



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

## SUBJETIVAÇÃO COMO ESTRATÉGIA DO TELEJORNALISMO NA DEFESA DA CIÊNCIA

*Subjectivation as a television journalism strategy in the defense of science*

*La subjetivación como estrategia del teleperiodismo en defensa de la ciencia*

**Beatriz Becker**

Professora Emérita da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ (ECO/PPGCOM-UFRJ)

*beatrizbecker@uol.com.br*

**Cláudia Thomé**

Professora associada da Facom/UFJF e docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF

*cthomereis@gmail.com*

### Resumo

A cobertura da pandemia da Covid-19 reafirmou a centralidade dos telejornais como fontes de informação credíveis ancoradas na ciência no combate à desinformação no Brasil, em um contexto de forte polarização política. A partir de um mapeamento das pesquisas em telejornalismo realizadas nos últimos dez anos, da Análise Televisual de duas edições de noticiários televisivos exibidos em horário nobre e de entrevistas com jornalistas, este trabalho revela que a subjetivação das narrativas telejornalísticas se constituiu como recurso discursivo relevante para intensificar os vínculos com as audiências, rechaçar a negação da ciência e reafirmar a relevância do jornalismo para a democracia no país.

**Palavras-chave:** Telejornalismo; Desinformação; Subjetivação.

### Abstract

The coverage of the Covid-19 pandemic reaffirmed the centrality of television news as credible sources of information anchored in science in the fight against disinformation in Brazil, in a context of strong political polarization. Based on a mapping of television journalism research conducted in the last ten years, the Televisual Analysis of two prime time TV news editions and interviews with journalists, this work reveals that the subjectivation of television narratives constituted as a relevant discursive resource to intensify links with audiences, reject the denial of science and reaffirm the relevance of journalism to democracy in the country.

**Keywords:** Television Journalism; Disinformation; Subjectivation



## Resumen

La cobertura de la pandemia de Covid-19 reafirmó la centralidad de las noticias televisivas como fuentes creíbles de información ancladas en la ciencia en la lucha contra la desinformación en Brasil, en un contexto de fuerte polarización política. A partir de un mapeo de la investigación periodística televisiva realizada en los últimos diez años, el Análisis Televisiva de dos ediciones de noticieros de televisión emitidas en horario estelar y de entrevistas con periodistas, este trabajo revela que la subjetivación de las narrativas teleperiodísticas constituyó un recurso discursivo relevante para intensificar los vínculos con las audiencias, rechazar la negación de la ciencia y reafirmar la relevancia del periodismo para la democracia en el país.

**Palabras clave:** Teleperiodismo; Desinformación; Subjetivación

## 1.INTRODUÇÃO

O desenvolvimento e as apropriações de tecnologias digitais (TICs) têm fomentado o reforço da economia neoliberal e favorecido a vigilância, a polarização política e a ampliação do poder de grandes organizações de mídia. Tal fenômeno está atrelado a uma crise na confiança das instituições democráticas, à negação da ciência, à cultura do ódio, às manifestações racistas, homofóbicas, misóginas e ao autoritarismo (RÊGO; BARBOSA, 2020). A acelerada disseminação de *fake news* tem desestabilizado as sociedades democráticas, favorecido os regimes de extrema-direita e desafiado o jornalismo como tradutor da realidade social e fonte de informações credíveis ancoradas na ciência no combate à desinformação.

As empresas de mídia tradicionais ainda controlam a produção de conteúdo das notícias, mas as grandes plataformas dominam os canais por meio dos quais as pessoas acessam as informações (NIELSEN; GANTER, 2022). A oferta e o uso de serviços de *streaming* e os conteúdos noticiosos em áudio e vídeo que circulam na internet, consumidos em ritmo acelerado em diferentes dispositivos, afetam os sistemas de transmissão de informações *broadcast*. Os relatos jornalísticos perdem relevância na construção da verdade dos fatos na atualidade, mas as *fake news* deflagram, contraditoriamente, a relevância do bom jornalismo (BECKER; GÓES, 2020).

A dificuldade de acesso aos dados oficiais do Ministério da Saúde sobre números de contágio e de óbitos resultantes da disseminação do coronavírus gerou a formação de um consórcio de imprensa por parte dos principais veículos jornalísticos do país, *GI, O Globo, Extra, O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo* e *UOL*, para prestação de um serviço de

informação confiável à população brasileira sobre a pandemia da Covid-19.<sup>1</sup> Assim, a imprensa passou a construir narrativas sobre o cotidiano pandêmico, a partir de dados fornecidos pelas próprias empresas jornalísticas em busca da informação certificada. Em meio a uma crise política marcada por polarização e negacionismo, a imprensa brasileira foi alvo de sucessivos ataques em 2020, considerado o ano mais violento para os jornalistas desde 1990, de acordo com o relatório *Violência Contra Jornalistas e Liberdade de Imprensa no Brasil*, da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj)<sup>2</sup>.

Na contramão do consumo disperso de conteúdos noticiosos nas redes, o protagonismo dos telejornais como principal fonte de informação para a população brasileira foi resgatado na cobertura da pandemia neste mesmo ano, quando televisão brasileira completou 70 anos, alcançou 96,5% da população<sup>3</sup> (204,3 milhões de brasileiros) e os noticiários ocuparam o segundo lugar no *ranking* de produtos audiovisuais que mais motivaram conversas nas redes sociais<sup>4</sup>, depois dos *reality shows*. Grande parte dos noticiários televisivos procurou oferecer à população brasileira informações baseadas na ciência, combateu as *fake news*, o negacionismo e a falta de dados disponibilizados pelo governo Bolsonaro sobre contágio e morte em 2020 e 2021 (BECKER, 2021).

