

A CASA COMO ESTÚDIO: a mediação no telejornalismo durante a Pandemia da Covid-19

THE HOUSE AS A STUDIO: mediation in Telejournalism during the Covid-19 Pandemic

LA CASA COMO ESTUDIO mediación en noticias de televisión durante la pandemia de Covid-19

Rodrigo Barbosa e Silva

Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA). Docente da Universidade Estadual do Tocantins. rodrigo.bs@unitins.br.

 0000-0001-6027-5821.

Correspondência: Quadra 108 Sul, Alameda 11, Lote 03, Caixa Postal 173, CEP: 77020-122, Palmas-TO, Brasil.

Recebido em: 15.03.2020
Aceito em: 03.04.2020.
Publicado em: 01.05.2020

RESUMO:

O presente trabalho procurou refletir sobre as estratégias de comunicabilidade empregadas por uma emissora local de televisão, a TV Anhanguera, afiliada da Rede Globo no estado de Goiás, durante o período da Pandemia da Covid-19, no que tange ao exercício profissional dos apresentadores dos telejornais Bom Dia Goiás, Jornal Anhanguera 1ª edição e Jornal Anhanguera 2ª edição. A partir do acompanhamento dos três telejornais por um período de dois meses, foi feita a análise da mediação construída junto aos telespectadores diante da política de revezamento dos profissionais adotada pela emissora. Foi possível concluir que não houve destaque a um apresentador que representasse “a cara” de cada telejornal, mas o trabalho em *home office* acentuou a possibilidade de aproximação aos telespectadores por ressaltar a intimidade dos jornalistas por meio da exposição dos seus lares.

PALAVRAS-CHAVES: Televisão; Telejornal local; TV Anhanguera; Apresentador; *Home Office*.

Introdução

A chegada da Covid-19 no Brasil mudou a vida das pessoas. Pouco menos de um mês após o surgimento do primeiro caso diagnosticado no país, o Ministério da Saúde declarou o reconhecimento da transmissão comunitária do novo coronavírus em todo o território nacional¹. Esse fato fez com que a rotina diária dos brasileiros sofresse

¹ No dia 26 de fevereiro de 2020, um homem de 61 anos, que havia viajado à Itália, deu entrada no Hospital Albert Einstein, na capital paulista, foi considerado o primeiro caso diagnosticado da Covid-19 no Brasil. No dia 20 de março de 2020, após o número de casos confirmados chegar a 904 e o registro de 11 mortes, onde apenas o estado de Roraima não registrava contaminação, houve o reconhecimento de transmissão comunitária por parte do governo brasileiro.

alteração, principalmente no que concerne às atividades exteriores ao ambiente doméstico. As condutas de distanciamento social começaram a ser valorizadas.

A necessidade de diminuir a interação entre as pessoas, com o objetivo de frear a velocidade de transmissão do vírus, acarretou uma série de medidas adotadas como estratégia importante para se evitar aglomerações: aulas presenciais suspensas, atividades escolares à distância, escalonamento no trabalho, *home office*, compras *online*, entregas *delivery* etc. Em seguida, medidas mais austeras: decretos governamentais fechando comércios, proibindo a circulação de veículos e pedestres, obrigando o uso de máscaras e o distanciamento mínimo entre as pessoas, isolamento social e até *lockdown* em alguns municípios.

Diante deste contexto social reconfigurado, uma situação nos chamou a atenção: o maior número de pessoas em casa e, conseqüentemente, o maior acesso à televisão, especificamente, aos programas de telejornalismo, em busca de informações a respeito da pandemia do novo coronavírus que amedrontava as pessoas. Os programas jornalísticos de televisão, por sinal, quando do início da pandemia em território nacional, apresentaram-se como um dos meios de comunicação da imprensa profissional visto pela população brasileira mais confiável (DATAFOLHA, 2020).

Sabendo do alcance e da credibilidade diante dos telespectadores, mesmo com a presença de sites da internet e de plataformas de redes sociais que simbolizam os novos campos da mídia contemporânea, observando a mudança no comportamento dos brasileiros, decidimos acompanhar mais atentamente os impactos deste cenário social nos noticiários televisivos, em especial, nos telejornais, concebendo-os como ambientes de mediação entre os eventos sociais e as pessoas.

O objeto de estudo foram os telejornais locais de uma mesma emissora, a TV Anhanguera, afiliada da Rede Globo de Televisão no estado de Goiás. Em termos metodológicos, o telejornalismo local focado neste artigo refere-se à programação regional delimitada em três programas locais, os telejornais matutino, vespertino e noturno do estado de Goiás, onde as notícias giram em torno dos acontecimentos sociais dos municípios circunvizinhos às praças onde a emissora se faz presente e as reportagens são produzidas na própria localidade.

Tendo como ponto de partida uma criteriosa revisão literária, investigamos a presença da televisão no cotidiano regional brasileiro de modo que pudéssemos compreender a relação de interdependência entre uma emissora local e seus telespectadores na construção do sentido de sociedade por meio dos seus principais telejornais. Em seguida, analisamos como ocorreram as mediações construídas em cada

telejornal, por meio de seus apresentadores, durante o período de pandemia da Covid-19.

Os telejornais em Goiás

A televisão chegou ao estado de Goiás depois de pouco mais de uma década da inauguração no Brasil. A primeira emissora televisiva goiana foi implantada em 1961. A TV Rádio Clube, de Assis Chateaubriand, retransmitia a programação da extinta Rede Tupi de São Paulo². No início, do mesmo modo como ocorreu com a emissora paulista, as produções da TV Rádio Clube foram marcadas pela precariedade técnica, improvisação e apropriação de narrativas radiofônicas.

A TV Anhanguera, foco de nossas reflexões aqui, foi inaugurada em 1963. Na história televisiva de Goiás, ela foi a segunda emissora a entrar no ar e o contexto é muito semelhante ao da TV Rádio Clube: pertencia à Organização Jaime Câmara, criada pelo empresário de mesmo nome e proprietária do jornal impresso O Popular e da emissora de rádio Rádio Anhanguera³.

Segundo Godinho (2008), a TV Anhanguera começou como afiliada da TV Record, passou pela TV Excelsior e só depois viraria Rede Globo. Aliás, para que esta última se estabelecesse no Brasil como uma rede de televisão nacional,

adotou-se o modelo criado pela rede de televisão estadunidense *National Broadcasting Company* (NBC), firmando contrato com emissoras locais já existentes e com emissoras criadas para ser afiliadas da Rede Globo de Televisão. Tais emissoras serviam de base para a produção de notícias – já que a produção das afiliadas é, contratualmente, cedida à Rede Globo de Televisão para que ela, se julgar necessário, promova sua veiculação nacional ou internacional (MUNHOZ, 2008, p. 17).

