

Adaptações do telejornalismo regional em tempos de pandemia: o caso Tem Notícias 1ª Edição¹

Francisco MACHADO FILHO²
Maria Fernanda KULAIF UBAID³

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – UNESP/Bauru-SP

Resumo

O artigo faz uma análise documental das mudanças no jornal “Tem Notícias” 1ª edição da TV Tem, afiliada da Rede Globo no centro-oeste paulista, com uma área de cobertura de 100 cidades nas regiões de Bauru e Marília e um público de mais de 8 milhões de espectadores diários. Além da mudança evidente nas pautas, a pandemia trouxe também mudanças na rotina do fazer jornalístico. A análise tem como base os vídeos das reportagens exibidas no telejornal e que estão disponíveis no site Globoplay, uma plataforma digital de streaming com vídeos sob demanda e com conteúdo de todos os telejornais das afiliadas da Rede Globo.

Palavras-chave: Televisão e Sociedade, Telejornalismo, Pandemia Covid-19.

Introdução

Em 2020, o mundo todo é acometido por um subtipo do conhecido vírus SARS CoV-2, o coronavírus. O primeiro caso do então chamado novo coronavírus foi registrado na cidade de Wuhan, província de Hubei, na China, em dezembro de 2019⁴. Nos primeiros casos analisados ainda no país asiático, o vírus infectou frequentadores de um mercado de frutos do mar, além de ter sido encontrado também em animais selvagens. Mas só no ano seguinte a doença causada pelo recém-descoberto patógeno se espalhou pelo mundo. A comunidade científica deu ao agente causador dos novos sintomas o nome de SARS CoV-2 e a doença foi chamada de covid-19. No dia 11 de março de 2020, depois de mais de 118 mil casos em 114 países e 4.291 mortes pela

¹ Trabalho apresentado no GP Televisão e Televisualidades, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Docente do programa de Mestrado em Mídia e Tecnologia da UNESP: francisco.machado-filho@unesp.br

³ Aluna regular do Mestrado em Mídia e Tecnologia da UNESP/Bauru: fernanda.ubaid@unesp.br

⁴ Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>

doença, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a pandemia de covid-19⁵. Após a declaração, as relações humanas foram drasticamente alteradas. O trabalho, a convivência, o lazer, as medidas de saúde, tudo passou a ser regido pela nova e letal doença.

Neste contexto, os veículos de comunicação exerceram um papel importante na divulgação de notícias, informações, procedimentos e protocolos de segurança cumprindo seu papel social. Contudo, como a pandemia afetou também os profissionais destes veículos, as restrições de mobilidade forçaram os meios de comunicação a uma adaptação tanto no trabalho interno, quanto na forma de continuar sendo relevante para a audiência. Possivelmente as emissoras de televisão aberta foram os veículos mais desafiados a encontrar novos programas, adequação em formatos já consolidados e, até mesmo, adequação de toda sua programação, principalmente nos primeiros meses da pandemia em meio à quarentena decretada nas principais cidades do país restringindo eventos esportivos, gravação de novelas, produção de comerciais e a produção dos produtos telejornalísticos.

A televisão vem estabelecendo uma estrutura comunicacional similar em todas as sociedades, tanto nos países onde a TV pública é mais desenvolvida quanto nos países onde a TV privada e comercial ocupa o lugar de destaque e alcança a maior parte da audiência, como nos EUA e no Brasil, e a pandemia de 2020 achatou ainda mais as diferenças. Para Wolton (2007) a força da televisão reside no seu papel de decodificar o mundo para as grandes massas, afirmando inclusive que seu sucesso é “imenso, real e duradouro” (WOLTON, 2007, P. 63), mesmo que a qualidade de sua programação seja questionável. “A televisão é o principal espelho da sociedade: é essencial para a coesão social que os componentes sociais e culturais da sociedade possam se ver e se referenciar na principal mídia.” (WOLTON, 2007, p. 69). E o autor complementa:

É por isso que ela é um vínculo indispensável em uma sociedade em que os indivíduos estão frequentemente isolados e às vezes solitários. Não é a televisão que cria a solidão, o êxodo rural, multiplica favelas, destrói os vínculos locais e desmembra a família. Ela, ao contrário, amortizou os efeitos negativos dessas profundas mutações, oferecendo um novo vínculo social em uma sociedade individualista e de massa. (WOLTON, 2007, p. 73).

