

## **Jornalismo local e condições de cobertura da pandemia de Covid-19: um estudo de caso no interior fluminense**

*Local journalism and coverage conditions of the Covid-19 pandemic: a case study in the interior of Rio de Janeiro*

*Periodismo local y condiciones de cobertura de la pandemia de Covid-19: un estudio de caso en el interior de Río de Janeiro*

Jacqueline da Silva Deolindo<sup>1</sup>  
Marcos José Vieira Curvello<sup>2</sup>

**Resumo:** A pandemia de Covid-19 ressaltou a importância do jornalismo local porque tem sido através dele que as pessoas estão se informando sobre os riscos, os cuidados e a evolução da doença na sua vizinhança, que lhe diz respeito e afeta suas vidas mais diretamente. Este artigo apresenta os resultados de uma pesquisa exploratória que teve como objetivo coletar impressões e experiências entre profissionais da imprensa local sobre seu trabalho nesta crise sanitária. A pesquisa foi realizada no segundo semestre de 2021 através de um *e-survey* aplicado entre membros de equipes de reportagens de diferentes mídias de Campos dos Goytacazes, um centro urbano com 514.643 habitantes, localizado a 300 Km da capital fluminense, Rio de Janeiro. O estudo permitiu identificar questões relacionadas às condições de trabalho dos respondentes, às relações de poder e conflito envolvendo comercial, administrativo e redações, aos critérios de noticiabilidade e ao papel social do jornalismo local para seu público.

**Palavras-chave:** Pandemia. Cobertura jornalística. Jornalismo local.

**Abstract:** The Covid-19 pandemic has highlighted the importance of local journalism because it has been through it that people are being informed about the risks, care and evolution of the disease in their neighborhood, which concerns them and affects their lives more directly. This article presents the results of an exploratory research that aimed to collect impressions and experiences among professionals from the local press about their work in this health crisis. The research was carried out in the second half of 2021 through an e-survey applied among members of reporting teams from different media in Campos dos Goytacazes, an urban center with 514,643 inhabitants, located 300 km from the state capital, Rio de

---

<sup>1</sup> Universidade Federal Fluminense (UFF), Centro Universitário Fluminense (UNIFLU), Campos dos Goytacazes-RJ, Brasil. E-mail: jacquelineolindo@id.uff.br.

<sup>2</sup> Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF), Campos dos Goytacazes-RJ, Brasil. E-mail: marcoscurrello@protonmail.com.

Janeiro. The study made it possible to identify issues related to the respondents' working conditions, power relations and conflict involving commercial, administrative and newsrooms, newsworthiness criteria and the social role of local journalism for its audience.

**Keywords:** Pandemic. News coverage. Local journalism.

**Resumen:** La pandemia del Covid-19 ha puesto en evidencia la importancia del periodismo local porque ha sido a través de él que las personas se están informando sobre los riesgos, cuidados y evolución de la enfermedad en su vecindario, que les preocupa y afecta de manera más directa sus vidas. Este artículo presenta los resultados de una investigación exploratoria que tuvo como objetivo recopilar impresiones y experiencias entre los profesionales de la prensa local sobre su trabajo en esta crisis de salud. La investigación se llevó a cabo en el segundo semestre de 2021 a través de un cuestionario electrónico aplicado entre miembros de equipos de reporteros de diferentes medios en Campos dos Goytacazes, un centro urbano con 514.643 habitantes, ubicado a 300 km de la capital del estado, Río de Janeiro. El estudio permitió identificar cuestiones relacionadas con las condiciones de trabajo de los encuestados, las relaciones de poder y los conflictos comerciales, administrativos y de redacción, los criterios de noticiabilidad y el papel social del periodismo local para su audiencia.

**Palabras clave:** Pandemia. Cobertura de noticias. Periodismo local.

## 1 INTRODUÇÃO

### 1.1 Pandemia, centralidade do jornalismo e consumo de notícias

Nesse momento de crise sanitária, em que todo o mundo está envolvido no enfrentamento das mesmas preocupações e desafios provocados pelo vírus SARS-CoV-2, causador da Covid-19<sup>3</sup>, tem ganhado relevância o trabalho das equipes de jornalismo. É através das reportagens feitas e divulgadas pelos diversos meios de comunicação que as pessoas têm acompanhado a evolução/involução do número de casos, surgimento de variantes, vacinação, pesquisas e descobertas científicas, avanços da indústria farmacêutica, comportamento da economia, esclarecimentos sobre informações falsas/equivocadas postas em circulação, investigações sobre a gestão pública da pandemia e análises sobre posicionamentos e encaminhamentos das autoridades e instituições, entre outros temas. Em

---

<sup>3</sup> Desde a identificação do primeiro caso de Covid-19, em 17 de novembro de 2019, até a data em que a redação desse artigo foi finalizada, dia 28 de janeiro de 2022, já tinham sido contabilizados 366 milhões de casos e 5,64 milhões de mortes em decorrência da doença, segundo o projeto Our World in Data. Em números absolutos, atrás dos Estados Unidos e da Índia, o Brasil é o terceiro país mais afetado pela pandemia até agora, com 24,8 milhões de casos e 625 mil mortos. Disponível em <https://ourworldindata.org/explorers/coronavirus-data-explorer>. Acesso em: 28 jan. 2022.

diversas partes do mundo, aumentou o consumo de notícias nesse período, principalmente nas TV e nas plataformas on-line. (AELST *et al.*, 2021; PAVLIK, 2021; REUTERS..., 2021; GEVERS, 2022)<sup>4</sup>.

No Brasil, no contexto de suspensão de atividades, quarentena, *lockdown*, isolamento e distanciamento social, a imprensa foi classificada como atividade essencial (BRASIL, 2020a)<sup>5</sup> e desde os primeiros meses de pandemia também foi registrado no país o aumento na busca por notícia e informação com foco na Covid-19. Zanetti e Reis (UFES, 2020a), que coordenaram um *e-survey* com respostas de 831 pessoas de 24 estados brasileiros entre 12 e 19 de abril de 2020, apontaram que

A quase totalidade dos que responderam busca se informar sobre a epidemia do novo coronavírus: 75,1% o fazem diariamente e 21,8%, algumas vezes por semana. Apenas 0,8% disse que nunca vai atrás dessas informações. A televisão é o principal meio em que as pessoas buscam informações (73,41%), seguida de sites e blogues jornalísticos (65%) e de redes sociais, sendo as mais usadas o WhatsApp (34,42%) e o Facebook (25,15%).

[...]

Entre os que responderam ao questionário da pesquisa da Ufes, as informações que mais interessam sobre a pandemia são as relacionadas às ações do governo brasileiro (81,47%), às descobertas científicas (73,89%), às medidas de prevenção (72,32%) e às ações de outros países (65,7%). Mais da metade dos participantes indicou ter interesse, também, em notícias sobre o número de mortos e de contaminados, causas e sintomas da doença, e projetos solidários para pessoas carentes. (UFES, 2020b, s.p.).

Para atender essas demandas por notícia e informação, veículos de comunicação de abrangência nacional e internacional têm se esforçado para acompanhar todas as novidades sobre a pandemia e suas consequências nos diversos setores da sociedade nos diversos pontos do globo. O acesso às reportagens, não raro em tempo real, tem redefinido a orientação de pessoas, grupos, instituições e governos nesse cenário, pelo fornecimento de uma agenda.

Pode-se falar da pandemia de coronavírus SARS-CoV-2 como um evento de media, onde a cobertura mediática afeta diversos campos da sociedade, com caráter polissêmico, atuando de forma complexa e num período prolongado. Assume uma função orientadora num exercício de poder institucional, que se faz na prática social

---

<sup>4</sup> Pavlik (2021), inclusive, enfatiza que o aumento da demanda por notícias e informação acontece em meio a uma ruptura na indústria jornalística, marcada principalmente pela queda na circulação e até desaparecimento dos impressos e migração de público e receitas para o digital. Esses e outros fatores tem exigido uma reconfiguração nos modelos de negócios das firmas que desejam se manter relevantes para seus públicos, o que tem sido especialmente difícil para o jornalismo local.