As afiliadas da Rede Globo, além de retransmitir a programação nacional, trabalham em cima de produções de conteúdo local, principalmente telejornais, obrigatórios por contrato. “O conteúdo local é incorporado, na própria emissora afiliada,

² Pioneiro na área da Comunicação no Brasil, Chateaubriand era dono dos Diários Associados, cadeia de jornais impressos e emissoras de rádios no Brasil. Foi ele que inaugurou a TV Tupi, primeira emissora televisiva brasileira em 1950. Em Goiás, ele era proprietário da própria Rádio Clube e do jornal Folha de Goyaz.

³ Hoje, o denominado Grupo Jaime Câmara, no Estado de Goiás, além da TV Anhanguera, possui os jornais impressos O Popular e Daqui, as rádios Daqui, CBN Goiânia, Executiva Goiânia e Araguaia Aragarças, os sites Vrum, Lugar Certo, G1 Goiás, Globo Esporte Goiás, tendo edições *on line* dos demais veículos de comunicação (JAIME CÂMARA, 2020).

ao conteúdo nacional e estadual – este produzido pela emissora da capital do estado e encaminhado para as emissoras afiliadas do estado” (MUNHOZ, 2008, p. 17).

Santana (2013, p. 21) afirma que “a TV Anhanguera passou a privilegiar o telejornalismo depois da década de 1970”, mesma época em que a Globo lançou o Bom Dia São Paulo, telejornal matutino que pretendia prestar serviço especificamente ao público paulista.

[Bom Dia São Paulo] É o primeiro noticiário que utilizou a unidade portátil de jornalismo, permitindo a entrada ao vivo de repórteres de vários pontos da cidade, com informações sobre trânsito, condições climáticas, aeroportos, etc. Posteriormente, as emissoras afiliadas a TV Globo também lançaram o *Bom Dia Praça* nas diversas regiões brasileiras, semelhantemente como noticiários matutinos, configurando uma linha editorial comunitária, que ainda hoje permanece nesses telejornais matinais das afiliadas a Rede Globo (SANTANA, 2016, p. 60).

Já na década de 1990, a Rede Globo ratifica a regionalização em sua programação telejornalística. A partir da experiência exitosa do SP TV, surgem os telejornais batizados de Praça TV, versões locais em diferentes praças brasileiras (RJ TV, MG TV etc.). Mas esse processo de inserção de diferentes localidades não foi efetivado com rapidez e tranquilidade devido ao Padrão Globo de Qualidade⁴ que criou “obstáculos no caminho dessa nova configuração que exige, entre outras coisas, respostas às demandas regionais” (BORELLI; PRIOLLI, 2000, p. 88).

Seguindo este padrão de qualidade, hoje, a TV Anhanguera possui três telejornais diários que são exibidos próximos aos telejornais nacionais na programação da Rede Globo: Bom Dia Goiás (Hora 1 e Bom Dia Brasil); Jornal Anhanguera 1ª Edição (Jornal Hoje); e Jornal Anhanguera 2ª Edição (Jornal Nacional). “Os três telejornais locais seguem o padrão editorial da Rede Globo tanto nas normas de produção, execução e na edição das reportagens; [há] uma preocupação em seguir as determinações da rede tentando assim alcançar o mesmo padrão” (SANTANA, 2013, p. 21).

A TV Anhanguera está presente em todas as regiões do estado de Goiás, com oito estações de televisão, partindo de municípios estratégicos: Anápolis, Catalão, Itumbiara,

⁴ Injunção de fatores que articulam padrão de produção, tecnologia e uma proposta específica, capaz de criar uma personalidade na programação aceita como a melhor entre produtores e receptores. Modelo gerencial eficiente, centralização no comando e no cumprimento de metas traçadas, forte esquema comercial, tecnologia de ponta, programação homogênea, proposta estética limpa, entre outros, são alguns elementos importantes para a construção do padrão de qualidade da TV Globo ainda na década de 1970 (BORELLI; PRIOLLI, 2000).

Jataí, Luziânia, Porangatu e Rio Verde, além da capital Goiânia⁵. Essas praças ajudam a compor cada um dos telejornais da emissora, trazendo elementos da cultura local de modo que os diferentes telespectadores possam se reconhecer nas mediações construídas pela emissora e, com isso, formar valores e opiniões a respeito dos assuntos destacados nas reportagens.

Para analisar a mediação construída por apresentadores dos telejornais da TV Anhanguera em meio à pandemia do novo coronavírus, assumimos a comunicação com o sentido de prática social que, por sua vez, envolve o sentido de produção cultural. Acompanhamos, então, Martin-Barbero (2006, p. 261), que afirma que “o eixo do debate deve se deslocar dos meios para as mediações, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais”. Foram essas possibilidades interpretativas que guiaram o estudo realizado.

Saúde é uma temática social de bastante interesse das pessoas. Nos últimos tempos, os telespectadores têm se deparado com quadros sobre saúde em diferentes programas na televisão. “Atualmente é difícil ligar a TV e não assistir pelo menos uma reportagem que aborde o tema saúde enquanto qualidade de vida. Seja em um programa de variedades, seja em um telejornal, o tema está sempre presente” (SANTANA, 2013, p. 24).

A Rede Globo, por exemplo, no programa Fantástico, em formato de séries temáticas, há tempos, conta com o médico Drauzio Varella destacando assuntos importantes à saúde da população. Porém, o investimento da mesma emissora em um programa só para falar de vida saudável, o Bem Estar, exemplificou a importância do tema para a sociedade e marcou época na televisão brasileira.