⁵Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/11/oms-declara-pandemia-de-coronavirus.ghtml>. Acesso em: 15 jul. 2021

Por ser uma mídia generalista, a televisão aberta é voltada para oferta de programas para o público em geral. Assim, privilegia essa demanda, difundindo programas infantis, de esporte, culinária, telefilmes, novelas, telejornalismo, etc. Dentro dessa lógica é que resgatamos as hipóteses de Vilches (2003) de que a televisão, possuindo essa forte ligação com a sociedade descrita por Wolton (2007), pode se adequar à realidade social, política e econômica da sociedade e continuar a ter um papel importante dentro da vida das pessoas. E a capacidade de adequação das emissoras às demandas da sociedade foi claramente demonstrada pela capacidade dos programas jornalísticos em promover mudanças nas estruturas e formatos de seus programas com tamanha velocidade. Invariavelmente, em todas as emissoras abertas do país, os telejornais se adaptaram às restrições sanitárias em suas redações, externas e cobertura dos eventos factuais. Isto pode parecer pouco aos olhos do telespectador comum, mas estas adaptações estão diretamente ligadas ao fator econômico das emissoras e, no caso das empresas regionais, podem estar diretamente ligadas à viabilidade econômica da emissora. Contudo, como característica do próprio meio, a quarentena fez com que os números da audiência aumentassem significativamente. Em casa, os indivíduos ávidos por informações de credibilidade se voltaram para os programas jornalísticos com altos pontos de audiência como há muito tempo não ocorria. Aumento do tempo dos programas, novos programas, integração com a internet por meio de *lives*⁶, foram algumas modificações iniciais que permearam os telejornais. A televisão aberta, como emissora generalista se mostrou forte e capaz de continuar relevante para a audiência e o telejornalismo se mostrou como um formato essencial e capaz de fazer as emissoras abertas enfrentarem os desafios impostos pela pandemia e pelas demais plataformas de entrega de conteúdo audiovisual.

O presente artigo pretende fazer uma análise documental das mudanças no jornal “Tem Notícias” 1ª edição da TV Tem, afiliada da Rede Globo no centro-oeste paulista, com uma área de cobertura de 100 cidades nas regiões de Bauru e Marília e um público de mais de 8 milhões de espectadores diários. A análise tem como base os vídeos das

⁶ Formato convencionado na internet quando o usuário se apresenta por meio de plataformas sociais ou programas específicos de transmissão de vídeo.

reportagens exibidas no telejornal e que estão disponíveis no site Globoplay⁷, uma plataforma digital de streaming com vídeos sob demanda e com conteúdo de todos os telejornais das afiliadas da Rede Globo. A plataforma foi lançada pelo grupo Globo em 3 de novembro de 2015. A pesquisa pretendeu fazer um comparativo entre três semanas de exibição do jornal, que vai ao ar de segunda-feira a sábado, em diferentes períodos. As informações e os conteúdos originais desta pesquisa estão documentadas de forma *on-line* e podem ser acessados publicamente na página do Globoplay, não havendo interferências dos pesquisadores.

A busca por informações

Informação é a principal ferramenta do trabalho jornalístico, mas em momentos de crise a função social também fica evidente, afinal é por meio do jornalismo que as pessoas se informam prioritariamente. O coronavírus é a maior pauta da história do jornalismo, um momento inédito na profissão e todos acompanham as informações pelos meios de comunicação, principalmente no início dos acontecimentos assim que a doença começou a se espalhar pelo mundo e pouco ainda se sabia a respeito. A informação de qualidade se tornou mais uma vez a grande prioridade. O jornalismo sério e combativo ajudou a salvar vidas divulgando desde medidas simples como a importância do distanciamento social, como lavar corretamente as mãos, o motivo do uso correto das máscaras, até informando sobre taxa de letalidade da doença e índice de ocupação de leitos em hospitais, informações que antes não eram divulgadas tão amplamente à população.

Devido ao *home office* e o maior tempo que as pessoas passaram a ficar em casa, a audiência passou também a assistir mais televisão, sendo os noticiários a principal fonte de informação principalmente sobre a pandemia da Covid-19. Uma pesquisa feita pelo instituto Datafolha em março de 2020⁸ aponta que 61% dos entrevistados dizem confiar mais em programas jornalísticos de televisão e 56% nos jornais impressos, em contrapartida, apenas 12% afirmam ter confiança em redes sociais e/ou *whatsapp*.

