



Informação durante a pandemia de Covid-19: como o distanciamento social interferiu no consumo digital de notícias no interior do RS¹

Cássia Oliveira²

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Resumo: A partir da análise de dados, bibliográfica e de conteúdo, o presente artigo discute como a imprensa online do interior de RS sofreu impacto do distanciamento social causado pela pandemia de Covid-19 no que diz respeito ao acesso via websites. Com os leitores preocupados com a pandemia mundial e recebendo grande quantidade de informação nacional e regional sobre a doença, houve um claro movimento de busca de informação nos veículos locais sobre a chegada da pandemia no interior. Como os veículos de informação local abordaram o tema mundial e quais meios utilizaram para estar próximo do seu leitor neste momento também são questões abordadas.

Palavras-chave: jornalismo digital, jornalismo local, informação local, noticiário local.

1. Introdução

O ano de 2020 ficará marcado na história mundial pela pandemia de Covid-19 e também pelas mudanças de rotina que a doença gerou – ou acelerou – por todo o planeta. Para reduzir a contaminação, as pessoas foram orientadas a ficar em casa o quanto pudessem e não interagir fisicamente com outras pessoas. De uma semana para outra, milhões passaram a trabalhar, estudar, se alimentar, comprar, exercitar-se, buscar por entretenimento e, é claro, por informação, sem sair de casa. A vida tornou-se muito mais digital e menos presencial.

¹ O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul- UFRGS. Artigo apresentado para a disciplina de Convergência e Ubiquidade Midiática, ministrada pelo professor Dr. Eduardo Campos Pellanda, no PPGCOM da PUCRS.

Para cumprir todas essas atividades – e outras tantas não citadas – já estavam disponíveis meios digitais antes da Covid-19 surgir. Ensino à distância, home office, e-commerce, entre muitos outros, não são novidades, mas a pandemia acelerou o uso habitual e aumentou a procura pelos serviços digitais. No início deste século, Dertouzou (2002) antecipava que a mediação por meio da tecnologia não seria eficaz em todas as circunstâncias, mas seria importante. Serão úteis em muitas situações, especialmente se comparadas à escassez completa de colaboração ou à perda de tempo quando se espera por uma oportunidade de um encontro físico (DERTOUZOS, 2002).

A procura por notícias nos ambientes digitais cresceu, seja pelo maior tempo livre de quem se viu em casa devido à quarentena ou pelo medo da doença que levou à busca por informação confiável, em meios de comunicação já consagrados. Isto pode ser dito tanto de veículos grandes, das capitais, quanto se considerado os que circulam pelo interior. A busca por informação local, junto a veículos de comunicação regionais também cresceu. Mas há de se respeitar características destas empresas, de suas comunidades e, principalmente, da relação destas com a sua fonte de informação.

Os veículos de imprensa locais tiveram, durante a pandemia, a tarefa de localizar um tema global. Ignorar dados estaduais, nacionais ou até internacionais em prol do foco total na informação municipal e regional – antes prática comum nos veículos do interior – com a chegada do coronavírus passou a ser uma postura questionável. Mas quando o global se torna assunto de interesse local? Michel Maffesoli (2010) discute o assunto citando uma “nova figura que é o glocal”, um tipo de universal concreto. Ou seja, algo que apesar de ser um fato que afeta e interessa ao mundo todo, tem também, características que o tornam locais. No caso da pandemia de Covid-19, isso se expressa, por exemplo, no tempo que o vírus levou para chegar a cada comunidade e o ritmo de avanço dela.

Na mesma linha, Anne Kern e Edgar Morin (1993) se utilizam da expressão “patchwork” ou, no português, “colcha de retalhos”, para afirmar que, apesar de haver embriões de ações e pensamentos mundiais, a humanidade permanece dividida por sua localização. A carteira de identidade terrestre do novo cidadão do mundo comporta um agrupamento de identidades concêntricas, a partir da identidade familiar, local, regional,

nacional. (MORIN; KERN, 1993). Para os autores, somente quando nos tornarmos de fato cidadãos do mundo é que seremos vigilantes e respeitosos das heranças culturais. Já num artigo recente, Maffesoli (2020) afirma que as noções de coletivo, de comunidade são valorizadas, mesmo quando parecemos muito individualistas. Afirmando que “o lugar é um elo”, ele defende que este é o caso do momento atual, num período vivido em separado, na quarentena. A globalização das ideias é excessiva e a saturação aumentará o localismo.

“Como qualquer planta, a planta humana precisa de raízes para poder crescer com força, precisão e beleza! Assim, diante da morte que não podemos mais apresentar, é lembrada a necessidade de solidariedade própria de um ‘ideal comunitário’ que alguns continuam estigmatizando, taxando-a, tolamente, do comunitarismo” (MAFFESOLI, 2020).