O telejornalismo exerceu papel importante no combate à desinformação e no primeiro ano do isolamento social, reafirmou seu lugar de referência e de segurança (VIZEU; CORREIA, 2008). Os telejornais operaram como “janelas para a atualidade, fazendo a conexão com o tempo presente” (THOMÉ; REIS, 2020, p. 321), de modo semelhante ao jornalismo da televisão *broadcast*. A subjetivação e a humanização das narrativas telejornalísticas se constituíram como recurso estratégico para intensificar os vínculos com as audiências, rechaçar a negação da ciência, garantir a confiabilidade dos telejornais e reafirmar a relevância do jornalismo para a democracia no país. Desvelamos nesse trabalho a maneira como o jornalismo

---

<sup>1</sup> Tal iniciativa chegou a ser considerada inédita, devido à velocidade com que os jornais se organizaram e reagiram à falta de divulgação de dados do Ministério da Saúde sobre a Covid-19. Entretanto, carrega experiências anteriores de união de veículos de imprensa no Brasil, como a do Projeto Comprova. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/06/08/veiculos-de-comunicacao-formam-parceria-para-dar-transparencia-a-dados-de-covid-19.ghtm>; <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2021/12/01/consorcio-de-veiculos-de-imprensa-ganha-premio-da-associacao-nacional-de-jornais.ghtml>; <https://projecomprova.com.br/>. Acesso em: 05 mar. 2022.

<sup>2</sup> Cf.: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/01/26/ano-de-2020-tem-recorde-de-ataques-a-liberdade-de-imprensa-desde-inicio-da-serie-na-decada-de-1990-diz-fenaj.ghtml>; <https://fenaj.org.br/relatorios-de-violencia-contra-jornalistas-e-liberdade-de-imprensa-no-brasil/>. Acesso em: 15 jan. 2022.

<sup>3</sup> Inside Video – A (re)descoberta – estudo da Kantar - <https://www.kantaribopemedia.com/estudos-type/inside-video/>. Acesso em: 10 jan. 2022.

<sup>4</sup> Cf.: <https://player.r7.com/video/i/605b9d45416eb9ef9200032e;> <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/audiencias/bbb-22-causa-discordia-ate-com-jornal-da-globo-que-amarga-recorde-negativo-75324>. Acesso em: 15 jan. 2022.

televisivo buscou se reinventar e lutar contra as informações falsas, alinhados com a ciência, em um cenário de intensas reconfigurações da produção e do consumo de notícias, mediante a adoção de estratégias discursivas que exploram a subjetividade, a emoção e o testemunho. Para alcançar tal objetivo mapeamos as pesquisas sobre telejornalismo no país nos últimos dez anos, realizamos a Análise Televisual (BECKER, 2012; 2016) de duas edições de telejornais veiculados em horário nobre no país e entrevistas com jornalistas brasileiros.

## **2 MAPEAMENTO DA PRODUÇÃO ACADÊMICA SOBRE TELEJORNALISMO DE 2010-2020**

Interessadas em aprofundar reflexões sobre transformações do jornalismo audiovisual nas duas primeiras décadas do Século XXI e dos modos dos telejornais narrarem a experiência social e interagirem com os espectadores, buscamos identificar, primeiramente, o número de trabalhos produzidos nos Programas de Pós-Graduação e nos principais congressos do país sobre telejornalismo. Em seguida, observamos as temáticas privilegiadas nas pesquisas e, posteriormente, concentramos o nosso olhar nos estudos sobre audiências. Neste percurso, aplicamos o método utilizado em trabalhos anteriores que viabilizou o apontamento de resultados significativos sobre as pesquisas em telejornalismo (BECKER, 2015; 2019), realizado a partir da busca de cinco fontes distintas de acesso à produção científica da área da Comunicação e do campo do jornalismo no Brasil: o banco de teses e dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior- Capes (<https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#/>), os acervos de 12 periódicos científicos qualificados como A1 e A2 no último Qualis Capes divulgado (<https://gpsc.wordpress.com/2019/11/07/lista-atualizada-de-revistas-cientificas-na-area-da-comunicacao-com-qualis/>) e os anais de três dos principais congressos nacionais: o da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - Compós ([https://www.compos.org.br/anais\\_encontros.php](https://www.compos.org.br/anais_encontros.php)), focalizando o GT Estudos de Jornalismo; o da Associação Nacional de Pesquisadores em Jornalismo - SBPJor (<http://sbpjour.org.br/sbpjour/anais-sbpjour/>) e o da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom, com foco no GP Telejornalismo (<https://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/apresentacao>).

Foram selecionados todos os trabalhos que indicam o termo *telejornalismo* nas palavras-chave e catalogados os resumos e o conjunto de palavras-chave empregados em cada um deles. A sistematização foi consolidada de maio de 2021 a janeiro de 2022. No período

observado, foram encontrados 699 trabalhos: 174 dissertações de Mestrado e 37 teses de Doutorado indexadas no catálogo da Capes, utilizando como filtros a grande área de conhecimento “Ciências Sociais Aplicadas” e a área de conhecimento “Comunicação”; 30 nas revistas Qualis A1 e A2; 7 no GT Estudos de Jornalismo da Compós; 290 no Intercom (GP Telejornalismo) e 161 na SBPJor (48 em comunicações livres e 113 em mesas coordenadas da Rede de Pesquisadores em Telejornalismo - Telejor).

A leitura de todos os resumos e a observação das palavras-chave dos trabalhos mapeados permitiu identificar que, nos primeiros anos de 2010, a digitalização da TV ainda era uma novidade. As identidades nacionais e locais construídas e projetadas nas telas foram questões que geraram reflexões relevantes nas pesquisas nesse período, bem como a função pública do telejornal na produção de conhecimento e na promoção da cidadania. No final da primeira década do Século XXI, as narrativas jornalísticas audiovisuais passaram por um processo de hibridização mediado pelo desenvolvimento e uso de tecnologias digitais e passaram a sofrer influências mútuas. Tais práticas foram nomeadas por Becker (2009) de jornalismo audiovisual.