⁷Disponível em: <https://globoplay.globo.com/tem-noticias-1a-edicao-baurumaria/t/w5ZtdvpmtT/>. Acesso em 26 jun. 2021

⁸Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/03/tvs-e-jornais-lideram-indice-de-confianca-em-informacoes-sobre-coronavirus-diz-datafolha.shtml>. Acesso em 15 jul. 2021.

Relatório feito pela Kantar IBOPE Media, chamado “Inside Video”⁹, apresenta o desempenho da televisão ao longo do primeiro ano da pandemia de covid-19. A pesquisa traz dados de que em 2020, o tempo médio de consumo de TV cresceu 37 minutos, saltando para 7 horas e 9 minutos por dia. Segundo o relatório, a parcela de tempo dedicada ao jornalismo também aumentou: de 21% em abril de 2019 para 30% em abril de 2020. O mesmo levantamento mostra que a Globo concentrou 33,3% da audiência na média-dia, das 7h à meia-noite, ou seja, um em cada três televisores do país ficou sintonizado somente na TV Globo em 2020. A média de 15,3 pontos no último ano representa uma queda de apenas 0,3 na comparação com o mesmo período de 2019.

Além da mudança evidente nas pautas, a pandemia trouxe também mudanças na rotina do fazer jornalístico. Na sede da TV Tem em Bauru a primeira medida adotada pela direção da emissora foi a separação em turnos com horários específicos de trabalho para que as equipes da manhã e da tarde não se encontrassem; divisão dos ambientes da empresa e restrição de acesso apenas para os funcionários de cada setor e *home office* para quem era dos grupos de risco da doença. A implementação de tais medidas foi feita a partir do dia 12 de março de 2020¹⁰. A cidade de Bauru sequer havia registrado o primeiro caso de covid-19, o que só foi confirmado em 30 de março de 2020¹¹. Outra regra adotada diz respeito à saúde dos funcionários e cuidados com possível contaminação entre colaboradores. Foi determinado que qualquer sintoma ou mal-estar deveria ser imediatamente comunicado à direção, com afastamento para realização de exames. As regras adotadas na ocasião permanecem vigentes até a publicação do presente artigo.

Para a pesquisa, concentramo-nos em analisar, classificar e proferir significado ao recorte de conteúdos selecionados e, para isso, optou-se pelo método de pesquisa de análise de conteúdo que, segundo os pressupostos de Laurence Bardin (1977, p. 36) é “uma técnica de investigação que através de uma descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto das comunicações, tem por finalidade a interpretação dessas mesmas comunicações”.

⁹Consumo de vídeo bate recorde no Brasil. Kantar IBOPE Media, 2021. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/consumo-de-video-bate-recorde-no-brasil/> Acesso em: 15 jul. 2021

¹⁰Dados colhido pelos autores

¹¹Bauru divulga primeiros casos positivos de Covid-19. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/bauru-marilia/noticia/2020/03/30/bauru-divulga-primeiro-caso-positivo-de-covid-19.ghtml>. Acesso em 27 jun. 2021.

O método é composto de técnicas para análise de produção das comunicações, e nesta pesquisa foi empregada a técnica de análise categorial, que se baseia em procedimentos sistemáticos e objetivos e permite a organização dos dados de pesquisa durante a coleta facilitando a exploração e descrição dos conteúdos. “Um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens” (BARDIN, 1977, p. 38.) Assim, o procedimento de análise foi organizado em três etapas, conforme a metodologia de Bardin (1977): a pré-análise, a exploração do material, e o tratamento dos resultados.

Na etapa de exploração do material, Bardin (1977) considera que ocorre a aplicação sistemática das decisões tomadas, em outras palavras, o processo de categorização dos dados. Assim, a presente análise partirá das seguintes categorias: editoria; formato da notícia; produção de imagens e entrevistas. Cada categoria foi subdividida. A categoria editoria, que são os assuntos temáticos de cada notícia, foi subdividida de acordo com os temas das reportagens encontradas no período, sendo um total de 11 assuntos: comunitário; covid-19; cultura; economia; educação; esporte; factual; geral; meio ambiente; política e saúde.

