

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DO SUL DE MINAS-UNIS/MG**  
**COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**  
**LARISSA STHEPHANIE MOURA SILVA**

**JORNALISMO NA PANDEMIA DO CORONAVÍRUS: as adaptações**  
**encontradas pelos jornalistas de televisão**

**Varginha**  
**2020**

**LARISSA STHEPHANIE MOURA SILVA**

**JORNALISMO NA PANDEMIA DO CORONAVÍRUS: as adaptações  
encontradas pelos jornalistas de televisão**

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo do Centro Universitário do Sul de Minas – UNIS/MG como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel, sob orientação do professor Marco Antônio Leite.

**Varginha  
2020**

**LARISSA STHEPHANIE MOURA SILVA**

**JORNALISMO NA PANDEMIA DO CORONAVÍRUS: as adaptações  
encontradas por jornalistas de televisão**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo do Centro Universitário do Sul de Minas Gerais - UNIS/MG como pré-requisito para obtenção do grau de Bacharel, sob a orientação do professor Marco Antônio Leite.

Aprovado em 02 / 12 / 2020



---

Prof. Marco Antônio Leite



---

Jornalista Thiago José de Oliveira Rodrigues



---

Jornalista Paula Vilela Ximenes

Dedico esse trabalho a todos que me ajudaram em sua confecção, que me possibilitou crescer a cada dia mais como profissional.

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus por todas as vezes que me concedeu sabedoria e força para realizar cada tarefa, por nunca me abandonar e sempre me socorrer nos momentos de aflição, por ter me dado força física e mental para chegar até aqui. Agradeço a mim por não ter desistido mesmo diante dos obstáculos. Agradeço aos meus pais pela paciência e educação que me deram. A minha irmã, amigos e família por ter me apoiado e me dado força nos momentos que precisei. Agradeço o meu gato “Boca Preta” pelo companheirismo e por me permitir ser mais feliz durante este tempo que estive comigo. Aos meus professores do Ensino Médio e do Centro Universitário do Sul de Minas, em especial ao orientador Marco Leite, à coordenadora Gisele e a professora Terezinha.

## RESUMO

Este trabalho aborda a atuação dos jornalistas de televisão em meio à pandemia do coronavírus, tendo como foco específico uma emissora de televisão regional. A análise se dá através das mudanças que os profissionais desta empresa de comunicação enfrentam para continuar informando diante desta pandemia que já matou milhares de pessoas. A abordagem é necessária para deixar registradas as adaptações e dificuldades que estes profissionais estão enfrentando e quais os recursos e aprendizados que estão tendo. O objetivo desta pesquisa é mostrar as dificuldades e adaptações encontradas por profissionais da área, como eles lidam e trabalham com a informação diante de algo mundial e que traz risco a saúde de todas as pessoas. Essa tarefa será realizada através de entrevistas com jornalistas da emissora escolhida como objeto de pesquisa, e com responsável pela administração da emissora de comunicação, com o propósito de mostrar a importância destes profissionais para a saúde pública e para população. Foi abordada uma das mudanças mais importantes aliada ao jornalismo nesta pandemia, o digital. Através dele, entrevistas foram realizadas sem que o profissional ou a fonte corresse riscos pessoalmente. Além disso, alternativas de trabalho em casa foram soluções para empresas de comunicação que deixaram vários funcionários em Home Office. Destaque também para as fake news, que estiveram em alta nesse período de crise, deixando várias pessoas em pânico e dando trabalho para os jornalistas, que além de informar, tiveram que desmentir as notícias falsas. A importância do jornalismo também foi evidenciada durante a pandemia e mostrou como estes comunicadores têm ajudado a população e a sociedade com informações esclarecedoras, verídicas e objetivas.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Pandemia. Telejornal. Adaptação. Coronavírus.

## **ABSTRACT**

This paper addresses the role of television journalists in the midst of the coronavirus pandemic, with a specific focus on a regional television station. The analysis takes place through the changes that the professionals of this communication company face to continue informing in the face of this pandemic that has already killed thousands of people. The approach is necessary to record the adaptations and difficulties that these professionals are facing and what resources and learning they are having. The purpose of this research is to show the difficulties and adaptations encountered by professionals in the field, how they deal with and work with information in the face of something global and which poses a risk to the health of all people. This task will be carried out through interviews with journalists of the broadcaster chosen as the object of research, with the purpose of showing the importance of these professionals for public health and for the population. One of the most important changes associated with journalism in this pandemic, the digital one, was addressed. Through it, interviews were conducted without the professional or the source taking any personal risks. In addition, work at home alternatives were solutions for communication companies that left several employees in the Home Office. Also noteworthy is fake news, which was on the rise in this period of crisis, leaving several people in a panic and giving work to journalists, who in addition to reporting, had to deny false news. The importance of journalism was also highlighted during the pandemic and showed how these communicators have helped the population and society with enlightening, truthful and objective information.

**Keywords:** Journalism. Pandemic. Newscast. Adaptation. Coronavirus.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>8</b>
<b>2 EMISSORA</b> .....	<b>11</b>
<b>2.1 Mudanças e adaptações</b> .....	<b>11</b>
<b>3 A IMPORTÂNCIA DO JORNALISTA NA PANDEMIA</b> .....	<b>14</b>
<b>4 JORNALISMO REGIONAL NA PANDEMIA</b> .....	<b>15</b>
<b>4.1 Apuração</b> .....	<b>16</b>
<b>5 JORNALISMO DIGITAL</b> .....	<b>17</b>
<b>5.1 Home office</b> .....	<b>18</b>
<b>6 FAKE NEWS NA PANDEMIA</b> .....	<b>20</b>
<b>7 SAÚDE DOS PROFISSIONAIS</b> .....	<b>22</b>
<b>8 ADAPTAÇÕES DO TELEJORNALISMO</b> .....	<b>24</b>
<b>8.1 Audiência na pandemia</b> .....	<b>25</b>
<b>9 PUBLICIDADE E JORNALISMO</b> .....	<b>27</b>
<b>10 CONCLUSÃO</b> .....	<b>30</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>31</b>
<b>APÊNDICE</b> .....	<b>33</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O jornalismo sempre teve tamanha responsabilidade em informar e ser porta-voz da sociedade através de informações verídicas e objetivas, exercendo um papel essencial e fundamental em uma sociedade democrática. Em meio a uma pandemia mundial, o trabalho dos jornalistas teve adaptações e uma responsabilidade maior por se tratar de saúde pública. Mais uma vez, foi um serviço primordial para ajudar a população.

A pandemia da covid-19, que atingiu 188 países e ganhou a mídia, se tornou o assunto mais comentado do mundo. O primeiro caso da doença foi confirmado no dia 31 de dezembro de 2019, em Wuhan, na China. Já no Brasil, o primeiro caso confirmado foi em São Paulo, no dia 26 de fevereiro de 2020. Depois disso, ao longo dos meses todos os estados tiveram confirmações de pacientes com o vírus, que é contagioso e sua transmissão pode ocorrer através de aperto de mãos, gotículas de saliva, objetos e superfícies contaminadas. Por isso, foi instaurada uma “quarentena”, recomendando o isolamento social, onde as pessoas deveriam ficar em casa para diminuir o contato com as outras e sair só quando fosse realmente necessário. Esta medida foi adotada por vários países, inclusive por um tempo no Brasil.

Com toda essa crise sanitária mundial, os perigos e a falta de informação foram assustadores. Medidas tiveram que ser tomadas por todos os governantes, que têm a obrigação de zelar pela saúde da população. Diante disso, o governo federal no Brasil, através de um decreto, definiu as atividades e profissões essenciais diante desta pandemia. Algumas atividades não consideradas essenciais tiveram que encontrar uma nova forma de exercer seu trabalho, seguindo as recomendações dos órgãos mundiais de saúde. Ficar em isolamento social, mantendo distância e contato físico, prejudicou economicamente toda uma cadeia de profissionais.