A partir de 2014, observamos produções acadêmicas que refletiram sobre a cobertura do Movimento Passe Livre (MPL), as manifestações de junho de 2013 contra o aumento de passagem no Rio de Janeiro, São Paulo e em outras capitais do país, pela mídia *mainstream* e pelo grupo Narrativas Independentes Jornalismo e Ação - Mídia Ninja. Foram evidenciados o poder de mobilização pela rede social e novas formas de produção e consumo de conteúdo noticiosos mediante a veiculação de registros de acontecimentos em tempo real na Internet em *streaming* (THOMÉ, 2013; BECKER, 2014). Na segunda metade desta década, as produções colaborativas e o uso de aplicativos e dispositivos na produção dos telejornais e no estreitamento da relação com o público foram tomadas como objeto de estudo. As reconfigurações do jornalismo digital derivadas da digitalização dos meios foram identificadas com maior recorrência. Uma acentuada “hibridização de gêneros discursivos, dispositivos, plataformas e telas na produção de notícias” (BECKER, 2021, p. 6) e a exploração da subjetivação e da humanização das notícias foram verificadas na passagem para a terceira década do Século XXI.

O mapeamento realizado dos estudos de telejornalismo no Brasil de 2010 a 2020 permitiu aferirmos que foram privilegiadas nesses trabalhos 12 temáticas principais, que podem ser observadas na Tabela 1.

Tabela 1 – Principais temáticas dos estudos em telejornalismo de 2010 a 2020

TEMÁTICA	PERCENTUAL
1. Análise de programas e coberturas jornalísticas televisivas	18,17%
2. Audiências e interações entre produção e recepção	17,31%
3. Inclusão social, cidadania e direitos humanos	8,30%
4. Inovação e evolução tecnológica	8,01%
5. Metodologias de pesquisa e ensino	7,44%
6. Convergência midiática	4,72%
7. Identidades e representações	3,72%
8. Rotinas produtivas	3,72%
9. Reconfigurações do telejornalismo na Pandemia	3,29%
10. Memória e historicidade	3,15%
11. Telejornalismo público	1,86%
12. Telejornalismo esportivo	1,57%

Fonte: Elaborada pelas autoras, a partir do mapeamento temático realizado na pesquisa

De acordo com a proposta desta investigação, concentramos nosso olhar nos estudos de telejornalismo sobre audiências e a participação mais ativa do público na produção dos telejornais, correspondentes a 121 dos 699 trabalhos mapeados, os quais representam 17,31% da produção acadêmica observada. Tais estudos aparecem nas pesquisas em telejornalismo durante toda a primeira década do Século XXI, após a introdução da TV digital no país, em dezembro de 2007 e, com maior frequência a partir de 2015, em decorrência do contínuo desenvolvimento e uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). Parte expressiva dos trabalhos reflete sobre estratégias adotadas pelos telejornais para se aproximarem de espectadores e usuários conectados e que consomem conteúdos de forma complementar em diferentes suportes e plataformas no ambiente convergente. As pesquisas mapeadas destacaram o uso de imagens geradas por câmeras de segurança e vigilância nos noticiários, a produção colaborativa e o envio de vídeos amadores por smartphones e sinalizaram que esta prática não garantia simetria entre produtores e consumidores e protagonismo do público na elaboração de conteúdos e formatos noticiosos mais diversos.

Identificamos também um esforço dos pesquisadores em elaborar metodologias que viabilizassem o estudo específico das interações dos noticiários televisivos com as audiências e de postagens do público nas redes propagadas. E observamos trabalhos que articularam as estratégias de aproximação das audiências com a inserção de pautas relacionadas a questões sensíveis e controversas para a sociedade brasileira, destacando a importância dos noticiários televisivos na promoção de uma agenda pública mais equitativa. De acordo com o mapeamento, a inclusão social, a cidadania e os direitos humanos passaram a se configurar como questões relevantes nas pesquisas em telejornalismo no país em estudos que refletem, por exemplo, sobre

a representação de pessoas com deficiência visual e a acessibilidade nos meios, e os modos como a violência contra as mulheres é noticiada.

Verificamos ainda que somente 10 dos 699 estudos focalizaram o testemunho, a emoção e a subjetividade como recursos narrativos utilizados para estabelecer e reafirmar os vínculos das emissoras com as audiências. A leitura crítica desses trabalhos apontou uma tendência de humanização dos relatos telejornalísticos, sobretudo, durante a pandemia da Covid-19. A exploração da subjetivação nas narrativas telejornalísticas brasileiras, intensificada naquele momento, e a valorização das experiências pessoais dos jornalistas e da voz autoral agregaram credibilidade e empatia às narrativas do jornalismo televisivo, evidenciando uma aproximação da linguagem do telejornal com a das mídias sociais. O uso da primeira pessoa, o testemunho de apresentadores e repórteres, as enunciações mais informais e a emoção têm se tornado cada vez mais presentes em telejornais de diferentes emissoras brasileiras em coberturas jornalísticas de acontecimentos de grande repercussão.

A criação de vínculos emocionais com os noticiários não começou na pandemia (BECKER; GÓES, 2020), mas se tornou mais recorrente no Brasil diante do negacionismo do governo federal, dos ataques do presidente Bolsonaro e de seus apoiadores às instituições democráticas, à imprensa e à ciência, e do crescente número de óbitos pela Covid-19, que ultrapassou a trágica marca de 600 mil mortes no país a partir do dia 8 de outubro de 2021<sup>5</sup>. Assim, desafiados pelo contexto político polarizado, pelas mudanças nos hábitos de consumo de mídias e pelo serviço de *streaming* no Brasil, a televisão e o telejornalismo investiram em novas formas narrativas da experiência cotidiana para se aproximarem das audiências, permeadas pela subjetivação. Com o intuito de contribuir para o aprofundamento dos debates sobre a exploração do testemunho, da emoção e da subjetividade nas enunciações dos telejornais, realizamos a Análise Televisual (BECKER, 2012; 2016) de duas edições de noticiários televisivos veiculados no horário nobre e entrevistas com jornalistas brasileiros, como destacamos em seguida.