Entre 2011 e 2019, o Bem Estar foi um programa produzido pelo Jornalismo da Globo em São Paulo, com objetivo de debater temas relacionados à saúde e qualidade de vida. Os apresentadores recebiam no estúdio especialistas para esclarecer assuntos de interesse da população. O público participava por meio de entrevistas feitas nas ruas ou mensagens recebidas pela produção via Internet. Em 2019, o Bem Estar se tornou responsabilidade da área de Variedades, do Entretenimento. Durante uma reformulação da grade da manhã da Globo, em abril, a atração se tornou um quadro exibido no Encontro com Fátima Bernardes. O Bem Estar se manteve como um selo de

⁵ A TV Anhanguera também está presente no Tocantins, com três estações de televisão, nos municípios de Araguaína, Gurupi e Palmas. O Grupo Jaime Câmara, por sinal, também se faz presente no referido estado por meio de veículos de comunicação no rádio, no jornal impresso e na internet.

produção de conteúdo no portal de notícias G1 e, em agosto de 2019, deu nome também a um *podcast* semanal (MEMÓRIA GLOBO, 2020).

Em território local, o jornalismo da TV Anhanguera já investiu também na temática saúde com o quadro Mais Saúde, exibido na primeira edição do Jornal Anhanguera, acompanhando a tendência nacional. Segundo Santana (2013, p. 22), o referido quadro “foi uma das tentativas de buscar um diferencial dos outros telejornais e com isso se aproximar do público e conquistar a audiência”.

Essa abordagem sobre prevenção e tratamento de doenças, qualidade de vida e promoção da saúde realizada pela televisão, além de prestar um serviço de utilidade pública, em um país onde milhões de pessoas não têm acesso a uma saúde digna, reflete o desejo de longevidade por parte dos telespectadores. Contudo, no caso das informações e reportagens a respeito da Covid-19, temos um cenário diferente. O desejo é pela sobrevivência!

A mediação jornalística da TV Anhanguera na pandemia da Covid-19

O novo coronavírus ganhou força nos noticiários nacionais a partir da segunda quinzena de março de 2020, logo após o reconhecimento de sua transmissão comunitária pelo país. Iniciavam-se ali coberturas exponenciais sobre uma doença pouco conhecida pelos brasileiros, mas que já havia vitimado milhares de pessoas pelo mundo.

A Rede Globo, por exemplo, anunciou a mudança na sua grade de programação no domingo, 15 de março, por meio do apresentador Fausto Silva, no programa Domingão do Faustão: “Essa programação é específica para orientar você e conscientizar a população e a família brasileira para superar o coronavírus” (GSHOW, 2020). Ele se referia à ampliação do tempo nos telejornais Bom Dia Praça e Bom Dia Brasil, cada qual com 30 minutos a mais. E assim o foi na segunda-feira, 16 de março. Porém, terça-feira, 17 de março, foi a data que marcou a radicalização na cobertura jornalística da referida emissora por causa da Covid-19.

Com a estreia do programa Combate ao Coronavírus⁶, o telejornalismo global chegou a 11 horas contínuas de programação ao vivo, das 4h às 15h, com a seguinte sequência: 4h, Hora 1; 6h, Bom Dia Praça; 8h30min, Bom Dia Brasil; 10h, Combate ao

⁶ O Combate ao Coronavírus foi um programa jornalístico produzido no período da chegada do novo coronavírus ao Brasil. Apresentado por Márcio Gomes, o programa trazia as últimas informações sobre a pandemia, o avanço da doença e dicas para se proteger. Para tanto, contou com a participação de especialistas para tirar dúvidas dos telespectadores. Ficou no ar pouco mais de dois meses. No primeiro mês, entre 17 de março e 17 de abril, teve duração de duas horas. De 20 de abril até 22 de maio, teve duração aproximada de uma hora.

Coronavírus; 12h, Praça TV; 13h25min, Jornal Hoje. Para tanto, alguns programas tiveram suas exibições suspensas (Mais Você, Encontro com Fátima Bernardes, Globo Esporte e Se Joga).

As mudanças na programação nacional devido à pandemia, claro, afetaram as produções regionais da TV Anhanguera no que tange ao telejornalismo. A extensão do tempo de exibição de dois dos três telejornais da emissora, o Bom Dia Goiás (BDG) e o Jornal Anhanguera 1ª edição (JA1), foi o ponto mais explícito das modificações ocorridas. O primeiro ficou com duas horas e meia de duração. O segundo, uma hora e vinte e cinco minutos. Todavia, a maior mudança, sem dúvida, se deu nos processos de articulação entre produção e recepção de cada telejornal, inclusive do Jornal Anhanguera 2ª edição (JA2), tendo como pano de fundo a pandemia no contexto goiano.

O interesse aqui é apresentar um estudo interpretativo do conjunto de telejornais da TV Anhanguera, partindo de uma amostra constituída por todos os programas exibidos de segunda a sábado, em um período de dois meses, entre os dias 16 de março e 16 de maio de 2020, no que tange à presença dos mediadores frente às estratégias de comunicabilidade da emissora.

Acompanhando diariamente os três telejornais, gravando suas edições diretamente da tevê para um HD externo, e observando os links dos vídeos disponibilizados no site G1 Goiás, fomos percebendo o movimento permanente de (re)construção dos seus formatos perante uma sociedade amedrontada pelas incertezas relacionadas à Covid-19.

Os telejornais da TV Anhanguera, como qualquer outro programa de jornalismo na televisão, prometem apresentar o mundo real aos seus telespectadores, no caso, o retrato verdadeiro de Goiás à sociedade goiana. Contudo, sabemos bem que esta realidade apresentada, no fundo, é uma representação, fruto de uma construção midiática que envolve diferentes aspectos em sua lógica de produção. A competência profissional e o modo de se comunicar dos mediadores, por exemplo, são dois destes aspectos que estão por trás da produção de um telejornal.

A investigação realizada sobre o telejornalismo da TV Anhanguera não separou a análise dos telejornais ao contexto social vigente, isto é, a atenção esteve voltada à análise das mediações culturais entre a televisão e a sociedade goiana, com especial atenção aos goianienses. Portanto, foi a negociação efetivada no processo comunicativo entre a emissora e seus telespectadores que nos interessou. É essa relação entre os dois polos, efetivada em um cenário em que a nova doença trouxe dúvidas sobre o contágio

e gerou inseguranças sobre a condução da vida social, que apresentamos nas próximas linhas.

O conjunto de telejornais da TV Anhanguera (BDG, JA1 e JA2) imergiu profundamente na cobertura da Covid-19 em Goiás. Os três telejornais, seguindo suas características de se relacionarem com as respectivas audiências, diariamente, apresentaram informações a respeito do novo coronavírus e as mudanças iminentes na rotina de vida dos goianos. Foram além: perante a gravidade da situação pandêmica, convocaram abertamente os telespectadores a legitimarem o discurso de distanciamento social em favor da redução do número de pessoas nas ruas dos municípios goianos. Para comprovar esse fenômeno, analisamos o trabalho dos mediadores dos três telejornais, contextualizado no processo de produção de sentido das práticas comunicativas originadas pela TV Anhanguera.