O jornalismo está entre os serviços considerados essenciais, sendo importante e fundamental durante essa crise na saúde pública. Como um todo, os profissionais de comunicação tiveram que se adaptar, sofrendo diversas mudanças na rotina para que o trabalho de informar continuasse. Através de pesquisa realizada em uma emissora local, que trabalha com telejornalismo, notaram-se essas adaptações na rotina dos profissionais e da própria empresa durante a pandemia. Estas mudanças foram necessárias para garantir a saúde da imprensa e a qualidade da informação, que se tornaram fundamentais, além de serem um novo recurso para salvar vidas durante esta crise.

Os profissionais de comunicação, assim como os da saúde, estiveram na linha de frente ao combate a covid-19. Os comunicadores tiveram a missão de levar informações sobre a pandemia para a população que está em isolamento social, assustada e desinformada. A importância da informação neste período foi enorme, trazendo novamente o destaque que os jornalistas merecem.

A pesquisa foi realizada através de entrevistas com dois jornalistas de uma emissora regional de televisão e com um responsável pela empresa que forneceu informações para que este trabalho fosse feito. As entrevistas foram gravadas em áudio e feitas individualmente com perguntas específicas.

Para manter o sigilo dos entrevistados e da emissora em questão, não citaremos os nomes tratando cada entrevistado como entrevistado 1, 2 sendo os dois jornalistas e entrevistado 3 sendo responsável pela administração da emissora de comunicação. E tratando a empresa de comunicação apenas como emissora.

A pesquisa qualitativa de caráter exploratório buscou compreender e interpretar comportamentos dos jornalistas de televisão em meio a pandemia e usou entrevistas para dar embasamento no conteúdo.

Na emissora em que a pesquisa foi realizada, foram entrevistados jornalistas que atuam diretamente com informações sobre a pandemia. Por se tratar de um jornalismo local, as informações são extremamente necessárias e têm ajudado grande parte da sociedade.

A entrevista é necessária para obter e reunir informações com uma finalidade, em forma de bate-papo, onde o entrevistado responde perguntas específicas, trazendo informações relevantes e fundamentais para temática.

Neste trabalho, no capítulo 2 trazemos um breve resumo da emissora de telejornalismo que foi objeto de pesquisa. Também neste mesmo capítulo relatam-se as principais mudanças e adaptações encontradas por estes profissionais, que tiveram que lidar de forma diferente, desde a produção da notícia, até o contato com a fonte, além das mudanças nas pautas que foram voltadas para saúde e não mais para o policial, foco da emissora.

O capítulo 3 mostramos o trabalho desenvolvido pelos jornalistas durante a pandemia, ressaltando a importância que esses profissionais tiveram durante esta crise.

No capítulo 4 é relatada a importância do jornalismo regional, que consegue informar uma parcela da população, que não é especificamente lembrada no jornalismo nacional, por se tratar de muitas pessoas e várias regiões diferentes.

No capítulo 5 falamos sobre uma das principais mudanças no jornalismo que foi a adaptação para o digital. A solução de alguns problemas foram solucionadas através deste recurso.

Sobre as Fake News na pandemia, uma das maiores dificuldades encontradas pelos comunicadores, foram relatadas no capítulo 6.

No capítulo 7, tratamos da saúde dos profissionais de imprensa, que realizaram mudanças para garantir a saúde, já que estão na linha de frente ao Coronavírus.

O telejornalismo, que é tema deste trabalho, vem se adaptando há muito tempo e durante a crise não foi diferente. No capítulo 8 mostramos as mudanças, que acrescentaram e fizeram o telejornalismo ganhar audiência e recuperar a credibilidade que vem sendo perdida com os meios digitais.

No capítulo 9 foi relacionada a publicidade com o jornalismo, que é feita pela empresa de comunicação, trazendo renda para que o telejornalismo continuasse no ar.

Além disso, este trabalho mostra as dificuldades econômicas que a emissora passou para continuar produzindo o jornal e as propagandas publicitárias.

## **2 A EMISSORA**

A primeira emissora de televisão do Brasil foi inaugurada em 1950, em São Paulo, pelo jornalista Assis Chateaubriand, fundador do Diário dos Associados. Conhecido como Condomínio Acionários das Emissoras, o diário já foi o maior da história da imprensa no país e conta atualmente com oito jornais, uma revista, sete rádios, seis websites, seis emissoras de TV e cinco empresas.

Dentre elas, foi criado em 13 de março de 1962, uma rede de televisão em Minas Gerais, com sede na capital mineira, Belo Horizonte. Logo depois, em 1994 foi inaugurada a primeira emissora no interior do estado, filiada ao Sistema Brasileiro de Comunicação (SBT). Situada na cidade de Varginha, com área de cobertura de 138 municípios do sul e sudoeste de Minas Gerais. A emissora em Varginha tem como objetivo o telejornalismo regional, com duas edições, de segunda a sexta-feira, abordando notícias policiais e comunitárias. Um jornalismo popular que mistura notícia e entretenimento.

### **2.1 Mudanças e adaptações**

Todas as profissões passaram por mudanças e tiveram que se adaptar a esse novo normal, que duraram alguns meses. A recomendação de ficar em casa e o medo do contágio afetaram empresas, comércios e todos os setores trabalhistas.

Como em todas as outras profissões, no jornalismo não foi diferente. Realizando uma pesquisa com jornalistas de uma emissora de televisão regional, nota-se que houveram várias mudanças e adaptações. Estas foram necessárias para que pudessem realizar o seu trabalho de forma segura e eficaz, pois grande parte delas atuou na linha de frente, levando informações para um público assustado e amedrontado.

O entrevistado 2 contou que a forma de dar a notícia, o contato com as fontes e a apuração foram alterados, mudando totalmente a rotina jornalística dos profissionais e da própria emissora.

Os profissionais também correram riscos diariamente e trabalharam redobrado para transmitir informações necessárias para o público, traduzindo as pesquisas e descobertas científicas de forma clara e correta, mostrando o atual cenário da pandemia. Os números de casos de pessoas com a doença foram divulgados diariamente e coube ao jornalista informar esses dados para que qualquer um possa entender do que se trata.

O jornalismo é, pois, um método de interpretação. Primeiro, porque escolhe, entre tudo o que acontece, aquilo que considera “interessante”. Segundo, porque

interpreta e traduz em linguagem inteligível cada unidade da ação externa que decide isolar (notícia) e, além disso, distingue nela entre o que é mais essencial e interessante (apontado no lead ou primeiro parágrafo e destacado no título) e o que é menos. Terceiro, porque, além de comunicar as informações assim elaboradas, trata também de situá-las e ambientá-las para que sejam compreendidas (reportagens, crônicas) e de explicá-las e julgá-las (editorial e, em geral comentários). (GOMIS, 1991, p. 38)

As mudanças foram inúmeras para que o principal telejornal da emissora fosse transmitido de maneira responsável, sendo adaptadas até a forma de produção de materiais, ideias, até mesmo na montagem de uma reportagem, desempenhando de forma diferente do que já haviam sido feitas normalmente.

O contato com a fonte, por exemplo, é fundamental e é um dos princípios básicos para o jornalismo. Com a pandemia, os profissionais tiveram que mudar sua rotina e evitarem esse contato físico para a segurança de ambos, dificultando a apuração e a rotina dentro das emissoras.