### 3 SUBJETIVAÇÃO E HUMANIZAÇÃO DA NARRATIVA TELEJORNALÍSTICA

Em 10 de junho de 2021, o *Jornal Nacional (JN)*, da Rede Globo, telejornal líder de audiência no país, veiculado de segunda-feira a sábado às 20h30, lançou a campanha “Fatos e

<sup>5</sup> Cf.: <https://g1.globo.com/saude/coronavirus/noticia/2021/10/08/brasil-atinge-600-mil-mortes-por-covid-com-pandemia-em-desaceleracao.ghtml>. Acesso em: 22 fev. 2022.

pessoas”<sup>6</sup>, um conjunto de produtos audiovisuais de curta duração veiculados nos intervalos da programação da emissora e nas mídias sociais que levaram ao público trocas de mensagens em áudio dos jornalistas com seus familiares, manifestando sentimentos de saudades e de medo frente ao Covid-19. A intenção, anunciada pela emissora, era mostrar que o “jornalismo é feito por gente de verdade”<sup>7</sup> e a campanha foi uma evidente estratégia de aproximação com a audiência.

O noticiário do horário nobre da Rede Globo também abriu espaço para apresentar os jornalistas como pessoas para quem a família e os seus próprios sentimentos importam, com o intuito de desmistificar a profissão e aproximá-los de cidadãos anônimos<sup>8</sup>. O *JN* evidenciou a emoção e o testemunho dos profissionais em situações emblemáticas. Exemplos são os relatos sobre as suas próprias experiências de tomar a primeira dose da vacina contra a Covid-19<sup>9</sup>, a matéria e a nota de repúdio à homofobia<sup>10</sup>, e a reportagem em que o jornalismo é assumido como missão<sup>11</sup> e na defesa da ciência<sup>12</sup>. A subjetivação e a humanização das narrativas dos noticiários foram utilizadas, sobretudo, para defender questões relacionadas à saúde pública e aos direitos dos cidadãos (THOMÉ, 2021).

Com o intuito de exemplificar como está sendo inserida a emoção no noticiário *hard news*, utilizamos a metodologia da Análise Televisual-AT (BECKER, 2012; 2016) na análise de duas edições veiculadas em junho de 2021: uma do *Jornal Nacional* e outra do *Jornal da Band*, da Rede Bandeirantes, que também é veiculado em horário nobre na TV aberta, de segunda-feira a sábado às 19h20. O percurso metodológico da AT (BECKER, 2012; 2016) é constituído por três etapas de análise: a contextualização/descrição do objeto de estudo, a análise quantitativa e qualitativa, e a interpretação dos resultados alcançados. No estudo quantitativo são aplicadas seis categorias: Estrutura do texto; Temática; Enunciadores; Visualidade; Som; e Edição<sup>13</sup>. O estudo qualitativo é norteado por três princípios de enunciação: Fragmentação, Dramatização e Definição de Identidades e Valores. Tais edições foram

<sup>6</sup> Cf.: <https://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/campanha-mostra-que-a-busca-pela-verdade-e-feita-por-gente-de-verdade.ghtml>. Acesso em: 01 ago. 2021.

<sup>7</sup> Cf.: <https://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/campanha-mostra-que-a-busca-pela-verdade-e-feita-por-gente-de-verdade.ghtml>. Acesso em: 01 ago. 2021.

<sup>8</sup> Cf.: <https://globoplay.globo.com/v/9593265/?s=0s>. Acesso em: 05 ago. 2021.

<sup>9</sup> Cf.: <https://globoplay.globo.com/v/9623785/?s=0s>. Acesso em: 05 ago. 2021.

<sup>10</sup> Cf.: <https://globoplay.globo.com/jornal-nacional/p/819/data/17-06-2021/> Acesso em: 05 ago. 2021.

<sup>11</sup> Cf.: <https://globoplay.globo.com/v/8763611/> Acesso em: 05 ago. 2021.

<sup>12</sup> Cf.: <https://globoplay.globo.com/v/9619882/>. Acesso em: 05 ago. 2021.

<sup>13</sup> Tais categorias e princípios auxiliam a leitura crítica da complexidade do texto audiovisual e do contexto em que este é produzido. No estudo quantitativo de conteúdos noticiosos publicados na internet são aplicadas cinco categorias: *Estrutura do texto*; *Temática*; *Enunciadores*; *Edição e Multimídia*, reunindo as categorias *Som e Visualidade* (BECKER, 2012; 2016).

escolhidas porque evidenciam dois momentos emblemáticos de subjetivação no telejornalismo brasileiro. A edição do *Jornal Nacional* do dia 29 de junho de 2021 foi acessada no Globoplay, plataforma de *streaming* das Organizações Globo<sup>14</sup>. A edição do dia 24 de junho de 2021 do *Jornal da Band* foi visualizada no canal do *Youtube* da emissora<sup>15</sup>. Apresentamos em seguida uma síntese dos principais resultados desse estudo.

Naquele momento, a vacinação se tornou pauta prioritária no telejornalismo brasileiro. Em telejornais de diferentes emissoras, repórteres entraram ao vivo no momento em que eram vacinados. O alívio por ter sobrevivido deu o tom do editorial do principal noticiário do país no mês em que o Brasil atingiu a marca de meio milhão de mortos pela Covid-19. Âncoras e editores também deram a notícia da sua própria imunização no *Jornal Nacional*, revelando o sentimento de alegria e de gratidão. A edição analisada, de 29 de junho de 2021, teve 51 minutos e 14 segundos de duração, e trouxe noticiário sobre a crise política e sanitária no país, que ocupou 18 minutos do tempo total, com foco nas denúncias de corrupção na compra de vacinas, investigadas pela Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) do Senado Federal.

O *JN* trouxe notícias de política, economia, esportes e, no último bloco, o quadro com os números da Covid-19 no país, apresentado pelo jornalista Alan Severiano, com dados do consórcio de veículos de imprensa. Ao informar os números de vacinados, o jornalista noticiou sua primeira dose: “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”<sup>16</sup>. A experiência do jornalista na forma de testemunho foi noticiada em 50 segundos, quase um terço do tempo total do quadro, que durou 3’09”: “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”, completou.

