



**FACULDADE ANÍSIO TEIXEIRA
COLEGIADO DOS CURSOS DE JORNALISMO E PUBLICIDADE E
PROPAGANDA
CURSO DE BACHARELADO EM JORNALISMO**

BRENDA VICTÓRIA PACHECO DA SILVA

BRUNA BATISTA DA S. EVANGELHO

MAYLLA RIOS NUNES

**PANDEMIA EM PAUTA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O PROGRAMA
COMBATE AO CORONAVÍRUS**

**FEIRA DE SANTANA-BA
2021**

BRENDA VICTÓRIA PACHECO DA SILVA

BRUNA BATISTA DA S. EVANGELHO

MAYLLA RIOS NUNES

**PANDEMIA EM PAUTA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O PROGRAMA
COMBATE AO CORONAVÍRUS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito obrigatório para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo, na Faculdade Anísio Teixeira.

Orientadoras: Profa. Andréa Souza e Profa. Ma. Naiara Moura Pinto.

FEIRA DE SANTANA-BA
2021

Pandemia em pauta: um estudo de caso sobre o programa combate ao coronavírus da Rede Globo

Brenda Victória, Bruna Evangelho, Maylla Rios, Naiara Moura

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar o programa *Combate ao Coronavírus* da rede Globo, veiculado entre os meses de março a maio de 2020. A pesquisa compreende uma análise de três episódios do programa, além da análise de audiência e uma discussão a respeito do papel do jornalismo na pandemia do novo coronavírus. No trabalho, foi possível comparar as diferentes abordagens do programa televisivo, do seu papel informativo e da função do jornalismo na pandemia. A análise é orientada por pesquisa bibliográfica com abordagem descritiva. Através do estudo, percebemos que o programa apresentou um pico de audiência nos primeiros meses do início da pandemia provocada pelo vírus da COVID-19, e deixou de ser exibido pela diminuição da audiência e do interesse pelo tema.

Palavras-chave: Pandemia. Coronavírus. Audiência. Jornalismo. Valor-notícia.

ABSTRACT

The present work aims to present an analysis of the program *Combate ao Coronavirus* on the Globo network, broadcasted from March to May 2020. The study comprises an analysis of three episodes of the program, in addition to the audience analysis and a discussion about the role of journalism in the new coronavirus pandemic. In the study, it was possible to compare the different approaches to the television program, its informative role and the role of journalism in the pandemic. The analysis is guided by bibliographic research with a descriptive approach. Through the study, it was possible to notice that the program had a peak of audience in the first months of the beginning of the pandemic caused by the COVID-19 virus, and was no longer shown due to the decrease in audience and interest in the topic.

Keywords: Pandemic. Coronavirus. Court hearing. Journalism. News Value.

1 INTRODUÇÃO

A pandemia do novo coronavírus, anunciada em 2020, “virou” o mundo de cabeça para baixo. Mudou as relações interpessoais, as rotinas já estabelecidas, os formatos de trabalho e, em consequência, a forma de produzir e veicular notícias, além delas próprias. As principais manchetes, capas de jornais e matérias de telejornais voltaram-se para o assunto que norteou o mundo inteiro de surpresa.

Considerando este cenário, o seguinte trabalho preocupou-se em analisar de que forma a produção de notícias foi impactada pelas mudanças oriundas do cenário pandêmico. A proposta deste artigo é apresentar um estudo de caso sobre o *Programa Combate ao*

Coronavírus, exibido pela Rede Globo, no período 17 de março a 16 de maio de 2020, início da pandemia do SARS-CoV-2 (COVID-19):

Sendo assim, o principal objetivo desta pesquisa foi analisar e identificar a variação da audiência e interesse do público, a partir do conteúdo, pautas e matérias exibidas no telejornal. Além disso, utilizamos índices de audiência para comparar o engajamento dos telespectadores com o programa e os assuntos abordados, à medida em que a pandemia avançava. Para tanto, para nortear nosso estudo, buscamos neste trabalho a compreensão de como o programa televisivo sucedeu à disseminação, através de entrevistas e debates com especialistas da área da saúde, e o processo de interesse da população do início ao fim do telejornal.

Para auxiliar na comparação e análise dos temas e audiência foram utilizados dados fornecidos pelo Kantar Ibope, que registrara recorde de pontuação em seus primeiros capítulos. Neste artigo, além da comparação do interesse do público, discutiremos através de José Marques de Melo (2003), Francisco de Assis, também Mercedes Neto (2020) e demais autores, detalhes do processo de seleção de conteúdos trazidos no telejornal, e gêneros que encontrados nos três episódios do programa em pesquisa.

Nesse bojo, Jornalismo emerge como protagonista na televisão e na internet frente a uma pandemia sem precedentes. A análise deste trabalho é um convite à compreensão ao processo de construção daquilo que permanece essencial: o fazer jornalístico com responsabilidade, principalmente em tempos de crise.

2 O JORNALISMO E A PANDEMIA

Neste tópico, apresentamos os conceitos das teorias do jornalismo, a relação entre o gênero utilitário e o telejornalismo, e introduzimos a discussão a respeito do papel do jornalismo na pandemia do novo coronavírus.