Trata-se da ideia de que, mesmo vivendo numa comunidade, restrita, e pensando de uma forma local, estamos no global e de forma coletiva. No livro *Ciência com Consciência*, Edgar Morin detalha alguns desafios da complexidade. O segundo deles é a transgressão nas ciências naturais, dos limites daquilo que poderíamos chamar de abstração universalista que elimina a singularidade, a localidade e a temporalidade.

Do mesmo modo, a localidade se torna uma noção física determinante: a ideia de localidade está necessariamente introduzida na física einsteiniana pelo fato de que as medidas só podem ser feitas num certo lugar e são relativas à própria situação em que são feitas. O desenvolvimento da disciplina ecológica nas ciências biológicas mostra que é no quadro localizado dos ecossistemas que os indivíduos singulares se desenvolvem e vivem. Portanto, não podemos trocar o singular e o local pelo universal: ao contrário, devemos uni-los. (EDGAR MORIN, 1982, p. 178)

Ao longo dos últimos anos, os veículos de imprensa do interior - tradicionalmente impressos - fizeram uso do localismo para se manterem não simplesmente próximos de suas comunidades, mas como parte delas. E isso também esteve presente quando passaram a investir em seus sites, tentando levar à plataforma digital a relação construída no papel. Assim como ocorreu anteriormente nos veículos das capitais, tentaram ampliar acessos, assinantes e anunciantes no ambiente digital e assim custear o jornalismo digital e ajudar a reduzir o impacto da queda de receitas do impresso.

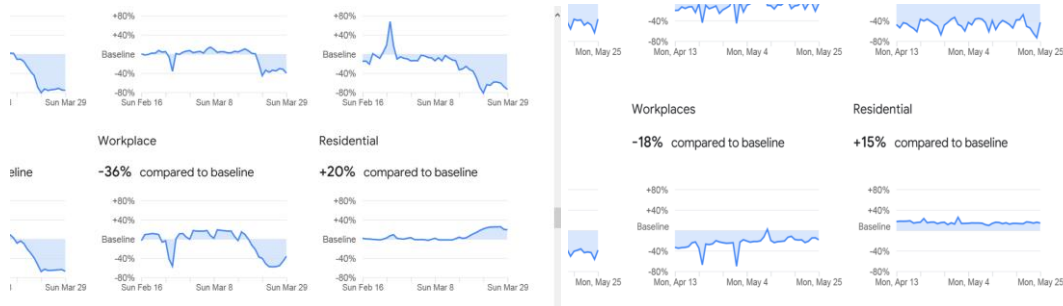
Historicamente, os jornais do interior priorizaram o “localismo”, muitas vezes não obtendo o resultado esperado em termos de popularidade e comercialização do produto. Agora, no entanto, vislumbra-se a possibilidade de colheita farta dessa opção jornalística, que muitas vezes foi criticada pelos profissionais da área por entenderem muito restrita. Pode-se observar desde já que o jornalismo on-line favoreceu o localismo, por ampliou a demanda por informações locais de qualidade, já que questões de âmbito nacional e, principalmente, internacional, são fartamente exploradas pelos portais, sites e blogs (DORNELES, 2012, p. 3)

Uma travessia ainda por ser vencida pelos veículos, que qualificam e avançam na oferta de jornalismo digital, num ritmo que varia dependendo das condições de investimento de cada empresa. De Luca (2013) já salientava que muitos jornais de pequenas cidades estavam presentes no universo virtual, mas dizia também que os resultados disso ainda precisam de observação. É possível que essas empresas jornalísticas sigam os passos de alguns grandes grupos editoriais, que atuam em várias plataformas, beneficiam-se da convergência de mídias, mas seguem ancorados no jornalismo impresso. Mas, assim como vivenciado por empresas de outros setores da economia, o distanciamento social provocou mudanças de consumo, ampliando a busca por informação local no ambiente digital.

2. Menos mobilidade, mais busca por notícias

Com o objetivo de verificar se e quanto houve de aumento na busca por informação local no período de isolamento social de prevenção à Covid-19, buscou-se primeiramente entender em qual período ocorreu maior permanência das pessoas em casa. E, depois, verificar o quanto este tempo em casa influenciou no consumo de notícias. Foram utilizados dados divulgados pelo Google na pesquisa intitulada “Covid-19 - Relatórios de Mobilidade da Comunidade”, que apontam, segundo explicação da empresa, tratar-se de relatórios de mobilidade da comunidade com o objetivo fornecer informações sobre o que mudou em função das políticas criadas para enfrentar a Covid-19. “Eles mostram gráficos com tendências de deslocamento ao longo do tempo por região e em diferentes categorias de locais, como varejo e lazer, mercados e farmácias, parques, estações de transporte público, locais de trabalho e áreas residenciais” (GOOGLE, 2020).