O testemunho do jornalista no último bloco constituiu a mensagem final da edição, que trouxe denúncias de corrupção na compra das vacinas e crítica ao presidente da República por estimular o não uso da máscara de proteção contra o coronavírus. Alan lembrou a dor pelas “muitas mortes que poderiam ter sido evitadas”, mas disse que a vacinação 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 faria. A edição seguiu com uma reportagem sobre brasileiros que ainda não haviam retornado aos postos de saúde para tomarem

<sup>14</sup> Cf.: <https://globoplay.globo.com/jornal-nacional/t/MyCrVrr6gW/data/29-06-2021/>. Acesso em: 12 jul. 2021.

<sup>15</sup> Cf.: <https://youtu.be/p856HTVtB0E>. Acesso em: 20 dez. 2021.

<sup>16</sup> Cf.: <https://globoplay.globo.com/v/9646320/>. Acesso em: 12 jul. 2021.

a segunda dose. E terminou com entrada ao vivo sobre investigação de outra denúncia de corrupção na compra de vacinas no país. A análise da edição do *JN* evidencia a estratégia narrativa de inserir vivência pessoal, emoção e testemunho na cobertura da vacinação, como ingredientes de uma receita para gerar identificação do público e empatia.

A edição do dia 24 do *Jornal da Band* ganhou repercussão nas redes sociais ao noticiar o desabamento de parte de um prédio de 12 andares, em Miami, durante a madrugada. A tragédia fez parte do noticiário *hard news* daquele dia, mas ganhou ainda mais destaque no *Jornal da Band* por uma particularidade: o pai de uma das âncoras do telejornal estava entre os sobreviventes. A edição analisada teve 1h16 de duração, seis blocos, 36 unidades informativas, se considerarmos entradas ao vivo, comentários, VTs, notas secas, notas cobertas e previsão do tempo, e foi iniciada com uma escalada de 1'45", na qual foram anunciadas dez matérias. A tragédia de Miami abriu a edição, com um *teaser* do correspondente e outro do brasileiro Bruno Treptow, pai da âncora Joana Treptow, morador do prédio há quase 20 anos.

Ações policiais relatadas em 11 reportagens, como roubo de cargas, briga no trânsito e golpes de gangues em área urbana, a situação econômica no Brasil e no mundo e a pandemia da Covid-19 e a vacinação contra o coronavírus, destacadas em 6 e 3 matérias, respectivamente, foram as principais temáticas abordadas de maneira fragmentada em diferentes unidades informativas sem conexão entre os assuntos. Mas o destaque da edição, com chamada na escalada e nos *breaks*, e retorno no bloco seguinte, foi a queda do prédio em Miami, reunindo notícias sobre buscas de 99 desaparecidos, em entradas ao vivo e no VT do correspondente Eduardo Barão, e a participação do pai da apresentadora como personagem que sobreviveu à tragédia no VT do repórter, no estúdio ao vivo e no vídeo de 56 segundos que ele havia enviado à filha, com imagens do desabamento, antes de ele ser salvo. Tal notícia internacional, permeada pela emoção e veiculada em diferentes formatos audiovisuais, ocupou 18% do tempo total da edição, distribuídos em dois blocos.

A cobertura do *Jornal da Band* da queda do edifício em Miami contou com depoimento da âncora Joana Treptow, no estúdio, ao lado do jornalista Rodolfo Schneider, diretor de Jornalismo da emissora e também âncora do telejornal: “Eu fiquei em choque. No primeiro momento eu não conseguia entender o que estava acontecendo. [...] Ele tentou me ligar às três da manhã e eu não acordei. Ele teria me ligado para se despedir, achou que fosse morrer”, contou a apresentadora. No depoimento, ao vivo, no telão do estúdio, o sobrevivente da tragédia dialogou com a filha, chorou, disse o que sentiu e deu detalhes sobre o desmoronamento, mesclando emoção e informação. Joana também se emocionou, agradeceu ao pai pela

participação no telejornal e terminou dizendo que ele é seu herói. A cobertura destacou, ao vivo, a interação entre pai e filha permeada pela emoção, teve repercussão na *web* e foi uma decisão editorial. A jornalista se deslocou da função de narradora e passou a ser também personagem do fato noticiado.

A partir da Análise Televisual (BECKER, 2012) das duas edições de telejornais nacionais de horário nobre aqui sistematizadas, buscamos entender se e como os jornalistas brasileiros têm percebido o fenômeno da subjetivação e da humanização nos modos dos telejornais narrarem o Brasil e o mundo.

#### 4 VOZES DE JORNALISTAS

As entrevistas foram feitas em questionário elaborado via Formulário Google, enviado com garantia de anonimato para 20 profissionais que atuam em emissoras de televisão brasileiras, como produtores, editores, apresentadores e repórteres. As respostas foram enviadas entre os dias 22 de novembro de 2021 e 08 de fevereiro de 2022<sup>17</sup> e os principais depoimentos são aqui transcritos. Os profissionais entrevistados são identificados no texto como jornalista 1, jornalista 2, jornalista 3, jornalista 4, jornalista 5, jornalista 6, jornalista 7 e jornalista 8.

Todos os respondentes consideram que há uma mudança na forma do jornalista narrar os fatos na atualidade. A maioria dos jornalistas, 85%, identifica a inserção de elementos de subjetivação no telejornalismo e 15% avaliam que o uso da primeira pessoa e a emoção ocorrem em casos isolados na cobertura televisiva. De acordo com o jornalista 1 (2021), tornou-se ainda mais importante mostrar sensibilidade na cobertura da pandemia para gerar empatia e ajudar a conscientizar a população sobre a importância da vacina:

Na emissora em que trabalho, mostramos mais de uma vez repórteres se vacinando ao vivo, o que também incentiva de algum modo as pessoas a se imunizarem. O papel do jornalista, ali, foi além do "informar". Ele expõe o seu cotidiano, sua vida, mostra que a figura da TV também é feita de carne e osso, assim como quem está do outro lado, o telespectador (Jornalista 1, 2021).