2.1 TEORIAS DO JORNALISMO

O campo de investigação sobre o jornalismo desenvolve, desde meados do século XX, diversas proposições teóricas, das quais lembramos a teoria do espelho, teoria organizacional e teoria do agendamento. A ideia de teoria é discutida por Kerlinger (1975, apud CASTRO, 2012) como um conjunto de conceitos, definições e proposições relacionadas entre si, que apresentam um ponto de vista sistemático de fenômenos.

Dessa maneira, Castro (2012) defende ainda que três perguntas são colocadas como centrais nestes estudos sistemáticos: o que são notícias? Por que elas são como são? E quais são

seus efeitos? Diante disso, e considerando nosso objeto de análise, destacamos a Teoria do *Newsmaking*.

Estudiosos defendem que tudo o que vira notícia, antes foi apenas um fato. O processo até que os fatos do cotidiano tornem-se notícias ou potenciais produtos jornalísticos passa pelo que conhecemos como *newsmaking*. Essa é uma das teorias do jornalismo que nos ajudam a entender as rotinas de produção de notícias. Como descrevem Enio Moraes Júnior e Maria Elisabete Antonioli:

Na lógica do *newsmaking*, a elaboração da pauta, a seleção das fontes e o trabalho de apuração, redação e circulação da notícia constituem elementos determinantes da operação de produção informativa. Trata-se de um processo que envolve também escolhas pessoais e direcionamentos político-editoriais e ideológicos (MORAES JÚNIOR e ANTONILI, 2016, p. 44).

Nesse processo, é posto à prova até onde o jornalista atua como um *gatekeeper*, ou seja, aquele que define o que será noticiado de acordo com critérios como valor-notícia e linha editorial, já que os interesses dos veículos de comunicação, dos anunciantes e até mesmo do público existem. Nesse contexto, com o surgimento de mídias digitais, “um novo ator entra em cena: o *gatewatching*, o cidadão comum, o internauta, aquele que passou a ter uma posição ativa nas redes, alterando as rotinas de produção do jornalista” (MORAES JÚNIOR e ANTONILI, 2016, p.45).

No processo de *newsmaking*, a fonte também atua como elemento crucial. É o que defende Sousa (1999) quando diz que “as fontes (...) selecionam as informações que passam às organizações noticiosas e aos jornalistas, quando estes não têm experiência direta do que ocorre” (p.59). Desse modo, no presente artigo, analisaremos de que forma as teorias do jornalismo, em especial a Teoria do *Newsmaking*, está evidenciada no objeto de estudo – programa *Combate ao Coronavírus* – exibido pela Rede Globo entre março e maio de 2020.

2.2 GÊNERO UTILITÁRIO E TELEJORNALISMO

O telejornalismo, que se difundiu no Brasil em 19 de setembro de 1950 através da TV *Tupi*, foi o marco para a explanação de novas tecnologias, propriedades e características que foram adequadas ao público-alvo até os dias de hoje. Nesse processo de inovação, a “televisão se tornou o meio de informação mais rápido, obrigando os outros meios, a segui-la” (RAMONET, 1999, p. 26).

Assim, o telejornalismo também representa-se como uma unificação social, democrática, econômica e histórica, caracterizando-se pelos seus traços e originando-se em gêneros, capazes de definir o interesse público diante de seus acontecimentos. Com isso, no que consiste a simbologia de gêneros jornalísticos, a gama de características pode ser utilizada em distintos meios de comunicação. A notícia é o gênero-base do jornal, de modo que se referindo ao telejornalismo, esse conceito abriga um panorama de gêneros, no qual se destaca o gênero utilitário citado a seguir. Inicialmente, na definição do gênero, estão associados ao sistema da contemporaneidade diante do interesse do público (MARQUES DE MELO, 2003).

Seguindo a linha de raciocínio, “os gêneros jornalísticos correspondem a um sistema de organização do trabalho cotidiano de codificação das mensagens de atualidade, a partir das formas de expressão adotadas” (MARQUES DE MELO, 2003b, p. 11). Desse modo, como no jornalismo, o gênero “é e não é o mesmo, sempre é novo e velho ao mesmo tempo. O gênero renasce e se renova em cada nova etapa do seu desenvolvimento. Nisto consiste a sua vida” (BAKHTIN, 1981, p. 91).

Considerando os pressupostos de José Marques de Melo (2010), observa-se que a evolução dessas classes inicia-se pela evolução gêneros hegemônicos – o informativo (surgido no século XVII) e o opinativo (século XVIII) que lhes foi acrescentado os complementares – interpretativo, diversional e utilitário, que se legitimam no século XX, para a construção a partir do conhecimento da sociedade.

Soma-se a isso, que formatos midiáticos possuem as suas próprias características acerca da necessidade do público-alvo. Pela variação de canais pode-se perceber que essa adequação também se dá ao meio social em que ela possui. Ao se tratar de gêneros, é notório a aplicação de conceitos para definir o telejornal.

Partindo do modo de evolução da classe como exemplo anterior, veremos que seu surgimento e/ou sua consolidação são sempre respostas às demandas sociais, muitas das quais evidenciadas em momentos históricos datados, especialmente em períodos de crise ou de profundas transformações (ASSIS, 2010), dessa maneira, nota-se a validade que é trazer como recorte de estudo o programa em comento, a fim de contribuir para a ratificação da importância de se dar resposta à sociedade.