Em formato da notícia categorizamos quatro subdivisões de acordo com: link ou ao vivo (transmissão de uma notícia em tempo real em estúdio ou no local do fato); VT (reportagem editada); nota pelada (notícia lida pelo apresentador sem qualquer imagem de ilustração) e nota coberta (notícia lida pelo apresentador com imagens de ilustração). As imagens foram divididas entre produzidas pelas equipes de reportagem e enviadas pela internet e redes sociais. E as entrevistas foram separadas entre presenciais e gravadas pela internet.

Tabela 1: categorias definidas para análise

Categoria	Subdivisão
Editoria	Comunitário; covid-19; cultura; economia; educação; esporte; factual; geral; meio ambiente; política; saúde.
Formato da notícia	Link; VT; nota; nota com imagens.
Imagens	Produzidas ou enviadas pela internet e redes sociais
Entrevistas	Presenciais ou gravas pela internet

Fonte: elaborada pelos autores

Análise e resultados

A primeira semana analisada entre os dias 9 e 14 de março de 2020¹² compreende os dias imediatamente anteriores às mudanças na rotina dos profissionais na redação, além de englobar a primeira notícia sobre covid-19 no telejornal local. A segunda semana, que vai de 11 a 16 de maio de 2020, já apresenta todas as mudanças significativas no modo de fazer jornalismo. O terceiro momento escolhido para análise é de 7 a 12 de junho de 2021, mais de um ano depois o início da pandemia para mostrar como o jornal se adaptou à cobertura.

Com as categorias definidas, um primeiro cruzamento mostra que, na primeira semana analisada estão disponíveis na plataforma online 60¹³ notícias no período de 9 a 14 de março de 2020. As editorias mais presentes nas edições do jornal foram esporte (36,6%) e comunitário (20%), seguidas das informações factuais (18,3%). As notícias

¹² Disponível em: <https://globoplay.globo.com/tem-noticias-1a-edicao-baurumarilia/p/5542/data/09-03-2020/>. Acesso 26 jun. 2021.

<https://globoplay.globo.com/tem-noticias-1a-edicao-baurumarilia/p/5542/data/10-03-2020/>. Acesso 26 jun. 2021.

<https://globoplay.globo.com/tem-noticias-1a-edicao-baurumarilia/p/5542/data/11-03-2020/>. Acesso 26 jun. 2021.

<https://globoplay.globo.com/tem-noticias-1a-edicao-baurumarilia/p/5542/data/12-03-2020/>. Acesso 26 jun. 2021.

<https://globoplay.globo.com/tem-noticias-1a-edicao-baurumarilia/p/5542/data/13-03-2020/>. Acesso 26 jun. 2021.

<https://globoplay.globo.com/tem-noticias-1a-edicao-baurumarilia/p/5542/data/14-03-2020/>. Acesso 26 jun. 2021.

¹³ Levantamento feito pelos autores.

sobre covid-19 representaram apenas 10% das reportagens no período. A primeira vez que o assunto foi inserido no âmbito local foi no dia 12 de março no link “Infectologista orienta sobre cuidados na prevenção ao coronavírus”¹⁴. A participação ao vivo do repórter incluía uma entrevista com um especialista no assunto, na ocasião um médico infectologista, e entrevistas com representantes do governo estadual com informações sobre os casos e enfrentamento à pandemia no estado de São Paulo.

Tabela 2: editorias da primeira semana analisada

Editorias	Quantidade
Comunitário	12 – 20%
Covid-19	6 – 10%
Cultura	1
Economia	x
Educação	x
Esporte	22 – 36,6%
Factual	11 – 18,3%
Geral	1
Meio ambiente	x
Política	4
Saúde	3

Fonte: elaborada pelos autores

Os links e as notas com imagens foram o formato de notícia predominante no período, com 35% cada. Os VTs representaram 25% dos materiais exibidos e as notas secas, informação sem imagem, apenas 5%. Observa-se também que em 90% do material as imagens foram produzidas pelas próprias equipes da emissora. Em apenas duas ocasiões (3,33%) foram usadas imagens enviadas pelos telespectadores pelo aplicativo de mensagens WhatsApp, em quadro específico para a participação da audiência. Em relação às entrevistas, todas foram feitas presencialmente pelas equipes de reportagem, ou para exibição em VTs ou em participações ao vivo.