Contrariando a premissa de que os mediadores, principalmente os apresentadores, representam “a cara” dos telejornais, podemos afirmar que nos três telejornais, durante o período analisado, não houve destaque a um apresentador, ou uma dupla de apresentadores, que simbolizasse cada telejornal. A TV Anhanguera fez um rodízio entre duas equipes de jornalistas. A cada semana, uma parte dos profissionais trabalhava nas instalações da emissora e outra parte em regime de *home office*. O argumento exposto pelos apresentadores durante os telejornais girou em torno de medidas de segurança voltadas aos colaboradores do Grupo Jaime Câmara.

O BDG tem como dupla de apresentadores Handerson Pancieri e Suelen Reis. Contudo, a dupla se desfez e, nos primeiros dias do revezamento, a cada entrada em *home office*, em diálogos curtos, os apresentadores procuraram explicar o escalonamento de trabalho aos telespectadores, antes de noticiar alguma matéria da pauta do dia:

- O Handerson tá em casa neste período de isolamento, quarentena, se protegendo, também uma medida de prevenção com alguns profissionais, faremos um rodízio. Na próxima semana, eu estarei em casa também. A gente tem feito isso aqui como medida preventiva pra evitar a disseminação do coronavírus, a aglomeração aqui dentro dos nossos espaços de trabalho. (...) Bom dia para você!
- Bom dia pra você, Suelen. Bom dia pro Téo, pra todo mundo que acompanha o Bom Dia Goiás. E, como você disse, reforçando, estamos aqui em casa, mas estamos, de casa, acompanhando tudo o que tá acontecendo, conversando também, fazendo o nosso trabalho como jornalista, e agradeço a preocupação de muita gente que pergunta porque não está me vendo no estúdio, mas é por conta deste trabalho mesmo de prevenção do Grupo Jaime Câmara (REIS e PANCIERI, 2020).

Foram formadas novas parcerias com repórteres da emissora para comandar a referida apresentação. Entraram em cena, Thaís Luquesi e Téo Taveira, cada qual, dividindo o estúdio com um dos apresentadores com mais experiência à frente do matinal. Todavia, aquele que estava na escala de *home office*, diariamente, entrava ao vivo de sua residência. Houve também ocasiões em que os dois repórteres, apresentadores momentâneos, estiveram juntos no estúdio, depois de transcorridos alguns dias no exercício desta nova função na emissora. Esse contexto todo pode ser observado pelas imagens a seguir.



Imagem 1: Suelen Reis e Handerson Pancieri, BDG, 10/03/2020, estúdio, antes do revezamento devido à pandemia



Imagem 2: Suelen Reis e Téo Taveira, BDG, 24/03/2020, estúdio



Imagem 3: Thaís Luquesi e Handerson Pancieri, BDG, 02/04/2020, estúdio



Imagem 4: Thaís Luquesi e Téo Taveira, BDG, 08/05/2020, estúdio



Imagem 5: Handerson Pancieri, ao fundo, BDG, 24/03/2020, *home office*



Imagem 6: Suelen Reis, na TV ao fundo, BDG, 02/04/2020, *home office*

O rodízio entre os apresentadores, que são as figuras centrais em qualquer programa telejornalístico, dificulta a aproximação com os telespectadores, pois estes perdem a referência profissional de cada telejornal. Não há familiaridade perante um contexto de frequentes mudanças, tendo apresentadores distintos a cada semana.

As mudanças ocorridas à frente e por trás das câmeras foram abordadas em uma reportagem veiculada no BDG. Deixando claro que tinha a preocupação de dar um bom exemplo perante o cenário social que exigia mudanças nos hábitos rotineiros, o Grupo Jaime Câmara expôs os cuidados que estavam sendo tomados para a continuidade dos trabalhos na área de jornalismo. Da limpeza dos equipamentos à redução no número de pessoas na redação da TV Anhanguera, houve destaque às adaptações realizadas para que houvesse a continuidade do trabalho durante a pandemia com toda segurança aos funcionários e aos participantes de cada telejornal, como enfatizaram Téo Taveira e Suelen Reis:

- São cuidados lá fora e um monte de cuidado aqui dentro também, né, Suelen?!
- A gente sabe que tem que dar exemplo. As pessoas observam nosso comportamento, se preocupam também conosco. Então, no dia a dia, a gente coloca todos esses cuidados em prática também (TAVEIRA e REIS, 2020).



Imagem 7: Téo Taveira e, ao fundo, o técnico de externa, Luciano Morais, limpando o microfone. BDG, 25/03/2020

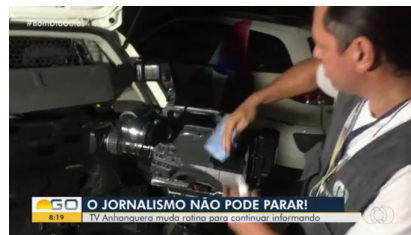


Imagem 8: André Martins, cinegrafista, limpando a câmera. BDG, 25/03/2020



Imagem 9: Terciane Fernandes, repórter e apresentadora, fazendo uso do álcool gel. BDG, 25/03/2020



Imagem 10: Suelen Reis lavando as mãos. BDG, 25/03/2020



Imagem 11: Téo Taveira e a redação reduzida. BDG, 25/03/2020



Imagem 12: Téo Taveira e Suelen Reis, sobre as mudanças devido à pandemia. BDG, 25/03/2020

Diferentemente do BDG, o JA1 é comandado por um só apresentador. No caso, uma apresentadora, Lilian Lynch. Contudo, são frequentes as edições que têm a apresentação de Luciano Cabral. Os dois, inclusive, já estiveram lado a lado na condução do telejornal por um ano, aproximadamente, entre 2018 e 2019⁷.



Imagem 13: Lilian Lynch
JA1, 11/02/2020, estúdio,
antes do revezamento devido à pandemia



Imagem 14: Luciano Cabral
JA1, 12/02/2020, estúdio,
antes do revezamento devido à pandemia

Durante o período da pandemia, diante do escalonamento fixado pela TV Anhanguera, os dois apenas ratificaram uma situação não rara de se ver na emissora goiana, revezaram-se na condução do telejornal vespertino. Somado a eles, contudo, surge um terceiro apresentador, Fábio Castro. Estes três, então, conduziram o JA1 em regime escalonado. E, quando não estavam no estúdio da emissora, fizeram participações ao vivo diretamente do conforto e da segurança de seus lares.