Fontes de notícias são as pessoas que os jornalistas observam ou entrevistam e que fornecem informações ou sugestões de pautas, enquanto membros ou representantes de um ou mais grupos (organizados ou não) de utilidade pública ou de outros setores da sociedade. (GANS, 1980, p. 38)

No veículo de comunicação onde foi realizado o trabalho, as equipes jornalísticas normalmente são designadas diariamente para matérias factuais, que aconteceram naquele momento. Por se tratar de um jornal policial, muitas vezes as pautas sobre crimes são recorrentes e precisam ser noticiadas com certo imediatismo, por ser um assunto relevante e para não acabar correndo o risco da matéria não ir ao ar. Com a pandemia, foram feitas alterações e o que antes era rotina, já não era mais. Estas equipes que cobriam as pautas policiais e faziam reportagens externas, com a pandemia faziam dentro da própria emissora, evitando o contato com a população e com factuais que podem gerar aglomerações.

Segundo o produtor do telejornal regional em Varginha,

eu chegava de manhã, fazia a ronda, virava as equipes para ir à polícia, bombeiros ou um possível factual, por exemplo, um homicídio que provavelmente há aglomeração. Isso mudou completamente. A equipe teve que se adaptar e a produção também, fazendo tudo isso de forma interna. Agora, com a pandemia, não mandamos mais ninguém para uma aglomeração. (ENTREVISTADO 1)

A apuração, além de ser redobrada diante da quantidade de informações, fake news e da responsabilidade dos fatos, também foi feita de forma diferente. Segundo Bahia (1990, p. 40) “a apuração é o mais importante para a notícia, da mesma forma como a notícia é o mais importante para o jornalismo”. Na emissora, a apuração antes da pandemia era mais fácil por contar com

fontes não oficiais, como os telespectadores, que contribuem para sugestões de pautas. Na pandemia, o fato da fonte ficou restrito a fontes oficiais, já que se tratou de dados sobre saúde, que só poderiam ser passados por profissionais qualificados e com amplo conhecimento e confiabilidade.

As notícias ou dados incorretos em uma pandemia podem trazer danos à população e descredibilizar todo o papel da emissora. Segundo o entrevistado 2, que faz a cobertura de matérias no sul e sudoeste de Minas Gerais, “foram solicitados vídeos para fontes oficiais, para que elas mesmas gravassem contando a notícia e posteriormente mandassem para gente, para serem exibidos no jornal. O que não é comum e acabou mudando a forma de dar a notícia e até mesmo o contato com as fontes”.

A editoria do jornal de uma das afiliadas do SBT é a cobertura de pautas policiais, mas algumas mudanças e a busca de informação por notícias relacionadas à saúde tiveram que ser feitas diante da pandemia do coronavírus. O jornalista entrevistado relata que está acostumado a cobrir matérias policiais, e que principalmente no começo da pandemia, as pautas foram voltadas para a saúde. As notícias policiais ficaram de lado devido a grande quantidade de informação sobre o coronavírus e pelo fato do isolamento social, que reduziu os incidentes de crimes na região da cobertura do telejornal. A importância de se pesquisar e saber sobre todos os assuntos estão aí. O jornalismo é imprevisível e a rotina dos profissionais durante essa crise mais ainda.

A informação e o conhecimento estão em todas as esferas e áreas, são considerados essenciais tanto do ponto de vista acadêmico quanto profissional e, quando transformados pelas ações dos indivíduos, tornam-se competências valorizadas, gerando benefícios sociais e econômicos que estimulam o desenvolvimento e são, ainda, recursos fundamentais para formação e manutenção das redes sociais. (TOMAÉL; ALCARÁ; DI CHIARA, 2005, p. 93)

A mudança não é apenas na rotina de trabalho dos jornalistas, mas também da empresa de comunicação. Soluções econômicas e de segurança do trabalho tiveram que ser realizadas para que a qualidade do telejornal fosse mantida e que os profissionais tivessem o ambiente seguro para exercer suas funções. Desse modo, a empresa teve que pesquisar, planejar e executar essas mudanças.

### 3 A IMPORTÂNCIA DO JORNALISTA NA PANDEMIA

A quantidade de informação e conseqüentemente de fake news trouxe protagonismo aos jornalistas que se empenham diariamente para informar com qualidade, clareza e principalmente com veracidade.

A informação- bem mais precioso desta era de globalização, digitalização e convergência tecnológica- tem ganhado novos suportes possibilitando, sobretudo, uma mudança de paradigmas na maneira como as pessoas produzem e buscam conteúdo noticioso na atualidade. (LOPES, 2010, p. 2)

A informação se tornou uma ferramenta para ajudar a salvar a vida das pessoas nesse período de caos na saúde e da falta de informação verídica e esclarecedora. O jornalismo teve destaque porque através dos jornais, a população foi orientada para saber o que fazer caso seja contaminada e para evitar a contaminação.

Devido à sobrecarga no sistema de saúde, pessoas que foram infectadas e tiveram sintomas leves, permaneceram em casa para não piorar a situação dos hospitais. Por isso, o jornalista teve tamanha importância para noticiar os planejamentos que foram feitos pelos órgãos oficiais de saúde e pelo governo, deixando a população informada sem que ela precise sair de casa colocando outras pessoas também em risco. A comunicação salva vidas.

O trabalho desenvolvido por esses profissionais foram intensos. O entrevistado 1 contou que “o fluxo de informação sobre o coronavírus foi constante, grande e inesgotável. Ele surgiu de manhã, de tarde e de madrugada. Em um momento ficamos ‘tranquilo’ e em outro um asilo confirmou quatro mortos de uma vez. Não existe hora pra morrer e para ser contaminado”.

A pandemia, de certa forma, contribuiu para que a sociedade percebesse a importância e a diferença que existe entre o profissional de comunicação sério e a pessoas que publicaram sem checagem e repassaram sem avaliar nenhum critério, mostrando a superficialidade de informações de amadores e a competência dos jornalistas.

A comunicação, já na antiguidade, trazia melhorias na qualidade de vida do homem, que acontecem até os dias atuais, devido à compreensão do que pode ser transmitido, segundo Lopes, Silva e Silveira (2005), ficou claro que a qualidade da informação é que gera credibilidade e audiência. Um dos comunicadores da emissora relatou que a notícia se tornou fonte principal para todos ficarem bem informados. Diante deste cenário, a informação e o jornalista foram essenciais para ajudar a população, o governo e a saúde pública em geral. Assim como médicos, os jornalistas trabalharam incansavelmente para salvar vidas e da sua maneira, também contribuíram para isso.

#### 4 JORNALISMO REGIONAL NA PANDEMIA

O que chama atenção é o grande consumo por notícias. A quantidade de dúvidas e informações gera uma infodemia, termo usado pela Organização Mundial da Saúde (OMS), para indicar a propagação do excesso de informações, muitas vezes falsas, sobre a pandemia da covid-19.

Acerca do primeiro ponto, o fenômeno foi denominado pelo diretor-geral da Organização Mundial da Saúde (OMS), Tedros Adhanom Ghebreyesus, de “infodemia”, um processo no qual não apenas o vírus, mas também boatos se espalham rapidamente, criando uma cacofonia de informações conflitantes. É preciso assim “imunizar” a população para que ela possa ser mais capaz de distinguir notícias falsas de verdadeiras. (MORAES, 2020, p. 12)

A cobertura jornalística sobre o caso foi intensa no Brasil e no mundo. Por se tratar de inúmeras pessoas, nem sempre o jornalismo nacional consegue atingir e tirar todas as dúvidas. Sendo assim, o jornalismo regional acabou mostrando sua importância e desempenhou um papel fundamental, informando a população do interior e trazendo informações perto da realidade dessas pessoas. Segundo López (2008, p. 26) “a proximidade dá à notícia um interesse particular porque acontece no mesmo espaço físico da recepção”.