<sup>5</sup> Essa assunção do jornalismo como atividade essencial acontece justamente pelo entendimento da sua relevância, embora a imprensa tenha sido repetidamente vezes alvo de ataques, tanto pelo presidente da República quanto por seus apoiadores, como registrado por diversos órgãos. (REUTERS..., 2021).

de representação da realidade através da produção de notícias. (NETO; DELO, 2021, p. 4)

## 1.2 A notícia de proximidade durante a crise sanitária

Entretanto, apesar de se configurar como um fenômeno global, a pandemia ressaltou a importância do jornalismo local e da notícia de proximidade, que dizem respeito à rua, à esquina, ao bairro, aos cantos que configuram o lar de grupos de moradores em cada cidade, seja grande ou pequena, enfim, que diz respeito ao cenário, às situações e aos riscos que afetam as pessoas mais diretamente neste momento. As equipes de jornalismo local são figuras centrais nesse processo porque seu trabalho define e constrói as notícias deste momento, e especial, para seus públicos. Na cobertura da pandemia, os jornalistas locais são “o canário na mina de carvão” e “atuam como socorristas para os esforços globais de vigilância” (DARRACH, 2020, n.p., tradução nossa)<sup>6</sup>.

Como trabalhadores essenciais, muitos não foram afastados das redações – nem da rua – e seguiram reportando, não raro adaptando e articulando recursos para colher informações, depoimentos, imagens, dados em suas cidades, sempre em busca de atualizar seu público a respeito do que se passa nos âmbitos da saúde, da política, da economia, da educação, entre outras áreas, instruí-lo e orientá-lo no sentido da proteção individual e do bem comum. Seguindo a tendência geral, também a imprensa local viu crescer a demanda do público nesse período (SCHULZ, 2021). E pouco se sabe a respeito da atuação de profissionais de jornalismo local, independente de plataforma, para fazer jornalismo de proximidade e gerar notícias de qualidade, que mantenham suas comunidades informadas e que realmente colaborem com as tomadas de decisão e a organização da rotina durante a crise sanitária.

Neste ponto, duas definições podem ser úteis para pensar a atividade desse segmento da indústria jornalística. Apesar de os termos “jornalismo local” e “jornalismo regional” configurarem uma “babel conceitual”, como aponta Sonia Aguiar (2016), este trabalho assume, na mesma linha da autora, que se trata de uma atividade cuja natureza está

expressa no princípio de proximidade, que rege a seleção e a edição de notícias de interesse local, com base nas relações sociais existentes tanto entre o local do acontecimento e o local das audiências receptoras e sua

---

<sup>6</sup> Esses trechos, no original, constam do título e da abertura do podcast: “Local media and COVID-19 – The canary in the coal mine”. Amanda Darrach diz que “local journalists serve as first responders for global surveillance efforts”. Os créditos para localização desse material, indicado nas referências, vão para o artigo de Pavlik (2021), já citado.

narrativa quanto das relações da cidade-sede do veículo jornalístico com outras áreas geográficas de influência”. (AGUIAR, 2016, p. 57).

### Já sobre o conceito de jornalismo de proximidade, Camponez explica que

Na sua dimensão geográfica, a proximidade pode funcionar numa lógica de criação de interesses e de fragmentação de públicos. Por isso, é também explorada em estratégias comerciais visando franjas de mercado ou as potencialidades dos denominados mercados de confiança, através de técnicas como o geomarketing, entre outras, que incluem a utilização dos órgãos de comunicação social regional e local. A proximidade temporal, por seu lado, estrutura não só o ciclo comercial das notícias, como determina a própria noção de actualidade. Encarada numa perspectiva psico-afetiva, a proximidade possibilita ainda a criação de alguns conteúdos e modelos comunicacionais mais ou menos “intimistas”, apelando aos aspectos mais emocionais, de carácter mais ou menos psicologizante. Nesta polissemia de sentidos, ouvimos editores falar em opções por uma “informação mais próxima” ou em “jornalismo de proximidade, que fala diretamente com as pessoas” (CAMPONEZ, 2011, p. 36).

Importante salientar que essa prática parte também de mídias não tradicionais, que, avaliarem o jornalismo realizado na comunidade, contrapõem visões e abordagens feitas pelas redações quando consideram que os problemas que envolvem pessoas e instituições locais não são abordados ou estão sendo mal noticiados. Valendo-se das novas tecnologias da informação e comunicação, que são impulsionadas e amparadas pela internet, têm o potencial de incluir múltiplas vozes, redirecionar fluxos de sentido fomentar e ampliar o debate público e contribuir para a realização da cidadania (MAGNONI; MIRANDA, 2018).

Isto posto, para pensar o jornalismo local nestes tempos de crise sanitária, este artigo considera a atividade de jornais, revistas, rádios, emissoras de TV e sites de notícias, inclusive alternativos, que operam em pequenas e médias cidades fora das regiões metropolitanas e que reportam o lugar para seus moradores, lembrando que, eventualmente, essa atividade pode incluir cobertura do entorno mais próximo.<sup>7</sup> Quando se trata do jornalismo realizado nesses cenários, o conceito de proximidade assume uma especificidade e uma identidade que têm como fundamento “o contexto de *comunidades de lugar* – isto é, comunidades que se reconhecem com base em valores e interesses construídos e recriados localmente, a partir de uma vivência territorialmente situada”. (CAMPONEZ, 2011, p. 36-37, grifo no original).

---

<sup>7</sup> Essa é a delimitação definida pelos autores para essa pesquisa, mas não seria a única forma de se considerar o jornalismo local, visto que ele pode ser realizado, segundo as proposições apresentadas, em uma grande cidade sobre essa mesma grande cidade, por exemplo. Aguiar (2016), inclusive, a partir do conceito de escala, propõe a categorização do jornalismo local em hiperlocal, microlocal, mesolocal, macrolocal, a depender de seu objetivo e abrangência.

Camponez (2011) percebe que é nesse contexto particular que emerge e se implanta o projeto editorial e que é nesse espaço que ocorre a produção da notícia, desde a apreensão dos acontecimentos, seu processamento (segundo a definição dos tipos de conteúdo) até distribuição/difusão da informação conforme os públicos. “Visto deste modo, a proximidade assume uma dimensão simbólica, sem a qual [...] não há lugar para a própria existência de comunidade” (CAMPONEZ, 2011, p. 37).

Nesse sentido, a cobertura de notícias relacionadas à pandemia colocou em relevo os acontecimentos “de perto” e “de dentro” porque, talvez como nunca, aquilo que acontece mais perto, à nossa porta, interfere na vida cotidiana e nos impele à busca de informação, à reorientação da rotina e dos hábitos, à reflexão, ao posicionamento, à solidariedade, ao autocuidado e ao cuidado dos outros. A mídia jornalística, notadamente a local, tem tido papel preponderante na narração e significação dos fatos para suas comunidades justamente porque desempenha o papel de estruturar uma realidade que aponta “o que é” e “como está” o lugar neste momento de risco, de prevenção e, mais recentemente, de retomada de atividades.