Com uma breve definição dos gêneros jornalísticos que estão atrelados ao telejornalismo, o gênero utilitário e pouco empregado nestas características, tem uma atribuição significativa na produção do conteúdo dos telejornais. À vista disso, cabe colocar que o gênero utilitário, ou jornalismo de serviço, tem o propósito de “orientar o leitor, seja para o consumo

de bens simbólicos, para o lazer e a cidadania” (MARQUES DE MELO & ASSIS, 2010, p. 228).

Essa classificação se atrela ao gênero informativo, uma vez que há uma narrativa ampla sobre um determinado assunto. O gênero utilitário, segundo Marques de Melo (2007) apresenta-se através de formatos, dos quais indicará: cenários econômicos, meteorologia, necrologia; cotação variação dos mercados: monetários, industriais, agrícolas, terciários; roteiro dados para o consumo de bens simbólicos, roteiros de teatro, cinema, filmes, passeios); e serviço informações destinadas a proteger os interesses dos usuários dos serviços públicos e consumidores de produtos industriais ou de serviços privados.

O jornalismo utilitário, partindo dessa análise, permite também que o gênero possibilite à sociedade uma orientação ao público-alvo em determinadas reportagens. A classificação do jornalismo utilitário também pode ser atribuída em três pontos. O primeiro está ligado à orientação ao telespectador (exigir); o segundo pode se referir à orientação com base na história de vida (superação); e, por fim, informações úteis (dados) (VAZ, 2011).

Logo, através do jornalismo utilitário, é válido afirmar que, embora o gênero tenha evoluído junto aos veículos midiáticos, surgiu-se, também, um interesse do público para que se adequasse às diretrizes de cada telejornal.

Segundo Temer (2001), o jornalismo prepondera sobre a orientação ao telespectador:

Muitas matérias de serviço não só oferecem a possibilidade de consumir como a de consumir melhor, exercendo a função de ‘orientadora’ para os receptores que não tiveram acesso à informação por meio do sistema de ensino institucionalizado ou das vias de comunicação pública (TEMER, 2001, p. 135).

Sendo assim, o propósito do telejornal integra-se ao utilitário pela preferência de atualidade e acessibilidade, “apresentados numa espécie de cardápio do que se terá que mastigar, seja bom ou mau” (CHARAUDEAU, 2015, p. 228).

Tendo em vista esses aspectos, o gênero utilitário está associado ao telejornalismo contemporâneo diante das características presentes nos programas televisivos. No objeto de pesquisa deste artigo, pode-se observar o gênero utilitário a partir da classificação de José Marques de Melo (2009), em que se destaca a linha editorial do Programa *Combate ao Coronavírus*. Desse modo, tem-se o conceito indicador (que analisa o cenário econômico e social partindo da crise global causado pela pandemia do coronavírus (SARS-CoV-2), roteiro (com indicação dos locais indicados para a circulação de pessoas na pandemia) e serviço (com

informações de interesse público, entrevistas e conversas sobre as medidas preventivas adotadas pela OMS contra a COVID-19).

2.3 PANDEMIA E JORNALISMO

A crise global da COVID-19, que teve início no ano de 2020, gerou impactos significativos para o fazer jornalístico. Nessa perspectiva, evidencia-se que o jornalismo está entre os serviços considerados essenciais, sendo importante e fundamental durante essa crise na saúde pública, posto que além de registrar esse fato histórico apresenta pareceres para o meio social.

Destacamos que, em 31 de dezembro de 2019, a Organização Mundial da Saúde (OMS) foi alertada sobre vários casos de pneumonia na cidade de Wuhan, província de Hubei, na República Popular da China. Tratava-se de uma nova cepa (tipo) de coronavírus que não havia sido identificada antes em seres humanos.

Em 7 de janeiro de 2020, as autoridades chinesas confirmaram que haviam identificado um novo tipo de Coronavírus, que são a segunda principal causa de resfriado comum (após rinovírus), estão por toda parte e, até as últimas décadas, raramente causavam doenças mais graves em humanos do que o resfriado comum. Em 30 de janeiro de 2020, a OMS declarou que o surto do novo coronavírus constitui uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII) – o mais alto nível de alerta da Organização, conforme previsto no Regulamento Sanitário Internacional. Essa decisão buscou aprimorar a coordenação, a cooperação e a solidariedade global para interromper a propagação do vírus.

Com isso, a pandemia impactou todas as formas de trabalho e no jornalismo não foi diferente. Em tempos de instabilidade, medo e tensão, em que o vírus SARS-CoV-2 atingiu todos os continentes, a desinformação e as *Fake News* mostraram-se uma pandemia paralela também a ser combatida.

Bounegru, Gray (2017), considera que não é possível compreender o significado das *Fake News* fora do ambiente online e digital:

“As notícias falsas podem ser consideradas não apenas em termos da forma ou conteúdo da mensagem, mas também em termos de infraestruturas mediadoras, plataformas e culturas participativas que facilitam a sua circulação” (BOUNEGRU et al., 2017, p. 8).

Para considerar o processo de *newsmaking*, Mauro Wolf (1994) observa tratar-se de uma abordagem “constituída pelos estudos que analisam a lógica dos processos pelos quais a

comunicação de massa é produzida e o tipo de organização do trabalho dentro da qual se efetua a ‘construção’ das mensagens” (WOLF, 1994, p. 161). Nos assuntos abordados no telejornal, o jornalista deixa-se controlar pelos pontos de vista da direção jornalística para reafirmar o compromisso que redações interferem no processo de produção da notícia, Breed (1999) explica que:

O primeiro mecanismo que promove o conformismo é a socialização do redator no que diz respeito às normas do seu trabalho. Quando o jornalista inexperiente começa o seu trabalho, não lhe é dito qual é a política editorial. Nem nunca será. Isto pode parecer estranho, mas as entrevistas, uma após outra, vieram-no confirmar (BREED, 1999, p. 154-155, apud TRAQUINA, 2001, p. 71).