A emissora, que foi o objeto de pesquisa, abordou duas regiões que resultam em mais de 100 cidades. A população queria informações que fossem próximas da realidade, mostrando, por exemplo, como a pandemia atingiu o município ou o número de casos que foram contabilizados próximo dela. “As pessoas queriam saber se na cidade delas, que tem 10 mil habitantes, já tem casos da covid-19”, relatou o entrevistado 2.

Podemos notar através destes relatos, que as principais perguntas da população foram de como evitar a contaminação, sintomas da doença, quantidade de leitos disponíveis na região e o número de casos de infectados. Por isso que o jornalismo local é importante, pois ele traz informações necessárias e relevantes para esse público, que não consegue tirar suas dúvidas assistindo um jornal nacional, que generaliza e não atende parte da população do interior.

[...], os quais ocorrem por relacionamentos (econômicos, políticos, vizinhança etc.) e laços de identidades os mais diversos, desde uma história em comum, até a partilha dos costumes, condições de existência e conteúdos simbólicos, e não simplesmente em decorrência de demarcações geográficas. (PERUZZO, 2003, p. 52)

Os jornalistas estão com foco no que está acontecendo ao nível regional, conseguindo reduzir as dúvidas e esclarecendo informações falsas que são espalhadas em certas localidades.

## 4.1 Apuração

Para o jornalismo local, a apuração é trabalhosa por se tratar de dados de várias cidades. Na pandemia, houveram casos de infectados em quase todos os municípios e as pessoas queriam saber em específico do município onde moram. A seleção de notícia acabou sendo difícil, como explicou o entrevistado 1,

é diferente do que estamos acostumados, estamos acostumados a lidar com 150 cidades apenas com factual e de repente você tem uma avalanche de casos... ao longo dos dias as prefeituras iam confirmando, casos e óbitos a cada cidade em um horário. Chegando de forma avassaladora e que precisavam ser checadas além de divulgadas. (ENTREVISTADO 1)

A importância da apuração é enorme e o jornalista tem muita responsabilidade diante desses fatos, que trataram de saúde pública, vida e morte das pessoas.

Com o crescimento da massa de informação disponível aos cidadãos, torna-se ainda mais crucial o papel desempenhado por profissionais que exercem funções de “filtragem e ordenamento” desse material, seja a nível jornalístico, acadêmico, lúdico, etc. (PALACIOS, 2003, p. 6)

Neste momento delicado que todos viveram, a checagem precisou ser minuciosa, pois a probabilidade da emissora em divulgar uma fake news aumentou diante de tanta informação. O jornalista, entrevistado 1, contou ainda que quando chegavam números de infectados ou mortos que não fossem da prefeitura, foi melhor não dar a notícia. “É melhor pecar por não dar a notícia do que dar uma notícia falsa. Se no outro dia confirmou, aí você dá a notícia e diz que é confirmado pelo órgão de saúde”, explicou.

A apuração foi essencial e os jornais acabaram preferindo não serem os primeiros a darem a notícia na pandemia, para não divulgarem uma notícia falsa. Eles optaram pela precaução ao imediatismo, que pode gerar pânico na população, transtornos para os médicos na linha de frente ao combate e a perda de credibilidade da emissora, que tem responsabilidade nas divulgações de notícias.

## 5 JORNALISMO DIGITAL

Os avanços das tecnologias da internet e das redes sociais trouxeram inúmeras mudanças para a sociedade. As pessoas tiveram que se adaptarem e evoluírem junto dessas ferramentas, modificando assim a comunicação e a sociabilização e trazendo amplo acesso à informação e rapidez. Nos últimos anos, a internet teve um papel imprescindível para a sociedade e foi tão revolucionária, que mudou a forma de se relacionar, aprender, consumir e até informar. A chamada Era da Informação, que surgiu com as revoluções digitais, trouxe um grande fluxo de notícias e dados, tornando comum usar as tecnologias no cotidiano, que nem nos damos conta do quanto elas estão inseridas no dia-a-dia.

O surgimento da Internet proporcionou que as pessoas pudessem difundir as informações de forma mais rápida e mais interativa. Tal mudança criou novos canais e, ao mesmo tempo, uma pluralidade de novas informações circulando nos grupos sociais. (RECUERO, 2009, p. 116)

Várias possibilidades surgiram com novas ferramentas digitais. O jornalismo, que já vem fazendo a migração dos meios de comunicação para o digital, mas uma vez teve que se adequar. A pandemia mudou a maneira dos profissionais trabalharem. Em um período de isolamento social, as plataformas digitais se tornaram aliadas, pois aproximaram os jornalistas das fontes e dos telespectadores.

A emissora, que tem como objetivo o jornalismo local, usou a seu favor o digital. As entrevistas não foram feitas mais pessoalmente, e sim realizadas através de videoconferências e lives que são novas tendências. As lives ganharam espaço porque são feitas ao vivo por redes sociais, por qualquer aparelho celular com internet e ainda contam com a interação do público. Matérias jornalísticas que antes eram feitas pelos profissionais de imprensa, como o repórter e o cinegrafista em campo, hoje são feitas pelas próprias fontes sem que elas ou os jornalistas saiam de casa, através de vídeo feito pela câmera de aparelhos celulares, que são enviados para edição colocarem na matéria.

As rondas que são feitas para obter notícias, antes eram alcançadas através de telefone, hoje também são realizadas em redes sociais como o Facebook, já que até órgãos oficiais estão usando a internet para informar as pessoas. “Principalmente no começo, nós começamos a fazer rondas em Facebooks de prefeituras, o que não era feito antes. Os prefeitos gravaram vídeos explicando como estava a situação e informando a população sobre as medidas feitas pelo governo”, disse o entrevistado 1.

## 5.1 Home Office

A evolução da tecnologia das redes de computadores permitiu um avanço na geração de diferentes formas de comunicação entre as pessoas. Pois através das redes de computadores é possível conectar-se superando grandes distâncias e alcançando grandes velocidades de comunicação. (MAGALHÃES, 2010, p. 10)

Com a crise no sistema de saúde causada pela covid-19, a sociedade passou a usar a internet ainda mais, como ferramenta de trabalho e de comunicação. Os jornalistas que estiveram na linha de frente, também inovaram e usaram de forma que ajudassem em seus trabalhos e que continuassem informando com qualidade.

No veículo de comunicação apurado, as plataformas digitais foram um grande recurso em meio à pandemia e o distanciamento social. Alguns funcionários realizaram remotamente o trabalho de casa e exerceram as mesmas funções de forma online. Essa nova maneira de trabalhar foi fundamental durante esta crise sanitária.

Um paradigma que foi quebrado em 90% das empresas foi o home office. Muitas empresas já tinham condições de deixar funcionário em casa ou no teletrabalho, mas ainda tinha uma desconfiança dos empregados em não produzir o que realmente precisaria, mas a pandemia mostrou exatamente o contrário disso. Mesmo estando em casa, os funcionários puderam produzir tão bem quanto se estivessem na empresa, (ENTREVISTADO 3)

Com as tecnologias, são evidentes os novos aspectos na maneira de trabalhar e produzir. Trabalhar em casa é uma forte tendência tanto nesta emissora, quanto em outras empresas em geral. O receio dessa nova forma de trabalho e a adequação que a empresa precisaria passar para isso, fez com que prorrogasse essa alternativa.

