



Sob a pandemia de coronavírus, o telejornalismo brasileiro e relações de poder.

Ana Carolina Temer¹
Letícia Renault²

Universidade Federal de Goiás - UFG
Universidade de Brasília - UnB

Resumo: O artigo propõe uma análise das repercussões da pandemia do coronavírus na cobertura política veiculada pelo telejornalismo, em particular no conteúdo do *Jornal Nacional*. A base teórica é a análise das relações de poder, a partir do conceito de que a política é a ação do homem no mundo e não se restringe aos atos dos atores que cumprem mandatos nos poderes constitucionalmente instalados na República, mas também da percepção que o telejornalismo é um ator social diferenciado que interfere nestas relações. Em termos metodológicos será realizada uma leitura crítica, considerando os elementos de hibridização dos gêneros jornalísticos, a partir da análise de edições do *JN* selecionadas por conterem editoriais. Busca-se destacar como o telejornalismo assume uma ação pedagógica como prestador de serviços no combate à pandemia e promove a autovalorização contrapondo-se às chamadas *fake news* e ações de governo.

Palavras Chave: Pandemia, Relações de Poder, Hibridização, Cobertura Política, *Jornal Nacional*

Introdução: um cenário inusitado

¹ Pós-Doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ). Doutora e Mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo e Bacharel em Jornalismo pela ECO/UFRJ. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC), da Universidade Federal de Goiás (UFG). Pesquisadora do Laboratório de Leitura Crítica da Mídia (UFG). E-mail: anacarolina.temer@gmail.com

² Pós-Doutora pelo Centro de Estudos em Imagens e Sons Midiáticos (CEISME) da Universidade Sorbonne Paris-Nouvelle 3. Doutora em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB). Mestrado e graduação em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Professora da Faculdade de Comunicação, Departamento de Jornalismo, da Universidade de Brasília (FaC-UnB). E-mail: ml_renault@yahoo.com.br

O artigo busca realizar o registro e análise das primeiras repercussões dos efeitos da pandemia mundial de coronavírus na cobertura política produzida pelo telejornalismo brasileiro, em particular nos conteúdos opinativos do Jornal Nacional, o que na prática significa a análise de elementos de hibridização, ou inclusão de comentários nos conteúdos factuais e os editoriais deste veículo.

Entende-se que a cobertura da pandemia trouxe novos e inúmeros desafios à cobertura telejornalística no mundo, mas no Brasil, especificamente, devido a fatores políticos nacionais, transbordou para o campo da cobertura cotidiana da esfera da representação política democrática institucional. Paralelamente, a pandemia veio reafirmar a relevância do telejornalismo como fonte central de informação na sociedade brasileira, promotora do diálogo público indispensável à esfera democrática e ampliou o campo de cobertura do que os telejornais, historicamente mostram como sendo a cobertura política, ou seja, aos fatos, debates e decisões relativos aos plenários do Congresso Nacional, do Supremo Tribunal Federal (STF) e do executivo federal, no Brasil, representado pela Presidência da República.

O artigo parte do conceito de que a política é a ação do homem no mundo e não se restringe aos atos dos atores que cumprem mandatos eletivos periódicos nos poderes constitucionalmente instalados na República. Nesta relação o jornalismo, e particularmente o telejornalismo brasileiro, assume uma posição de ator social privilegiado, tanto em função do acesso organizado a informações de grande importância – o que envolve um conjunto de profissionais voltado para o acompanhamento, pesquisa/investigação e produção de conteúdos, quanto no acesso a recursos econômicos que financiam essas ações. A excelência deste processo é também resultado de um percurso histórico que foi permeado por estratégias para conquistar audiência, se consolidar como principal meio de informação de parcelas significativas de brasileiros, consolidando-se igualmente como ator/influenciador de grande importância na política nacional.

A inegável importância do telejornalismo soma-se a própria dinâmica e a imprevisibilidade da vida social – cujo exemplo maior seria o próprio surgimento da covid19. Essa relação ganha novos contornos a partir do aumento de audiência dos telejornais com a eclosão da pandemia no Brasil, o que aponta uma ação comunicativa por parte da sociedade brasileira, o que pode indicar que os receptores (ou pelo menos parte deles)

começa a rever sua opção de ignorar ou trocar o trabalho do jornalismo profissional por notícias falsificadas distribuídas por redes sociais ou mini blogs com objetivos econômicos e eleitorais. O crescimento da audiência no telejornalismo sob a pandemia foi tratado como “explosão” pelo jornal FSP (PADIGLIONE, /2020) em 19 de março, enquanto o portal de notícias Terra informou em 22 de março, que o JN registrou 38,1 pontos de audiência na grande São Paulo, a maior média dele nesta década (JEFF, 2020). A partir deste aspecto será analisado também de que forma os conteúdos opinativos incluem elementos de valorização do jornalismo e, em contrapartida, críticas às chamadas *fake news*.