Imagem 15: No estúdio, Lilian Lynch. Em
home office, Fábio Castro. JA1, 01/04/2020



Imagem 16: No estúdio, Fábio Castro. Em
home office, Lilian Lynch. JA1, 06/04/2020



Imagem 17: No estúdio, Lilian Lynch. Em
home office, Luciano Cabral. JA1, 17/04/2020



Imagem 18: No estúdio, Luciano Cabral. Em
home office, Lilian Lynch. JA1, 23/04/2020

⁷ Devido à queda na audiência, o telejornal sofreu uma repaginada e o apresentador foi para as ruas, trazendo reportagens ao vivo para o referido vespertino. A apresentadora, a partir dali, ficou sozinha à frente do JA1, mas sempre que preciso o apresentador assume o comando do telejornal.

Tivemos, então, três profissionais se revezando na apresentação do JA1, telejornal que disputa ponto a ponto a audiência com o Jornal do Meio Dia, noticiário da TV Serra Dourada, afiliada do SBT em Goiás, e com o Balanço Geral Goiás, da Record TV Goiás, conforme observado em estudos publicados nos últimos anos:

Este telejornal [JA1] é o que atualmente sofre a maior pressão da audiência de acordo com o próprio editor chefe do telejornal e da chefia de reportagem da Primeira Edição (SANTANA, 2013, p. 22). O produto jornalístico [JA1] disputa a liderança no horário do almoço principalmente com o Jornal do Meio Dia (SBT) e com o Balanço Geral (Rede Record), programas esses que também dão destaque para pautas que privilegiem o telespectador e suas demandas (ROCHA, 2018, p. 92).

Para um telejornal que, historicamente, luta por bons índices de audiência, passa por constantes reformulações e, nos últimos anos, tem tentado criar estratégias de aproximação com seu público, o revezamento dos apresentadores empregado pela emissora dificulta a execução de um estilo próprio de telejornalismo. Pior, atrapalha significativamente a construção do sentido de sociedade proposta pelo telejornal.

Além dos três apresentadores mencionados, o JA1 contou também com a condução de um quarto apresentador, Handerson Pancieri, durante o período analisado. E não foi em um sábado, dia em que é comum observarmos apresentadores diferentes daqueles que estiveram à frente do telejornal durante a semana, em atividades de plantão. O apresentador do BDG comandou o JA1 no início de uma semana, segunda-feira, dia 11 de maio de 2020, sendo que já havia apresentado o outro telejornal pela manhã, conforme observamos abaixo.



Imagem 19: Handerson Pancieri, no estúdio do BDG, 11/05/2020



Imagem 20: Handerson Pancieri, no estúdio, agora do JA1, no mesmo 11/05/2020

Por mais que a TV Anhanguera tenha externalizado um motivo mais do que nobre para a implantação do revezamento entre seus profissionais, a segurança dos mesmos, não dá para negar que esse regime de escalonamento na condução do JA1 contribuiu para deixar o telejornal sem identidade. Afinal, cada apresentador carrega consigo um modo de fazer jornalismo, de apresentar-se aos telespectadores, de vincular-se a eles no

processo de construção das mediações durante o programa (GOMES, 2007). Perante distintas mediações, não há exagero quando se dúvida se o vespertino tem mesmo um estilo próprio de telejornalismo.

Desde 2010, com a adesão ao projeto editorial da Rede Globo de um jornalismo comunitário, o JA1 tem procurado realçar formas de unir informação e utilidade em seu conteúdo (ROCHA, 2018). Um dos pilares deste formato comunitário de telejornalismo é a colaboração dos telespectadores com pautas pertinentes à vida cotidiana. Constrói-se, então, a comunicação entre telejornal e telespectadores. Todavia, é preciso saber falar com o público, estabelecer vínculo com aqueles que denunciam os problemas dos bairros e cobram soluções do poder público. Mas com tantos ouvidos nesta escuta por parte da emissora, a possibilidade de serem emitidas vozes incongruentes é grande, destoando dos anseios da população.

Outro fato que nos chamou a atenção foi o duplo papel desempenhado por alguns profissionais. A presença de Luciano Cabral, por exemplo, em edições diferentes do JA1, como apresentador ou como repórter, demonstra bem tal prática na TV Anhanguera nos últimos anos. No período pandêmico, especificamente, por diversas oportunidades, em um mesmo dia, observamos profissionais na apresentação de um telejornal diretamente do estúdio em um período, e esse mesmo profissional, em reportagens gravadas ou entradas ao vivo, em outro período, em outro telejornal. Ou ainda entradas em *home office* em telejornais distintos no mesmo dia.



Imagem 21: Thaís Luquesi, em *home office*, no BDG, 07/04/2020

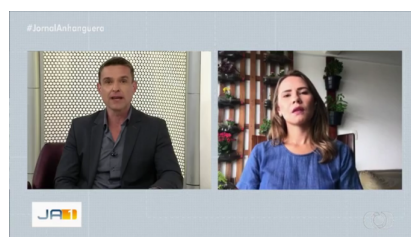


Imagem 22: Thaís Luquesi, ainda em *home office*, agora no JA1, no mesmo 07/04/2020



Imagem 23: Téo Taveira, no estúdio, BDG, 05/05/2020



Imagem 24: Téo Taveira, em externa, ao vivo, agora no JA1, no mesmo 05/05/2020



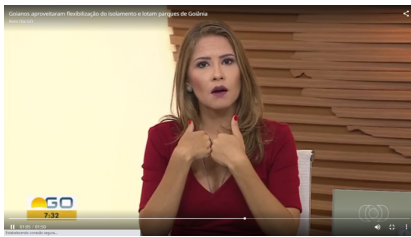


Imagem 27: Thaís Luquesi, no estúdio,
BDG, 13/05/2020



Imagem 28: Thaís Luquesi, em *home office*,
agora no JA2, no mesmo 13/05/2020

Além da confusão para relacionar o profissional àquele telejornal especificamente, há um embaralhamento de fronteiras entre as funções de apresentador e de repórter, fato que prejudica a credibilidade do programa e a legitimidade do papel desempenhado no interior da emissora, haja vista o indício de uma situação de “quebra galho”, transparecendo acanhamento da equipe de jornalistas e fragilidade do planejamento institucional, por mais que estivessemos vivenciando um período de crise devido ao novo coronavírus.