Seu conceito é o de uma atividade de produção ou de serviço que permite o contato a distância entre o apropriador e o prestador da energia pessoal. Desse modo, o comando, a execução e a entrega do resultado se completarão mediante o uso da tecnologia da informação, sobretudo a telecomunicação e a informática, substitutivas da relação humana direta. (PINTO, 2007, p. 133)

Mas com a pandemia, a mudança foi mais que necessária e se tornou uma solução para o problema, forçando a adaptação e mostrando o quanto essa alternativa de serviço pode contribuir para o funcionário e para a emissora. Possivelmente, se não estivesse em uma pandemia, esse novo formato ainda não seria uma opção. Ainda segundo o entrevistado 3, era provável que essas pessoas não voltassem mais para o trabalho presencial, mesmo depois que acabasse a pandemia.

Uma pesquisa realizada entre os dias 20 de maio e 10 de junho de 2020, pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), mostrou que mais de 75% dos jornalistas estão trabalhando em home office. A pesquisa contou com respostas de 457 profissionais de 24 estados diferentes.

A emissora local abordada também teve funcionários trabalhando desta forma. Por causa disso, é necessária a adaptação da estrutura de trabalho para que conseguisse trabalhar em casa, usando as mesmas ferramentas que no trabalho. A emissora local forneceu alguns recursos aos jornalistas, levando a estação que antes era na empresa para casa, fornecendo computador, a fim de conseguirem acessar os sistemas corporativos sem sair de casa.

Tecnologias de informação e de comunicação tornaram-se um elemento indissociável do desenvolvimento da atividade econômica, constituindo-se em fator cada vez mais importante na organização e estruturação das sociedades modernas. A ideia aqui é de que os trabalhos transnacionais e sem deslocamentos físicos significativos fossem mitigados, abrindo espaço para uma nova visão de modernidade. (FINCATO, 2003, p. 108)

Com o fim da pandemia e a prática se tornando recorrente no jornalismo e outras áreas, as empresas tiveram esta experiência e adotaram medidas para que os profissionais trabalhassem de casa. Economicamente falando, é mais viável este novo sistema que reduz os custos da corporação que não precisa arcar com alguns gastos.

O jornalista, que antes estava acostumado com a redação e a rotina de trabalho dentro do deste local, teve dificuldades em se ajustar, já que para trabalhar em casa foi preciso conciliar as rotinas do serviço com as pessoais, de forma individualizada, perdendo o contato e a troca de conhecimentos e ideias com os colegas de profissão.

## 6 FAKE NEWS NA PANDEMIA

As fake news se tornaram um assunto recorrente na sociedade. A nomenclatura é recente, mas a distribuição de notícias falsas já é algo que vem sendo circuladas há séculos. Segundo Aros e Gomes (2017, p. 510) “a proliferação de boatos não é uma prática nova entre os seres humanos, todavia essa conduta ganhou proporções ainda maiores com os avanços advindos da tecnologia”.

Com a popularização da internet, a procura por informações aumentou, já que estar bem informado ficou mais fácil. Assim, as pessoas passaram a opinar e repassar tais informações sem ter nenhum critério. Ao compartilhar alguma notícia sem procurar saber de onde veio e se a fonte é confiável, gera inúmeros problemas graves, ainda mais durante uma pandemia, onde se trata da vida e morte de pessoas.

O medo da população pela doença e a falta de informações concretas, por se tratar de um vírus novo, gerou pânico nas pessoas, principalmente no começo da pandemia, que foi justamente onde várias fake news foram espalhadas. Segundo Rogers (1995) e Gladwell (2002) “muitas dessas informações são difundidas de forma quase epidêmica, alcançando grandes proporções tanto on-line quanto off-line”.

As fake news na pandemia foram veiculadas aos níveis mundial, nacional e regional. Na região onde fica a emissora que foi realizada o estudo, vieram à tona informações falsas nos números de casos de infectados e mortos pela doença. “Tantas fake news disseminadas geraram pânico. Tivemos até rasuras em boletins epidemiológicos e na divulgação de números falsos. Por isso, a checagem foi dobrada. Disseminar notícias falsas é um assunto sério e inadmissível”, informou o entrevistado 2.

A falta de apuração e conhecimentos técnicos na divulgação de uma notícia sobre a pandemia se tornou um agravante na propagação de notícias falsas. A quantidade de informação disponível sobre o coronavírus é gigante, e ao mesmo tempo, as dúvidas também. Em meio a tanta informação, é difícil diferenciar o que é verdade e o que é mentira.

Os jornalistas que foram entrevistados relataram que já estão acostumados com a divulgação de notícias falsas, e mesmo assim estão tendo dificuldades em lidar com esse problema na pandemia. Trata-se da quantidade e da rapidez que elas são divulgadas e mais ainda por deixar a população amedrontada e apavorada. O entrevistado 2 relatou que “a população que está em casa, recebendo uma enxurrada de informações pelo Facebook e pelo Whatsapp, acaba acreditando e repassando a informação gerando um pânico coletivo”.

O entrevistado 1 também acredita que devido à quantidade de notícias falsas, as pessoas estão checando mais as informações do que antes da pandemia. Com o medo e o pânico que casos de doenças e mortes causam, as pessoas acabam ficando mais atentas ao que recebe buscando mais informações para apurar o que chegam até elas. Antes da pandemia, a reprodução de conteúdo sem checagem era mais comum. O jornalista então adquire uma nova função, a missão de informar e agora também, a de desmentir as informações falsas. “Sou jornalista há 15 anos e nunca vivi um momento onde tantas mentiras foram disseminadas”, concluiu.

## 7 SAÚDE DOS PROFISSIONAIS

Os profissionais de comunicação também estiveram na linha de frente da covid-19, em hospitais, com especialistas e cientistas para ajudar no combate ao vírus. Eles lidaram diretamente com as vidas e medos das pessoas e também com os de si mesmo, além da saúde mental, que é natural que seja afetada diante deste cenário.

Os jornalistas não são imunes ao vírus, mas é como se estivessem, pois as pessoas olham e enxergam apenas o profissional e esquecem que também são pessoas assustadas e preocupadas com esta crise sanitária.

Uma epidemia é por si só um fator de estresse devido à possibilidade de que a própria pessoa ou alguém próximo seja infectado. Estes fatores são observados tanto em pessoas infectadas como nas não infectadas, ocorrendo tanto durante como após o fim de uma epidemia. (MORAES, 2020, p. 9)

Para que os comunicadores conseguissem realizar o trabalho com segurança, as empresas de comunicação deram os devidos suportes para que os trabalhos fossem exercidos com qualidade e segurança. Além disso, as próprias empresas de telecomunicação tiveram que se adaptarem para lidarem com os funcionários e garantirem o direito de todos.

Segundo o administrador de uma empresa de telecomunicação,

as dificuldades maiores foram as mudanças em protocolos, portarias e recomendações onde demandavam muita atenção e responsabilidade, já que falamos de vários funcionários e da saúde de cada um deles. Na empresa, o cuidado foi algo primordial, já que eles trabalharam com imagem, mas principalmente por ser o portador das notícias e das instruções para a população. (ENTREVISTADO 3)

Medidas para garantir a saúde de funcionários tiveram que ser tomadas. Na emissora foi obrigatório o uso de máscara, álcool em gel e Equipamentos de Proteção Individual (EPI), para garantir a segurança. Para evitar o contato direto com as pessoas, foram criadas medidas essenciais, como por exemplo, os equipamentos usados durante o serviço foram adaptados como o uso de microfones sem esponjinha, a higienização correta foi feita em câmeras, carros e equipamentos necessários e a recomendação da distância foi sempre respeitada.