Neste conjunto de investigações, pretende-se compreender como o telejornalismo reafirma sua missão de informar para, em alguma medida, colaborar para que a sociedade brasileira trave unida o combate à guerra biológica imposta pela pandemia importada. Portanto, busca-se entender de que forma o telejornalismo reafirma-se como lousa - agora digital transbordada para as diversas telas-, em uma ação pedagógica para prestar serviço, ensinar e colaborar com o cidadão no combate cotidiano à pandemia.

A base teórica do trabalho é a análise das relações de poder, a partir do conceito de que a política é a ação do homem no mundo e não se restringe aos atos dos atores que cumprem mandatos nos poderes constitucionalmente instalados na República, mas também da percepção que o telejornalismo é um ator social diferenciado que interfere nestas relações. Em termos metodológicos será realizada uma leitura crítica, considerando os elementos de hibridização dos gêneros jornalísticos, a partir da análise de edições do *JN* selecionadas por conterem editoriais. Buscou-se destacar como o telejornalismo apresenta os diferentes poderes constitucionais, promove a autovalorização com críticas as *fake news*; expõe as desigualdades sociais e assume uma ação pedagógica como prestador de serviços no controle da pandemia.

As edições veiculadas nos dias 5 e 11 de maio e 20 de junho de 2020 foram selecionadas para a análise, por especificamente, interessarem os editoriais contidos nelas, entendendo esse espaço como momento privilegiado em que o telejornal torna público suas posições políticas e a própria proposta política do veículo.

Telejornal X pandemia em um país cuja ação política está contaminada por *fake news*

Para além de uma emissão diária estendida no tempo ao longo de sete décadas edificadas no cotidiano da sociedade brasileira, o telejornal constitui-se como parte significativa da esfera de visibilidade pública (GOMES, 1997), um lugar de enunciação, que dá conhecimento ao um público, torna visíveis temas, conflitos, atores sociais, logo, configurou-se um lugar central de produção de sentido. O telejornalismo brasileiro deu visibilidade e materializou a pandemia mundial de coronavírus como evento jornalístico em duas etapas claramente diversas: a internacional e a nacional.

A primeira etapa foi iniciada com um olhar à distância, como um evento no exterior, reportado pelos correspondentes internacionais, informações e imagens divulgadas pelas agências internacionais de notícias, - a partir do que se passou primeiro na China e demais países asiáticos, em seguida na Europa. A cobertura na primeira fase foi marcada pelas reportagens que apresentaram ao telespectador o que era o novo vírus, a covid-19 doença por ele causada, a dimensão de seu poder letal e a guerra biológica a ser travada contra o vírus no mundo.

Já a segunda etapa da cobertura eclodiu nos telejornais a partir do momento em que o vírus importado foi identificado em território nacional com o primeiro caso oficial registrado na cidade de São Paulo em 26 de fevereiro de 2020³. A confirmação de que o coronavírus havia chegado ao Brasil levou a uma intensificação da cobertura de forma que o quadro pandêmico e o combate ao vírus passaram a imperar na pauta jornalística diária. À medida da intensificação da cobertura, progressivamente, os telejornais somaram ou mesclaram ao formato da reportagem, conteúdos e posturas opinativos até então, pouco habituais em seus percursos. É o caso do Jornal Nacional, que se pode considerar, a partir da expansão da pandemia de evento epidemiológico-sanitário para um debate ampliado sobre as ações de governo frente ao coronavírus, inaugurou uma fase inédita ao se posicionar claramente frente aos desafios impostos pela pandemia aos brasileiros e em relação às ações governamentais.