No esforço de compreender a atividade jornalística nesse cenário, pesquisadores interessados no estudo do jornalismo local têm se dedicado a acompanhar e registrar o comportamento dessas mídias em todas as macrorregiões brasileiras. Emanuelle Benicio Soares e Ivan Bomfim analisaram a cobertura da pandemia feita por dois sites de Ponta Grossa, interior do Paraná, e enfatizaram a condição “global-local” do agendamento da enfermidade pelo noticiário (BOMFIM; SOARES, 2020). No Elaine Javorski e Janine Bargas, por sua vez, analisaram como a escassez de notícias em cidades do interior, notadamente naquela sem produção de jornalismo local, interfere no conhecimento da realidade do lugar durante a pandemia, com foco nas rotinas produtivas de um site jornalístico da cidade de Rondon do Pará, no estado do Pará, articulando reflexões sobre jornalismo de qualidade e desenvolvimento local. (JAVORSKI; BARGAS, 2020). Em Minas Gerais, Kátia de Lurdes Fraga debruçou-se sobre o rádio local em contextos de cidades do interior e realizou um estudo sobre como duas emissoras de Viçosa inserem-se junto a seus públicos em tempos de pandemia através do uso estratégico do jornalismo de serviço para estreitamento de laços com a comunidade (FRAGA, 2021).

Somando-se a esses esforços, destaca-se pesquisas de outras regiões e estados. O trabalho de Daniela Ota e Danielle Matos (OTA; MATOS, 2021) abordou o jornalismo do interior do Mato Grosso do Sul e a cobertura da pandemia em Guia Lopes da Laguna, que foi o epicentro no Estado - os primeiros casos de Covid-19 nas aldeias indígenas, bem como a

denúncia feita pela imprensa sobre a falta de acesso dessa população a exames. Liana Vidigal Rocha, Maria Tereza Lemes Moreira Carneiro e Talita Melz (ROCHA; CARNEIRO; MELZ, 2021) analisaram as fontes no webjornalismo de Tocantins para verificar se governos municipais e estadual assumiram o papel de agentes principais no que diz respeito à gestão dos recursos e ao combate à doença transmitida pelo coronavírus. Sonia Aguiar e Williany Bezerra de Souza (AGUIAR; SOUZA, 2021) estudaram o agendamento e a informação subsidiada considerando o potencial de influência dos boletins produzidos pelo Comitê Científico do Consórcio de Governadores do Nordeste e a participação destes em matérias sobre vacinação contra a Covid-19 de quatro emissoras locais-regionais, de quatro estados diferentes: Piauí, Rio Grande do Norte, Sergipe e Pernambuco.

Este artigo, por sua vez, resulta de um *e-survey* realizado junto a membros de equipes jornalísticas atuantes em Campos dos Goytacazes, uma cidade média do interior do Estado do Rio de Janeiro, com o objetivo de coletar impressões e depoimentos desses profissionais sobre suas rotinas de produção e estratégias de cobertura da pandemia na cidade em seu entorno. O artigo está assim dividido: esta introdução, a apresentação do campo seguida da explicitação dos procedimentos e do resultado da pesquisa e a conclusão.

## **2 A COBERTURA DA PANDEMIA EM UMA CIDADE DO INTERIOR: UM ESTUDO DE CASO**

### **2.1 Campos dos Goytacazes e seus veículos jornalísticos**

Campos dos Goytacazes fica no Norte Fluminense, a cerca de 300 km da capital, Rio de Janeiro. Com uma população estimada em 514.643 pessoas em 2021 (IBGE, 2021), a cidade é uma das mais importantes da rede urbana fluminense, sendo classificada como uma capital regional C (IBGE, 2020) e influenciando imediata ou intermediariamente 18 cidades do Norte e do Noroeste do Estado do Rio – considerando apenas o território fluminense (IBGE, 2017).

Essa centralidade está relacionada à proeminência histórica, econômica e funcional da cidade inclusive no que se refere a serviços de mídia. Reconhecida como vila em 1677 e emancipada em 1844, Campos tem produção jornalística local que remonta ao século XIX, com a fundação em 1834 do jornal O Campista, mais tarde Monitor Campista, o terceiro jornal mais antigo do país em funcionamento até 2009, quando foi fechado pelos Diários

Associados, grupo ao qual pertencia. Na cidade, a primeira estação de rádio foi instalada em 1934 e a primeira emissora de TV, afiliada à Rede Globo, em 1981. O primeiro site de notícias, ligado a um jornal impresso diário, ainda em funcionamento, data de 1998, três anos depois que o Jornal do Brasil inaugurou o primeiro no país. Hoje, Campos tem em funcionamento dois grupos midiáticos - um com jornal diário, site de notícias, rádio AM, canal de TV por assinatura; outro com site de notícias como principal negócio, jornal semanal e canal de TV por assinatura. Além disso, a cidade tem mais sete sites de notícias, uma emissora de rádio AM e 12 FM (incluindo uma educativa), duas emissoras de TV (Record e InterTV, afiliada Rede Globo) e um jornal mensal especializado da área médica, publicação consolidada na cidade há mais de 20 anos.<sup>8</sup> Apesar de eminentemente locais, esses veículos também se pautam, eventualmente, pelos acontecimentos de cidades vizinhas, alcançando os públicos da região.<sup>9</sup>

É importante citar, ainda, que a vocação da cidade para o jornalismo também se confirma pela força e longevidade de uma associação de imprensa com 90 anos (Associação de Imprensa Campista - AIC) e pela existência do único curso de jornalismo em todo o Norte e Noroeste do Estado, oferecido desde 1965 por uma fundação. Estima-se que, atualmente, 100 profissionais de jornalismo atuem nas redações locais.<sup>10</sup>

Com relação à pandemia, desde o primeiro caso registrado em Campos, em 23 de março de 2020, a cidade já esteve na fase vermelha, laranja, amarela, verde e branca, alternando diversas vezes entre os estados de atenção sanitária e nível de ocupação hospitalar. Na data de finalização deste artigo, 28 de janeiro de 2022, depois de atingir a fase branca graças à estabilização no fluxo de contágio entre seus moradores e liberação de porcentagem significativa de leitos hospitalares, Campos já havia retornado à fase verde devido ao substancial aumento no número de casos de Covid-19 ao longo do primeiro mês do ano. O boletim da prefeitura nesse dia apresentava o quadro da Figura 1.

## 2.2 Materiais e métodos

Diante do que foi discutido até aqui e do quadro acima apresentado, realizamos uma pesquisa para verificar como profissionais das redações da imprensa diária em Campos dos

---

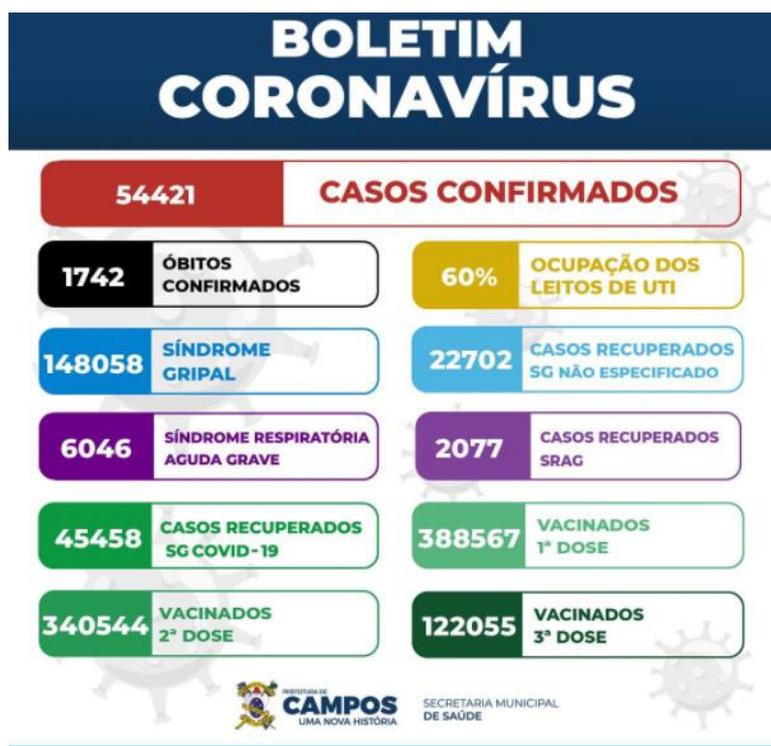
<sup>8</sup> Dados levantados pelos autores.