Para evitarem sair da empresa, os profissionais da empresa de comunicação pesquisada criaram alternativas como realizar passagens dentro ou próximo à emissora, entrevistas e apurações de forma online. Outros que eram dos grupos de risco foram afastados e as equipes

reduzidas, trazendo a sobrecarga de trabalho que pode acarretar problemas na saúde mental dos funcionários.

Além disso, as viagens para outras cidades ficaram proibidas no começo e depois de um tempo voltaram gradualmente com restrições. Segundo testes realizados pela emissora até o fechamento deste trabalho, nenhum funcionário confirmou positivo para covid-19. De certo modo, isso mostra a eficácia dos cuidados da empresa com a saúde dos jornalistas, que vem dando certo.

## 8 ADAPTAÇÃO DO TELEJORNALISMO

[...] a televisão está sendo forçada a se adaptar aos tempos de mudança, porque as circunstâncias mudaram radicalmente. Um meio concebido para ser visto na companhia de outras pessoas, em local fixo e modo passivo, deve agora adaptar-se a outro consumo individual, móvel e participativo. (LEÓN, 2014, p. 21)

Não é de hoje que a televisão tem se adaptado e dividido espaço com outros meios, sendo um meio de comunicação revolucionário que trouxe sons e imagens coloridas e possibilitou ao público uma realidade diferente. Com a chegada da internet, a televisão acabou perdendo um pouco do seu espaço e dividindo a audiência.

Com as mudanças tecnológicas, também foi preciso mudar a maneira de produzir, já que antes os telespectadores eram passivos e a televisão era quem pautava o que era falado em sociedade. Hoje em dia isso mudou, pois os telespectadores se tornaram ativos e interativos, fazendo com que a televisão ouvisse essas pessoas e se adequasse para interagir com o público. Para Sousa (2004, p. 585) “as possibilidades de interatividade são acentuadas pela convergência entre televisão e Internet.” Ainda segundo ele, “a interatividade também pode se generalizar ao sistema pay per view, que permite, por exemplo, ao telespectador, selecionar entre menu aquilo que deseja ver, e pagar apenas pelos conteúdos que consome”.

Diante da nova realidade que a pandemia trouxe, a televisão teve que fazer adaptação tanto interna quanto externa. Por causa da covid-19, alguns programas de televisão, como de entretenimento e futebol foram interrompidos, já que a orientação dos órgãos de saúde era de evitar o contato físico. Sendo assim, o jornalismo foi destaque e ganhou mais espaço e tempo na grade televisiva. Consequentemente, as emissoras tiveram mais trabalho, com equipes reduzidas e mais tempo no ar, mudanças internas foram feitas.

No veículo de comunicação pesquisado, o telejornal geralmente tem uma hora e quinze minutos de duração e em alguns dias durante a pandemia, passou há ter duas horas e quinze minutos, ganhando uma hora a mais, com informações voltadas ao coronavírus. Por um lado, houve dificuldade pela redução de equipe, e por outro, houve o benefício de informar e atender grande parte da população, já que a quantidade de notícia sobre o assunto é enorme.

O entrevistado 2 explica que a maior dificuldade foi colocar dentro do jornal, apesar de uma hora a mais, as notícias que interessam para essas cidades e região como um todo. Além disso, houve destaque, pois a população quer se ver na televisão.

## 8.1 Audiência na pandemia

Uma pesquisa do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) mostrou que a conexão da sociedade com a televisão no Brasil teve um crescimento de 20%. Segundo dados do Data Folha, durante a pandemia os programas jornalísticos da televisão foram vistos como um dos meios mais confiáveis por 61% dos entrevistados, contra jornais impressos (56%), rádio (50%) e sites de notícias (38%). Já as redes sociais WhatsApp e Facebook chegaram a 12% cada.

A televisão sempre foi um meio ativo e gerou credibilidade, perdendo um pouco seu espaço nos últimos anos, porém com a pandemia isso foi instaurado, com a divulgação de dados confiáveis e o empenho pela apuração, que trouxeram bons resultados.

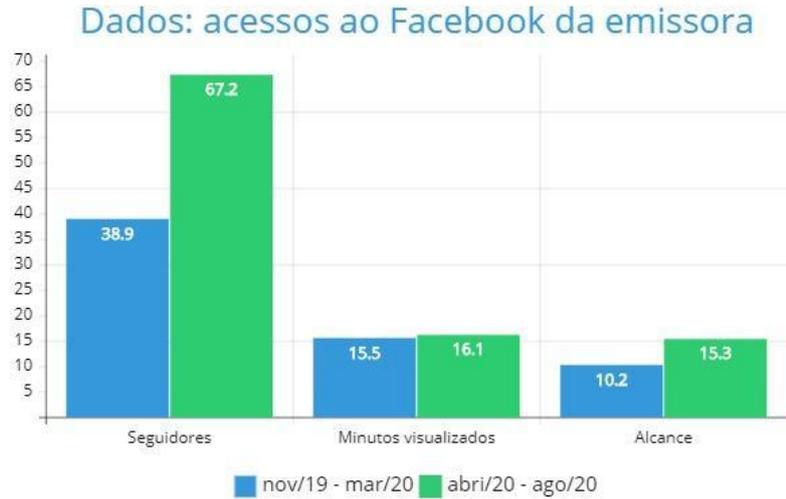
Na emissora de televisão onde foi realizado o trabalho, a transmissão do telejornal também era de forma online através do Facebook. O entrevistado 2 conta que além de divulgarem as notícias na televisão, eles também divulgaram nos meios de comunicação de rede social, se tornando uma ferramenta extremamente importante.

O telespectador também pôde acompanhar o jornal tanto pela televisão quanto pela rede social ao vivo que ainda contou com os comentários e interações das pessoas que estavam assistindo. Durante a pandemia a audiência foi grande, pois as pessoas queriam ficar bem informadas e essa busca constante por notícias impactou diretamente a audiência desses meios.

A televisão precisou do computador para se libertar da tela. Mas seu acoplamento, com consequências potenciais importantíssimas para a sociedade em geral, veio após um logo desvio tomado pelos computadores para serem capazes de conversarem entre si. Só então a audiência pode se manifestar. (CASTELLS, 2005, p. 456)

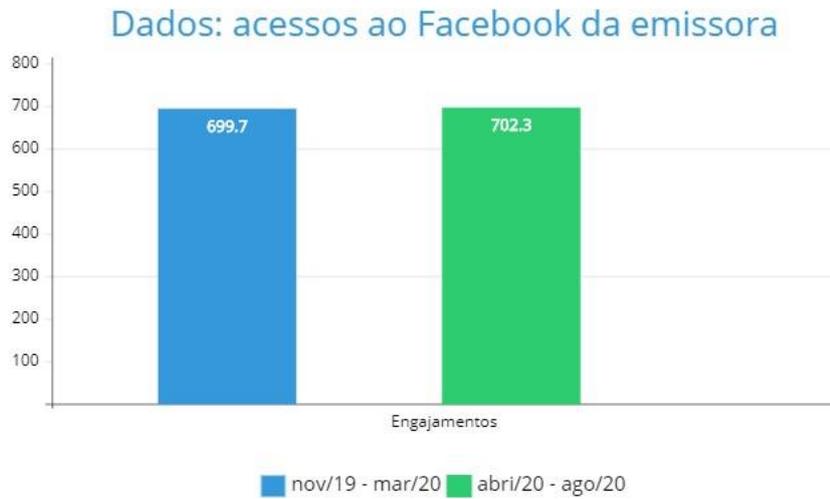
Uma pesquisa realizada no Facebook da emissora mostrou dados significativos em relação à audiência antes e durante a pandemia. De novembro de 2019 a março de 2020, haviam mais de 38 mil seguidores. Já de abril a agosto de 2020, período da pandemia, o número subiu e foi para mais de 67 mil seguidores. Antes da pandemia entre novembro de 2019 a março de 2020 a rede social alcançou pouco mais de 10 mil contas. Durante a pandemia de abril a agosto o alcance aumentou para mais de 15 mil.