A cobertura da pandemia alcançou o telejornalismo brasileiro em um momento em que era visto com desconfiança por parte da sociedade brasileira. Pesquisas já demonstraram a vulnerabilidade de parcela significativa da população que se deixou

³ Para saber mais: <https://www.saude.gov.br/noticias/agencia-saude/46435-brasil-confirma-primeiro-caso-de-novo-coronavirus>

convencer pelo que se pode considerar a “indústria de fabricação” das *fake news*, ou seja, o negócio voltado para a falsificação de informações, a fabricação de rumores, boatos, mentiras com o objetivo de criar a dúvida para atender a fins diversos, sejam políticos, econômicos, corporativos e outros, com a “intenção maléfica” de impedir o exercício do livre arbítrio: direito facultado pela democracia (ORESQUES, CONROY, 2012), objetivos alheios aos do jornalismo profissional.

As “oficinas de fabricação” de *fake news* visam minar a credibilidade do jornalismo como campo simbólico, logo, a do telejornalismo, fonte que ainda detém a maior audiência no jornalismo brasileiro. Prova disto é a criação e adoção em grande escala da *hashtag*⁴ #globolixo. Mais que denegrir uma empresa em particular, tal *hashtag* visa em particular, desmoralizar a ação desta empresa no campo do jornalismo que emite. Em 17 de outubro de 2018, pesquisadores das Universidades de São Paulo (USP) e Federal de Minas Gerais (UFMG) publicaram um artigo no jornal The New York Times para denunciar que as *fake news* “envenenavam o processo eleitoral brasileiro” na campanha presidencial daquele ano e pediram que a rede social WhatsApp parasse de colaborar com a disseminação de informações falsas no País⁵. Grande parte destas informações falseadas colocavam em dúvida ou negavam as notícias veiculadas pelo jornalismo profissional, visando desacredita-lo.

A “ação maléfica” das *fake news* visa impedir a ação política e a deliberação de forma democrática do conjunto da sociedade ao se considerar que a política é a ação dos atores sociais no cotidiano e como propõe HELD (1987), “a política cria e condiciona todos os aspectos de nossa vida e está no coração do desenvolvimento dos problemas da sociedade e dos modos coletivos de sua resolução”, não sendo uma atividade restrita ao político, aquele definido por eleitos que cumprem mandatos políticos nos poderes executivo ou legislativo.

Um telejornal para todo o Brasil, o *Jornal Nacional*

⁴ *Hashtag* nome utilizado para indicar os hiperlinks associados a um tema que se deseja indexar nas redes sociais. Usa-se o símbolo # (cerquilha), popularmente conhecido como jogo da velha.

⁵ Para conhecer o artigo: https://www.nytimes.com/2018/10/17/opinion/brazil-election-fake-news-whatsapp.html?fbclid=IwAR2UHTzYo4_daTFnDkydjN3IMM76GzSNmENRFQ8-wOwFvGuSes2eVQ5GdSE

As transmissões para longa distância do sinal de televisão com intenção de unir todo o país com o sinal de televisão tiveram início com o sistema de microondas pela Embratel começam em 1967⁶, e graças a estação de rastreamento de Itaboraí, os telespectadores puderam assistir ao vivo a chegada do homem em 1969 à e a Copa do Mundo de Futebol no México, em 1970 (MATTOS, 2000). No telejornalismo o recurso atende aos desejos da Rede Globo de Televisão que coloca no ar o *Jornal Nacional*. Transmitido inicialmente para o Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Curitiba, Brasília e Porto Alegre, o noticioso entra com a proposta confessa de unir o país de norte a sul, em *Um telejornal para que 56 milhões de brasileiros tenham mais coisa em comum*. (REZENDE, 1997, p.116).

A implantação do telejornal envolveu uma estratégia sofisticada de programação, comandada por Walter Clark, que visava ancorar os receptores na emissora, mas também atender e dinamizar o crescimento da indústria de eletrônicos no país e a implantação do crédito direto ao consumidor. Desde de a sua primeira edição, quando anunciou que o país seria governado pelos ministros militares, o telejornal mostrou seu viés político, ainda que obliterado pela por uma estética de modernidade e por um arsenal de recursos sofisticados (MACHADO: 2006, p. 23). O telejornal trazia também um maior uso de imagens externas, em parte resultantes de equipamentos mais leves e tecnologias de gravação mais adaptadas a atividade jornalísticas.

Em termos práticos, o *Jorna Nacional* aponta um deslocamento na percepção sobre a importância estratégica do telejornalismo que, comparados aos momentos anteriores, passa a ocupar o ponto central do horário nobre, eixo a partir do qual são dispostos outros programas, mas também reforça o uso político destes conteúdos. E embora o telejornal deslumbre pelo uso dos recursos técnicos, em grande parte obtidos em função de recursos advindos de um questionável convênio com a empresa norte-americana *Time-Life*⁷ e do seguro do incêndio, também questionável, da TV Paulista recentemente

⁶ O sistema foi implantado em 1967, mas somente se completou em 1972 com a ligação do tronco norte/sul (SOUZA FILHO, 1997).