<sup>9</sup> Caso principalmente de São João da Barra, São Francisco de Itabapoana, Quissamã, São Fidélis e Cardoso Moreira, com as quais faz limite, mas também outras cidades do Norte Fluminense, como Macaé, e outras do Noroeste do Estado.

<sup>10</sup> Estimativa da AIC em 2021.

Goytacazes têm definido estratégias e abordagens de cobertura e produção de conteúdo sobre a pandemia na cidade. A intenção foi conhecer um pouco das experiências práticas desses profissionais e recolher impressões sobre como e em que condições eles e suas equipes têm trabalhado. O instrumento foi um questionário on-line elaborado pelo Google *Forms* com 32 perguntas, sendo 29 de múltipla escolha e três abertas<sup>11</sup>. As questões buscaram respostas sobre rotinas produtivas, noticiabilidade das pautas, métodos de apuração, fontes privilegiadas, alteração no volume de trabalho, criação de seções especiais sobre a pandemia nos veículos, organização e segurança do trabalho, visão dos respondentes sobre a atuação de seus veículos para informação e conscientização da população sobre a pandemia, resultados sociais alcançados e, por fim, comentários gerais sobre sua experiência neste momento ou observações sobre o próprio questionário.

Figura 1 - Boletim de 28/01/2022 com situação da pandemia em Campos



Fonte: Reprodução do IG @campos.pmcg, 28 jan. 2022.

Para garantir o máximo de eficiência na elaboração do questionário, em sua circulação pela *web* até o público-alvo e no processo de coleta de respostas, consideramos os apontamentos de Vasconcelos e Guedes (2007) sobre as vantagens e desvantagens do *e-*

<sup>11</sup>Fechado para respostas, o questionário pode ser visualizado em: <https://forms.gle/ZQ6fss7kwmNTKfUb8>. Acesso em: 27 jan. 2022.

*survey*. Entre os cuidados tomados, podemos citar: a) elaboração do *layout* do questionário de modo a tornar sua proposta clara e as perguntas em uma sequência lógica; b) disponibilização do e-mail e do telefone dos autores para os respondentes tirarem dúvidas, caso fosse necessário; c) manter contato prévio com os candidatos a respondentes e a multiplicadores para explicar os objetivos e importância da pesquisa. (VASCONCELOS; GUEDES, 2007, p. 15).

O questionário passou por um pré-teste e, depois de ajustes, foi distribuído pelas redes sociais, grupos de jornalistas locais em aplicativos de mensagens instantâneas e contatos pessoais da agenda dos autores. Esteve acessível entre os dias 27 de julho e 3 agosto de 2021, com garantia de anonimato e opção de não responder perguntas diante das quais a pessoa não se sentisse à vontade.

Trata-se de uma pesquisa com fins exploratórios, sem a intenção de ser exaustiva ou conclusiva. Conforme Gil (2002),

Estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado. Na maioria dos casos, essas pesquisas envolvem: (a) levantamento bibliográfico; (b) **entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado**; e (c) análise de exemplos [...]. (GIL, 2002, p. 41, grifo nosso)

### 2.3 Resultados do *e-survey*

Ao final do prazo de circulação do questionário, 31 respostas foram registradas, vindas de estagiários, pauteiros/produtores, repórteres, fotógrafos, cinegrafistas, chefes de reportagem, editores e gerentes/diretores de jornalismo, todos profissionais de jornalismo local atuantes em mídias sediadas em Campos dos Goytacazes. Desses, 19 (61,3%) identificaram-se como homens e 12 (38,7%), como mulheres; 16 (51,6%) disseram ter entre 21 e 30 anos, oito (25,8%) entre 31 e 40 anos, um (3,2%) entre 46 e 50 anos e seis (19,3%) informaram ter entre 51 e 60 anos.

Questionados sobre o tipo de veículo em que atuam, dos 31 respondentes, 17 (54,8%) afirmaram trabalhar em sites de notícias, 12 (38,7%) em jornal impresso, 12 (38,7%) em TV, nove (29%) em rádio, e nove (29%) em mídias sociais. A pergunta permitiu a marcação de mais de uma resposta e o resultado sugere ocorrência importante de acúmulo de função ou múltiplas jornadas de trabalho em veículos distintos.

Esta hipótese é confirmada na questão seguinte, que recebeu 30 respostas. Ao serem inquiridos sobre a área em que atuam, sete (23,3%) afirmaram acumular pelo menos algumas das nove funções listadas. Outros sete (23,3%) informaram trabalhar na reportagem, cinco (16,7%) em produção de pautas, três (10%) em locução ou apresentação, dois (6,7%) em edição, dois (6,7%) em gerência, 1 (3,3%) em chefia de reportagem, 1 (3,3%) em fotografia, 1 (3,3%) em coordenação e 1 (3,3%) como estagiário.

Dos 31 participantes da pesquisa, 90,3% disseram ter, em algum momento desde o início dos casos de Covid-19 no Brasil, ter feito alguma matéria sobre o assunto. Pedimos que os respondentes indicassem a recorrência de determinadas pautas na rotina de seu(s) veículo(s) entre um rol de temas selecionados pelos autores a partir da observação do noticiário local. Naquele ponto da pandemia, os assuntos mais tratados, segundo as respostas, têm sido:

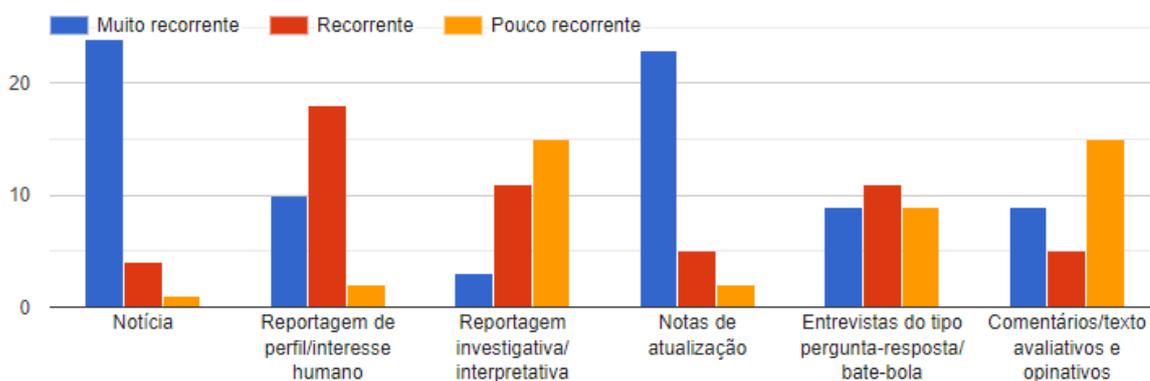
- 1º - calendário de vacinação;
- 2º - compra e distribuição de vacinas;
- 3º - boletins diários com número de casos confirmados da doença, mortes e internações;
- 4º - recomendações e orientações de autoridades sanitárias e especialistas para prevenção e cuidados;
- 5º - decisões e atos do governo relacionados à gestão da crise sanitária;
- 6º - notícias de interesse estadual, nacional e internacional sobre a pandemia;
- 7º - mortes e internações de conhecidos na cidade e lotação do sistema de saúde local;
- 8º - comportamento de pessoas/grupos/famílias em decorrência da pandemia;
- 9º - dificuldades e gargalos do poder público no enfrentamento à pandemia;
- 10º - casos e flagrantes de desrespeito às normas sanitárias;
- 11º - pesquisas científicas sobre a Covid-19 e impacto da pandemia sobre os setores formais e informais da economia;
- 12º - campanhas de solidariedade, ações de fiscalização do poder público em diversos setores, alertas sobre *fakenews*;
- 13º - denúncias da população relacionadas à pandemia.

As respostas demonstram um foco importante no jornalismo prestador de serviço voltado para a orientação diária do público no cenário da pandemia e dos esforços locais para combate ao avanço da Covid-19. Como explica Vaz (2013),

Acontece a prestação de serviço quando há divulgação de informações úteis pelo veículo jornalístico. São as mensagens de caráter utilitário que auxiliam o público em resoluções de problemas e decisões práticas do cotidiano, a quem muitos autores denominam como prática do “jornalismo de serviço”, termo também utilizado por profissionais do mercado. (VAZ, 2013, p. 54)

Isso se confirma quando perguntamos sobre os principais gêneros jornalísticos (MELO; ASSIS, 2016) adotados na produção durante o período em questão: notícia e nota atualização foram os mais recorrentes.

**Gráfico 1** – Gêneros adotados nas redações para o noticiário local sobre a pandemia



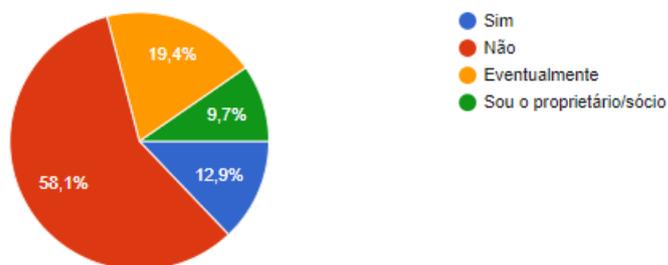
**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Essa produção noticiosa factual e de serviço contou com participação relevante do público, segundo 93,6% dos 31 respondentes do questionário. Em períodos em que as equipes de reportagem estavam com a circulação mais restrita, houve colaboração por parte das fontes, rotineiras ou eventuais, através do fornecimento de vídeos, fotografias, informações e dados que, de fato, foram aproveitados para produção dos conteúdos veiculados. Entretanto, chamam atenção dois casos em que essa colaboração/participação do público ou não teria ocorrido ou chegou a ocorrer, mas não teria sido aproveitada pelo veículo. Com ou sem ajuda do público, da totalidade dos respondentes, 61,3% disseram que seus veículos criaram programa, seção, quadro, e/ou editoria especial para a cobertura local da pandemia, ainda que essa área especial seja um recurso eventual. Nos demais casos, o noticiário sobre o tema mistura-se ao restante do conteúdo jornalístico.

A pesquisa também procurou saber se as equipes de jornalismo tiveram autonomia (editorial, econômica, política, ideológica) para fazer o planejamento das pautas, execução da cobertura e produção dos conteúdos noticiosos. As 31 respostas variaram entre muita (61,3%)

e alguma autonomia (38,7%). A resposta à pergunta sobre interferência de proprietário(s) e da diretoria teve respostas variadas, conforme o gráfico abaixo:

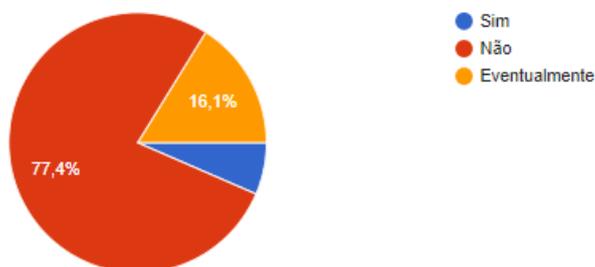
**Gráfico 2** – Casos de interferência de proprietário(s) ou da diretoria do veículo na cobertura da pandemia



**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Dos 31 respondentes, um número menor aponta interferência do departamento comercial na produção noticiosa sobre a crise sanitária:

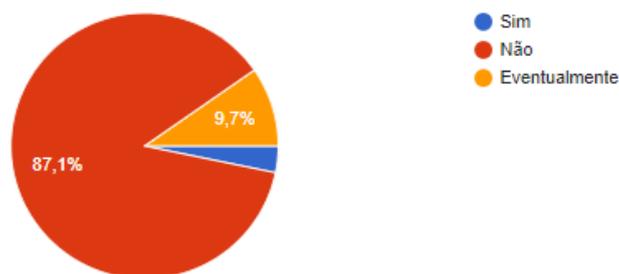
**Gráfico 3** - Casos de interferência do departamento comercial na cobertura da pandemia



**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Em número ainda mais reduzido, mas presente, registra-se a interferência de políticos com mandato local, estadual e federal sobre as pautas produzidas, executadas e/ou editadas pelos respondentes.

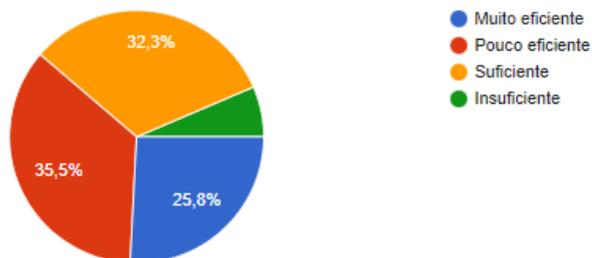
**Gráfico 4** - Casos de interferência política na cobertura da pandemia



**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Ao avaliarem o fornecimento de dados e informações a respeito da gestão municipal da pandemia pela Prefeitura de Campos dos Goytacazes, o que é feito pela Superintendência de Comunicação, com equipe própria, a maior parte dos 31 respondentes se disse satisfeita.

**Gráfico 5** – Respostas à pergunta “Como você avalia a comunicação e o fornecimento de dados/informações pela prefeitura da cidade sobre a gestão local da pandemia?”



**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Questionados a respeito das fontes de informação que vêm sendo usadas na cobertura diária local da Covid-19, todos os 31 respondentes afirmaram recorrer a canais oficiais de órgãos públicos municipais, estaduais e federais. Adicionalmente, 16 (51,6%) recorrem a pesquisadores e especialistas; 15 (48,4%) a autoridades e políticos; 14 (45,2%) a informantes e ao público; 13 (41,9%) a grupos de notícias/informação no WhatsApp; 10 (32,3%) a colegas de profissão (ainda que de veículo concorrente); nove (29%) a sindicatos e entidades de classe, e seis (19,4%) a trabalhos acadêmicos e publicações científicas. A pergunta permitiu a marcação de mais de uma opção.

Entre os métodos de apuração da notícia, destacam-se o uso de ferramentas que preservam o distanciamento social: telefonemas, usado por 27 (87,1%) dos 31 respondentes, e aplicativos de mensagens instantâneas, empregados por 20 (64,5%). Ambos os recursos já vinham sendo empregados com frequência em redações jornalísticas, mas sua utilização chegou a veículos que tradicionalmente não podiam prescindir da ida às ruas, como a TV, com a admissão, pelas empresas, do uso de vídeos gravados e transmissões ao vivo feitas por meio de equipamento de uso não especializado, como celulares e *tablets*, por fontes e repórteres. Adicionalmente, 11 profissionais afirmaram que recorrem a mecanismos de busca on-line na procura por informações. Porém, 15 (48,4%) dos respondentes afirmaram que, apesar da emergência sanitária, continuaram a fazer apuração presencial. Mais uma vez, a pergunta permitiu a marcação de quantas opções os profissionais julgassem necessárias para expressar sua experiência.