Dentro do paradigma do *newsmaking*, as notícias são construções narrativas que instituem socialmente a realidade, ou seja, formas de compreensão do aqui e agora. Para Schudson (apud TRAQUINA, 2004), o poder das mídias noticiosas é baseado na capacidade de fornecer as formas sob as quais os fatos aparecem.

Nesse prisma, o jornalismo foi colocado como atividade essencial e se colocou como uma ferramenta indispensável para a sociedade (SILVA et al., 2020). Portanto, o jornalismo científico ganhou um papel de destaque, maior ainda dentro disso, já que “qualquer mudança em relação à Covid-19 precisa ser noticiada com base na ciência” (SILVA et al, 2020, p. 235).

3 ANÁLISE

Para as análises feitas no presente artigo, utilizou-se a pesquisa de natureza qualitativa, já que o objetivo principal é compreender os fatores inerentes à pandemia do novo coronavírus e sua relação com a produção de notícias e interferência na programação da televisão aberta. Sendo assim, a abordagem qualitativa (MINAYO, 1994), preocupa-se com realidades que não podem ser quantificadas e, assim:

A pesquisa qualitativa (...) trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis (MINAYO, 1994, p. 21-22).

Assim, o método utilizado foi estudo de caso. Isso porque uma das características a serem buscadas neste estudo visa atingir e responder as perguntas ‘como’ e ‘por que’, para obter um estudo aprofundado do fenômeno.

Gil (1994) explica que "o estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e

detalhado". Portanto, esta foi a ferramenta utilizada no presente artigo para análise de três episódios do programa.

3.1 PRIMEIRO EPISÓDIO

O programa *Combate ao Coronavírus* começou a ser exibido em 17 de março de 2020, apresentado pelo jornalista Márcio Gomes, composto por duas horas de duração (das 10h às 12h), e voltado a reportagens didáticas e conversas com médicos que buscavam esclarecer dúvidas dos telespectadores sobre a doença que era uma incógnita na época.

A atração foi bem aceita pelo público, no Painel Nacional de Televisão (PNT), registrou-se uma média de 11 pontos em suas duas primeiras semanas (de 17 a 27 de março) –cada ponto do Kantar Ibope equivale a 260.558 domicílios.

Assim sendo, o programa tinha como dinâmica a participação do público com perguntas acerca do tema, segundo a matéria “Combate ao Coronavírus eleva audiência das manhãs da Globo”, do site F5, o programa foi responsável, sozinho, por mais da metade (55%) das ligações que chegaram à Central de Atendimento ao Telespectador (CAT) da Globo no período da manhã do mês de março. A emissora chegou a emitir uma nota informando que, em apenas três semanas, a CAT havia recebido mais de 6.000 mensagens com dúvidas e pedidos de informação sobre a pandemia, e esse era o mesmo volume de mensagens que os programas diários matinais costumavam receber ao longo de um ano inteiro.

Quando o episódio foi exibido, o Brasil possuía 349 casos confirmados de novo coronavírus (SARS-Cov-2) em 17 estados e no Distrito Federal. Em São Paulo, havia sido registrada a 1ª morte pelo coronavírus no Brasil, que foi confirmada pelo governo estadual. A vítima foi um homem de 62 anos que estava internado em um hospital particular da capital paulista, o paciente tinha diabetes e hipertensão. Nesse mesmo dia, segundo dados de monitoramentos da Universidade Johns Hopkins, nos Estados Unidos, foram registradas, em todo o mundo, 7.074 mortes pela doença. Dessas, 3.217 haviam ocorrido na China.

Ao todo, o programa recebeu 50 mil perguntas de internautas sobre a COVID-19, e o apresentador Marcio Gomes leu ao menos 800 delas aos mais de 60 médicos que pelos estúdios passaram diariamente. Foram mais de 70 horas de transmissões desde o dia 17 de março. Diante desse cenário, o primeiro programa aborda as indagações de habitantes das diversas partes do país. Por se tratar de um ambiente completamente novo, e de uma doença desconhecida, eram comuns perguntas sobre a necessidade do uso de máscaras, do distanciamento social e de protocolos sanitários recentemente instituídos.

Com esse recorte, podemos perceber a necessidade de esclarecimento de matérias voltadas para o âmbito da internet e a inserção do combate a outra pandemia: as *Fake News*. Durante estudo desenvolvido sobre as *Fake News*, Mercedes Neto, et al. (2020) já descrevia que refletir sobre a problemática das notícias falsas era pensar em evidências científicas:

Refletir sobre as Fake News na contemporaneidade é pensar nas publicações com base nas evidências científicas. Estas, com termos técnicos, próprios dos centros de pesquisa, precisam ser decodificadas à população para melhor entendimento, o que remete à aplicação da técnica da comunicação denominada de AIDA – Atenção, Interesse, Desejo e Atitude – utilizada pelos jornalistas para a imprensa social (NETO Mercedes, et al., 2020, p. 3).