⁷ Em 24 de julho de 1962 o empresário Roberto Marinho, assina um contrato operacional com o grupo americano Time-Life. As emissoras rivais questionam a legalidade dos acordos e a repercussão gera o seu cancelamento em 1968.

adquirida pelo grupo Globo, o *Jornal Nacional* torna-se uma operação na qual predomina a qualidade técnica (MACHADO, 2006, p.25). Essa relação torna-se ainda mais evidente a partir de 1974, quando o Governo Militar traz para o Brasil o Sistema Pal-M, de origem alemã, o que possibilita a implantação da TV em cores no Brasil. É o incentivo final para a Rede Globo de Televisão implantar o chamado *Padrão Globo de Qualidade*, uma estratégia de marketing na qual eficiência empresarial se soma a pesquisas mercadológicas para identificar as necessidades subjetivas dos telespectadores (CARVALHO, 1980, p.5).

Mas a opção pela qualidade técnica não é neutra, ela dá espaço para uma linha editorial que valoriza a variedade, a qualidade das imagens e a superficialidade de informações normalmente descontextualizadas, oblitera a proximidade da Rede Globo com o Governo Militar e o viés nacionalista que reforça o discurso do *Milagre Brasileiro*. Mas não havia ingenuidade nesta ação: servindo ao Regime autoritário (...) a Rede Globo servia a si mesma (LIMA: 2001, p. 169), atuando como *agente legitimador* de um regime do qual indiretamente era beneficiada.

O modelo do *Jornal Nacional* torna-se parâmetro de qualidade para o telejornalismo brasileiro, mas ainda assim continua incorporando novidades. Em 1979 a emissora abre mais espaço para as entradas ao vivo e valoriza o imediatismo na veiculação da informação (MARCONDES FILHO, 1985, p.17). O JN se destaca também pelo uso de imagens que fascinam pela estética-independentemente do tamanho da tragédia, a imagem era sempre sedutora, mas também pela rapidez pela qual os fatos são apresentados, uma grande amplitude de informações, mas todas apresentadas de forma rápida e superficial, em um modelo de telejornalismo regido pela cronometragem rigorosa. Cada notícia devia ter, em média, um minuto e meio o que resultava em uma obrigatoria superficialidade.

Apesar de interesses em comum, a confluência de interesses entre a Rede Globo e o Estado é marcada por contradições: além de vários conflitos com a censura⁸. Mas a medida em que cresce a oposição ao Governo Militar, a própria audiência majoritária da emissora começa a incomodar aos militares. A estratégia do Estado é a

⁸ A censura é oficialmente instalada no Brasil dois meses depois da estreia do *Jornal Nacional*, e a condição de líder de audiência torna o telejornal um alvo constante (LIMA, 2001, p. 158).

redistribuição dos canais da antiga TV Tupi, que entra em processo falimentar, para aliados considerados *confiáveis*⁹. É o ponto de partida para a Rede Globo romper com o *bloco histórico* que ainda detinha o controle do Governo Militar.

Embora se mantenha na liderança nos números de audiência, a partir da implantação das novas redes e emissoras, o telejornal vai paulatinamente perdendo a condição confortável de quase *monopólio informativo*. Essa relação tem alguns momentos icônicos: o primeiro foi em 1982, quando ocorreram as primeiras eleições diretas para governador após a instauração do regime militar. Assim como outros veículos, a Rede Globo montou esquema paralelo de apuração dos resultados, que inicialmente não apontavam a vitória de Leonel Brizola, efetivamente ganhador do pleito. O processo teve impacto na credibilidade da emissora, e prenunciou conflitos futuros. Um segundo golpe na credibilidade acontece quando a emissora demora a reconhecer a importância e fazer a cobertura da Campanha das Diretas Já, e mesmo depois de fazer a cobertura ao vivo das votações no Congresso, sua parcialidade fica evidenciada para parte dos telespectadores.