A jornalista 2 ressaltou que a subjetivação das enunciações aproxima o jornalista do público, tanto por meio da linguagem utilizada quanto da forma como o repórter se posiciona em relação à notícia no seu relato:

---

<sup>17</sup> A maioria dos entrevistados (80%) começou a atuar no telejornalismo já em um contexto de convergência midiática e de digitalização dos meios (5% a menos de cinco anos, 35% de 5 a 10 anos, e 40% de 10 a 15 anos). Os demais começaram no telejornalismo há mais tempo (10% têm de 15 a 20 anos de profissão, e os outros 10%, mais de 20 anos).

O jornalista precisa estar mais próximo de quem assiste, pra isso a linguagem precisa ser simples e muitas vezes o profissional se coloca no contexto da própria reportagem. Não de forma optativa, mas narrando suas vivências e experiências sobre aquele assunto abordado (Jornalista 2, 2021).

A vivência dos jornalistas tornou-se elemento potencial para gerar empatia e credibilidade, inaugurando novas anatomias narrativas (THOMÉ; PICCININ; REIS, 2020) no telejornalismo, pois “ter vivido tal experiência credencia o narrador – seja ele testemunha, sobrevivente ou vítima – como autoridade no que diz” (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2020, p. 11). De fato, a subjetividade explicitada na notícia e a vivência do jornalista configuram um “ritual estratégico da emocionalidade” (HUAN, 2017), em que o testemunho valida o relato. A acentuada incorporação de subjetividades nos relatos jornalísticos na contemporaneidade é operada como um recurso que comprova a veracidade do relato, realçando que as narrativas são produzidas por seres humanos, com suas fragilidades e potencialidades (PICCININ; SIGORIA, 2016)

A busca de maior aproximação das audiências também resulta da intenção de criar uma forma mais dialógica de interação com o público, semelhante às conversações nas redes e plataformas sociais, e de disputar a sua atenção no ambiente convergente:

O tom coloquial se tornou ainda mais coloquial e próximo do telespectador, frente à concorrência com a internet. Não basta falar palavras mais coloquiais, é preciso ouvir e entender como o telespectador está recebendo, quais as demandas, e falar na sua língua, do seu modo. É uma via de mão dupla que não existia. E dentro dessa narrativa diferente, o uso de recursos nas matérias que facilitem o entendimento também se tornou recorrente (Jornalista 3, 2021).

A linguagem mais informal e a vivência como garantia de autenticidade, próprias dos canais do Youtube, ainda funcionam como uma espécie de atualização na forma de se comunicar e de se conectar, sobretudo com as novas gerações, pois o tratamento dos conteúdos e formatos noticiosos também tem sido trabalhado para atrair as audiências juvenis. “A gente precisa chegar a essas pessoas mais jovens”, justifica a jornalista 4 (2022).

Do total de entrevistados, 90% consideraram que a subjetivação e a humanização do jornalismo televisivo na atualidade valorizam o jornalismo e o seu papel social. Mas houve ponderações entre os profissionais de que a emoção e o testemunho dos próprios jornalistas devem ser inseridos nos relatos e nas rotinas produtivas com critério e bom senso, como destacam os jornalistas 5 e 6:

Essa maior participação dos jornalistas, com uma forma mais subjetiva de contar, deve ser natural. Emitir uma opinião deve ser com bastante cautela. E nem sempre cabe. Não é uma política da empresa ser opinativa em todos os assuntos (Jornalista 5, 2021).

Acho que humaniza a informação e pode acontecer desde que a mesma seja passada com bom senso, sem a espetacularização do repórter ou da notícia. Isso aproxima o telespectador e mostra que os profissionais “do lado de cá” também são feitos de carne e osso. O ponto fundamental é que a subjetivação não deve acontecer constantemente ou intencionada. O profissionalismo nunca pode ser deixado de lado (Jornalista 6, 2021).

Os noticiários também passaram a investir na defesa dos direitos humanos, seguindo a linha editorial do humanismo solidário (BECKER, 2020), e os respondentes reforçaram a necessidade de uma representatividade mais diversa dos atores sociais que compõem as enunciações dos telejornais: “Durante uma reportagem sobre a falta de representatividade feminina na política municipal usei o exemplo no texto de que ‘nós mulheres negras nunca tivemos uma representante assentada nas cadeiras do legislativo’” (Jornalista 7, 2021).

De tal modo, verificamos que o uso da primeira pessoa do discurso e o posicionamento dos jornalistas em determinadas coberturas são recursos estratégicos utilizados pelos profissionais para conferirem autenticidade ao seu relato e promoverem maior interação com o público.

A recomendação que recebemos foi para deixar o mais transparente possível a apuração, como tudo foi feito, por uma necessidade mesmo, em função das *fake news*. E, mesmo assim, há quem crie suas próprias verdades, em uma bolha, e opte por não acreditar. O jornalismo precisou assumir esse compromisso, de levar informação de forma muito transparente (Jornalista 8, 2021).

Assim, identificamos que houve um reposicionamento do papel político da maioria dos noticiários televisivos de horário nobre no Brasil.

## 5 TECENDO RESULTADOS

O mapeamento realizado evidenciou que as reflexões sobre audiências ganharam projeção nos estudos acadêmicos, configurando a segunda temática mais frequente entre os anos de 2010 e 2020, atrás apenas das análises de coberturas jornalísticas e programas noticiosos. A exploração do testemunho, da emoção e da subjetividade nos relatos telejornalísticos foi abordada em poucos trabalhos na passagem da segunda para a terceira

década do atual milênio. Entretanto, nos debruçamos sobre esta questão e a consideramos relevante por apontar arranjos discursivos no telejornalismo que buscam reafirmar a centralidade da televisão como fonte de informação confiável articulada à comprovação da veracidade da informação sobre a pandemia da Covid-19 ancorada na ciência e a realidade social, mediante o uso de uma linguagem mais informal e a criação de vínculos com as audiências permeados pela empatia.