Figura 01- Alcance



Fonte: reprodução Facebook

Figura 02 - Engajamento



Fonte: reprodução Facebook

Podemos notar através desses dados, a importância e a credibilidade da televisão nesse cenário atual e como a internet tem se tornando sua extensão.

## 9 PUBLICIDADE E O JORNALISMO

O jornalismo e a publicidade andam juntos e são essenciais para manter o telejornalismo. Através da divulgação de publicidades de produtos, serviços e a compra de espaço por anunciantes, é que se movimentam o caixa de uma empresa de comunicação.

O objetivo da publicidade atualmente não consiste em anunciar produtos ou serviços, mas sim em significar marcas em um contexto social para os indivíduos, porém isto não significa a extinção da publicidade como a conhecemos, mas sua transformação para adequar-se a uma nova configuração dos meios. (SAAD; RAMOS; SILVEIRA, 2015, p. 138)

A economia em todos os setores foi impactada pela crise sanitária da covid-19, assim como na área de comunicação. Os meios já vêm enfrentando uma dificuldade financeira há algum tempo e com a crise na pandemia, isso só piorou. A mudança no consumo de notícias e a migração de publicidades para os meios digitais contribuíram para que as empresas de comunicação tivessem ainda mais dificuldades na pandemia.

O entrevistado 3, responsável pelo financeiro da emissora, relata que a perda de receitas é uma das maiores dificuldades encontradas pela emissora de televisão. Segundo ele,

na empresa de comunicação principalmente na televisão, a publicidade é vista como supérflua, os clientes cortam esse dinheiro primeiro para depois cortarem outras coisas. Então afetou todo o nosso negócio, por que parou de entrar receitas e nós tivemos que fechar as torneiras para diminuir totalmente nossos gastos. (ENTREVISTADO 3)

O impacto causado pela perda de receita afetou diretamente o jornal feito pela emissora e o salário dos profissionais, que estiveram na linha de frente de uma doença viral, correndo risco a saúde e exercendo a missão de informar.

“Assim que começou a pandemia em março, os clientes já começaram a cancelar os contratos. Nós tivemos uma redução em torno de 60% no primeiro momento. Depois, ela foi voltando aos poucos e até hoje não recuperamos, pois estávamos no meio da pandemia”, completou o entrevistado 3.

No Brasil, o governo de modo a assegurar o emprego destes e outros profissionais, definiu um auxílio financeiro para as empresas conseguirem manter a si e os funcionários trabalhando, contribuindo para que a economia do país não sofra ainda mais danos. Nota-se que o impacto

econômico que a pandemia gerou trouxe preocupação para a empresa e conseqüentemente para os jornalistas, que foram afetados através de cortes nos salários e carga horárias reduzidas.

O entrevistado 1, que trabalha na emissora local de telecomunicação explicou que a redução dos salários dos jornalistas foi de 25% e a carga horária foi reduzida para cinco horas diárias. O jornalista que tem cargo maior e conseqüentemente tem um salário maior, sente ainda mais a diminuição drástica no salário, pois mesmo com o auxílio financeiro pelo governo, as empresas ainda continuam sendo afetadas e retornaram às suas publicidades gradualmente. Segundo Pereira (2004) “o jornalista é, ao mesmo tempo, funcionário de uma empresa capitalista, responsável pela produção de uma mercadoria (a notícia) submetida às leis de mercado; e uma espécie de contra poder, cuja autoridade, delegada pela sociedade, lhe permite fiscalizar as instituições em nome do interesse público”.

Novas formas de trabalho tiveram que ser implantadas na emissora. Uma delas foi a migração para o digital que esteve em alta durante a pandemia. “Nós não vendemos via internet, mas nosso produto é televisão aberta e conseguimos associar ao Facebook e Youtube dando maior alcance a nossas vendas”, informou o entrevistado 3.

Tais imagens simbólicas na propaganda tentam criar uma associação entre os produtos oferecidos e certas características socialmente desejáveis e significativas, afim de produzir a impressão de que é possível vir a ser certo tipo de pessoa (por exemplo, um “homem de verdade”) comprando aquele produto, no caso, os cigarros Marlboro [...]. (KELLNER, 1995, p. 318).

Com a perda de receita na televisão a alternativa econômica encontrada pela emissora foi o digital. Com o aumento da audiência nas plataformas digitais e o consumo de notícias através delas, a publicidade acabou se estendendo para estes meios digitais. Propagandas com criação de conteúdo voltado especificamente para o Facebook contribuíram para recuperar parte do dinheiro perdido pelos fins de contratos na televisão.

A alternativa para solucionar um problema acaba virando também a porta para novidade, que vem ganhando espaço há tempos e que após a pandemia tende a crescer mais ainda. O entrevistado 3 relata essa atuação publicitária da TV para o digital

Ampliamos o conteúdo para o digital devido o alto índice de alcance nesta plataforma. A estratégia foi que houvesse substituição de verba usando o elenco do jornal. Assim, consegui justificar o valor do investimento mais alto na internet que não foi compatível com a televisão. Oferecemos um produto novo com criação exclusiva para marca. (ENTREVISTADO 3)

As emissoras tiveram que se adequar a nova forma de produção e distribuição de conteúdo. O que era restrito a um aparelho de televisão já não é mais e com a internet há inúmeras possibilidades e formas de transmitir informações e publicidade.

As marcas precisam considerar que muitos consumidores não procuram mídia, buscam informações que lhes interessam e conteúdos que lhes despertam atenção. Isso faz com que a publicidade passe a desempenhar um papel híbrido, em que seu conteúdo comunica e entretém ao mesmo tempo. (COVALESKI, 2013, p.23)

## 10 CONCLUSÃO

O jornalismo se tornou fundamental em uma sociedade que consome informações a todo tempo. A necessidade de se ter um profissional qualificado para levar conhecimento e diversidade foi evidenciada em uma pandemia de um vírus novo, que causou diversas mudanças na sociedade.

Nota-se neste trabalho, a importância da informação, como ela muda vidas e alteram circunstâncias. Como os comunicadores se preparam para informar através de conteúdos especializados e traduzem de uma maneira popular para informar mesmo quem não tem o mesmo conhecimento, podendo assim compreender o que está sendo noticiado. Além disso, a pandemia mostrou como estes profissionais experientes questionam e trazem respostas objetivas para sanar dúvidas. Além, da qualidade e veracidade de uma informação passada por eles.

Uma das principais mudanças é o destaque que o jornalismo alcançou e a credibilidade diante de tantas fake news. Isso fez com que a importância do jornalismo fosse notada, e ainda mais, mostrou a diferença da informação que vem de um comunicador e outra das redes sociais.

Observa-se que as maiores dificuldades foram em relação à rotina de trabalho do telejornalismo, quantidade de informação e a fake news, que exigiu dos profissionais de imprensa uma nova função, a de apurar e desmentir notícias falsas.

A tecnologia foi extremamente importante para o jornalismo de forma geral, já que vários recursos foram utilizados para que a informação pudesse chegar até o público em isolamento em casa e que interação pudesse continuar. A migração para os meios digitais como as redes sociais foram um avanço e provavelmente se tornará algo habitual.

Através das entrevistas realizadas com os profissionais de comunicação, nota-se que o medo e recursos utilizados para garantir a saúde deles foram eficazes na emissora, mas isso não traduz a realidade ao nível nacional. Este trabalho mostra como os jornalistas trabalharam incansavelmente, se adaptaram e ajudaram de forma direta na vida e saúde da população mesmo diante de uma crise mundial, e o quanto estes profissionais merecem ser valorizados, além da evolução que eles trazem para a sociedade e a capacidade de salvar vidas.

## REFERÊNCIAS

- A INFLUÊNCIA das redes sociais na comunicação humana. 2018. Disponível em: <[www.fenaj.org.br/pesquisa-fij-6125-dos-jornalistas-brasileiros-tem-aumento-de-ansiedade-e-estresse-com-o-trabalho-na-pandemia](http://www.cesar.org.br/index.php/2018/08/27/a-influencia-das-redes-sociais-na-comunicacao-humana/#:~:text=Por%20meio%20do%20avan%C3%A7o%20da,a%20atender%20%C3%A0s%20suas%20necessidades.&text=A%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20j%C3%A1%20na%20antiguidade,Silva%20e%20Silveira%20(2005)>. Acesso em: novembro. 2020.</p>
<p>ARO, Mariana L. Bevilaqua; GOMES, Nataniel dos Santos. As fake News como contribuição na formação do leitor crítico. <b>Revista Philologus</b>, Rio de Janeiro, n. 69. 2017.</p>
<p>BAHIA, Juarez. <b>Jornal, História e Técnica: as técnicas do jornalismo</b>. 4. ed. São Paulo: Ática, 1990. (Vol. 2).</p>
<p>COVALESKI, Rogério Luiz. <b>Idiossincrasias Publicitárias</b>. São Paulo: Maxi Editora, 2013. em: novembro. 2020.</p>
<p>CASTELLS, Manuel. <b>A Era da Informação: economia, sociedade e cultura</b>. 8. ed. São Paulo : Paz e Terra, 2005.</p>
<p>FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. <b>Pesquisa FIJ: 61,25% dos jornalistas brasileiros têm aumento de ansiedade e estresse com o trabalho na pandemia</b>. 2020. Disponível em: <<a href=)>. Consultado em: novembro. 2020.
- FERES, Manzar. **TV em tempos de pandemia**. 2020. Disponível em: <[www.meioemensagem.com.br/home/opiniao/2020/06/04/opiniao-tv-em-tempos-de-pandemia.html](http://www.meioemensagem.com.br/home/opiniao/2020/06/04/opiniao-tv-em-tempos-de-pandemia.html)>. Consultado em: novembro. 2020.
- FINCATO, Denise Pires. Teletrabalho: uma análise juslaboral. **Revista Justiça do Trabalho**, n. 236, ago. 2003.
- GANS. Hebert J. **Deciding What's News: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and time**. New York: Vintage, 1980.
- GOMIS, Lorenzo. **Teoría del periodismo: cómo se forma el presente**. Barcelona: Paidós, 1991.
- KELLNER, Douglas. **A Cultura da mídia**. Bauru, SP: Edusc, 2001.
- LOPES, F. V. A reconfiguração dos veículos tradicionais de informação frente à popularização das mídias sociais. **Intercon**, 2010.
- MAGALHÃES, Cleyton Vanut Cordeiro de; SANTOS, Ronnie Edson de Souza; NETO, Jorge da Silva Correia. Redes Sociais: Um novo ambiente para aquisição de conhecimento. In: **IX Jornada de Ensino, Pesquisa e Extensão – JEPEX**, Recife, 2009.. Disponível em: <[www.eventosufrpe.com.br/jepex2009/cd/resumos/R0484-3.pdf](http://www.eventosufrpe.com.br/jepex2009/cd/resumos/R0484-3.pdf)>. Acesso em: 10 nov. 2020.

PALACIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online: o lugar da memória. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Orgs.). **Modelos do Jornalismo Digital**. Salvador: Calandra, 2003.

PASSOS, Felipe Zschaber Alves. **Jornalismo Online, contextualização e memória: uma análise dos Questions & Answers produzidos pela BBC News**. Juiz de Fora: UFJF, 2013. Disponível em: <[www.ufjf.br/facom/files/2013/05/Monografia-Felipe-Zschaber.pdf](http://www.ufjf.br/facom/files/2013/05/Monografia-Felipe-Zschaber.pdf)>. Acesso em: 8 nov. 2020.

PEREIRA, Fábio Henrique. **De Gramsci a Ianni: condições histórico-estruturais para a emergência do “intelectual jornalista”**. [2003?]. Disponíveis em: <[www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-de-gramsci-a-ianni.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-de-gramsci-a-ianni.pdf)>. Acesso em: 10 nov. 2020.

PERUZZO, Cicilia (2003). **Mídia local, uma mídia de proximidade**. Local media: A media of proximity. Disponível em: <[www.revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/comunicacaoveredas/article/viewFile/5105/4723](http://www.revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/comunicacaoveredas/article/viewFile/5105/4723)>. Acesso em: 10 nov. 2020.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RODRIGUES PINTO, José Augusto. **Tratado de direito material do trabalho**. São Paulo: LTr, 2007.

ROGERS, E. **Diffusion Networks**. In Diffusion of Innovations (4th ed.) New York: Free Press, p. 281-334. Disponível em: <[www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/r0464-1.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/r0464-1.pdf)>. Acesso em: 15 nov. 2020.

SAAD, Elizabeth; RAMOS, Daniela; SILVEIRA, Stefanie. **Comunicação Digital: um panorama de produção acadêmica**. São Paulo: EDUSP – ECA, 2015.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa: da comunicação e da mídia**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

SOUZA FILHO, Washington José de. **A transformação da tecnologia: mudanças das rotinas de edição da notícia nos telejornais do Brasil e de Portugal**. 2015. Disponível em: <[www.ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/4408/2/Versao%20definitiva.pdf](http://www.ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/4408/2/Versao%20definitiva.pdf)>. Acesso em: 10 nov. 2020.

TOMAÉL, Maria Inês. ALCARÁ Adriana Rosecler; CHIARA Ivone Guerreiro Di. Das redes sociais a inovação. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, maio/ago. 2005. Disponível em: <[www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28559.pdf](http://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28559.pdf)>. Acesso em: 15 nov. 2020.

## APÊNDICE

### - Entrevista com jornalista 1

Sabe-se que a rotina em modo geral dos trabalhadores se modificou depois da pandemia do coronavírus. Na sua rotina jornalística, o que foi mudado?

Dos outros jornalistas que vão para rua e estão em outros setores você viu alguma mudança também?

Quais dificuldades tiveram desde que a pandemia começou?

Quais adaptações tiveram que ser feitas para conseguir as informações e manter o jornal na ativa sem tanto prejuízo?

Como tem lidado com a quantidade de informação sobre o assunto e a rapidez que elas chegam? É diferente do que está acostumado?

### - Entrevista jornalista 2

As fake news acerca do coronavírus foi grande? Como foi a checagem desse assunto?

Como lidou com a questão da saúde para prevenir a contaminação? Quais recursos foram utilizados?

Como o jornalismo vai ficar depois dessa pandemia? Aprendeu algo novo?

Qual a diferença da atuação do jornalismo regional para o nacional durante a pandemia?

### - A audiência da televisão aumentou durante a pandemia da covid-19

Um dos responsáveis pela empresa

Sabe-se que a economia de todo o mundo foi afetada por conta da covid-19. Demissões, afastamentos, gastos extras. O que mais a empresa encontrou dificuldades em termos econômicos com a pandemia?

Teve gastos extras ou economia em algo?

E o que teve que ser readaptado em questões técnicas e financeiras?

Como a empresa lidou com a saúde dos jornalistas?

Qual foi a adaptação encontrada pela emissora para as propagandas?