Essa parcialidade é evidenciada também na primeira eleição presidencial, quando a emissora patrocina um debate entre os dois candidatos majoritários, mas a edição que aparece no *Jornal Nacional* no dia seguinte beneficia Collor de Melo, com acusações sobre o seu oponente, Lula da Silva. Nas eleições seguintes a emissora lança publicamente normas que balizam a cobertura, mas seu apoio a candidatos ou grupos permanece, ainda que de forma mais sutil. No entanto, a emissora não se furta de fazer grandes coberturas das cerimônias de posse e entrevistas exclusivas com os vencedores, mesmo quando eles não são os que desejava.

Ao longo da década de noventa e após a virada do século, A Rede Globo assume com ainda mais ênfase o discurso de valorização do processo eleitoral como o *espetáculo da democracia*, mas explora com mais rigor as denúncias sobre corrupção, que se torna um tema recorrente nos telejornais (TEMER, 2002), quase sempre com acusações a representantes de vários níveis do Poder Público. Aos poucos esse tema vai minando a credibilidade do Governo até o ponto em que, ao tentar o segundo

⁹ Como Silvio Santos e Adolfo Bloch, que colocam no ar respectivamente o SBT e a TV Manchete.

mandato, a Presidenta Dilma Rousseff (PT) enfrenta Aécio Neves (PSDB) e vence por uma pequena margem de diferença. A partir daí o telejornal acirra sua campanha, o que por sua vez ajuda a criar as condições para o Processo de *Impeachment*. Ainda que o tom da cobertura da corrupção seja levemente suavizado durante o mandato o período em que o ex-vice presidente, Michel Temer (PMDB), assume a presidência, a questão ganha relevância nas eleições, e é elemento importante para a vitória de Jair Bolsonaro.

É importante ressaltar que a campanha eleitoral trouxe algumas surpresas para a Rede Globo, que não conseguiu reunir todos os candidatos para o tradicional debate. Particularmente no segundo turno, sobressai a percepção de que a emissora não está feliz com os dois nomes que permanecem na disputa, Além do candidato do PT, partido fustigados pela cobertura da corrupção e da operação Lava-Jato, a emissora via no candidato Bolsonaro uma aproximação significativa com a Rede Record, sua principal concorrente em termos de audiência. Eleito Bolsonaro, os processos sutis de desgaste tiveram início, mas o Presidente não se furtou em responder de forma agressiva, em críticas genéricas a imprensa de uma forma geral, mas com acusações que citavam nominalmente a emissora e/ou jornalistas da Rede Globo.

O agravamento da crise veio tomou novas formas com a chegada da Pandemia, com a emissora assumindo um discurso de defesa das orientações a Organização Mundial da Saúde, e o Presidente duvidando da gravidade da doença. O conjunto desta trajetória fez com que o Jornal Nacional reconfigurasse sua cobertura política, que passa a assumir novos formatos e se expandir em processos que envolve a hibridização dos gêneros no telejornalismo.

Sobre gêneros no telejornalismo

As análises da linguagem televisiva vão considerar conteúdos e formatos opinativos, tendo como referência os conceitos de gêneros jornalísticos de Marques de Melo (2003) e Marques de Melo e Assis (2016), bem como os recursos de linguagem utilizados no conteúdo jornalístico efetivamente veiculado pelo Jornal Nacional (TEMER, 2009, p. 93) explica que os gêneros servem para ordenar a produção jornalística, sendo estratégicos porque permitem que o sentido da narrativa, forma e conteúdo possam ser

identificados pelo receptor. Nesse sentido, diferentes conteúdos são formatados de forma que possam ser pré-classificados pelos receptores, o que interfere na classificação e compreensão dos conteúdos. Entre os gêneros informativos, por exemplo, notas curtas, inseridas com apelo de imediatismo ou de informações urgentes, tendem a ser classificadas como informações importantes, enquanto as reportagens remetem a profundidade na análise de um tema. Já gênero opinativo diz respeito a uma modalidade de comentário dos fatos e de ideias na qual a expressão de opiniões (ou de ideias e valores) assume um caráter determinante. Segundo Marques de Melo (2003), os gêneros jornalísticos opinativos no jornalismo impresso incluem os formatos editoriais, artigo, artigos, carta do leitor, colunas, comentário, caricatura, crítica e crônica, nas suas mais diversas variações. Adaptados para os conteúdos do jornalismo audiovisual, Temer (2002) manteve os aspectos centrais, e constatou sua baixa presença nos telejornais com formato tradicional. Modelos mais atuais apontam uma hibridização, com maior presença de material opinativo – principalmente comentários – em reportagens.