Em pergunta aberta na qual foram questionados a respeito da alteração do volume de produção dos veículos em que atuam durante o período da pandemia, os respondentes se dividiram entre a expansão e a diminuição do conteúdo veiculado. Parte apontou a necessidade de ampliar o espaço editorial, com aumento da minutagem de telejornais e do número de entradas ao vivo no rádio, ou a criação de novas sessões para abrigar o noticiário sobre a Covid-19. Os profissionais também relataram aumento da carga laboral e necessidade de readequação de equipes em virtude da opção de empresas pela suspensão temporária de contratos de trabalho nos termos da Lei nº 14.020/2020 (BRASIL, 2020b) e pelo afastamento de colegas infectados pelo novo coronavírus até o restabelecimento da saúde. Outros apontaram uma situação que se configura um dilema para as empresas de jornalismo local, já que, de um lado, há mais demanda por notícia e informação, mas, por outro, dificuldades para atender o público: entre os problemas citados no *e-survey* estão encolhimento de cadernos, diminuição da frequência de publicação e corte de páginas, que afetam em especial as mídias impressas e foram motivadas principalmente por questões econômicas. Estas já vinham sendo sentidas bem antes de 2020, mas se agravaram durante a pandemia em diversas empresas jornalísticas locais e regionais, e não apenas no Brasil, como aponta Anne Schulz (2021):

Os jornais locais, em particular, foram duramente atingidos pela disrupção do comportamento do consumidor e dos modelos de negócios, e a pandemia apenas aumentou as pressões. Em todo o mundo, vimos uma série de cortes e demissões e títulos de longa data fechando. Isso é preocupante porque a mídia local e regional pode desempenhar um papel crítico na informação dos

cidadãos e na sustentação dos processos democráticos. (SCHULZ, 2021, p. 43, tradução nossa)<sup>12</sup>

Entre os comentários que julgamos significativos, destacamos o seguinte:

Com a entrada da pandemia e necessidade de transmitir informações bem apuradas que o público precisava, houve a percepção e a necessidade de expandir, por exemplo, a minutagem dos telejornais e também a adoção de um sistema ao vivo, já que antes nossas produções jornalísticas eram gravadas. (RESPONDENTE 5, 2021)

Outra aponta que “cresceu a produção para o site, e o jornal impresso passou a circular em menos edições semanais. A produção passou a ser em home office para a maior parte da redação. Motivações econômicas e também adequação da força de trabalho.” (RESPONDENTE 2, 2021)

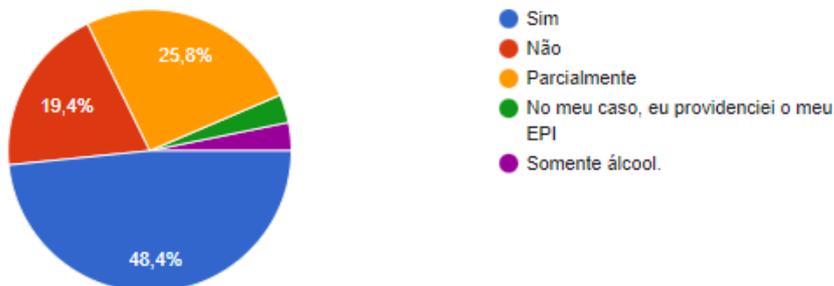
Embora os dados levantados não sejam conclusivos, eles permitem inferir que a pandemia do novo coronavírus afetou os diferentes veículos de imprensa local de maneira desigual. As estratégias adotadas pelas empresas para lidar com o aumento da demanda por informação e os reflexos econômicos da crise sanitária resultaram em diferentes modelos de organização das rotinas de trabalho, de apresentação do conteúdo e de preservação de sua viabilidade e relevância.

Duas perguntas, na sequência, eram sobre segurança no trabalho. Segundo 80,6% dos 31 respondentes, suas empresas adotaram protocolos internos de segurança sanitária por causa da pandemia (por exemplo, sanitização, afastamentos de mesas, checagem de temperatura...) e 19,4% disseram que em suas empresas essa adoção foi parcial. Também foi perguntado se, no caso de trabalho presencial na redação ou na rua, a empresa ofereceu equipamento de segurança. Nessa questão, as 31 respostas apresentaram maior diversidade.

---

<sup>12</sup> Texto original: “Local newspapers in particular have been hit hard by disruption to both consumer behaviour and business models and the pandemic has only increased pressures. Across the world we have seen a spate of cutbacks and layoffs, and longstanding titles closing down. This is troubling because local and regional news media can play a critical role in informing citizens and underpinning democratic processes.”

**Gráfico 6** - Respostas à questão “Caso tenha desempenhado atividades presenciais em qualquer período da pandemia até agora (na redação ou na rua), a empresa ofereceu Equipamento de Proteção Individual (EPI) a você ou sua equipe (máscaras, luvas, álcool em gel, *faceshield* etc.)?”



**Fonte:** Elaborado pelos autores.

A pergunta seguinte era se o respondente e seus colegas seguiram ou não os protocolos estabelecidos. Das 30 respostas registradas, apenas 50% indicava que os cuidados estavam sendo tomados.

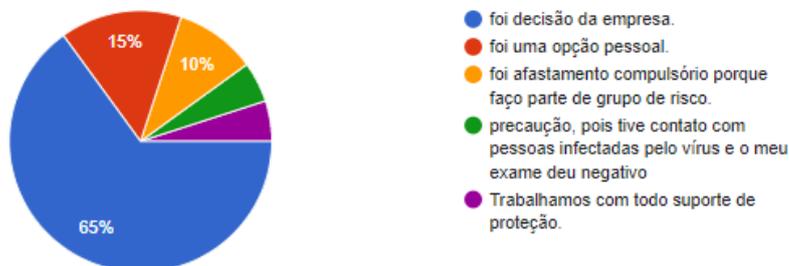
Já sobre os casos de trabalho remoto, eles somaram 58% das 31 repostas registradas – seja permanente ou eventualmente durante a pandemia.

**Gráfico 7** – Respostas à questão “Em algum momento você esteve em trabalho remoto?”



**Fonte:** Elaborado pelos autores.

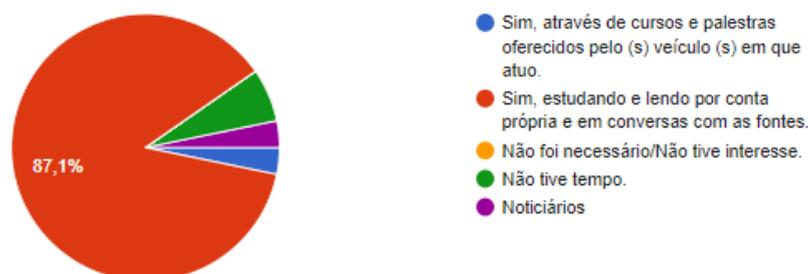
**Gráfico 8** – Respostas à questão “Caso tenha respondido “sim” à pergunta anterior, você está/esteve em trabalho remoto por que...”



**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Seja nos casos de trabalho na redação, na rua ou em casa, as empresas jornalísticas locais aparentemente não qualificaram suas equipes para tratar a Covid-19 como matéria-prima noticiosa do ponto de vista técnico. De 31 respondentes, apenas 1 profissional (3,2%) disse ter aprendido sobre o tema com treinamento e conteúdo oferecido pela firma.

**Gráfico 9** – Respostas à questão “estudar e instruir-se sobre o tema da Covid-19 para realizar seu trabalho jornalístico?”



**Fonte:** Elaborado pelos autores.

As demais perguntas objetivas foram sobre a organização das equipes. As respostas apontaram para o esgotamento das redações, na medida que as equipes diminuíram em função de demissão, suspensão temporária ou adoecimento de profissionais, o que aumenta a carga de trabalho de quem permanece atuando na cobertura diária da pandemia: 64% dos 31 respondentes disseram que houve alteração na escala de trabalho da equipe em função do número de funcionários na empresa.