Além disso, um outro problema começou a ser analisado no programa, a suspensão das aulas presenciais para evitar a propagação do vírus. As dúvidas frente à necessidade da ação foram muitas, a maioria dos pais não entendia a motivação e achavam que a medida seria prejudicial. As matérias sobre o caso respeitam critérios de noticiabilidade, trouxeram a perspectiva do governo, da escola e dos pais, além de um especialista em saúde explicando a necessidade da suspensão dessas aulas.

Nesse ínterim, a dinâmica do programa seguiu a hierarquia de perguntas do público e as respostas de médicos especialistas em doenças infecciosas.

3.2 SEGUNDO EPISÓDIO

No segundo episódio analisado, edição de número 22, apresentado no dia 15 de abril de 2020, destacou-se o cenário do aumento de internações em leitos clínicos e de UTI em capitais do Brasil. Para este programa, em uma duração de uma hora e quarenta e seis segundos, Márcio Gomes apresentou, em primeira pauta, a divulgação do Ministério da Saúde sobre os registros de pacientes recuperados da COVID-19, 10.026, além do número de mortes, número mais alto registrado até então, que já se somava 1.557 óbitos.

Integrando a bancada do telejornal, estiveram presentes os infectologistas Renato Grinbaum e Eder Gatti, respondendo aos questionamentos dos internautas por meio da *hashtag*, além da contribuição dos assuntos pautados para este capítulo. Neste primeiro momento, caracteriza-se o gênero informativo, com o “relato puro e simples de fatos pertencentes ao presente imediato ou ao passado que sejam socialmente significativos” (BELTRÃO, 1980, p. 29).

Logo com a apresentação dos destaques, o primeiro assunto do programa ganhou destaque: internações em metrópoles de todo o país. Através desse tema, foi tratado também sobre os Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) que serão primordiais neste combate ao vírus através dos profissionais. Em São Paulo, cerca de 75% dos leitos estavam ocupados. O

infectologista Eder Gatti alertou para a necessidade de aumento de profissionais em atividade e do aumento de leitos, já que estes pacientes podem levar um longo período em internação. Esta análise do infectologista caracteriza-se como um dos gêneros jornalísticos. Como explica Marques de Melo & Assis, “os textos opinativos, em geral, se originam em algum acontecimento noticiado pelos textos informativos” (2010, p. 97).

O primeiro bloco ainda ressaltou a importância da vacinação para grupos e, principalmente, os idosos. O repórter Carlos Eduardo Alvim, de Belo Horizonte, entrou ao vivo para destacar o último dia de vacinação contra a gripe para grupos. Ainda tratando-se o público de idade avançada, em João Pessoa, o repórter Ítalo Di Lucena, que também participou da entrevista, informa que os primeiros casos de idosos de abrigos são vítimas da COVID-19. Dois óbitos foram registrados na Paraíba. Neste cenário, foi possível que o imunizante contra o vírus é uma possibilidade próxima, o que, analisado no primeiro episódio deste programa, não havia sido mencionado.

Debates acerca do público idoso ainda foi reforçado no primeiro momento, já que notoriamente, foi o mais vulnerável. O geriatra Edgar Nunes de Moraes também argumentou sobre dicas de como proteger idosos da COVID-19 e o sistema de defesa. No encerramento destas etapas, os infectologistas, presentes no estúdio, tiraram dúvidas da população sobre os principais sintomas do vírus e quando procurar uma unidade hospitalar. Assim, trazendo a condução e orientação ao público sobre a proteção comunitária, o jornalismo utilitário na televisão, “são matérias que se baseiam em dados objetivos que indicam tendências ou resultados de natureza diversa, de utilidade para o telespectador em eventuais tomadas de decisões” (REZENDE, 1998, p. 169).

Dando segmento do telejornal, já no segundo período, o assunto de maior repercussão foi a disponibilidade de mais leitos e EPIs fornecidos pelo Ministério da Saúde. A novidade também foi debatida com os convidados, que ressaltaram a importância dos equipamentos para um possível pico de casos.

A programação seguiu também pela visita ao Rio de Janeiro através da repórter Larissa Schmidt, trazendo os riscos da circulação em áreas de condomínios, parques e afins. A interação com a população através das perguntas disponibilizadas pelas redes sociais é um fator importante para obter respostas sobre a doença quase desconhecida. Um desses questionamentos, oriundos do telespectador, foi sobre o gênero que tem a maior probabilidade de contrair o vírus. Com a tecnologia das entrevistas à distância, por meio da internet, a professora de medicina familiar e comunitária da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Débora Teixeira respondeu o questionamento através de pesquisas. Nessas rápidas e objetivas

entrevistas, também presentes no primeiro episódio do telejornal, foi possível observar a preocupação da fonte e do entrevistado através do discurso. Com isso, conforme Brait (1993) afirma

[...] pelo olhar, cada um dos protagonistas de um evento interacional pode captar as características exteriores do outro, a dimensão espacial configurada pela situação, as expressões faciais, os gestos, a postura, as atitudes corporais e outras marcas que configuram e circunscrevem uma situação, um contexto interacional (BRAIT, 1993, p. 202).

O Programa *Combate ao Coronavírus* também utilizou, no terceiro e último bloco, o cenário mundial sobre a COVID-19 e as declarações do presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, sobre o auxílio emergencial para os estadunidenses. O correspondente Rodrigo Carvalho falou de Londres sobre o posicionamento da imprensa sobre o discurso do presidente em destinar o auxílio, por meio de cartas (costume do país), com a sua assinatura.

Através da sua programação, o episódio 22 que marca a metade da jornada jornalística, destacou através de conversas com diferentes públicos e especialidades, a informação prática e informal do quase desconhecido. Dúvidas e comentários do público também marcaram o encerramento do episódio, que foram esclarecidos pelos infectologistas convidados. Com isso, esta ação, que norteia diariamente os questionamentos do público, implica no consumo do gênero utilitário, onde Gentilli (2005) declara que essa característica é a “necessidade social da informação”.

Segundo dados do Kantar Ibope, a audiência do Programa *Combate ao Coronavírus*, no mês de abril, mês do segundo episódio em análise, só registrou oito pontos, caindo quatro em comparação ao mês de estreia.

3.3 ÚLTIMO EPISÓDIO

No último episódio, exibido no dia 22 de maio de 2020, a abordagem assumiu um caráter mais interpretativo. No primeiro bloco, o apresentador Márcio Gomes destacou a ineficiência do poder público no combate à pandemia, ao dizer que “houve duas trocas de ministro da saúde, temos autoridades que não falam a mesma língua e que não foram rápidas na compra dos equipamentos deixando muita gente esperando por um leito de UTI até hoje” (GOMES, 2020, s./p.). A partir desta fala, salientou que os profissionais de saúde assumiram a linha de frente do enfrentamento à pandemia. O programa exibiu, então, depoimentos de vários profissionais, como enfermeiros e médicos, de diferentes locais do país.

No estúdio, os convidados do programa eram dois médicos: Jaques Sztajnbok, intensivista, e Fabiane Sztajnbok, infectologista, que são casados. Ambos trouxeram, no início

da edição, seus relatos de experiência enfrentando a pandemia, na UTI e no pronto socorro de um grande hospital. Nesse momento, as informações básicas e iniciais, como as orientações sobre o uso de máscara, deram lugar aos depoimentos de como esses dois profissionais lidaram com as mudanças da pandemia dentro e fora do ambiente hospitalar.

É possível perceber que a escolha da temática central acompanha a demanda da audiência: a essa altura, mais informações a respeito da doença haviam sido disseminadas (tanto pela televisão quanto por outros meios de comunicação) e o conhecimento do público a respeito da pandemia era diferente do observado meses antes. Isso pode ser comprovado ao compararmos as principais questões levantadas com as do primeiro episódio, por exemplo, no qual prevaleciam perguntas sobre a necessidade do uso de máscara e distanciamento social.

Como defendem Júnior e Antonili (2016, p. 47-48), o chamado “*gatewatching*” tem substituído as práticas do *gatekeeping*, especialmente por conta das mudanças na comunicação social a partir da internet. Os autores afirmam que “o papel do jornalista como gatekeeper foi abalado a partir do momento em que a audiência assumiu uma função importante na 'curadoria' da informação”. Além disso, em acordo com Bruns (2014)

Gatekeeping na sua forma clássica foi um resultado do sistema de produção, distribuição e consumo das notícias que existia durante o apogeu a época da mídia de massa. As práticas de gatekeeping eram simplesmente uma necessidade prática: os jornais impressos e os noticiários na rádio e na televisão nunca poderiam oferecer mais que uma seleção redigida com muito aperto das notícias do dia; as avaliações de quais eram as matérias mais importantes para o conhecimento das audiências (...) tinham que ser feitas (BRUNS, 2014, p. 121).

O bloco trouxe ainda um infográfico com números atualizados da COVID, entre casos, mortes e média móvel. A edição tratou, também, no primeiro bloco, sobre a mudança nas regras de falência, um dos reflexos econômicos indiretos da pandemia, através de uma participação ao vivo do repórter Fabiano Andrade, de Brasília. A primeira parte do programa também abriu espaço para as dúvidas dos telespectadores, enviadas através das redes sociais, como vinha sendo desde a primeira edição.

O segundo bloco da edição trouxe explicações sobre os efeitos indiretos da pandemia, como os problemas de saúde mental, a exemplo da ansiedade e depressão, observados tanto em pacientes pós-covid quanto na sociedade como um todo. De Londres, a correspondente Cecília Malan falou a respeito da Semana de Saúde que propôs uma conversa nacional sobre a gentileza e empatia. A repórter trouxe, ainda, dados sobre os casos de transtornos emocionais em meio ao isolamento social na sociedade londrina. Isso é repercutido no estúdio, através da conversa

entre o apresentador e os especialistas. O impacto psicológico da pandemia foi tratado como um problema de saúde pública na discussão.

Assim, ainda no segundo bloco, o programa abriu espaço para mais perguntas dos telespectadores, que foram respondidas pelos especialistas. Nesse momento, mais uma vez, pôde destacar-se um ponto principal: a interação com o público. Assim, põe-se como destaque essa característica do novo modo de fazer jornalismo, uma vez que “agora o público, por intermédio da web, tem uma participação ativa. Muitas vezes o cidadão propõe pautas ou atua como replicador da informação, outras vezes dialoga com o jornalista, e em diversas ocasiões se coloca na condição de próprio emissor” (JÚNIOR E ANTONILI, 2016, p. 49).

Ademais, no terceiro e último bloco, a edição trouxe o noticiário internacional, destacando uma formatura nas Filipinas, onde robôs permitiram que estudantes participassem da cerimônia. Em contraponto ao que foi discutido no primeiro episódio, quando a suspensão das aulas presenciais foi posta em pauta e muitos não entendiam se a medida seria prejudicial ou não, aqui se apresentou uma das novas soluções diante dos tempos de isolamento.

Outra notícia de destaque foi a primeira aparição do então presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, utilizando máscara. Mas, logo em seguida, ele tirou a máscara, mesmo estando em um local fechado e com aglomeração. A conduta do então presidente norte-americano também foi pauta no 22º episódio do programa, na ocasião, sobre auxílio emergencial para os estadunidenses. O bloco trouxe ainda a participação da repórter do G1, Clara Velasco, ao vivo, via internet, através do quadro “Fato ou Fake” que, desde o primeiro episódio, se propôs a esclarecer dúvidas e desmentir notícias falsas.

O bloco caminhou para o final com uma fala marcante do apresentador Márcio Gomes:

Nosso programa nasceu para responder a sua pergunta. (...) Mas todas as dúvidas que chegaram ao nosso programa, mesmo as não respondidas, nortearam as pautas do nosso 'Combate'. Você fez o nosso 'Combate' com a gente. Foram 10 semanas neste espaço de emergência, aberto na programação da Globo, para tirar as dúvidas que foram surgindo de acordo com o avanço da epidemia. E aqui a gente aprendeu, junto com você, a mudar hábitos, a transformar rotina, a se reinventar (GOMES, 2021, s./p.)

A fala exemplifica o que defendem Júnior e Antonili (2016) ao citarem Bruns (2014). Os autores salientam que:

Bruns (2014) chama a atenção e diz que nesse processo tanto os jornalistas industriais como os usuários das notícias continuarão se conectando e se misturando. Atualmente este é um dos grandes desafios do jornalista, que precisa se diferenciar ao produzir uma informação qualificada e que atenda os interesses da sociedade (JÚNIOR e ANTONILI, 2016, p. 50). [N22]

Um vídeo, resumindo o que foi trazido pelo programa durante os dois meses de exibição, foi apresentado. Nele, o lema principal foi que “o melhor remédio para enfrentar uma crise desse tamanho é informação de qualidade”. Por fim, foi feita uma homenagem aos profissionais de saúde que participaram das edições, contribuindo, especialmente, para esclarecer as dúvidas do público.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise, constatamos que, na medida em que o interesse do público modificava-se ao decorrer da pandemia, as pautas escolhidas para nortear o programa *Combate ao Coronavírus*, exibido pela TV Globo, também mudavam. Ao concluirmos o presente trabalho e as análises do produto escolhido, consideramos que esta discussão auxilia na reflexão sobre a influência da audiência na produção de notícias.

Através da pesquisa qualitativa, esse estudo se debruçou na análise dos aspectos que não podem ser quantificados como a estruturação das edições, as notícias abordadas, os formatos apresentados e, até mesmo, o caráter interpretativo de algumas falas e posicionamentos durante os episódios analisados. A partir disso, a comparação dos episódios e seus conteúdos foram realizados para chegar à conclusão da utilidade da informação para a população.

Exibindo a programação dos episódios 01, 22 e 45 deste programa, em que foram 10 semanas, com 73 horas ao ar e 40 programas, constatamos que o telejornalismo, utilizou de especificidades desde a programação individual de cada edição (diversidade de especialidades, assuntos, rotina, proteção) à orientação comunitária, também utilizando as redes sociais a fim de esclarecer os questionamentos do público.

Desse modo, a pandemia tornou-se um percurso de informações para alimentar os veículos de comunicação. Os gêneros, empregados no telejornal em destaque, também contribuíram para o caráter comunicacional e informativo, partindo do ponto de vista da produção de matérias e reportagens que circularam o Brasil, mostrando a situação real e o avanço da pandemia em cada cidade destacada. Utilizando-se do que se diz respeito ao gênero utilitário, a produção do trabalho de conclusão de curso também utilizou de embasamento teórico, partindo de características de autores no que tange o gênero utilitário, como base de análise ao Programa *Combate ao Coronavírus*.

Durante toda a sua exibição e, principalmente, ao analisar a variação de audiência, notamos que o papel do telejornalismo (analisado) foi de extrema importância para a disseminação da informação diante da pandemia global que causou impactos sociais e econômicos. Ao mesmo tempo, percebemos também que parte da população aderiu as

informações adquiridas no noticiário pondo em prática ações individuais e coletivas. Com essa percepção, o âncora do noticiário, o jornalista Márcio Gomes, encerrou o especial creditando ao público à contribuição no enfrentamento ao coronavírus: “Você fez o combate com a gente” (GOMES, 2021).

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. Os gêneros do discurso. In: BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BOUNEGRU, Liliana; GRAY, Jonathan; VENTURINI, Tommaso; MAURI, Michele. (2017). A Field Guide to Fake news. **Public Data Lab**. Disponível em: <http://fakenews.publicdatalab.org/>.

BRAIT, Beth. O processo interacional. In: PRETI, Dino. (org.). **Análise de textos orais**. São Paulo: PROJETO NURC/SP - FFLCH-USP, 1993, p. 189-214.

BREED, Warren. “Controlo social na redação. Uma análise funcional”. In: TRAQUINA, Nelson. (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2ª edição. Lisboa: Vega, 1999.

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, v. 15, n.1 esp., p.1-12, 2010.

CASOS DE CORONAVÍRUS NO BRASIL EM 17 DE MARÇO. **Casos de coronavírus no Brasil em 17 de março**. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/17/casos-de-coronavirus-no-brasil-em-17-de-marco.ghtml>. Acesso em: 7 de out. 2021.

CASTRO, Alexandre. **Teorias do Jornalismo, Universidade e Profissionalização: Desenvolvimento Internacional e Impasses Brasileiros**. Fortaleza, Editora Contexto; 3ª edição 2012.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Editora Contexto, 2015.

COSTA, Edwaldo (Org.). **Torre de Babel: créditos e poderes da comunicação**. Ponta Grossa, PR: Atena, 2021.

ENIO MORAES JUNIOR; MARIA ELISABETE ANTONIOLI. Jornalismo e newsmaking no século XXI: novas formas de produção jornalística no cenário online. Revista Alterjor, v. 14, n. 2, p. 43–52, 2016. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/121436>> . Acesso em: 1 de dez. 2021.

FOLHAPRESS. Globo cancela transmissão do programa “Combate ao Coronavírus”. **O Tempo**. São Paulo, 22 de maio. 2020. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/diversao/globo-cancela-transmissao-do-programa-combate-ao-coronavirus-1.2340682>. Acesso em: 7 out. 2021.

GENTILLI, Victor. **Democracia de massas: jornalismo e cidadania: estudos sobre as sociedades contemporâneas e o direito dos cidadãos à informação**. 1ª ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2005.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Orgs.). **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/52806>. Acesso em: 30 de maio de 2021.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1994.

GLOBOPLAY. 'VOCÊ fez o Combate com a gente', diz Márcio Gomes ao fazer balanço do programa. Entrevistador: Márcio Gomes. In: Programa Combate ao Coronavírus. 2020. 1 vídeo (4min18s). Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8572430/>. Acesso em: 03 de nov. 2021.

ILUSKA COUTINHO. **Democracia eletrônica e televisão no Brasil: Os telejornais como espaço de disputa por hegemonia política e cultural**. Disponível em: <https://www.academia.edu/3886647/Democracia_eletr%C3%B4nica_e_televis%C3%A3o_no_Brasil_Os_telejornais_como_espaco_de_disputa_por_hegemonia_pol%C3%ADtica_e_cultural>. Acesso em: 1 dez. 2021.

MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de (Orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

MATIAS, Karina. Comandado por Márcio Gomes, Combate ao Coronavírus eleva audiência das manhãs da Globo. **Folha de São Paulo**. F5. São Paulo, 05 de abr. 2020. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2020/04/comandado-por-marcio-gomes-combate-ao-coronavirus-eleva-audiencia-das-manhas-da-globo.shtml>. Acesso em: 7 de out. 2021.

MINAYO, Maria Cecília et al. **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 21ª Edição. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

NETO, Mercedes, et al. Fake news no cenário da pandemia de Covid-19. **Cogitare Enfermagem** [online], v. 25, 22 abr. 2020. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/cogitare/article/view/72627>. Acesso em: 1 dez. 2021.

OLIVEIRA, Hebe Maria e GADINI, Sérgio (Orgs.). **Jornalismo em tempos de pandemia do novo coronavírus**. 1ª edição- Aveiro: Ria Editorial, 2020.

OMS. **Organização Mundial de Saúde** (1998). *Health Promotion Glossary*.

OPAS. **Histórico da pandemia de COVID-19 - OPAS/OMS**. Organização Pan-Americana da Saúde. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acesso em: 7 de out. 2021.

ORSOLINI, Alba Valéria Penteadó; OLIVEIRA, Sheila Fernandes Pimenta e, **Estudo de caso como método de investigação qualitativa: uma abordagem bibliográfica**. Disponível em:

https://pos.unifacef.com.br/livros/Cultura_Desenv/Artigos/Alba_Sheila.pdf. Acesso em: 30 de maio de 2021.

RAMONET, Ignácio. **A Tirania da Comunicação**. Petrópolis: Editora Vozes, 1999.

SILVA, Marcos Paulo da. Como os acontecimentos se tornam notícia: uma revisão do conceito de noticiabilidade a partir das contribuições discursivas. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 7, n. 1, 9 jun. 2010. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2010v7n1p173>. Acesso em: 1 dez. 2021.

SOUSA, Jorge Pedro. **As Notícias e os seus efeitos**. As “Teorias” do jornalismo e dos efeitos sociais dos Media Jornalísticos. Universidade Fernando Pessoa. 1999.

TEMER, Ana Carolina Pessôa. **Notícias & Serviços: nos telejornais da Rede Globo**. 2001. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo.

TUCHMAN, Gaye. A Objetividade como Ritual Estratégico. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: teorias, questões e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993B.

VAZ, Tyciane Cronemberger. **Jornalismo utilitário na TV: análise da produção do gênero no programa Bem-Estar da Rede Globo**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1286-1.pdf>. Acesso em 14 de set. 2021.

VOLPATO, Leonardo. Combate ao Coronavírus é cancelado na Globo: “Foi um privilégio”, diz Marcio Gomes. **Folha de São Paulo**. F5. São Paulo, 15 de maio. 2020. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2020/05/combate-ao-coronavirus-e-cancelado-na-globo-foi-um-privilegio-diz-marcio-gomes.shtml>. Acesso em: 7 de out. 2021.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1994.