A opinião na cobertura política (análise de dados)

O editorial é um formato clássico do gênero jornalístico opinativo, cujo uso remete a noção de apresentar a opinião da empresa jornalística sobre um ponto específico, podendo também ser uma justificativa para uma ação ou tomada de decisão. Uma vez que representa a empresa, o editorial normalmente não é assinado, mas pode ser identificado por meio de recursos gráficos, ou no caso do telejornalismo, pelo uso da primeira pessoa do plural ou pela citação direta da empresa. Em termos de construção de narrativas, o editorial é basicamente um texto de opinião que representa o posicionamento (político, econômico, social, etc) do grupo que controla o veículo, portanto sua construção obedece a regras menos rígida do que o material informativo (como a notícia ou a reportagem), mas também em função disso tende a ter um uso mais restrito no jornalismo, podendo ser utilizado a partir de necessidades comerciais e/ou políticas.

Estes elementos se revelam nos três editoriais selecionados para análise neste estudo é igualmente possível perceber aspectos específicos do telejornalismo, mas também das condições específicas decorrentes das condições de produção telejornalística no contexto da pandemia e do isolamento social.

O primeiro editorial analisado foi ao ar no dia 5 de maio de 2020 (JN adota a máscara para repórteres no vídeo), após a veiculação de uma escalada na qual os noticiaristas destacam que o ministério da defesa reafirma compromisso com a democracia em declaração, mas também que o Presidente Bolsonaro participou de manifestação anti democrática; e em seguida cita os ataques à profissionais de imprensa em ato bolsonarista em frente ao Palácio do Planalto. Também compõe o editorial informações sobre o vídeo da reunião ministerial citada pelo ex-ministro Sérgio Moro, a nomeação de um *amigo de Ramagem*¹⁰ para a Polícia Federal, e que o Procurador Geral da República quer depoimento dos ministros.

A proximidade do editorial não é fortuita. Além de destacar a sua importância, evidencia a excepcionalidade do momento político e social – a crise política e de saúde – o que serve de *pano de fundo* para a justificativa do uso das máscaras pelos repórteres. Lido (interpretado) pelo editor e principal noticiarista do telejornal, Bonner, explica que anteriormente havia um protocolo para a proteção da saúde dos profissionais de imprensa da emissora, mas o uso de máscaras pelos repórteres não ocorria para evitar estranhamento, mas que a partir deste dia os repórteres estariam de máscara nas passagens e matérias ao vivo. O uso de máscara só não ocorreria no – porque é um ambiente controlado – e somente durante o telejornal. Em termos gerais, o editorial reforça a importância da pandemia (elemento que será lembrado em todas as matérias seguintes pelo uso da máscara), mas também atua como um reforço indireto ao compromisso da emissora com a saúde dos jornalistas e dos entrevistados, que somente não está acima do compromisso com a informação.

O segundo editorial analisado (11 maio 2020 – JN lança o quadro Aqui Dentro: abre espaço para depoimentos de profissionais de saúde que contam seu dia a dia, desafios) embora mais breve que o primeiro, traz um elemento inédito: é a justificativa do motivo pelo qual o Jornal Nacional abre espaço para depoimentos de terceiros¹¹, no caso profissionais de saúde comprometidos com o combate a pandemia.

¹⁰ Isto é. Brasil. Bolsonaro nomeia subordinado de Ramagem para PF. Ansa. 04/05/20 - 10h32. SÃO PAULO, 04 MAI (ANSA).

¹¹ Até este 24 de julho 2020 foram veiculados 56 depoimentos. Acesso em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/playlist/aqui-dentro-profissionais-da-saude-contam-o-que-estao-vendo-fazendo-e-sentindo.ghtml>

Aparentemente, trata-se de uma homenagem, mas novamente existe um reforço ao caráter excepcional do momento social e político, o que indiretamente atua para justificar as ações excepcionais do telejornalismo. Sobretudo é uma ação de humanização e uma estratégia para aproximar o público dos elementos trágicos que compõem a pandemia.

Destaca-se que ao passar a palavra aos profissionais da área médica o telejornal perde parte do controle do conteúdo, assume uma opção de risco, uma vez que torna-se dependente da colaboração destes convidados eventuais.

O terceiro editorial analisado (20 junho 2020 - JN e o sentido de Nação: editorial dos 50 mil mortos) é o mais longo (4 minutos) e complexo da amostragem, justamente porque é menos explicativo e tem um conteúdo mais emocional. O material começa ressaltando o número de mortes total com exatidão (elemento que curiosamente será revisto no final), o número de mortes nas últimas 24 horas e o número de infectados. Essa exatidão, em si mesma intencional, agrega veracidade ao editorial, deixando claro que não é uma aproximação - são dados exatos.