Figuras 1 e 2: permanência da população nas residências



Fonte: Pesquisa Covid-19 - Relatórios de Mobilidade da Comunidade

Foi utilizado como recorte dos dados apenas o Estado do Rio Grande do Sul. Nas figuras 1 e 2 é possível observar que, a partir da 2ª quinzena do mês de março houve um aumento em 20% o tempo que as pessoas ficaram em casa. Cerca de um mês depois, 2ª quinzena de abril, a tendência se inverte e a população gaúcha passa a ficar menos em casa. Mas numa permanência ainda muito maior que a do período do início de fevereiro, anterior à quarentena. Isso se explica porque, na segunda quinzena de março grande parte dos municípios do RS tiveram medidas de distanciamento social como fechamento de comércio e escolas. Portanto, neste período, o Estado tinha condições similares nas diferentes regiões. O que depois se alterou com as flexibilizações realizadas. Esta informação foi relevante na escolha do período no qual seriam analisados os veículos de imprensa.

Nove veículos de imprensa do interior do RS, presentes no ambiente digital, liberaram alguns de seus dados de acesso e consumo de notícias no período de 20 de março a 20 de abril de 2020. De modo a permitir uma comparação, os veículos também cederam os dados de acessos do mesmo período em 2019. A pesquisa contou com a participação de: Jornal O Alto Uruguai, de Frederico Westphalen; Bom dia, de Erechim; O Nacional, de Passo Fundo; A Hora, de Lajeado; Gazeta do Sul, de Santa Cruz do Sul; Folha do Mate, de Venâncio Aires; Jornal Ibiá, de Montenegro; Diário Popular, de Pelotas; e Folha do Sul, de Bagé.

Figura 3: localização dos veículos de imprensa pesquisados



Fonte: elaborado pelo autor.

Em uma breve entrevista, realizada por e-mail, os responsáveis pela plataforma digital de cada veículo apresentaram, ainda, dados sobre quais foram as matérias mais lidas em seus sites e os percentuais de acesso por smartphone, computadores e tablets no período analisado, assim como foram questionados sobre medidas editoriais na cobertura local da pandemia. Além disso, através de um questionário, eles avaliaram os números e explicaram as ações específicas que realizaram em função da pandemia. Foram ao total nove jornais participantes e oito entrevistas já que a autora da pesquisa trabalha em um dos veículos participantes.

Na série de lives "A pesquisa em Jornalismo em tempos de Covid-19", promovida pela Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) foi debatido o impacto da pandemia nos jornais impressos. No evento, Beatriz Dornelles abordou a digitalização dos jornais e apontou que não houve o fechamento em massa, mas, sim uma clara aceleração da digitalização das empresas. O Atlas da Notícia aponta em seu levantamento mais recente, divulgado em fevereiro de 2020, apenas dois fechamentos de jornais no Rio Grande do Sul. O periódico O Sul, de Porto Alegre, que encerrou atividades

em 2014. E o A Razão, de Santa Maria, que fechou as portas em 2017. A iniciativa mapeia veículos produtores de conteúdo jornalístico. No levantamento, dos 1.191 municípios da região Sul do Brasil 653 (54,8%) são considerados desertos de notícias, sem nenhum veículo jornalístico.

3. Notícia mundial, mas com contexto local

Dos nove veículos questionados, oito oferecem a mesma comparação temporal (20 de março a 20 de abril de 2020 comparado com 20 de março a 20 de abril de 2019) e, destas, sete apresentaram elevação considerável no número de acessos aos seus portais de notícias. A informação sobre a pandemia trouxe curiosidade às comunidades interioranas. Em muitas cidades onde a doença ainda não tinha efetivamente chegado, as dúvidas já estavam postas, já que a população acompanha noticiários nacionais e internacionais. Coube à mídia local esclarecer a situação da sua região.

Nas grandes cidades os interesses são múltiplos, diversos e inúmeros. Nas pequenas, há maior homogeneidade. Assim, nas grandes cidades a divulgação de temas diversos e amplos é uma necessidade. Nas pequenas, os leitores querem saber que está acontecendo em sua cidade, e em segundo lugar, na região, havendo interesse mínimo por questões de âmbito estadual, nacional e internacional. (DORNELLES, 2004, p. 133)

A realidade vai evidenciando que o local e o global fazem parte de um mesmo processo: condicionam-se e interferem um no outro, simultaneamente (PERUZZO, 2018). Na mesma linha, Mário Luiz Fernandes (2013, p. 117) diz que o desafio para os jornais do interior é projetar e inserir as questões e os interesses locais nas esferas estadual e nacional.

