejornal da Rede Globo está se posicionando diante dos ataques ao jornalismo e à própria emissora.

No telejornalismo, a inclusão de emoção e testemunho como estratégias editoriais vem na esteira de uma reconfiguração narrativa em andamento desde antes da pandemia, que contraria os antigos manuais ao deixar a pretensa isenção jornalística como elemento secundário diante de fatos que abrem espaço para interpretações e posicionamentos. Cabe ressaltar que essa estratégia é presente no jornalismo como um todo, notadamente no rádio por meio das falas de apresentadores e âncoras, e nos jornais e revistas impressos e digitais, nos conteúdos opinativos *premium* para os assinantes. Na pandemia, tais ações se tornaram mais frequentes, tendo algumas sido já apontadas em estudos publicados ao longo de 2020 e nos primeiros meses de 2021.

A análise apontou momentos no mês de junho em que o JN adota estratégias editoriais de aproximação e empatia, a partir da emoção dos âncoras, dos testemunhos sobre a vacinação, da defesa de seus repórteres, do repúdio à homofobia, da defesa do jornalismo como missão e do jornalista como alguém que também tem família e sentimento. Na busca por vínculos com a audiência, o JN ofereceu emoção e compartilhamento de mensagens dos repórteres, em um bastidor que não é só mais

---

profissional, mas agora pessoal também, a intimidade como produto que autentica o humano por trás da notícia, humaniza, mas, sobretudo, reposiciona o jornalista em sua função de narrador. As mensagens com cunho pessoal geram esse movimento de aproximação e busca de empatia, mas não são garantia de acréscimo de novas informações, podendo atuar como um reforço ao que já vinha sendo noticiado.

O editorial sobre o meio milhão de mortos teve tom mais combativo, apontando que foram sucessivos os erros no controle da pandemia no país, e que, não fosse a postura negacionista do governo, muitas vidas poderiam ter sido salvas. Entre a emoção, o testemunho e o editorial mais combativo, pode-se perceber que houve uma articulação na mensagem trabalhada em junho pelo JN, em torno de questões centrais: a necessidade da vacinação, o repúdio à homofobia, a importância do jornalismo e a defesa da ciência. Todas essas questões estão, de alguma forma, em situação de vulnerabilidade no país nos últimos anos, frente ao cenário de polarização política, guerra informacional e frequentes ataques noticiados pelo próprio telejornal.

O que se identifica no presente artigo é que, no 15º mês da pandemia, as manifestações de subjetividade, emoção e testemunho no JN foram direcionadas para questões surpreendentemente não consensuais na atualidade, e que deveriam estar asseguradas por serem garantias aos direitos fundamentais.

## Referências

ASSIS, Francisco. O 'ser autor' na prática do jornalismo diversional. **Alceu** (PUC-RJ), v. 16, p. 90- 06, 2016.

BECKER, Beatriz; GÓES, Francisco. FAKE NEWS: uma definição possível entre a reflexão crítica e a experiência jornalística. **Revista Latino-americana de Jornalismo** (UFPB), v. 7, p. 34-53, 2019

BECKER, Beatriz. Reconfigurações do jornalismo audiovisual: um estudo da cobertura do Fantástico da pandemia da Covid-19. In Anais do **XXX Encontro Anual da Compós**, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo (virtual), 2021

COUTINHO, Iluska, PEREIRA, Ariane. A dor da gente agora sai no jornal – O discurso de poder na dramaturgia do telejornalismo. In: EMERIM, Cárilda; PEREIRA, Ariane; COUTINHO, Iluska. (Orgs.). **Telejornalismo 70 anos: o sentido das e nas telas**. Florianópolis: Insular, 2020, v. 9, p. 251-271

FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain. **Narrativas migrantes: literatura, roteiro e cinema**. Rio de Janeiro: PUC-Rio: 7 Letras, 2010.

GERK, Cristine; BARBOSA, Marialva. Jornalismo na era dos testemunhos: remediação, reconfiguração ou permanências históricas? **Interin** (UTP), v. 23, p. 127-145, 2018.

HERSCHMANN, Micael e PEREIRA, Carlos Alberto Messeder (Orgs). **Mídia, memória e celebridades: estratégias narrativas em contexto de alta visibilidade**. Rio de Janeiro, E-Papers, 2003.

KRAMER, Mark. Breakable rules for literary journalists. In: SIMS, Norman; KRAMER, Mark. (org.). **Literary Journalism: a new collection of the best american nonfiction**. Nova York: Ballantine Books, 1995.

MARQUES DE MELO, José. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Vozes: Petrópolis, 1985.

MARTINEZ, M. **Jornalismo literário: tradição e inovação**. Florianópolis: Insular, 2016

MESQUISTA; Giovana; VIZEU, Alfredo. Em tempo de coronavírus nos telejornais – o “lugar de referência” e a “audiência potente” na produção da notícia. In: EMERIM, Cárlica; PEREIRA, Ariane; COUTINHO, Iluska. (Orgs.) **A (re)invenção do Telejornalismo em tempos de pandemia**. Florianópolis: Insular, 2020, v. 10, p. 25-41.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Análise pragmática da narrativa jornalística. In.: LAGO, C.; BENETTI, M. (Orgs.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007

MUSSE, Christina; THOMÉ, Cláudia. Telejornalismo e redes sociais: as narrativas do “eu” e a customização da notícia no “GloboNews em Pauta”. In: **Anais do Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, Palhoça: SBPJor, 2016.

PICCININ, Fabiana; SIGORIA, Fabiana. Da Mediação ao protagonismo - Notas sobre a atorialidade nas narrativas autorreferenciais do Jornal Nacional. In Cingolani, Gastón; Beatriz E. Sznajder. **Nuevas mediatizaciones, nuevos públicos: cambios en las prácticas sociales a partir de las transformaciones del arte y los medios en la red**. Rosario: UNR Editora, 2016.

PICCININ, Fabiana; SOSTER, Demétrio de Azeredo. Da anatomia do telejornal midiaticado: metamorfoses e narrativas múltiplas. **Brazilian Journalism Research**, São Paulo, v. 8, n. 2, p.118-134, 2012

RIBEIRO, Ana Paula Goulart.; SACRAMENTO, Igor. **Televisão e memória: entre testemunhos e confissões**. Rio de Janeiro: MauadX, 2020.

SARLO, Beatriz. **Tempo passado. Cultura da Memória e Guinada Subjetiva**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

SILVA, Edna de Mello. Fases do Telejornalismo: uma proposta epistemológica. In: EMERIM, Cárlica; COUTINHO, Iluska; FINGER, Cristiane (org.). **Epistemologias do telejornalismo brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2018.

THOMÉ, Cláudia; PICCININ, Fabiana; REIS, Marco Aurelio. Anatomias narrativas do Telejornalismo contemporâneo e seus elementos certificadores. In: EMERIM, Cárlica; PEREIRA, Ariane; COUTINHO, Iluska. (Orgs.). **Telejornalismo 70 anos: o sentido das e nas telas**. Florianópolis: Insular, 2020, v. 9, p. 159-196.

YIN, Robert. **Pesquisa Estudo de Caso - Desenho e Métodos** (2ª ed.). Porto Alegre: Bookman, 2001