Todo o quadro apresentado parece afetar a produção de notícias e a qualidade da cobertura da pandemia. Pedimos a cada um dos respondentes que, “a partir de seu julgamento pessoal, avaliasse a qualidade da cobertura da pandemia feita por seu (s) veículo (s) e apontasse os pontos negativos e positivos desse serviço”. Das 24 respostas discursivas recebidas, 14 (58,3%) indicam o impacto sobre o serviço prestado ao público local. Algumas amostras estão abaixo:

A porca (*sic*) quantidade de profissionais na redação é o maior empecilho, pois dificulta o aprofundamento de temas e de investigações, além da própria qualidade das informações. Com isso a cobertura fica muitas vezes incompleta ou pasteurizada. Já ponto positivo é a prestação de serviço, de orientação das medidas de segurança e do combate às fake news que neste caso podem custar vidas. (RESPONDENTE 4, 2021)

Acredito que a cobertura tem sido ótima porque cada vez mais o espaço para a participação do público está se expandindo. Talvez se pudéssemos tempo de elaborar com mais calma uma pauta ou um vivo, por exemplo, o produto final teria ainda mais qualidade. (RESPONDENTE 7, 2021)

Acho que o veículo tem cumprido o seu papel, na medida do possível. Sempre buscamos divulgar os factuais, as informações de "serviço" sobre vacinação, prevenção, regras... Também ouvimos especialistas com frequência. No início, o conteúdo era mais explicativo até mesmo para conscientizar as pessoas. Recentemente temos noticiado mais os factuais. (RESPONDENTE 11, 2021)

Esse conjunto de respostas sobre as condições de trabalho e a percepção sobre a qualidade do próprio produto se aproxima do resultado da pesquisa realizada por Figaro *et. al.* (2020) feita com 557 comunicadores de todo o Brasil. Desempenhando diferentes atividades laborais durante a pandemia – 61,2% como jornalistas – os respondentes forneceram evidências que apontam para o agravamento no processo de plataformação do trabalho durante a pandemia.

A pandemia, uma situação de suspensão da normalidade, solicitou a reação da sociedade para o controle da doença e a manutenção da vida. Contudo, é importante observar como se criou um ambiente favorável para a aceitação do ordenamento produtivo de mutação do mundo do trabalho, que já estava em andamento, no que tange à transferência para o trabalhador das responsabilidades de deter os meios necessários para realizar seu trabalho, ser gestor de si mesmo, acumular atividades e flexibilizar seus direitos trabalhistas. Nesse sentido, a Covid-19 colabora significativamente para a naturalização do home office e dos reordenamentos advindos dele, sem que se considerem os impactos para a vida do trabalhador (FIGARO *et al.*, 2020, p. 289)

Por fim, destaca-se a observação de um respondente que apontou a necessária profundidade de um jornalismo para além dos factuais e que contemplasse as demandas mais críticas da população afetada por problemas na gestão pública da pandemia: “Sinto falta de mais reportagens investigativas sobre as deficiências no processo de vacinação. Outra questão é ter mais espaço para as dificuldades que as áreas periféricas [têm] durante a pandemia.” (RESPONDENTE 16, 2021)

Essa e outras respostas apontam que há o entendimento compartilhado de que “todos os meios, em uma realidade cada vez mais convergente, devem apoiar a sociedade no combate à pandemia causada pelo SARS-CoV-2, o novo coronavírus” (FERRARETO; MORGADO, 2020, p. 6). Obviamente, fazer jornalismo ético, inclusivo e de qualidade é um processo caro e que requer recursos. Dada a situação pela qual passam as empresas jornalísticas hoje, isso significa um desafio que vai além de equipes de reportagem qualificadas e com boa vontade – exige esforços e estratégias integrados que envolvam também os departamentos comercial e administrativo para que, além de lucrativa e sustentável, o jornalismo local de fato desempenhe seu papel social, “destacando a importância de uma proposta de valor muito mais clara para a mídia local que deseja se destacar das muitas fontes alternativas de informação disponíveis”, como defende Schulz (2021, p. 47).

### **3 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este texto trouxe o resultado de uma pesquisa exploratória realizada em Campos dos Goytacazes sobre como os profissionais de jornalismo atuantes na imprensa local têm se organizado e realizado a cobertura da pandemia de Covid-19 na cidade e seu entorno. Soma-se aos estudos que vêm sendo realizados sobre o jornalismo local nesta crise sanitária e aponta para uma convergência dos resultados até então obtidos, ressaltando tanto a importância desses veículos para suas comunidades quanto a necessária discussão sobre as condições de trabalho das equipes. Aponta, ainda, para inovações nos formatos e linguagens dos conteúdos que, desenvolvidas e consolidadas no médio e longo prazo, podem gerar maior engajamento do público por atendê-lo mais proximamente.

O foco no jornalismo de serviço, a abertura à colaboração do público e o esforço para contornar as contingências (como o esgotamento das redações) foram alguns dos achados. Também é importante registrar a autocrítica dos respondentes com relação ao trabalho que

vem sendo realizado e a percepção de que um conteúdo de melhor qualidade poderia ser entregue dentro de situações mais favoráveis às equipes de reportagem.

A prática do jornalismo de proximidade em Campos dos Goytacazes enquanto estruturador de um contexto de comunidade de lugar aqui se deixa ver principalmente pelas pautas mais recorrentes e pela preocupação dos jornalistas com a periferia e as dificuldades enfrentadas por quem está fora do centro, sem voz ou representação.

Por fim, resta o entendimento de que este breve estudo tem o potencial de indicar caminhos para próximas pesquisas. Pelos indícios que fornece, pode, também, orientar entrevistas junto a profissionais das equipes de reportagem e redação e estabelecer tópicos e categorias para análise do conteúdo noticioso veiculado pela imprensa local em situações análogas, seja nas plataformas mais tradicionais ou nas mídias digitais.

## Referências

AELST, Peter van; TOTH, Fanni; CASTRO, Laia; ŠTĚTKA, Václav; VREESE, Claes de; AALBERG, Toril; CARDENAL, Ana Sofia; CORBU, Nicoleta; ESSER, Frank; HOPMANN, David Nicolas; KOC-MICHALSKA, Karolina; MATTHES, Jörg; SCHEMER, Christian; SHEAFER, Tamir; SPLENDORE, Sergio; STANYER, James; STEPIŃSKA, Agnieszka; STRÖMBÄCK, Jesper; THEOCHARIS, Yannis. Does a crisis change news habits? A comparative study of the effects of COVID-19 on News media use in 17 European countries. **Digital Journalism**, v. 9, n. 9, p. 1208-1238, 2021. DOI: 10.1080/21670811.2021.1943481. Acesso em: 27 jan. 2022.

AGUIAR, Sonia; SOUZA, Williany Bezerra de. Direto da fonte: o Consórcio Nordeste na cobertura local-regional da “corrida das vacinas” contra a Covid-19. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 19., 2021, Brasília. **Anais eletrônicos** [...] Campinas, Galoá, 2021. Disponível em: <https://proceedings.science/sbpjor-2021/papers/direto-da-fonte--o-consorcio-nordeste-na-cobertura-local-regional-da---corrida-das-vacinas---contra-a-Covid-19?lang=pt-br>. Acesso em: 27 jan. 2022.

AGUIAR, Sonia. **Territórios do Jornalismo**: geografias da mídia local e regional no Brasil. Rio de Janeiro; Petrópolis: PUC-Rio/Vozes, 2016.

BOMFIM, Ivan; SOARES, Emanuelle Benicio. Emergência Global no Jornalismo Local-Regional: A Cobertura da Pandemia de Covid-19 Pelos Portais Diário dos Campos e Arede. **Rev. FSA**, Teresina, v. 18, n. 1, jan. 2021. Disponível em: <http://www4.unifsa.com.br/revista/index.php/fsa/article/view/2204> Acesso em: 9 ago. 2021.