Os dados obtidos nos veículos interioranos gaúchos mostram isso. O Alto Uruguai, que teve início como jornal impresso em 1966 e no ano de 2007 criou seu primeiro site, viu seus acessos crescerem 25% no período analisado (384.475 em 2020 contra 307.191 em 2019). No caso do Jornal Bom dia, fundado em 2005 e que chegou ao digital em 2012, o crescimento foi de 26% (654.905 em 2020 contra 519.646 em 2019). O A Hora nasceu no papel em 2002 e, em 2013, passou a oferecer conteúdo também no digital. O aumento de acessos do A Hora foi o mais expressivo entre os veículos pesquisados, alcançando 372% (261.900 em 2020 contra 55.400 em 2019). A Gazeta do Sul foi fun-

dada como jornal impresso em 1945 e, em 2009, entrou no ar o Portal Gaz, como é chamado o braço digital da empresa. Entre os veículos pesquisados, o Gaz tem o maior número geral de acessos e também teve grande incremento de leitores no período de isolamento social, cerca de 78% (13.319.737 em 2020 contra 7.475.819 no ano de 2019). O Folha do Mate foi fundado em 1972 e passou a atuar no digital no ano de 2001. No período analisado, foram 26% a mais de acessos (707.969 em 2020 contra 558.276 em 2019).

O Jornal Ibiá³ foi fundado em 1983 e teve seu primeiro site em 2004. Seu site teve incremento de 61% nos acessos no período analisado (494.256 em 2020 contra 305.604 em 2019). O jornal mais antigo do RS, o Diário Popular, foi fundado em 1890 e teve mais de um século depois, em 1997, seu primeiro site. No período analisado, o aumento nos acessos à plataforma digital alcançou 210% (foram 366.762 em 2020 contra 118.006 em 2019). O mais jovem dentre os pesquisados, Folha do Sul, nasceu no papel e no digital em 2009. Dos integrantes desta pesquisa, ele foi o único veículo a ter uma redução de acessos, de cerca de -32% (223.729 em 2020 contra 331.919 em 2019). Níela Bittencourt, editora de conteúdo on-line da Folha do Sul, explica que a pandemia aumentou muito a busca local por informações, mas que o aumento não se refletiu no tráfego no site pela estratégia utilizada pela empresa, de focar na distribuição de conteúdo pelas redes sociais, sobretudo no Facebook. “O consumo no site diminuiu em decorrência disso. De termos focado nas redes durante esse período. Uma estratégia que pretendemos mudar. A ideia é equilibrar”. O Nacional foi criado em 1925 e iniciou sua operação no ciberespaço em 2010. Porém, alegando ter tido recentes mudanças no site, não informou os dados no período comparativo indicado. Informou, porém, que entre 12 de abril e 12 de maio de 2020, quando foram 238.682 acessos ao seu site.

4. Conteúdo mais acessado

Os nove veículos analisados têm como foco o jornalismo local. De forma geral, o veículo está situado numa cidade polo, de maior população, e divulga o que é relevante para

³ A autora da pesquisa trabalha como editora do Jornal Ibiá. Os dados deste veículo de imprensa não são comentados nos trechos em que há entrevistas com profissionais responsáveis pelos veículos para evitar conflito de interesse. Os dados fornecidos por outras empresas não serão usados para fins de concorrência já que os veículos atuam em regiões diferentes do RS, não concorrendo entre si.

este município e sua região. Enquanto veículo local, notícias de nível mundial e nacional e estadual costumam ser deixadas de lado. Compreende-se que o leitor tem uma grande oferta de veículos – sobretudo de televisão e internet – que oferecem esse tipo de noticiário, enquanto o local fica restrito aquele jornal ou, em alguns casos, alguns diários e semanários concorrentes, além das rádios locais.

Mas a pandemia de coronavírus mudou o noticiário local de forma bastante intensa e rápida. Foi necessário tratar no local de um tema que é mundial. Notícias vindas, primeiro da China, depois da Itália e, posteriormente, das maiores cidades brasileiras, passaram a ganhar espaço nas páginas de diários regionais. E, conforme a Covid-19 impactava mais o RS, o espaço na cobertura local crescia. A análise das notícias que atraíram mais acessos nos portais demonstra, porém, que o público estava interessado em notícias locais, querendo saber se a doença já havia chegado à sua região.