O JA2 não se diferenciou dos seus dois irmãos de emissora e nos dificultou igualmente na tarefa de perceber qual é a cara jornalismo noturno da TV Anhanguera. Seguindo a política de revezamento empregada pela emissora, observamos cinco apresentadores em seu comando. Cinco apresentadores em um período de dois meses. Já destacamos aqui a maioria deles devido às apresentações do BDG e do JA1.



Imagem 29: Handerson Pancieri
JA2, 18/03/2020



Imagem 30: Luciano Cabral
JA2, 01/04/2020



Imagem 31: Suelen Reis
JA2, 08/04/2020



Imagem 32: Fábio Castro
JA2, 30/04/2020

A novidade no contexto da mediação do JA2 foi Matheus Ribeiro, que nada de novo tem na atração, pois esteve à frente do telejornal de maior audiência da TV Anhanguera por mais de quatro anos. Foi ele, inclusive, o apresentador que representou o estado de Goiás no comando do Jornal Nacional (JN), quando da rotatividade de apresentadores de afiliadas da Rede Globo aos sábados do segundo semestre de 2019, como parte da ação em comemoração aos cinquenta anos da atração nacional.

Figura 33 Matheus Ribeiro (TV Anhanguera - GO) e Larissa Pereira (TV Cabo Branco - PB) JN, 09/11/2019



Fonte

Justamente no período em que nos dedicávamos à análise dos telejornais da emissora goiana, o JA2 sofreu um forte impacto devido ao pedido de demissão de Matheus Ribeiro. A emissora foi manchete nos sites de notícias do Brasil devido à repercussão perante a saída do apresentador por dois motivos principais, um de ordem pessoal e outro de ordem profissional.

Matheus Ribeiro foi o primeiro jornalista assumidamente gay a sentar na bancada do JN. E sobre isso, à véspera do dia em que apresentaria o maior telejornal do país, afirmou que sua vida particular não deveria ser um atrativo.

Tenho o direito de me resguardar em algumas situações. Meu lado pessoal é pessoal, e ponto. O lado profissional é outra coisa. (...) A TV Anhanguera, onde trabalho, e a Globo têm uma mentalidade aberta para valorizar as competências, a despeito de qualquer outra característica. A maior contribuição que posso trazer é mostrar meu trabalho sem me prender a essa questão pessoal. Para combater a homofobia, não preciso ser hétero nem gay: preciso ser apenas humano (VEJA, 2019).

Por mais que tenha enaltecido a TV Anhanguera, inclusive no encerramento daquela edição comemorativa do JN, Matheus Ribeiro escreveu uma carta a Brenda Freitas, diretora de jornalismo da emissora, que se tornou pública posteriormente, ao sair da emissora, em que afirmou que se sentia menosprezado pela empresa, estando

infeliz no ambiente de trabalho. Listou, ainda, uma série de supostas irregularidades e condutas desrespeitosas cometidas contra ele⁸.

Apesar dos apresentadores do JA2 também terem aderido ao rodízio proposto pela TV Anhanguera, as coisas funcionaram um pouco diferente no noturno. Observamos um escalonamento maior entre eles, não apenas de uma semana entre o estúdio da emissora e o *home office* de suas residências. Além disso, outro fato que merece ser destacado é que na semana da saída do apresentador Matheus Ribeiro, três apresentadores comandaram o telejornal, cada um responsável por um dia, numa sequência de três dias consecutivos. Muita mudança para um período tão curto.

A participação dos apresentadores a partir de suas residências, certamente, foi o diferencial nos telejornais da TV Anhanguera no período da pandemia. Tal estratégia pode ter contribuído para o fortalecimento da intimidade junto aos telespectadores. Por variadas vezes, foi dada a ênfase para que nos sentíssemos convidados a adentrar e conhecer os ambientes dos seus lares. Com isso, foi possível perceber desde o município da região metropolitana de Goiânia em que moram, a partir dos créditos de identificação no início das entradas, até os móveis e a proposta de decoração dos cômodos que, por ora, funcionaram como estúdios improvisados.



Imagem 34: Téo Taveira
BDG, 30/04/2020



Imagem 35: Téo Taveira
BDG, 15/05/2020



Imagem 36: Luciano Cabral
JA1, 14/04/2020



Imagem 37: Luciano Cabral
JA1, 29/04/2020

⁸ Para íntegra da carta, acessar <https://portal.comunique-se.com.br/apresentador-do-jn-pede-demissao-e-lista-serie-de-irregularidades-em-emissora/>. Dias depois, Matheus Ribeiro voltou às manchetes devido a sua contratação pela Record TV para ancorar o DF Record, telejornal noturno da capital federal.

Fomos, então, percebendo a busca por um melhor enquadramento nas entradas em *home office* ao longo das escalas semanais de trabalho e o reforço visual para que ficássemos em casa durante a pandemia, como frisado na parede do escritório de Suelen Reis por meio da frase “*Let’s stay home*” (“Vamos ficar em casa”).



Imagem 38: Suelen Reis
BDG, 30/03/2020

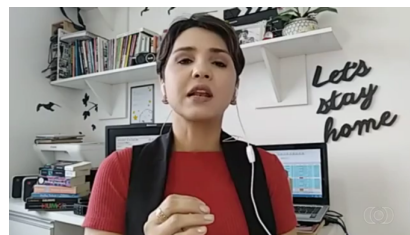


Imagem 39: Suelen Reis
BDG, 17/04/2020

Matheus Ribeiro inovou ao participar em *home office* como se estivesse nas instalações da emissora. De terno e gravata, atrás de uma pequena bancada onde havia um notebook, com uma televisão ao fundo e a logomarca do telejornal noturno em destaque, Ribeiro fez uso de uma imitação de estúdio da TV Anhanguera montado em seu espaço pessoal. Aos mais desatentos, este fato poderia passar despercebido, tamanha a semelhança com o estúdio original. Mas a inovação não persistiu. Nos dias seguintes, foi possível observar suas entradas no JA2 direto da varanda do seu apartamento, com a vista noturna da cidade de Goiânia ao fundo.