O início do texto com os dados também tem outra intencionalidade, reforça o caráter factual/documental do jornalismo, e cria um contraste desejável com o material emocional que se segue, apontando subjetivamente que é justamente a enormidade dos dados que exige um comportamento emocional. Não por acaso o texto contém afirmações como somos todos humanos: o que se busca transmitir é que a humanidade do jornalista se sobrepondo à formação profissional.

O aspecto mais complexo do texto aparece na definição de nação e de empatia, elementos ao mesmo tempo abrangente e excludente. Inclusiva quando cita que *uma nação chora seus mortos, se solidariza com aqueles que perderam seus entes querido. É o que o Jornal Nacional está fazendo* – em uma sobreposição perceptível que não apenas aponta o Jornal Nacional como parte: ele é a nação (o Brasil) em si mesmo e, portanto, autorizado a sentir essa dor. Mas é excludente quando insiste que é *muito triste ter que explicar, não para imensa do povo brasileiro, de jeito nenhum, mas para uma minoria barulhenta...* A dupla categorização – minoria e barulhenta – força a uma refle-

xão sobre o grupo, sutilmente separando-o do povo brasileiro. Mas é novamente inclusiva quando afirma que *aqueles que criticam* (a minoria e barulhenta) e acham que o jornalismo profissional não tem o direito de *chorar* os mortos, de se emocionar *de falar nela com essa dor*. De forma circular, o que se diz é que o jornalismo profissional (ou, neste caso o jornalismo da Rede Globo) chora os mortos porque é Brasil e porque é humano, é povo brasileiro, é Brasil. Por extensão, aqueles que não agem desta forma, não são.

O editorial segue em uma linha emocional ressaltando que são pessoas, e não números – que tem família, amigos – como nós. Essa ação mais uma vez uma ação inclusiva, justifica que o jornalismo vai além do factual em função da extensão da tragédia, e se supera ao dar rosto aos mortos e aos profissionais da saúde.

O tom emocional cresce ao falar do julgamento da história – a tragédia que marca vidas e formata a história – vai apontar os bons e os maus, deixando claro que a indiferença do presente vai ter um preço futuro, pois as consequências trágicas envolvem o próprio julgamento da história.

Seguindo um rito quase tradicional nas tragédias, a matéria se encerra com uma mensagem otimista – o JN já pediu para você respirar, porque vai passar – mas é sensível que ao falar isso o tom do noticiário aponte desânimo, cansaço, indicando subjetivamente que a luta seria mais fácil se as forças contrárias se calassem. Mas aponta também o compromisso, um dever: *Devemos um momento de conforto para todos eles, para nós mesmos, porque nós somos uma nação*.

Três editoriais e um posicionamento político

A análise dos três editoriais aponta construções elaboradas e afinadas com a linha editorial do telejornal, mas também uma proposta de crítica velada às ações governamentais. Embora a política não esteja explicitamente citada nestes editoriais, eles são em si mesmo política, e revelam elementos significativos, como a proposta do Jornal Nacional estar à frente das decisões governamentais – usar a máscara antes de ser obrigatório – mas também de ser sensível as necessidades e emoções dos brasileiros que atuam no combate a pandemia.

Embora se detenham em aspectos específicos, o sentido dos textos está na exploração de que o Jornal Nacional *trabalha* para o povo brasileiro – para o Brasil – e por consequência deve denunciar as falhas – inclusive aquelas que surgem em função da omissão, e faz isso mostrando aqueles que (como o próprio *jornalismo profissional*) se destacam em função das ações pelo bem comum. A partir do material exibido evidencia-se que o JN atua a partir de uma dupla articulação: uma ação política velada; mas nem por isso menos impactante; e se consolida como fonte genuinamente confiável em um cenário em que a parte significativa da sociedade brasileira se deixou seduzir pelas notícias falsas.

Embora esses elementos estejam sendo analisados a partir dos editoriais é importante ressaltar que o acompanhamento mais amplo aponta que elas se expandem para todo o telejornal, com o destaque das empresas que fazem doação e daqueles que conseguiram se curar da doença, mas também com inclusões sobre o esforço da pesquisa e dos pesquisadores nacionais. A fazer isso o jornalismo cria pontes que o igualam em importância para o sucesso deste esforço e consequentemente agrega valor a própria atividade jornalística, mas, sobretudo, ao próprio Jornal Nacional.