Tabela 1: distribuição das 10 matérias mais lidas de cada plataforma digital

Veículo	Matéria local Covid-19	Matéria não-local da Covid-19	Outras matérias	Outras páginas
O Alto Uruguai	5	0	5	0
Bom Dia	5	0	5	0
O Nacional	7	0	1	2
A Hora				
Portal Gaz	9	0	1	0
Folha do Mate	5	1	2	2

SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo
 18º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo
 3 a 6 de Novembro de 2020



Diário Popular				
Jornal Ibiá	7	1	2	0
Folha do Sul	8	0	2	0

Fonte: Empresas jornalísticas participantes

No O Alto Uruguai, das 10 matérias mais acessadas de 20 de março a 20 de abril de 2020, a metade aborda desdobramentos do coronavírus e todas dizem respeito especificamente à população de Frederico Westphalen e região. Em algumas das chamadas, o nome da cidade aparece abreviado para “FW”, como é o caso da matéria mais lida, intitulada: “Bar é interditado em FW após denúncia de aglomeração de pessoas”.

No Bom Dia, de Erechim, chama a atenção que, das dez notícias mais acessadas, cinco são referentes à pandemia, mas, neste caso, a mais lida no período não é sobre esse assunto, mas sim, a respeito de um cão encontrado morto após ser atacado por uma onça. Das que abordam a Covid-19, a mais acessada é “O cenário era de filme de guerra”, que utiliza de uma estratégia muito comum nos veículos do interior para noticiar algo de importância global sem fugir do localismo. A matéria traz um relato de uma moradora de Erechim que, estando na Itália, teve coronavírus e recebeu tratamento hospitalar em meio ao caos no país europeu.

O Nacional tem a peculiaridade de cobrir uma das cidades do Estado que primeiro sofreu com a Covid-19 em seu impacto mais grave. Em março Passo Fundo e região já registraram surtos e mortes pela doença. O top 10 de acessos é composto quase que apenas por matérias que abordam a pandemia e seus impactos. A matéria mais acessada é “Casa de repouso registra surto de coronavírus em Passo Fundo”.

O jornal A Hora não detalhou quais matérias foram as mais acessadas, mas, analisando o site percebe-se que, assim como as demais empresas, nele a cobertura da pandemia ganhou contornos locais, apresentando detalhamento regional do avanço da doença e também das repercussões em geral. Aparecem matérias como “Vale fecha todo comércio a partir de segunda-feira”. O Diário Popular também não divulgou detalhamento das

matérias que alcançaram mais leitura. Através da análise de seu site é possível constatar que a cobertura se debruça sobre o impacto local com publicações como "Por conta da Covid-19, Rio Grande determina interdição da Praia do Cassino". Também há informações estaduais e nacionais como, por exemplo, "Mandetta diz que continua no cargo de Ministro da Saúde".

O relatório de matérias mais acessadas entre 20 de março de 2020 a 20 de abril no Portal Gaz, do jornal Gazeta do Sul mostra que, das dez matérias mais acessadas, nove são a respeito do coronavírus e seu impacto na cidade de Santa Cruz e região. Chama a atenção o fato de que a matéria mais lida não ser relacionado exatamente com a doença, mas sim a ligação de uma grande empresa local estar colaborando em uma pesquisa para a vacina da Covid-19. O título desta matéria é "Gigante do tabaco desenvolve vacina contra o coronavírus".

No portal de notícias do jornal Folha do Mate a tendência de grande busca por notícias sobre a Covid-19 ou sua repercussão local se repete. Das 10 páginas mais acessadas, cinco se referem a matérias que abordaram o tema. A reportagem mais lida trata de seu impacto na economia local, tendo a chamada: "Calçados Beira Rio demite cerca de 700 funcionários, segundo Sindicato do Calçado e Vestuário". No Ibiá, o ranking das notícias mais lidas é composto por oito matérias da Covid-19, sendo apenas uma não é local. Além da cobertura de saúde e impacto econômico, atraiu a atenção do público uma história curiosa. A sétima matéria mais lida foi "Mulher é vítima da pegadinha do balde de água em Montenegro" e dá conta da história de uma idosa que, ao desrespeitar o isolamento social, teve atirado sobre si um balde de água em pleno Centro da cidade.

Na Folha do Sul, entre as dez reportagens mais acessadas aparecem oito sobre o tema. Chama a atenção que, nestes dois casos as matérias abordavam falecimentos de pessoas ilustres na comunidade. "Bagé se despede de Belchior Silva Dias" e "Jorge Luiz Hoffman é cremado em Pelotas". A reportagem que mais atraiu leituras no ambiente digital foi "Explosão de óbitos por pneumonia e insuficiência respiratória coincide com pandemia no Estado".

5. Por onde o leitor acessa os sites

Ainda da observação do tráfego de leitores nos portais no período de isolamento social, foi solicitado aos veículos de imprensa do interior do RS seus dados quanto a plataforma pela qual os leitores acessam o conteúdo. Mesmo em casa, quando, tem tese, poderiam acessar os portais de notícias pelo computador, deixando o smartphone para deslocamentos externos, o aparelho móvel teve a maior parcela dos acessos, com imensa vantagem contra o segundo colocado, o computador. Já os tablets pouco são citados.

No caso do Alto Uruguai, o smartphone é responsável por 89% dos acessos, o desktop por 10,70% e tablet por 0,40%. É do jornal Bom Dia que vem o percentual mais baixo de acessos via smartphone, 81%. O diário não detalha os 19% restantes, esclarecendo apenas que ele é composto por desktop e tablet. O Nacional tem 84% via smartphone, 15,40% no desktop e 0,60% no tablet. A Hora apresenta o percentual mais alto para smartphone, com 90,36%, ficando 9,17% ao desktop e 0,47% no tablet. O jornal Gazeta do Sul tem 90% dos seus acessos pelo smartphone, 8,90% no desktop e 0,57% no tablet. A Folha do Mate apresenta 90,30% por smartphone, 9,30% no desktop e 0,40% no tablet. No Jornal Ibiá são 89,23% de acessos via smartphone, 10,28% no desktop e 0,49% no tablet. Folha do Sul não apresentou números, mas destacou apenas que “os acessos via celular são a imensa maioria”. O Diário Popular não liberou esta informação.

Os veículos de imprensa estão, cada vez mais, investindo nas redes sociais para que seus conteúdos cheguem aos leitores. Todos os veículos participantes da pesquisa mantêm perfil nas redes sociais mais utilizadas hoje. O Alto Uruguai tem conta no Facebook (62.292 curtidas), Instagram (18, 2 mil seguidores), Youtube (8,97 mil inscritos) e Twitter (2.215 seguidores). Cíntia Henker, jornalista e coordenadora de mídias digitais do jornal O Alto Uruguai, destaca que a pandemia aumentou bastante o número de acessos em todas as redes sociais do veículo de imprensa, além de exigir mudanças na forma de trabalho. “Passamos a manter as mesmas mais atualizadas do que antes”. O site sempre foi aberto, sem necessidade de pagar pelo conteúdo.

O Jornal Bom Dia mantém atualizada página no Facebook (82 mil curtidas) e entrou no Instagram em 2020 (tem próximo dos 15 mil seguidores). Rodrigo Finardi, coordenador Geral de Jornalismo do Jornal, no impresso online e TV Bom Dia, relata que, desde o início da pandemia, o número de acessos aumentou consideravelmente e isso é atribuído

ao isolamento social que deixou as pessoas com mais tempo e curiosas. Mas, a audiência mais participativa nem sempre resulta em uma interação de qualidade, considerando que, na maioria das vezes, segundo Finardi, o assunto abordado não tem a ver com a matéria publicada. Desde o início de março, o site tem todo o conteúdo, exceto colonistas, aberto também a quem não é assinante, o que colaborou para o aumento no tráfego de leitores. Finardi salienta que, apesar dos veículos de comunicação exercerem papel de extrema valia em qualquer momento da história, este é diferenciado, exigindo uma produção de conteúdo que esclareça dúvidas locais de um tema tão abordado.

“O Jornal Bom Dia impresso e on-line, bem como a TV Bom Dia, trabalha com grande parte da sua programação informando sobre a Covid-19. Matérias factuais (cobertura de 40 municípios), com número de casos, internados e óbitos. Além disso, aposta em material informativo para ajudar na prevenção. E na TV Bom Dia, são feitas lives diárias, sobre todos os aspectos da pandemia, ouvindo médicos (de todas as áreas), gestores públicos e autoridades como Ministério Público, Justiça e Procuradoria da República. Algo positivo que se tira deste momento, é que as pessoas estão buscando informações de qualidade, checadas e de fontes fidedignas”.

O jornal O Nacional mantém perfis no Facebook (119.164 curtidas) e Instagram (12 mil seguidores). O site passou por uma atualização recente e, durante a pandemia, ainda estava em processo de construção. Seu acesso sempre foi liberado, sem custo, mas a reformulação limitou o número de acessos e passou a exigir um cadastro. Gerson Costa Lopes, editor-chefe do veículo, cita que com a pandemia o consumo aumentou consideravelmente. Pelo fato de Passo Fundo estar no topo da lista do Estado de casos no interior durante o período da pesquisa, a população da sua área de cobertura tinha grande apreensão. “A cobertura prioriza a situação local e regional, trazendo material atualizado sobre o assunto. No entanto, não deixa de divulgar dados estaduais e nacionais e internacionais, que possam ter algum reflexo local.”

O jornal A Hora utiliza Facebook (35 mil seguidores) e Instagram (10 mil seguidores). Sandro Lucas, sócio e diretor de marketing e inovação do Grupo A Hora, relata que o fluxo de leitores no portal e nas redes sociais aumentou muito na pandemia e isso, no

caso do A Hora não parece estar relacionado com a cobrança ou não da leitura online já que o portal – exceto o flip digital – já era liberado antes do coronavírus. O foco na cobertura esteve nos desdobramentos e impactos locais. A Folha do Sul utiliza as redes sociais Facebook (60.318 curtidas) e Instagram (17 mil seguidores). Os acessos ao site sempre foram liberados, e seguiram assim durante a pandemia. Niela Bittencourt, editora de conteúdo on-line da Folha do Sul diz que, se a estratégia de focar nas redes sociais reduziu os acessos no site, nos sites de relacionamento a marca tornou-se mais forte, sobretudo no Facebook, onde, em 2 de março tinham 55 mil curtidas.

O Diário Popular está presente no Facebook (216.066 curtidas), Instagram (72,5 mil seguidores), Twitter (69,5 mil seguidores) e YouTube (14,5 mil inscritos). O Jornal Ibiá mantém atualizadas regularmente suas contas no Facebook (38 mil curtidas), Instagram (8,1 mil seguidores) e YouTube (1,23 mil inscritos). O jornal impresso e site, que tem como editora a autora deste artigo e a também jornalista Andressa Kaliberda, mestra em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa, manteve na pauta a atualização dos números estaduais e nacionais da pandemia, mas debruçou-se em detalhar o impacto local do avanço da doença no Vale do Caí. Foi dado especial destaque, ainda, aos serviços de utilidade pública no contexto da pandemia e às ações de assistência social. Conteúdos antes apresentados em vídeo, na pandemia, passaram para o ao vivo via Facebook. E as matérias a respeito da Covid-19 foram liberadas do paywall utilizado no site.

O Portal Gaz, vinculado ao jornal Gazeta do Sul, apresenta contas no Facebook (152.658 seguidores), Instagram (53,5 mil seguidores) e Twitter (7.755 seguidores). Ronaldo Falkenback, supervisor de redação na rádio de notícias e no Portal Gaz diz que a análise da evolução dos acessos ao site já vinha desde o início de 2019 com crescimento de 100% ao mês, em média. Mas em março e abril de 2020, pela primeira vez na história do portal, foi rompida a barreira mensal de 11 milhões de visualizações. Nas primeiras semanas da pandemia, todo o conteúdo relacionado a coronavírus foi aberto. Depois, o paywall foi retomado, mantendo abertos apenas conteúdos referentes a serviços essenciais, a campanhas de solidariedade e similares. “Mesmo após o retorno ao paywall, o consumo é satisfatório e os resultados com venda de assinaturas digitais são

bastante positivos.” O localismo é defendido por Ronaldo Falkenback como um diferencial no momento da pandemia.

O papel dos veículos locais de imprensa é fundamental especialmente neste período de distanciamento social, quando veículos maiores concentram ainda mais a cobertura na região metropolitana. É importante fazer a análise do contexto local, dos impactos de movimentos em nível de mundo, país e Estado para a região, disponibilizar conteúdos de serviços, fazer a conexão entre quem precisa de ajuda e quem pode ajudar, e é isso que temos feito.

O jornal Folha do Mate utiliza Facebook (49.007 curtidas), Instagram (15,7 mil seguidores) e Twitter (2.098 seguidores). Desde o dia 21 de março o conteúdo, à exceção do flip, está aberto no site. Letícia Wacholz, editora do Jornal Folha do Mate, cita que além da cobertura, foram realizadas ações como a criação de listas de transmissão para boletins gratuitos via WhatsApp, lives com autoridades, parcerias para divulgação de lives solidárias de artistas locais, criação da sessão “fato ou Fake” no site, criação da campanha “Tá na cara quem se cuida”, com intuito de reforçar a importância do uso de máscaras e ações institucionais do grupo. A Folha do Mate começou a abordar o assunto com maior frequência ainda em fevereiro, quando um venâncio-airense isolado na China foi resgatado pelo governo brasileiro. A partir das confirmações de casos no RS, a cobertura passou a ser diária e focada em informar e orientar a população.