Imagem 40: Matheus Ribeiro
JA2, 30/03/2020



Imagem 41: Matheus Ribeiro
JA2, 02/04/2020

como estúdio até chegar ao cantinho da residência que remetia à cultura goiana. Ali houve o destaque para um quadro de parede que retratava a histórica Pirenópolis, cidade do interior de Goiás, com seus antigos casarões coloridos. Atreladas a isso, velas acesas e a mensagem “Viver é guardar lembranças” escrita na pequena placa de mesa simbolizavam a confiança de que os dias de isolamento social seriam passageiros e, com isso, deveríamos aproveitar esse período para recordar momentos vividos que ajudaram a compor a nossa história de vida. Entretanto, a sua entrada em *home office* mais

marcante se deu ao final de uma das edições do BDG em que fez questão de mostrar a pamonha de forno que acabara de ganhar de uma vizinha. Aproveitou, claro, para enfatizar o espírito de união entre as pessoas, mesmo que estivéssemos em distanciamento físico devido à pandemia.



Imagem 42: Handerson Pancieri
BDG, 25/03/2020



Imagem 43: Handerson Pancieri
BDG, 09/04/2020



Imagem 44: Handerson Pancieri
BDG, 22/04/2020

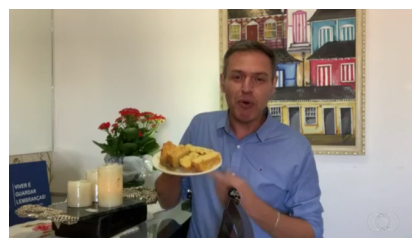


Imagem 45: Handerson Pancieri
BDG, 05/05/2020

O esforço para mostrar espaços aconchegantes nas residências dos apresentadores foi uma das marcas observadas neste estudo. O enquadramento do jardim vertical de paletes na residência da Thaís Luquesi exemplifica bem o cuidado que a emissora e os profissionais tiveram durante o momento efêmero do exercício televisivo do jornalismo. E o que dizer da entrada de Lilian Lynch junto com sua filha Letícia às vésperas do Dia das Mães?! Talvez esta tenha sido a participação de maior simbolismo durante o período analisado. União entre mãe e filha, em uma típica representação familiar, em um período em que todos os apresentadores reforçaram a necessidade de que ficássemos em casa, caso fosse possível, para conter o avanço do novo coronavírus que se expandia por todo o estado de Goiás.

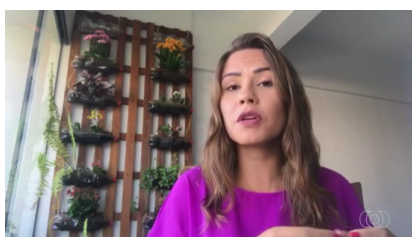


Imagem 46: Thaís Luquesi
BDG, 05/05/2020

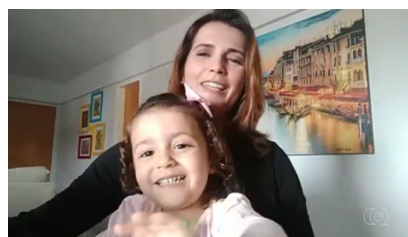


Imagem 47: Lilian Lynch e a filha Letícia
JA1, 08/05/2020

Considerações finais

Iniciamos este trabalho afirmando que a Covid-19 mudou a rotina da vida cotidiana. Houve mudança no comportamento das pessoas. Deste modo, mudou também a forma de fazer televisão, de fazer jornalismo televisivo, especificamente. De forma geral, extrapolando os limites da investigação trazida aqui, percebemos muitas reportagens construídas com o auxílio da internet, corporificando-se em participações de repórteres e de convidados em entrevistas concedidas diretamente da segurança de seus lares. A TV Anhanguera foi além.

Os apresentadores dos telejornais delimitados neste estudo fizeram entradas em *home office*. Na verdade, é preciso deixar claro, não apresentaram, de fato, os telejornais de suas residências. Fizeram, sim, pequenas entradas, destacando uma notícia aqui, outra ali, transparecendo muito mais um exercício de reportagem do que de condução do programa. Os próprios repórteres da emissora também participaram do revezamento e, conseqüentemente, das entradas em *home office* nos três telejornais.

O rodízio implantado pela emissora goiana, incluindo o trabalho em regime de *home office*, impactou no modo de produção jornalística. Se essa experiência irá continuar, passada a pandemia, flexibilizando o trabalho dos profissionais às suas casas, não sabemos. Mas o recurso da internet, com as videochamadas ao vivo ou gravadas, certamente, veio impulsionar a dinâmica dos trabalhos jornalísticos na televisão. Isso já ocorria antes da pandemia, registre-se. Porém, com os dias de distanciamento social, com as pessoas isolando-se em seus espaços privados, aumentou significativamente o uso deste recurso tecnológico. E foi possível perceber a qualidade destas produções. Além disso, os telespectadores estão cada vez mais reconhecendo este expediente como algo factível à televisão. Oras, se já faz parte de nossa cultura enquanto sujeitos conectados a notebooks, tablets e smartphones, o possível estranhamento de uma reportagem telejornalística produzida à distância tende a ser cada vez menor.

A TV Anhanguera apresentou-se como precursora no cenário telejornalístico em que apresentadores foram transvestidos de repórteres em *home office*. Claro que esse modelo escalonado de trabalho foi muito mais simbólico do que qualquer justificativa da sua real necessidade, mesmo tendo o discurso de preservação da saúde dos colaboradores. A ideia por detrás disso estava relacionada à famosa *hashtag* "Fique em Casa" propagada nos quatro cantos do país como tentativa de desacelerar a propagação do novo coronavírus de modo a desafogar os sistemas de saúde com uma onda significativa de casos confirmados simultaneamente. A emissora, então, apresentou o

exemplo partindo da sua própria realidade, como querendo dizer “estamos fazendo a nossa parte, faça a sua também”.

Esse embaralhamento entre as funções de apresentação e de reportagem observado no conjunto telejornalístico da TV Anhanguera colaborou sobremaneira para que não identificássemos quem representasse “a cara” de cada telejornal. E mais, se fôssemos partir de um entendimento mais tradicional do que é o jornalismo televisivo, não seria nada exagerado, nem tão pouco ofensivo, afirmar que os telejornais estudados se mostraram bagunçados no que tange à organização da mediação construída por cada um deles. Houve um troca-troca além do que houvera prometido a própria emissora, haja vista a quantidade de apresentadores em uma única semana em um só telejornal. Contudo, como preferimos acompanhar a perspectiva dos Estudos Culturais, movimento de investigação que lança questionamentos sobre as concepções dominantes do jornalismo, vemos que presenciamos uma forma alternativa de se fazer telejornalismo. Sim, um modo diferente daquilo que estamos habituados, inclusive, por termos como referência parâmetros observados nos telejornais da Rede Globo de Televisão que deve(ria)m se fazer presentes também nos noticiários produzidos por suas afiliadas.