O Jornal Nacional, que aliás, é colocado no último editorial como a própria nação brasileira – está emocionado e indignado, remete a si mesmo não apenas como o que mostra os fatos, é a consciência que vigia e vinga, pois ao apontar ações e dados (em matérias que ficam disponíveis no portal da empresa, e podem ser revistas a qualquer momento, como ela própria anuncia) cria ela mesma as condições para a vingança, uma vez que a *História atribui glória, e atribui desonra, e história é para sempre*.

Referências

CARVALHO, E. et al. **Anos 70: televisão**. Rio de Janeiro: Europa Gráfica e Editora, 1980.

GOMES, Wilson. **Esfera pública política e media. Com Habermas, contra Habermas**. Texto apresentado na COMPÓS- Rio Grande do Sul, 1997.

HELD, David. **Modelos de Democracia**. Belo Horizonte: Ed. Paidéia, 1987.

Isto é. Brasil. Bolsonaro nomeia subordinado de Ramagem para PF. Ansa. 04/05/20 - 10h32. SÃO PAULO, 04 MAI (ANSA) – O presidente Jair Bolsonaro nomeou o delegado Rolando Alexandre de Souza como novo diretor-geral da Polícia Federal nesta segunda-feira (4). Disponível em <https://istoe.com.br/bolsonaro-nomeia-subordinado-de-ramagem-para-pf/>

JEFF, Benício. Blog Sala de TV. Portal Terra. 22/03/20 Disponível:
<https://www.terra.com.br/diversao/tv/blog-sala-de-tv/adeus-boicote-jn-dispara-no-ibope-com-covid-19-e-panelacos,2414606d12007ba541ca880cb111902783yvwbdu.html> Acesso: 27/07/2020

Jornal Nacional. 20 junho 2020 - JN e o sentido de Nação: editorial dos 50 mil mortos. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8641318/> Acesso em 27/07/2020

Jornal Nacional. 5 de maio de 2020 - JN adota a máscara para repórteres no vídeo Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=767-2UGu6Uo>. Acesso em 27/07/2020.

Jornal Nacional. 11 maio 2020 – JN lança o quadro Aqui Dentro: abre espaço para as depoimentos de profissionais de saúde que contam seu dia a dia, desafios. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/playlist/aqui-dentro-profissionais-da-saude-contam-o-que-estao-vendo-fazendo-e-sentindo.ghtml>. Acesso em 27/07/2020;

LIMA, Venício A de. **Mídia. Teoria e Política**. São Paulo: Editora Perseu Abrano, 2001.

MACHADO, Arlindo. Os anos de Chumbo. Mídia, poética e ideologia no período de resistência ao autoritarismo militar (1968-1985). Porto Alegre: Sulina, 2006.

MARCONDES FILHO, C. **Política e Imaginário - nos meios de comunicação para massas no Brasil**. São Paulo: Summus, 1985.

MARQUES DE MELO, J. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3ª ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MARQUES DE MELO, J. & ASSIS, F. (2016). **Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório**. *Intercom*, v.39, n.1, p.39-56, jan./abr. 2016.

MATTOS, Sérgio. **A Televisão no Brasil: 50 anos de história (1950-2000)**. Salvador: Ed. PAS, 2000.

Memória Globo. Proconsult. Disponível em <https://memoriaglobo.globo.com/acusacoes-falsas/proconsult/>

ORESQUES, Naomi. CONROY, Erik. M. **Les marchands de doute**. Paris: Bloomsbury Press. Éditions Le Pommier, 2012.

PADIGLIONE, Cristina. Audiência do telejornalismo explode durante crise do coronavírus. 19/03/2020. Folha de São Paulo. Disponível: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/03/audiencia-de-telejornalismo-explode-durante-crise-do-novo-coronavirus.shtml> Acesso: 27/07/2020

REZENDE, Guilherme. **Perfil Editorial do Telejornalismo Brasileiro**. São Bernardo do Campo: UMESP, 1997. (Tese/Doutorado).

SOUZA FILHO, W. O jornalismo na Televisão. In MATTOS, Sérgio. **Televisão e Cultura no Brasil e na Alemanha**. Salvador: ICBA, 1997.

TEMER, A. C. R. P. **Notícias & serviços nos telejornais da Rede Globo**. Teses (Doutorado em Comunicação). UMESP-Universidade Metodista de São Paulo. 2002.