6. Considerações finais

Ao concluir esta análise, é possível afirmar que os veículos de imprensa com plataformas digitais do interior do Rio Grande do Sul tiveram na pandemia de coronavírus uma oportunidade de aproximar-se de seu público. Sites de notícias em geral nascidos de jornais impressos com grande tradição na região em que atuam, ainda trabalham no intuito de se fortalecerem no online e, no futuro, ter equidade financeira. De forma geral, tiveram tanto em seus sites como nas redes sociais um tráfego muito superior de leitores que em períodos anteriores.

Abordado nos estudos de Beatriz Dorneles, o “localismo” sempre foi priorizado pela imprensa interiorana na plataforma papel e é um diferencial dos veículos online locali-

zados no interior frente às empresas de comunicação da Capital. Coube aos veículos locais de imprensa, na pandemia de coronavírus, localizar o tema em cada cidade/ região. A queda no número de edições e ou páginas nos jornais impressos também colaborou para o aumento na cobertura digital e no uso de redes sociais por meio dos veículos de imprensa. É difícil imaginar, em curto prazo, o retorno das edições impressas na quantidade que eram antes da pandemia. Isso porque não há perspectiva de recuperação econômica que permita às empresas voltarem ao patamar anterior, necessário para pagar o alto custo de impressão. Portanto, pode-se concluir que a pandemia colaborou para uma aceleração na transição do impresso para o digital.

Conforme já dito por Cicilia Peruzzo, o global e o local andam juntos, sendo aqui possível concluir que os veículos observados cobriram a pauta mundial de forma local e diferenciada em cada uma das cidades que atendem. Fazendo uso da expressão citada por Michel Maffesoli, abordaram a Covid-19 como um tema “glocal”, de relevância global, mas, apresentado de forma a respeitar as características locais. Ficou demonstrado, também, que os veículos de imprensa estão cada vez mais investindo em suas plataformas digitais para aproximar-se de suas comunidades. Durante a pandemia foram realizadas ações específicas no digital para levar informação e também possibilitar a interatividade.

Não é possível, no entanto, assegurar se o aumento nos acessos nos sites irá se manter ou cair após a pandemia. Também não se pode afirmar que o crescimento no público irá colaborar para uma futura melhor lucratividade no jornalismo digital visto que muitos dos sites já tinham conteúdo aberto antes da pandemia ou retiraram o paywall em função dela. Ainda assim, os dados apontam para um cenário de fortalecimento da relação entre o veículo de imprensa e a comunidade durante a pandemia e que isto poderá render ganhos futuros de credibilidade junto da audiência e posterior financiamento do negócio.

Referências

ATLAS DA NOTÍCIA. 2020. Disponível em: <<https://www.atlas.jor.br/>>. Acesso em: 30 jul. 2020.

A PESQUISA EM JORNALISMO EM TEMPOS DE COVID-19. 6ª edição. **O impacto da pandemia nos jornais impressos.** SBPJOR, 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=56Mik-oIrLc>>. Acesso em: 30 jul. 2020

DE LUCA, W. A. **O fortalecimento dos jornais locais e a desconcentração da imprensa no interior de São Paulo.** In: DE ASSIS, Francisco. Imprensa do Interior - conceitos e contextos. p.271, 2013.

DERTOUZOS, M. **A Revolução Inacabada: como os computadores podem realmente mudar nossas vidas.** [s.l.] Futura, 2002.

DORNELES, B. Internet qualifica jornais do interior e aproxima leitores. **Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, p. 1–9, 2012.

DORNELLES, B. **Jornalismo comunitário em cidades do interior: uma radiografia das empresas jornalísticas: administração, comercialização, edição e opinião dos leitores.** [s.l.] Editora Sagra Luzzatto, 2004.

EDGAR MORIN. **Ciência com Consciência.** 82. ed. [s.l.: s.n.].

FERNANDES, M. L. **A proximidade como valor-notícia na imprensa do interior.** In: DE ASSIS, Francisco. Imprensa do Interior - conceitos e contextos. p.108, 2013.

GOOGLE. **Covid-19 - Relatórios de Mobilidade da Comunidade.** Disponível em: <<https://www.google.com/covid19/mobility/>>. Acesso em: 5 jul. 2020.

MAFFESOLI, M. **Saturação.** Editora Iluminuras, 2010.

MAFFESOLI, M. **Maffesoli: a pandemia de coronavírus ou como desaparece o mito racionalista do progresso.** Disponível em: <<https://medium.com/@sarawagneryork/maffesoli-a-pandemia-de-coronavirus-ou-como-desaparece-o-mito-racionalista-do-progresso-7e7f7b3f6b6a>>. Acesso em: 5 jul. 2020.

MORIN, E.; KERN, A. B. **Terra-Pátria.** [s.l.] Editora Sulina, 1993.

PERUZZO, C. N. K. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências.** Comunicação & Sociedade, v. 26, n. 43, 2018.