¹⁴ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8394094/?s=0s>. Acesso 26 jun. 2021.

Tabela 3: formatos de notícia da primeira semana analisada

Formato da notícia	Quantidade
Link	21 – 35%
VT	15 – 25%
Nota	3 – 5 %
Nota com imagens	21 – 35%

Fonte: elaborada pelos autores

Tabela 4: produção de imagens da primeira semana analisada

Imagens	Quantidade
Produzidas	54 – 90%
Enviadas pelas redes sociais	2 – 3,33%

Fonte: elaborada pelos autores

Tabela 5: captação de entrevistas da primeira semana analisada

Entrevistas	Quantidade
Presenciais	24 – 40%
Gravadas pela internet	x

Fonte: elaborada pelos autores

Já na segunda semana analisada por este artigo as mudanças causadas pela pandemia são evidentes. Todos os repórteres aparecem no vídeo já usando máscaras¹⁵.

O distanciamento entre equipes e fontes é respeitado e cada entrevistado segura o próprio microfone. A quantidade de notícias também aumentou. O Globoplay disponibiliza 67¹⁶ vídeos no período de seis dias (11 a 16 de maio de 2020¹⁷) na página

¹⁵ Os telejornais regionais seguiram a medida anunciada no Jornal Nacional do dia 4 de maio de 2020, quando William Bonner explicou o uso das máscaras pelas equipes de externas como forma de prevenção. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/05/04/reporteres-da-globo-vao-passar-a-usar-mascara-inclusivediante-da-camera-nas-ruas.ghtml>. Acesso em: 20 de maio de 2020.

¹⁶ Levantamento feito pelos autores.

¹⁷ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/tem-noticias-1a-edicao-baurumarilia/p/5542/data/11-05-2020/>. Acesso 26 jun. 2021.

<https://globoplay.globo.com/tem-noticias-1a-edicao-baurumarilia/p/5542/data/12-05-2020/>. Acesso 26 jun. 2021.

<https://globoplay.globo.com/tem-noticias-1a-edicao-baurumarilia/p/5542/data/13-05-2020/>. Acesso 26 jun. 2021.

do jornal Tem Notícias 1ª edição. Sobre as reportagens exibidas no período e que estão disponíveis para acesso do público na plataforma online, 70% são sobre a covid-19. Os factuais, segunda editoria mais exibida na semana dos dias 11 a 16 de maio de 2020, ocupam apenas 13% do noticiário. As informações de interesse comunitário aparecem em terceiro lugar com 7%.

Tabela 6: editorias da segunda semana analisada

Editorias	Sigla
Comunitário	5 – 7%
Covid-19	47 - 70%
Cultura	x
Economia	1
Educação	x
Esporte	3
Factual	9 – 13%
Geral	1
Meio ambiente	x
Política	x
Saúde	1

Fonte: elaborada pelos autores

As participações ao vivo dos repórteres foram o formato de notícia predominante no período (44,7%). “A presença da TV; ao vivo, no local e na hora que os fatos acontecem dão ao telespectador uma sensação de confiabilidade” (BARBEIRO e LIMA, 2002, p 16). Com a divisão das equipes por turnos e a aumento de informações sobre a pandemia, os links foram ainda mais usados pela facilidade em colocar a informação no ar, bastando ter um sinal de internet disponível, e sem necessidade de edição prévia. Os VTs representam 26,8% dos vídeos, notas com imagens 17,9% e notas peladas 10,44%.

<https://globoplay.globo.com/tem-noticias-1a-edicao-baurumarilia/p/5542/data/14-05-2020/>. Acesso 26 jun. 2021.

<https://globoplay.globo.com/tem-noticias-1a-edicao-baurumarilia/p/5542/data/15-05-2020/>. Acesso 26 jun. 2021.

<https://globoplay.globo.com/tem-noticias-1a-edicao-baurumarilia/p/5542/data/16-05-2020/>. Acesso 26 jun. 2021.

Tabela 7: formato de notícias segunda semana analisada

Formato da notícia	Quantidade
Link	30 – 44,7%
VT	18 – 26,8%
Nota	7 – 10,44%
Nota com imagens	12 – 17,9%

Fonte: elaborada pelos autores

Uma informação presente em todas as edições do telejornal analisadas neste período refere-se aos casos de covid-19 nas cidades da área de cobertura da emissora. Os dez municípios com mais casos e mortes da doença eram divulgados diariamente. Primeiramente os números oficiais vieram do Ministério da Saúde, depois do governo do estado, e só posteriormente as prefeituras passaram a se organizar na divulgação dos boletins diários¹⁸.