BRASIL. **Decreto nº 10.288, de 22 de março de 2020** - Regulamenta a Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020, para definir as atividades e os serviços relacionados à imprensa como essenciais. Brasília: Diário Oficial da União, 2020a. Disponível em: <https://www.in.gov.br/web/dou/-/decreto-n-10.288-de-22-de-marco-de-2020-249098577>. Acesso em: 13 ago. 2021.

BRASIL. **Lei nº 14.020, de 6 de julho de 2020** - Institui o Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda; dispõe sobre medidas complementares para enfrentamento do estado de calamidade pública [...] Brasília: Diário Oficial da União, 2020b. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2020/Lei/L14020.htm#](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/Lei/L14020.htm#). Acesso em: 13 ago. 2021.

CAMPONEZ, Carlos. Jornalismo regional: proximidade e distâncias. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. In: CORREIA, João Carlos (org.). **Ágora Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades**. UBI: LabCom Books, 2012. p. 35-48

DARRACH, Amanda. Local media and COVID-19 – The canary in the coal mine. **Columbia Journalism Review**, 12 mar. 2020 Disponível em: <https://www.cjr.org/podcast/local-media-COVID-19-coronavirus.php>. Acesso em: 28 jan. 2022.

FERRARETO, Luiz Arthur; MORGADO, Fernando. **Covid-19 e comunicação: um guia prático para enfrentar a crise**. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2020. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/213925>. Acesso em: 13 ago. 2021.

FIGARO, Roseli; BARROS, Janaína Visibeli; SILVA, Ana Flávia Marques da; RODRIGUES, Naiana; KINOSHITA, Jamir; MOLIANI, João Augusto; CAMARGO, Camila Acosta; OLIVEIRA, Daniela. O trabalho do comunicador durante a pandemia da Covid-19. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 19, n. 35, p. 278-290, 2020. Disponível em: <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/1722/777>. Acesso em: 28 jan. 2022.

FRAGA, K. de L. Rádio local e comunidades afetivas em tempos de pandemia: estudo de caso de emissoras em Viçosa, Minas Gerais. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana**, v. 12, n. 1, p. 194-220, jan./abr. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/4419/3769>. Acesso em: 9 ago. 2021.

GEVERS, Alex. Online behaviours and what to expect in 2022 as the world reverts into normalcy. **Comscore**, 18 jan. 2022. Disponível em: <https://www.comscore.com/Insights/Blog/Online-behaviours-and-what-to-expect-as-the-world-reverts-into-normalcy>. Acesso em: 27 jan. 2022.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Cidades – Panorama de Campos dos Goytacazes**. 2021. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/campos-dos-goytacazes/panorama>. Acesso em: 9 ago. 2021.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Divisão regional do Brasil em regiões geográficas imediatas e regiões geográficas intermediárias**. Rio de Janeiro: IBGE, 2017. Disponível em: [https://www.ibge.gov.br/apps/regioes\\_geograficas/](https://www.ibge.gov.br/apps/regioes_geograficas/). Acesso em: 9 ago. 2021.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Região de influência das cidades 2018**. Rio de Janeiro: IBGE, 2020. Disponível em:

<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101728>  
Acesso em: 28 jan. 2022.

JAVORSKI, E.; BARGAS, J. A informação sobre a Covid-19 nos desertos de notícias: a relevância do jornalismo interior do Pará. **Liinc Em Revista**, v. 16, n. 2, 2020. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/5339>. Acesso em: 9 ago. 2021.

MAGNONI, A. F.; MIRANDA, G. V. Jornalismo hiperlocal e internet: a comunicação hiperlocal cidadã como possibilidade na arena pública. **Comunicação & Informação**, Goiânia, Goiás, v. 21, n. 3, p. 166–184, 2018. DOI: 10.5216/ci.v21i3.52742. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/52742>. Acesso em: 18 fev. 2022.

MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Intercom – RBCC**, São Paulo, v.39, n.1, p.39-56, jan./abr. 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1809-5844201613> Acesso em: 3 jan. 2023.

NETO, Livino; DELO, Décio. **A cobertura jornalística dos media portugueses sobre a pandemia de Coronavírus - A montra jornalística na estação pandémica**. Lisboa: Instituto Universitário de Lisboa, 2021. Disponível em: <https://medialab.iscte-iul.pt/wp-content/uploads/relatorio-montra-jornalistica-na-estacao-pandemica.pdf>. Acesso em: 9 ago. 2021.

OTA, Daniela; MATOS, Danielle. Pandemia de Covid 19: Prestação de serviço e utilidade pública na mídia regional de Mato Grosso do Sul. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 19., 2021, Brasília. **Anais eletrônicos...** Campinas, Galoá, 2021. Disponível em: <https://proceedings.science/sbpjor-2021/papers/cobertura-jornalistica-da-pandemia-de-Covid-19-e-poder-local-e-regional-no-brasil-?lang=pt-br> Acesso em: 27 jan. 2022.

PAVLIK, John V. Engaging journalism: News in the time of the COVID-19 pandemic. **SEARCH - Journal of Media and Communication Research**, v. 13, n. 1, 1-17, 2021. Disponível em: [https://myjurnal.mohe.gov.my/filebank/published\\_article/112053/ENGAGING.pdf](https://myjurnal.mohe.gov.my/filebank/published_article/112053/ENGAGING.pdf). Acesso em: 27 jan. 2022.

REUTERS INSTITUTE. **Digital News Report 2021**. Londres: Oxford University, 2021. Disponível em: [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital\\_News\\_Report\\_2021\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf) Acesso em: 22 jan. 2022.

ROCHA, Liana Vidigal; CARNEIRO, Maria Tereza Lemes Moreira; MELZ, Talita. O protagonismo do poder local e regional na pandemia de Covid-19: análise de fontes no webjornalismo tocantinense. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 19., 2021, Brasília. **Anais eletrônicos...** Campinas, Galoá, 2021. Disponível em: <https://proceedings.science/sbpjor-2021/papers/o-protagonismo-do-poder-local-e-regional-na-pandemia-de-Covid-19--analise-de-fontes-no-webjornalismo-tocantinense?lang=pt-br> Acesso em: 27 jan. 2022.

SCHULZ, Anne. Local News Unbundled: Where Audience Value Still Lies. In: REUTERS INSTITUTE. **Digital News Report 2021**. Londres: Oxford University, 2021. p. 43-47.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo** – Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

UFES (Universidade Federal do Espírito Santo). **Comunicação e informação num contexto de pandemia e isolamento social**. 2020a [on-line]. Disponível em: [https://www.ufes.br/sites/default/files/anexo/comunicacao\\_coronavirus-ufes.pdf](https://www.ufes.br/sites/default/files/anexo/comunicacao_coronavirus-ufes.pdf) . Acesso em: 22 jan. 2022.

UFES (Universidade Federal do Espírito Santo). **Pesquisa aponta aumento do consumo de jornalismo e de mídias durante a quarentena**. 2020b [on-line]. Disponível em: <https://www.ufes.br/conteudo/pesquisa-aponta-aumento-do-consumo-de-jornalismo-e-de-midias-durante-quarentena> Acesso em: 22 jan. 2022.

VASCONCELLOS, Liliana; GUEDES, Luis Fernando Ascensão. E-Surveys: Vantagens e Limitações dos Questionários Eletrônicos via Internet no Contexto da Pesquisa Científica. In: SEMEAD - SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO FEA, 10. 2007. **Anais do 10º Semead**. São Paulo: USP, 2007. Disponível em: <http://sistema.semead.com.br/10semead/sistema/resultado/trabalhosPDF/420.pdf>. Acesso em: 9 ago. 2021.

VAZ, Tyciane Cronemberger Viana. **Jornalismo utilitário** - teoria e prática: Fundamentos, História e Modalidades de Serviço na Imprensa Brasileira. 2013. 150f. Tese (Doutorado) - Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 2013.