A Análise Televisual (BECKER, 2012) das duas edições permitiu identificar que o uso recorrente da emoção, do testemunho e da subjetividade nas enunciações jornalísticas foi intensificado durante a cobertura da pandemia da Covid-19, sinalizando uma reordenação das premissas da objetividade e da imparcialidade que orientaram a produção dos discursos jornalísticos no Século XX e uma “virada emocional” nas práticas jornalísticas. Tal fenômeno requer novos estudos e investigações capazes de aprofundar conhecimentos sobre os vínculos e as motivações que os cidadãos têm estabelecido com as notícias (WAHL-JORGENSEN, 2020; LECHER, 2020; BECKER, 2021). Identificamos, porém, que houve um evidente deslizamento da linguagem das redes para os noticiários, com maior informalidade e simulada intimidade entre jornalistas e audiência, que passam a compartilhar cenas de suas vidas cotidianas nas redes sociais. A partir do uso de linguagem mais coloquial, os telejornais convocam cada vez mais os telespectadores a colaborarem com a produção de conteúdos e a compartilharem experiências e emoções, seguindo a trilha afetiva do ambiente das mídias sociais. Os jornalistas se afastam da simulação de distanciamento e imparcialidade diante dos fatos que marcou durante sete décadas as práticas jornalísticas na televisão e constroem seus relatos misturando conteúdos informativos e vivências pessoais como atributos de autenticidade em busca de aproximação com as audiências.

As entrevistas realizadas apontam que a subjetivação e a humanização dos relatos jornalísticos atribuem veracidade aos fatos e correspondem a uma estratégia de aproximação das audiências mediante reconfigurações da linguagem e das pautas dos telejornais e, ao mesmo tempo, respondem aos ataques do governo Bolsonaro ao jornalismo e à disseminação de informações falsas. Ao oferecer informações confiáveis para o enfrentamento da pandemia baseadas na ciência, o jornalismo televisivo passou a intensificar o uso de emoção, vivências e testemunhos de jornalistas e de cidadãos anônimos como atributos de autenticidade.

De principal artefato do ambiente doméstico às telas pequenas que cabem na palma da mão, o modelo de televisão *broadcasting* se converteu em uma televisão expandida em múltiplas telas e plataformas, inserida na cultura digital. O crescimento do acesso à internet e

de uso de *smartphones* e aplicativos, o aumento de consumo de serviços de *streaming* e de vídeos *on-line*, as interações das audiências nas redes sociais, o hábito do público de acessar diferentes mídias simultaneamente e a busca de novos modelos de negócio também desafiam o jornalismo televisivo. Neste cenário, o uso da subjetivação e da humanização foi uma das estratégias utilizadas pelos telejornais para manter a sua centralidade como fonte de informação confiável sobre a pandemia atrelada à ciência e sobre os principais acontecimentos da vida cotidiana do país.

Os noticiários televisivos também têm investido em debates e reportagens com temáticas sociais inclusivas, promovendo uma agenda afirmativa no país (BECKER, 2020, 2021). Disputas discursivas no ambiente convergente são marcadas por *fake news*, que promovem a intolerância política, a cultura do ódio e o descrédito na ciência, nas instituições, no jornalismo e na democracia, e pela circulação de conteúdos produzidos por produtores de jornalismo independentes e por movimentos sociais, com foco no combate ao preconceito, em denúncias contra discriminações e no fortalecimento de ações afirmativas, que contribuem para alargar a agenda social e o debate público. Tais conteúdos são incorporados nas pautas e na forma como os telejornais se relacionam com o público, valorizando a sua própria mediação como ator relevante na organização da vida cotidiana.

Assim, a despeito da televisão *broadcast* ter perdido a sua centralidade da organização temporal da vida social, a relevância do jornalismo televisivo para as práticas democráticas no Brasil foi reafirmada no ecossistema informativo digital em um contexto pandêmico de desinformação e de polarização política, contribuindo para fomentar o debate social, valorizar a ciência e tornar a agenda pública mais diversa. A qualidade do jornalismo e a sua função social se mantêm atreladas à boa apuração e à confiabilidade das informações veiculadas, fomentando o debate público sobre mudanças sociais e políticas requeridas para o desenvolvimento socioeconômico, científico e sustentável do país.

## REFERÊNCIAS

BECKER, B. Jornalismo audiovisual de qualidade: um conceito em construção, **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 6, n. 2, p. 95-111, 2009. DOI: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2009v6n2p95>.

BECKER, B. Televisão e novas mídias: repensando o papel das audiências nos telejornais. **E-Compós**, v. 17, n. 2, p.1-16, 2014. DOI: <https://doi.org/10.30962/ec.1072>.

BECKER, B. **Televisão e Telejornalismo: Transições**. 1 ed. São Paulo: Editora Estação das Letras e Cores, 2016.

BECKER, B. Reconfigurações do Jornalismo Audiovisual: um estudo da cobertura do Fantástico sobre a Pandemia da Covid-19. **Revista Lumina** (UFJF), v. 15, n. 3, p. 6-22, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/35300/23823>. Acesso em: 17 fev. 2021.

BECKER, B. Mapeamento das pesquisas em Telejornalismo no Brasil: um estudo da produção acadêmico-científica de 2010 a 2014. **Revista FAMECOS**, v. 22, n. 4, p. 191-206, set. 2015 DOI: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2015.4.20534>.

BECKER, B. Análise Televisual Convergente: um procedimento metodológico para leitura crítica dos processos comunicativos de telejornais e programas televisivos. **Galáxia** (PUC-SP); n. 43, p. 69-81, 2019.

BECKER, B. Mídia e Jornalismo como formas de conhecimento: uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais. **Matrizes** (USP), São Paulo, v. 5, n. 2, p. 231-250, 2012. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p231-250>.