Outra grande diferença percebida é o aumento do uso de imagens enviadas pelo aplicativo de mensagens WhatsApp e por outras redes sociais. As imagens produzidas pelas equipes continuam prevalecendo em 52,2% dos materiais. Mas o conteúdo de redes sociais saltou para 22,4%.

O jornalismo de cada época é feito com os meios, recursos e tecnologia disponíveis, no interior das estruturas econômicas e institucionais vigentes. Então por que não usar a imagem para informar que algo de interesse geral está acontecendo? Abrir a oportunidade para que o mais amplo leque de experiências diferenciadas seja buscar a qualidade do jornalismo e de outros programas. É preciso dizer que não se trata de reduzir o processo jornalístico às imagens, mas avaliar em que momento elas dão maior contribuição para a difusão das notícias. (BARBEIRO E LIMA, 2002, p 15).

Tabela 8: produção de imagens da segunda semana analisada

Imagens	Quantidade
Produzidas	35 – 52,2%
Enviadas pelas redes sociais	15 – 22,4%

Fonte: elaborada pelos autores

¹⁸Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8545470/?s=0s>. Acesso 4 jul. 2021.

O período analisado também trouxe pela primeira vez a gravação de entrevistas pela internet, o que passou a fazer parte da rotina produtiva das equipes¹⁹. Em 14,9% dos materiais produzidos as fontes foram consultadas por meio de aplicativos de videoconferência, seja para VTs ou até mesmo em participações ao vivo. Um formato que até então nunca havia sido utilizado pela emissora. O distanciamento causado pela pandemia possibilitou e permitiu entrevistas com fontes distantes, o que antes não se justificava. Especialistas no assunto e outros personagens que se encaixam na reportagem podem participar mesmo estando longe das equipes e desde que contribuam com o assunto em pauta. As entrevistas remotas também exigem uma dedicação a mais das equipes e uma adaptação dos próprios entrevistados durante a gravação. Cabe aos repórteres e repórteres cinematográficos orientar o entrevistado sobre enquadramento e luz, além de pedir imagens de apoio como fotos e vídeos. As dificuldades com a qualidade da conexão da internet também se tornaram um desafio a mais na captação. Desafios que demandam adaptações e que provam que, num contexto específico como a cobertura de uma pandemia, estética não é mais prioridade, mas a qualidade de informação e contribuição para o público.

Tabela 9: captação de entrevistas da segunda semana analisada

Entrevistas	Quantidade
Presenciais	34 – 50,7%
Gravadas pela internet	10 – 14,9%

Fonte: elaborada pelos autores

Na terceira semana analisada, de 7 a 12 de junho de 2021²⁰, a covid-19 e os reflexos da pandemia se mantiveram como assunto predominante no jornal. Mas,

¹⁹Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8558181/?s=0s>. Acesso 4 jul. 2021.

²⁰Disponível em: <https://globoplay.globo.com/tem-noticias-1a-edicao-baurumarilia/p/5542/data/07-06-2021/>. Acesso em 27 jun. 2021. Acesso 4 jul. 2021.

<https://globoplay.globo.com/tem-noticias-1a-edicao-baurumarilia/p/5542/data/08-06-2021/>. Acesso 4 jul. 2021.

<https://globoplay.globo.com/tem-noticias-1a-edicao-baurumarilia/p/5542/data/09-06-2021/>. Acesso 4 jul. 2021.

<https://globoplay.globo.com/tem-noticias-1a-edicao-baurumarilia/p/5542/data/10-06-2021/>. Acesso 4 jul. 2021.

<https://globoplay.globo.com/tem-noticias-1a-edicao-baurumarilia/p/5542/data/11-06-2021/>. Acesso 4 jul. 2021.

diferentemente das semanas anteriormente analisadas, a vacinação contra a doença ocupou a maior parte das notícias na cobertura da editoria. No presente artigo, consideramos que o tema da vacinação está dentro da editoria “covid-19”, por se tratar de uma repercussão sobre o assunto. No período, 43% das 44²¹ reportagens disponíveis para consulta traziam informações sobre a doença. As notícias de esporte ocuparam a segunda posição em número de vídeos disponíveis com 22,7%. As editorias “factual” e “comunitário” ocupam 9% cada do total de notícias.

Tabela 10: editorias da terceira semana analisada

Editorias	Sigla
Comunitário	4 – 9%
Covid-19	19 – 43%
Cultura	x
Economia	1
Educação	1
Esporte	10 – 22,7%
Factual	4 – 9%
Geral	x
Meio ambiente	2
Política	1
Saúde	2

Fonte: elaborada pelos autores

O formato ao vivo continua sendo o mais utilizado em 68% das notícias. Já os VTs representam 25%.

Tabela 11: formato de notícias terceira semana analisada

Formato da notícia	Quantidade
Link	30 – 68%
VT	11 – 25%
Nota	x

<https://globoplay.globo.com/tem-noticias-1a-edicao-baurumaria/p/5542/data/12-06-2021/>. Acesso 4 jul. 2021.

²¹ Levantamento feito pelos autores.

Nota com imagens	3 – 7%
------------------	--------

Fonte: elaborada pelos autores

De todos os vídeos disponíveis para acesso na página do jornal na plataforma Globoplay, 50% das imagens foram produzidas pelas equipes de reportagem. Já as imagens enviadas pelos telespectadores por meio das redes sociais representam 15,9% do total. O restante das notícias ou não havia imagens gravadas anteriormente ou eram utilizadas imagens de arquivo.

Tabela 12: produção de imagens da terceira semana analisada

Imagens	Quantidade
Produzidas	22 – 50%
Enviadas pelas redes sociais	7 – 15,9%

Fonte: elaborada pelos autores

As entrevistas presenciais aparecem em metade das reportagens. E em 13,6% foram gravadas pela internet. O que mostra que mesmo com as adaptações às medidas sanitárias e protocolos de higiene ainda sendo adotados pelas equipes, as gravações pela internet representam uma tendência de que ainda serão muito utilizadas pela emissora, quando forem justificadas.

Tabela 13: captação de entrevistas da terceira semana analisada

Entrevistas	Quantidade
Presenciais	22 – 50%
Gravadas pela internet	6 – 13,6%

Fonte: elaborada pelos autores

Considerações finais

Num momento em que estamos em risco de vida, a televisão reafirmou seu lugar de prestadora de serviços, informação e, talvez, a única plataforma capaz de atingir toda a população e o telejornalismo, certamente, é o produto televisivo que melhor se

enquadra nestas características. Neste momento em que estamos presenciando uma parcela da população negar a ciência, a televisão aberta se une à ciência e ambas se fortalecem. A ciência busca respostas para a crise sanitária que vivemos, enquanto o telejornalismo divulga as informações que são de interesse de todos.

Além de falar sobre a doença no que se refere à saúde, prevenção, vacinas e reflexos econômicos, o telejornal também exerceu o papel social sendo protagonista no combate ao negacionismo, além de cobrança junto às autoridades e poder público, protagonizando reações urgentes ao enfrentamento da pandemia. Por se tratar de uma pandemia que ainda não tem data para acabar e que depende de ações da sociedade como um todo, podemos concluir que a televisão aberta e o telejornalismo se mostram como peças fundamentais no engajamento de maior parcela da sociedade nas regras e protocolos sanitários, o que demonstra claramente se tratar de uma falácia o discurso de que as plataformas por streaming poderão substituir as emissoras abertas de televisão. Televisão não é apenas entretenimento, mas principalmente, o meio capaz de aglutinar os anseios de uma coletividade e engajar a sociedade nos grandes temas nacionais. Por isso, ela precisa ser cada vez mais livre, democrática e protegida dos interesses corporativistas internacionais.

Referências bibliográficas

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo: Os segredos da notícia na TV**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

CONSUMO de vídeo bate recorde no Brasil. Kantar IBOPE Media, 2021. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/consumo-de-video-bate-recorde-no-brasil/> Acesso em: VILCHES, Lorenzo. **A migração digital**. Tradução Maria I. V. de Lopes. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2003.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? Uma teoria crítica para as novas mídias**. 2 ed. Trad. Isabel Crosseti. Porto Alegre: Sulina, 2007.