A TV Anhanguera, minimamente, apresentou possibilidades, perspectivas, de que a programação telejornalística pode ser diferente, mais íntima até do que já ocorre no telejornalismo local espalhado pelo Brasil. Abrindo as portas dos lares dos apresentadores, que são os profissionais mais próximos do público telespectador, mostrando que são pessoas comuns como outras quaisquer da comunidade, houve o convite velado para que entrássemos nos seus espaços domésticos e refletíssemos sobre os últimos acontecimentos relacionados à Covid-19 em Goiás.

O período da pandemia nos trouxe muitas incertezas quanto ao futuro da humanidade e, sendo assim, também quanto ao futuro do jornalismo e, especificamente, do modo como serão produzidos os telejornais. Talvez fosse mesmo o momento propício para experimentar novas formas de produção da televisão. Aproveitar a necessidade de mudança na cotidianidade da vida para trazer novos conceitos ao processo de construção televisiva.

Os telejornais BDG, JA1 e JA2 apresentaram significativas diversificações em seus formatos. Mesmo assim, como ponto nevrálgico, observamos o esforço dos mediadores (no caso aqui delimitado, dos apresentadores) para trazer à tona elementos da cultura goiana que agregassem conhecimentos, valores e significados relacionados à presença desta nova doença diante do processo de produção e de recepção das notícias veiculadas em cada telejornal.

Referências

- BORELLI, Sílvia; PRIOLLI, Gabriel. A deusa ferida: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência. 2. ed. São Paulo: Summus, 2000.
- DATAFOLHA. Comportamento da população: coronavírus. São Paulo: Instituto Datafolha de Pesquisas, 2020. Disponível em <http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2020/03/23/22cedeee019d1bf3e5e82c889e058b9bhb.pdf>. Acesso em 02 de abril de 2020.
- GODINHO, Iúri Rincon. A história da TV Anhanguera. Contato Comunicação, Goiânia, 12 de agosto de 2011. Disponível em <http://contatogo.blogspot.com/2011/08/historia-da-tv-anhanguera.html>. Acesso em: 10 mai 2020.
- GSHOW. Globo altera programação para aumentar espaço de informações sobre o coronavírus. Mais Você. Disponível em <https://gshow.globo.com/programas/mais-voce/noticia/globo-altera-programacao-para-aumentar-espaco-de-informacoes-sobre-o-coronavirus.ghtml>. Acesso em: 17 mar 2020.
- JAIME CÂMARA. Domínio de mercado. Grupo Jaime Câmara. Disponível em <https://www.gjccorp.com.br/#/servicos>. Acesso em: 11 mai 2020.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. 4. ed. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.
- MEMÓRIA GLOBO. Jornalismo. Bem Estar. Disponível em <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/bem-estar/>. Acesso em: 11 mai 2020.
- MUNHOZ, Eliane Regina. A Rede Globo de Televisão no território brasileiro através do sistema de emissoras afiliadas. 2008. 156 f. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.
- REIS, Suelen; PANCIERI, Handerson. Entidades pedem prorrogação de prazo para recolhimento de tributos. Bom Dia Goiás – 25/03/2020. Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/8429346/>. Acesso em: 02 mai 2020.
- ROCHA, Jordânia Bispo. O telejornal local “a serviço” do cidadão: um estudo do Jornal Anhanguera 1ª edição. 2018. 256 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2018.

- SANTANA, Bernadete Coelho de Sousa. Televisão e saúde: os temas ligados à qualidade de vida no telejornal Jornal Anhanguera primeira edição da TV Anhanguera. 2013. 155 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2013.
- SANTANA, Mayara Jordana Sousa. Telejornalismo e educação: um estudo a partir da análise de telejornais goianos. 2016. 211 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2016.
- TAVEIRA, Téo; REIS, Suelen. Veja como a redação da TV Anhanguera se adaptou para trabalhar durante a pandemia. Bom Dia Goiás – 25/03/2020. Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/8429710/>. Acesso em: 03 mai 2020.
- VEJA. Matheus Ribeiro leva namorado para conhecer estúdio do Jornal Nacional. Revista Veja. Disponível em <https://veja.abril.com.br/entretenimento/matheus-ribeiro-leva-namorado-para-conhecer-estudio-do-jornal-nacional/> . Acesso em: 25 mai 2020.

ABSTRACT:

The present work tried to ponder about the communication strategies employed by a local television station, TV Anhanguera, an affiliate of Rede Globo in the state of Goiás, during the Covid-19 Pandemic period, with regard to the professional exercise of the presenters of Bom Dia Goiás, Anhanguera Newspaper 1st edition and Anhanguera Newspaper 2nd edition. From the monitoring of the three TV news programs for a period of two months, an analysis was made of the mediation built with the viewers in view of the policy of rotation of professionals adopted by the broadcaster. It was possible to conclude that there was no highlight to a presenter who represented "the face" of each news program, but the work in home office emphasized the possibility of approaching viewers by highlighting the intimacy of journalists through the exposure of their homes.

KEYWORDS: Television; Local TV news; Anhanguera TV; Presenter; Home Office.

RESUMEN:

El presente trabajo pretendía reflexionar sobre las estrategias de comunicación empleadas por una cadena de televisión local, TV Anhanguera, filial de Rede Globo en el estado de Goiás, durante el periodo de la Covid-19 Pandemic, con respecto al ejercicio profesional de los presentadores de las noticias de televisión Bom Dia Goiás, Jornal Anhanguera 1a edición y Jornal Anhanguera 2a edición. A partir del seguimiento de los tres repartos de noticias durante un periodo de dos meses, se analizó la mediación construida con los espectadores antes de la política de retransmisión de los profesionales adoptados por la estación. Fue posible concluir que no había énfasis en un presentador que representaba "el rostro" de cada noticia de televisión, pero el trabajo en la oficina en casa acentuó la posibilidad de aproximación a los espectadores al resaltar la intimidad de los periodistas a través de la exposición de sus hogares.

PALABRAS-CLAVES: Televisión; Noticiero local; Anhanguera TV; Presentador; Oficina en casa.