BECKER, B. Jornal Nacional: estratégias e desafios no seu cinquentenário. **Revista Alceu-PUC Rio**, v. 20, n. 40, p.206-225, 2020. Disponível em: <http://revistaalceu.com.puc-rio.br/index.php/alceu/article/view/54/56>. Acesso em: 17 fev. 2022

BECKER, B.; GOÉS, F. M. A. Fake News: uma definição possível entre a reflexão crítica e a experiência jornalística. **Revista Latino-americana de Jornalismo - Âncora** (UFPB), v. 7, n. 1, p. 34-53, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora/article/view/47565/31395>. Acesso em: 21 nov. 2021.

HUAN, C. O ritual estratégico da emocionalidade nas hard news chinesas e australianas: um estudo baseado em corpus. **Critical Discourse Studies**, v. 14, p. 461-479, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1080/17405904.2017.1352002>

JORNALISTA 1. Entrevista. [23.11.2021]. Entrevistadora: THOMÉ, C., 2021.

JORNALISTA 2. Entrevista. [23.11.2021]. Entrevistadora: THOMÉ, C., 2021.

JORNALISTA 3. Entrevista. [23.11.2021]. Entrevistadora: THOMÉ, C., 2021.

JORNALISTA 4. Entrevista. [27.01.2022]. Entrevistadora: THOMÉ, C., 2022.

JORNALISTA 5. Entrevista. [23.11.2021]. Entrevistadora: THOMÉ, C., 2021.

JORNALISTA 6. Entrevista. [01.12.2021]. Entrevistadora: THOMÉ, C., 2021.

JORNALISTA 7. Entrevista. [23.11.2021]. Entrevistadora: THOMÉ, C., 2021.

JORNALISTA 8. Entrevista. [27.10.2021]. Entrevistadora: THOMÉ, C., 2021.

LECHELER, S. The Emotional Turn in Journalism Needs to Be About Audience Perceptions. **Digital Journalism**, v. 8, n. 2, p. 287-291, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1708766>

NIELSEN, R.K.; GANTER, S.A. **The Power of Platforms: shaping media and Society**. Nova Iorque: Oxford University Press, 2022.

PICCININ, F.; SIGORIA, F. Da Mediação ao protagonismo - Notas sobre a atoriedade nas narrativas autorreferenciais do Jornal Nacional. In: CINGOLANI, G.; SZNAIDER, B. E. **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. p. 196-212. Disponível em: [file:///C:/Users/Desktop/Documents/captulodecuadernodelcim\\_4\\_nuevas\\_mediatizaciones\\_nuevos\\_publicos.pdf](file:///C:/Users/Desktop/Documents/captulodecuadernodelcim_4_nuevas_mediatizaciones_nuevos_publicos.pdf). Acesso em: 25 jan. 2022.

RÊGO, A.R; BARBOSA, M. **A Construção Intencional da Ignorância**. O Mercado das Informações Falsas. Rio de Janeiro: Mauad X, 2020.

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

THOMÉ, C. A. Política sem partido e notícia sem empresa jornalística-um olhar sobre a crise evidenciada nas manifestações de junho de 2013. **Anuário Unesco/Methodista de Comunicação Regional**, v. 17, n. 17, 2013. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/AUM/article/view/5507>. Acesso em: 15 jan. 2022.

THOMÉ, C. A. Emoção e testemunho no Jornal Nacional: estratégias narrativas no mês das 500 mil mortes pela Covid-19. In: **Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 44, 2021, Recife-PE: Intercom, 2021. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt1-te/claudia-thome.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2022

THOMÉ, C.; PICCININ, F.; REIS, M. A. Anatomias narrativas do Telejornalismo contemporâneo e seus elementos certificadores. In: EMERIM, C.; PEREIRA, A.; COUTINHO, I. (org.). **Telejornalismo 70 anos: o sentido das e nas telas**. Florianópolis: Insular, 2020. v. 9, p. 159-196.

THOMÉ, C.; REIS, M. A. Videoteratura nostálgica nas crônicas audiovisuais da quarentena. In: MUSSE, C.; MEDEIROS, T.; HENRIQUES, R. (org.). **Nostalgias e memórias no tempo das mídias**. 1. ed. Florianópolis: Insular, 2020. v. 1, p. 1-16.

WAHL-JORGENSEN, K. An Emotional Turn in Journalism Studies? **Digital Journalism**, v. 8, n. 2, p. 175-194, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1697626>.

*Original recebido em: 02 de novembro de 2022*  
*Aceito para publicação em: 12 de dezembro de 2022*

***Beatriz Becker***

Professora titular da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ), onde formou-se em Jornalismo e concluiu o Mestrado e o Doutorado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura (PPGCOM). Realizou Pós-Doutorado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP e no Department of Media and Communication na Goldsmiths, University of London. É bolsista de Produtividade do CNPq e líder do Grupo de Pesquisa Mídia, Jornalismo Audiovisual e Educação. Foi sócia-fundadora e vice-presidente da SBPJor e editora executiva da revista Brazilian Journalism Research (BJR). Exerceu o cargo de coordenadora e vice-coordenadora do GT Estudos de Jornalismo da Compós. É autora de *Televisão e Telejornalismo: Transições*; *A Linguagem do Telejornal*; *Pensando e Fazendo Jornalismo Audiovisual* e coautora de *Pantanal: A Reinvenção da Telenovela*.

***Cláudia Thomé***

Professora associada da Facom/UFJF docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF e líder do Grupo de Pesquisa "Narrativas midiáticas e dialogias", cadastrado no diretório do CNPq. É Jornalista graduada pela Escola de Comunicação da UFRJ, mestre em Comunicação e Cultura também pela ECO/UFRJ edoutora em Ciência da Literatura (Teoria Literária) pela Faculdade de Letras da UFRJ. Realizou o Pós-doutorado em Comunicação e Cultura no PPGCOM/UFRJ, sob a supervisão da prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Beatriz Becker. É Autora do livro "Literatura de ouvido: crônicas do cotidiano pelas ondas do rádio". Atuou no mercado jornalístico do Rio de Janeiro, foi coordenadora do curso de Jornalismo da Facom/UFJF. É vice-coordenadora do GP Telejornalismo da Intercom e coordenadora do PPGCOM/UFJF.



Esta obra está licenciada com uma Licença  
Creative Commons Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional