

## A mídia regional e o coronavírus em um território simbólico da televisão<sup>1</sup>

Julio Cesar Gonçalves<sup>2</sup>  
Mara Rovida<sup>3</sup>

**Resumo:** Este artigo traz resultados de uma análise de conteúdo sobre a cobertura da covid-19 em três veículos de comunicação que atuam na região abrangida pelas emissoras de TV do município de Sorocaba-SP. O levantamento foi feito para identificar a multiplicidade de recortes adotada pela mídia em seus regionalismos e é parte de uma pesquisa mais ampla, ainda em elaboração, na qual se quer demonstrar como a distribuição dos sinais de radiofrequência cria territórios demarcados pela produção, circulação e consumo de conteúdo simbólico. É uma análise empírico-teórica, ancorada em conceitos de Milton Santos sobre o território e a ressignificação dos espaços urbanos e na constatação de Sonia Aguiar sobre o processo de regionalização midiática que ocorre no Brasil, além de outras referências.

**Palavras-chave:** Televisão. Covid-19. Região. Análise de Conteúdo.

---

### 1 Introdução

Das muitas formas utilizadas na regionalização geográfica, política e administrativa do território brasileiro, a distribuição da radiofrequência, por onde trafegam som e imagem no espectro das ondas eletromagnéticas, é bastante peculiar. Divisas dos estados, limites entre os municípios, bacias hidrográficas, topografia ou mesmo proximidade sociocultural no uso dos espaços urbanos, presentes em outros recortes, não são fatores levados em consideração na distribuição das áreas de cobertura das emissoras de TV. Criam-se, com isso, territórios demarcados por um poderoso instrumento de produção de conteúdo simbólico cujo traçado, às vezes, se sobrepõe ao regionalismo ao qual moradores estavam habituados. Isso impacta também as áreas de cobertura dos outros meios de comunicação, de tal forma que, embora atuem em uma mesma região, emissoras de TV e jornais adotam outras regionalidades, específicas de cada veículo, o que pode até confundir o entendimento dos telespectadores menos atentos.

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado ao Grupo de Trabalho “Mídia e cidade” do XV Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Cultura, realizado pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, Universidade de Sorocaba – Uniso – Sorocaba, SP, 27 e 28 de setembro de 2021.

<sup>2</sup> Doutorando em Comunicação e Cultura no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba (Uniso)

<sup>3</sup> Professora-Doutora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba (Uniso)

Tal dissintonia fica evidente ao se observar a cobertura da pandemia feita pelos veículos de comunicação localizados em Sorocaba e Jundiaí, que compõem a área de abrangência regional das emissoras de TV sorocabanas. Nos telejornais, o número de infectados e mortos “na nossa região”, dizem respeito às 21 cidades cobertas pelos sinais da TV. Já os números regionais mostrados pelos jornais impressos atentam-se à área de circulação específica dos veículos, o que representa um universo bem menor e traz outros recortes desse território. Assim, uma notícia sobre o total de vítimas da epidemia na região traz resultados diferentes embora se refira, em tese, a uma mesma área geográfica.

Este artigo busca refletir sobre essa multiplicidade de regionalizações, a partir da observação acerca da cobertura jornalística de três veículos de comunicação, sediados no eixo Sorocaba-Jundiaí, de um evento com impacto semelhante em todas as cidades.

Tais reflexões têm base nas teorias do geógrafo Milton Santos (2006), para quem o movimento da sociedade, atribuindo novas funções às formas, transforma a organização do espaço, cria situações de equilíbrio e, ao mesmo tempo, novos pontos de partida para um novo movimento. Por adquirirem uma vida sempre renovada pelos movimentos sociais, as formas – tornadas forma-conteúdo – podem participar de uma dialética com a própria sociedade e fazer parte ativa da evolução do espaço.

E esse vínculo da geografia com a comunicação remete à Sonia Aguiar, pesquisadora que faz interface entre essas duas áreas. Em estudo no qual demonstra que novos arranjos e inter-relações dos grupos de mídia estão criando uma “regionalização midiática” no Brasil, Aguiar (2016) deparou-se com o uso indiscriminado de expressões como “jornalismo local”, “jornalismo regional” e “jornalismo do interior”, traduzindo indistintamente um mesmo contexto ou usadas como tentativas de diferenciar realidades iguais. Algo parecido ocorre na cobertura regional da covid-19 nos veículos analisados.

## **2 Novas regionalidades**

Sorocaba e Jundiaí estão próximas a São Paulo – a 98 km e a 58 km respectivamente – e distantes cerca de 90 kms entre si. A primeira tem cerca de 690 mil habitantes, a segunda perto de 450 mil e ambas aparecem na lista das 60 mais populosas dentre as 5.570 cidades brasileiras na estimativa populacional do IBGE divulgada em 2020. Estão no ranking dos 100 municípios com maior densidade demográfica no país e

a soma dos seus PIBs (Produto Interno Bruto) supera R\$ 70 bilhões. A renda per capita do jundiaense é de R\$ 1.121,82 e a do sorocabano R\$ 874,70, mas este gasta mais: segundo o Índice de Potencial de Consumo, elaborado pela IPC Maps para mensurar o dispêndio dos brasileiros com a aquisição de bens e serviços, em 2019 Sorocaba aparecia como a 23ª cidade mais consumidora do país, enquanto Jundiaí era a 44ª. Mesmo assim, o televisor está presente em mais de 98% dos domicílios das duas cidades. É esse eletroeletrônico que aproxima sorocabanos e jundiaenses regionalmente.

A TV chegou ao Brasil na década de 1950, em meio a uma onda de desenvolvimento tecnológico do país, e modificou o cotidiano da população, tornando-se um novo membro da família, segundo Marcondes (2000). Sua implantação, porém, não representou uma resposta às necessidades sociais, mas resultado da autonomia do mercado em relação às necessidades humanas, como observa Sodré (1981, p. 14) “A televisão é uma técnica, um eletrodoméstico, em busca de necessidades que a legitimem socialmente”. A regionalização também fez parte desse processo, já que uma década depois foi ao ar a primeira emissora de televisão do interior paulista, a TV Bauru, iniciativa de um radialista local, inaugurada em agosto de 1960. Sorocaba somente passou a ter emissoras locais de TV em 1990, quando esse bem de consumo já se fazia presente em mais de 75% dos lares brasileiros, como informa Bareli (1998).

Até então, a cidade recebia sinais transmitidos por veículos da capital paulista e o mesmo acontecia com Jundiaí, que em 1998 foi integrada à área de cobertura das emissoras instaladas em Sorocaba. Desde então, sorocabanos e jundiaenses passaram a compartilhar notícias do seu dia a dia, por conta da lei 52.795 que determina às emissoras regionais, afiliadas às grandes redes, a utilizarem parte do tempo com conteúdo regional. Em Sorocaba atualmente operam a TV Tem e a TV Sorocaba, ligadas respectivamente à Rede Globo e SBT, duas das quatro maiores emissoras do país. E para ambas, essas duas cidades e seus entornos fazem parte de uma mesma área de cobertura, embora tal configuração não apareça em outros contextos.

Sorocaba e Jundiaí não estão juntas nas regiões Metropolitana, Administrativa e de Governo, principais divisões político-administrativas do governo estadual. Na classificação adotada pelo IBGE desde 2017, o país está dividido em Regiões Geográficas Intermediárias e Imediatas e ambas não aparecem juntas. Nos Arranjos Produtivos Locais, estabelecidos para impulsionar negócios entre cidades vizinhas, não há qualquer

ligação entre elas. Os rios Sorocaba e Jundiaí fazem parte de bacias hidrográficas distintas. A santa padroeira para o sorocabano é Nossa Senhora Aparecida, para o jundiaense é Nossa Senhora do Desterro. O time de futebol que representa Sorocaba nas competições oficiais é o São Bento, enquanto o Paulista é o representante de Jundiaí.

Portanto, é somente na TV que as duas aparecem regionalmente ligadas. Mas isso tem reflexos também fora das telas.

Novas formas de relações sociais e de relacionamentos do indivíduo com o outro e consigo mesmo são criadas com o uso dos meios de comunicação, possibilitando outros tipos de interação, diferentes da interação face a face presentes em nosso cotidiano, observa o sociólogo John Thompson (1998). Ele entende que o desenvolvimento dos meios de comunicação é “em sentido fundamental, uma reelaboração do caráter simbólico da vida social, uma reorganização dos meios pelos quais os conteúdos simbólicos são produzidos e intercambiados no mundo social” (THOMPSON, 1998, p. 19). Para o autor, a atividade simbólica tem na vida social papel tão importante quanto a atividade produtiva:

A atividade simbólica é característica fundamental da vida social, em igualdade de condições com a atividade produtiva, a coordenação dos indivíduos e a atividade coercitiva. Os indivíduos se ocupam constantemente com as atividades de expressão de si mesmos em formas simbólicas ou de interpretação das expressões usadas pelos outros; eles são constantemente envolvidos na comunicação uns com os outros e na troca de informações de conteúdo simbólico (THOMPSON, 1998, p. 24).

Ao fazer considerações sobre habilidades, competências e formas de conhecimento exigidas para a produção e transmissão desse conteúdo simbólico, Thompson afirma que os meios técnicos empregados nesse processo permitem um distanciamento espacial-temporal. Na interação face a face o distanciamento é pequeno, a conversa ao pé-de-ouvido fica ali, naquele instante e lugar. Mas com o uso de recursos tecnológicos multiplicam-se as possibilidades de difusão, tanto no tempo quanto no espaço, e em diferentes formatos, de discursos, textos, sons e imagens. Assim, as condições espaciais e temporais das relações também se alteram

O geógrafo Milton Santos igualmente chama a atenção para a relação entre a evolução das técnicas e a reconfiguração do tempo e do espaço geográfico. Um dos pioneiros na busca pela interdisciplinaridade entre geografia e comunicação no Brasil –

foi ele quem propôs a primeira classificação dos jornais brasileiros em regiões jornalísticas, em 1955 - Santos discute o conceito de espaço geográfico, associando-o à evolução das técnicas e concebendo-o como um conjunto de objetos e ações, indissociáveis entre si e transformado pelas ações humanas.

Os movimentos da sociedade, atribuindo novas funções às formas geográficas, transformam a organização do espaço, criam situações de equilíbrio e ao mesmo tempo novos pontos de partida para um novo movimento. Por adquirirem uma vida, sempre renovada pelos movimentos sociais, as formas – tornadas assim forma-conteúdo – podem participar de uma dialética com a própria sociedade e assim fazer parte da própria evolução de espaço. (SANTOS, 2006, p. 69).

Com base nessas considerações, portanto, é possível deduzir que, embora nenhuma outra regionalização ligue Sorocaba e Jundiaí, a distribuição da radiofrequência cria entre elas e as cidades ao entorno uma ligação regional, compartilhada por cerca de 2,5 milhões de pessoas que moram na área de cobertura das emissoras de TV aí localizadas.

Mas a TV não está sozinha na produção simbólica que preenche esse recorte, pontua o sociólogo Pierre Bourdieu (1997, p. 61) “A emergência do meio de massa por excelência que é a televisão não é um fenômeno sem precedente, senão por sua amplitude”. Segundo ele, esse poderoso meio de produção simbólica impacta a comunicação, sobretudo o fazer jornalístico, transformando também o campo em sua volta.

O que conta em um campo são os pesos relativos: um jornal pode permanecer absolutamente idêntico, não perder nenhum leitor, não mudar em nada e ser, no entanto, profundamente transformado porque seu peso e sua posição relativa no espaço se acham transformados. Por exemplo, um jornal deixa de ser dominante quando seu poder de deformar o espaço à sua volta diminui e ele já não dita mais a lei (BOURDIEU, 1997, p. 60).

Nestas três décadas em que a TV passou a ocupar essa região os grupos de comunicação que nela atuam tiveram que se adequar à nova realidade. Em Sorocaba, por exemplo, encontra-se um dos 26 jornais diários brasileiros ainda em circulação, conforme a pesquisadora Hérica Leni, da UFRB. O Jornal da Cidade, de Jundiaí, está em circulação desde 1968. Houve, portanto, necessidade de uma reacomodação das forças regionais

nesse campo em virtude da chegada de um poderoso produtor de conteúdo simbólico. E a mídia mais tradicional, que gozava de certa hegemonia, teve que passar a conviver com uma regionalidade diferente daquela a qual estava habituada.

Essa reorganização é compreensível. Segundo Rogério Haesbaert (2014, p. 37), “é possível evidenciar que a região já nasce fadada a idas e vindas, desconstruções e reformulações”. As regiões morrem e ressuscitam conforme as diferentes abordagens da geografia. É um espaço-momento articulado, sempre em processo de transformação envolvendo dimensões e escalas distintas, em conformidade com os sujeitos sociais e os contextos históricos e políticos em que se dá tal articulação.

Articulação que não decorre apenas de princípios ou recortes analíticos (região como “artifício”), mas, muitas vezes alimentada por eles, revela-se também através de realidades efetivas (região como “arte-fato”), sejam elas da ordem predominantemente funcionais, sejam da ordem que privilegia as coesões simbólicas ou mais propriamente “vivas”, dependendo dos vínculos estabelecidos entre os principais grupos/sujeitos envolvidos. (HAESBAERT, 2014, p.196)

Além do mais, o novo momento da mídia de Sorocaba e Jundiá deve ser inserido, e entendido, no contexto do processo de regionalização midiática que vem ocorrendo no Brasil em virtude de novos arranjos e inter-relações dos grupos de mídia no país, como constata Sonia Aguiar. Ao fazer um estudo sobre o tema, a pesquisadora se deparou com o uso indiscriminado de expressões como “jornalismo local”, “jornalismo regional” e “jornalismo do interior” traduzindo indistintamente um mesmo contexto ou usadas como tentativas de diferenciar realidades iguais, concluindo que tais caracterizações “são predominantemente elaboradas a partir da análise de situações concretas, locais e regionais, e geralmente respondem a escolhas de caráter estratégico do veículo ou da empresa ou do próprio pesquisador” (AGUIAR, 2014, p.19).

Diante disso, foi feita uma pesquisa com três veículos sobre a cobertura da covid-19 com o propósito de conhecer a interpretação que cada um faz do que seja o “seu” regional.

### 3 A pesquisa

Foram selecionados para análise o programa jornalístico de uma emissora de TV (Tem Notícias 1ª edição) e dois jornais diários, um de Sorocaba (Cruzeiro do Sul) e outro de Jundiaí (Jornal da Cidade). A pesquisa se concentrou nas notícias veiculadas sobre três fatos – início do isolamento social, flexibilização do comércio, passagem das cidades para a fase verde no plano paulista de enfrentamento da pandemia. Buscou-se saber como os citados veículos regionalizaram tal informação e qual o tratamento dado às cidades cobertas por eles.

A opção pela escolha do noticiário relacionado à covid-19 para esta análise justifica-se não só porque a pandemia monopolizou a atenção da mídia mundial durante o ano de 2020, mas também pela forte ligação entre a disseminação do vírus causador da doença e o espaço geográfico. Evitar aglomerações, manter o distanciamento entre as pessoas, restringir o acesso às cidades e fechar fronteiras entre países foram algumas medidas adotadas no combate à propagação do coronavírus. O recorte regional dado pela mídia em um território simbólico merece particular atenção para esclarecer se a área de cobertura dos veículos contempla efetivamente o espaço ocupado pelos seus receptores diante da polissemia de regiões em que estão inseridos.

A técnica adotada para a pesquisa foi a de amostragem não aleatória, por possibilitar que se trabalhe com “algumas edições específicas de publicações que tratam da cobertura de um tema registrado em período também específico” (HERSCOVITZ, 2010, p.131). O tema foi definido pela proximidade da informação, seguindo o conceito de valor/notícia de Wolf (2002), pois o grau de aproximação adotado pelos veículos regionais na repercussão das decisões do governo estadual é o que possibilita conhecer o recorte regional de cada veículo.

A amostragem não aleatória possibilitou contemporizar a questão da temporalidade dos veículos: mais instantânea, a TV permite acompanhar os fatos em tempo real, enquanto os jornais necessitam de um tempo maior para repercuti-los. A escolha por temas propicia sincronizar essas datas, por considerar que o assunto pode ser pesquisado num período específico, permitindo uma flexibilização dos dias a serem consultados, conforme a especificidade de cada meio, o que foi feito.

Com base em tais parâmetros, as unidades de registro foram definidas pelas palavras Covid-Região e a partir delas foram criadas três categorias para análise de conteúdo: relevância 1 (R1) para notícias diretamente relacionadas à repercussão das medidas; relevância 2 (R2), para textos sobre a covid-19 ligados a cidades da região; e relevância 3 (R3) para notícias da covid em geral. O corpus da análise foi formado a partir do noticiário sobre a covid-19 na TV Tem e as editorias Cidades, do Cruzeiro do Sul, e Geral, do Jornal da Cidade, espaços dedicados ao noticiário local e regional. As notícias computadas não precisavam obrigatoriamente trazer no título ou na chamada as palavras covid-19 e região, mas fazer referências a elas no texto. O material consultado foi o acervo disponibilizado pela emissora de TV na internet e a edição digitalizada dos jornais impressos. Os resultados foram estes.

1 - A quarentena no estado de São Paulo foi anunciada pelo governador João Dória em 21 de março, uma sexta-feira, e entrou em vigor na terça-feira, 24. Foram consultados o telejornal desse dia e os jornais do dia 25. Pelo quadro abaixo, é possível constatar que apenas a TV repercutiu o decreto estadual, mas a reportagem limitou-se a mostrar apenas a situação nas cidades de Sorocaba e Jundiaí. O telejornal também foi o único a citar todos os municípios da região, ao apresentar um quadro com números de casos por cidade, separados por microrregiões. Os jornais impressos por sua vez não mostraram como foi o primeiro dia de quarentena nas cidades que cobrem, tanto que nenhuma das notícias neles publicadas pôde ser enquadrada em R1.

Já em notícias relacionadas à covid-19 regionalmente, R2, o Cruzeiro traz informações sobre São Roque e Votorantim, mas sua ênfase foi para a greve dos motoristas de ônibus, que pararam por conta da pandemia e não em função do decreto (por isso a classificação em R2). O Jornal da Cidade somente traz notícias de Jundiaí.

Igualmente vieram da TV as três notícias classificadas como R3, por relacionarem-se à covid de forma geral: a informação sobre o adiamento das Olimpíadas e os comentários de uma epidemiologista e de um especialista em finanças acerca de questões relacionadas à pandemia. O quadro traz mais detalhes.



**Quadro 1 – Início do isolamento social**

INÍCIO QUARENTENA	DATA	R.	NOTÍCIA	CIDADES CITADAS
TV TEM	24/03	R3	Olimpíada e paraolimpíadas adiadas por causa do coronavírus	Nenhuma
		R2	Prefeitura entra com liminar para retomar transporte	Sorocaba
		R1	Tem notícias mostra movimento nas ruas de Sorocaba	Sorocaba
		R2	Número de casos covid na região/ quadro por microrregiões Sorocaba/Jundiaí/Itapetininga	Todas (21)
		R2	Jundiaí confirma 1º caso de covid	Jundiaí
		R3	Infectologista faz balanço de casos na região	Nenhuma
		R3	Especialista fala sobre preocupações financeiras na quarentena	Nenhuma
		R1	Movimento nas cidades da região diminui após início da quarentena	Sorocaba Jundiaí
		R2	Câmara suspende sessões por causa do coronavírus	Sorocaba
CRUZEIRO DO SUL	25/03	R2	Mesmo com determinação da justiça ônibus não voltam (p.5)	Sorocaba
		R2	Empresa sorocabana fabricará respiradores para Utis (p.5)	Sorocaba
		R2	Doação de álcool em gel beneficia entidades e hospitais (p.5)	Sorocaba
		R2	Sorocaba confirma 1º caso de covid (p.8)	Sorocaba
		R2	São Roque apura morte suspeita por Covid-19 (p.8)	S. Roque
		R2	Associação Aposentados suspende atendimento (p.8)	Votorantim
	25/03	R2	Novo decreto eleva nível de medidas de enfrentamento covid (p.3)	Jundiaí

<b>JORNAL DA CIDADE</b>	<b>R2</b>	Saúde adequa serviços para priorizar Covid-19 (p.4)	<b>Jundiaí</b>
	<b>R2</b>	Jundiaí disponibiliza “Disque 156 Coronavírus”	<b>Jundiaí</b>
	<b>R2</b>	Voluntários do S. Vicente enviam mensagens de apoio aos profissionais	<b>Jundiaí</b>

Fonte: Elaboração Própria.

2 – O anúncio da retomada gradual do comércio, permitindo a reabertura de lojas de produtos não essenciais depois de quase dois meses de fechamento, foi feito dia 27 maio, uma sexta-feira, e começou a valer na segunda-feira, dia 1º. Para a pesquisa, foram consultados o telejornal desse dia e os jornais da terça, dia 2. É possível observar, pelo quadro abaixo, que os três veículos repercutiram o fato e seus desdobramentos regionalmente. Mas a repercussão ficou restrita a Sorocaba, Jundiaí e Itapetininga, na televisão, e a Sorocaba e Jundiaí nos jornais impressos. E como o Tem Notícias apresentou um balanço total por microrregiões, desta vez nem todas as cidades tiveram seus nomes citados na notícia sobre o total de casos de covid (R2), como mostra o quadro abaixo.

**Quadro 2 – Flexibilização do Comércio**

<b>TV TEM</b>	<b>1º/06</b>	<b>R2</b>	Casos coronavírus regiões Sorocaba/Jundiaí/Itapetininga	<b>Sorocaba/Itu/Jundiaí/Itapetininga</b>
		<b>R2</b>	Boituva e Capão Bonito adotam regras de terceira fase de flexibilização	<b>C. Bonito/Boituva</b>
		<b>R2</b>	Igrejas e tempos religiosos reabrem em Itapê	<b>Itapetininga</b>

		<b>R2</b>	Cidades da região de Sorocaba registram 45% de isolamento social	<b>Sor/Vot/S.Roque/Itu/Salto/Jundiaí/ C.LimpoPaulista/Itatiba/Itapê/Tatui/ Avaré/Itapeva</b>
		<b>R3</b>	Polícia é essencial na pandemia	<b>Nenhuma</b>
		<b>R1</b>	Após decreto estadual, comércio e serviços reabrem em Sorocaba	<b>Sorocaba/Jundiaí/ Itapetininga</b>
		<b>R1</b>	Reabertura de shoppings começa nesta 2ª	<b>Sorocaba/Jundiaí/Itapê</b>
		<b>R3</b>	João Dória fala sobre quarentena	<b>Nenhuma</b>
<b>CRUZEIRO DO SUL</b>	<b>02/06</b>	<b>R2</b>	Sorocabana é única brasileira em vídeo com 50 países com Covid (p.4)	<b>Sorocaba</b>
		<b>R2</b>	Combate à covid ganha mais leitos e taxa de ocupação cai (p.6)	<b>Sorocaba</b>
		<b>R1</b>	Reabertura de lojas começa com grande movimento (p.8)	<b>Sorocaba</b>
		<b>R2</b>	Sorocabanos aproveitam quarentena para pequenas obras (p.8)	<b>Sorocaba</b>
<b>JORNAL</b>	<b>02/06</b>	<b>R2</b>	Jundiaí registra 1030 casos confirmados e 681 recuperados (p.2)	<b>Jundiaí</b>

<b>DA CIDADE</b>	<b>R1</b>	Reabertura do comércio lota ruas do centro (p.4)	<b>Jundiaí</b>
	<b>R2</b>	Transporte coletivo mantém monitoramento (p.4)	<b>Jundiaí</b>
	<b>R2</b>	Sessão terá postos de testes de Covid-19 agendados	<b>Jundiaí</b>

Fonte: Elaboração Própria.

3 – Penúltima etapa do Plano São Paulo, a fase verde permitiu flexibilização ainda maior das atividades. Foi anunciada em uma sexta-feira, 9 de outubro, entrando em vigor já no dia seguinte. Neste caso, a opção foi por sincronizar também as datas, visto que o telejornal ainda estava no ar quando o governador anunciava a mudança de fase, sem tempo, portanto, para repercutir o fato naquela edição. Assim, foram consideradas para a pesquisa as edições de 10 de outubro dos três veículos.

Os resultados mostram que a medida foi repercutida pelos três, mas as cidades reportadas continuaram as mesmas: Sorocaba, Jundiaí e Itapetininga. O maior número de notícias R1 aparece no Jornal da Cidade, também o único a trazer uma informação classificada como R3. Chama a atenção a significativa redução no número de notícias do telejornal, mas o fato explica-se pela volta da programação ao horário habitual. Nas duas primeiras datas o tempo era maior, em função da cobertura da pandemia. Os resultados aparecem no quadro abaixo.

**Quadro 3** – Passagem para a fase verde

<b>TV TEM</b>	<b>10/10</b>	<b>R2</b>	Confira os números de casos da Covid-19 nas regiões de Sorocaba/Jundiaí/Itapetininga	<b>Sorocaba/Jundiaí/ Itapetininga</b>
		<b>R1</b>	Comerciantes da região de Jundiaí comemoram o avanço para fase verde do Plano SP	<b>Jundiaí</b>

<b>CRUZEIRO DO SUL</b>	<b>10/10</b>	<b>R1</b>	Região de Sorocaba vai para a fase verde do Plano São Paulo (p.5)	<b>Sorocaba</b>
		<b>R2</b>	Ocupação nas UTIs é de 61% na rede pública (p.5)	<b>Sorocaba</b>
		<b>R2</b>	Município adota medidas mais rigorosas para eventos (p.5)	<b>Sorocaba</b>
<b>JORNAL DA CIDADE</b>	<b>10 e 11/10</b>	<b>R2</b>	S. Vicente Comemora mil altas de pacientes (p.2)	<b>Jundiaí</b>
		<b>R2</b>	Jundiaí contabiliza 12.930 casos positivos e 12.322 recuperados (p.2)	<b>Jundiaí</b>
		<b>R3</b>	Brasil tem 149 mil mortes e 5,06 milhão de casos (p.3)	<b>Jundiaí</b>
		<b>R1</b>	Centro de Contingência anuncia mudanças no plano SP (p.3)	<b>Jundiaí</b>
		<b>R1</b>	Jundiaí avança para a fase verde do Plano SP (p.4)	<b>Jundiaí</b>
		<b>R1</b>	Para ACE Jundiaí, fase verde beneficiará as vendas de Natal (p.4)	<b>Jundiaí</b>

Fonte: Elaboração Própria.

### Considerações finais

Diante do que foi proposto, a pesquisa demonstrou que a televisão é o meio que melhor se aproveita dessa área de cobertura midiática, até por conta de sua superioridade tecnológica. Observa-se no noticiário televisivo uma preocupação com a cobertura regional, o que não se detecta no meio impresso, e percebe-se na TV até um cuidado em

separar as três microrregiões, o que permite ao telespectador se localizar melhor – embora muitas vezes a chamada de abertura fale de “nossa região” de forma mais genérica, mas esse seria outro tópico a ser pesquisado, assim como a assincronia do tempo dedicado a cada cidade nas reportagens, assuntos que não cabem no escopo deste trabalho.

Aqui, interessa observar a centralização das notícias em torno de apenas três cidades, Sorocaba, Itapetininga e Jundiáí, dentre as 21 que fazem parte da área de alcance dos sinais de TV. Esse número pode ser ainda maior, se considerarmos que a TV Tem Itapetininga agora retransmite a programação de Sorocaba e seu alcance chega a outras 50 cidades. É possível deduzir, portanto, que a imensa maioria dessas mais de 70 cidades não se vê retratada pela mídia regional, nem dispõe de meios midiáticos locais.

Isso significa que boa parte delas está entre os mais de 60% dos municípios brasileiros que vivem num “deserto de notícias”,<sup>4</sup> caracterizado por lugares que não têm produção jornalística local. O que é muito preocupante, segundo o Atlas da Notícia, iniciativa do Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor) em parceria com o Volt Data La, que faz um mapeamento permanentemente atualizado sobre a presença ou não de meios de comunicação nas cidades brasileiras. “Um município sem jornalismo é carente de informações independentes para que sua população possa votar, cobrar os governantes e saber mais sobre serviços, problemas e acontecimentos específicos daquela localidade” (ATLAS DA NOTÍCIAS, 2020, on line).

No caso do coronavírus, em que o espaço é seu principal meio de propagação, esse aspecto torna-se ainda mais relevante, pois a proximidade entre as cidades importa muito na luta por evitar a expansão do contágio. E a circulação da informação entre elas torna-se primordial. Tanto assim que dois textos acadêmicos produzidos nos EUA ressaltam que o combate à pandemia poderia ser mais rápido se tivesse apoio de uma rede mundial de jornalismo local e hiper local, como afirma Carlos Castilho em texto publicado no Observatório de Imprensa. Segundo ele, prognóstico semelhante já havia sido feito pelo Hospital Infantil de Boston em 2011. “O posicionamento dos especialistas reforça a tese de que, na era digital, os fluxos de informação nascem na base social e chegam aos tomadores de decisão por meio de dados, fatos e eventos noticiados por jornalistas locais” (CASTILHO, 2020, online).

---

<sup>4</sup> Municípios sem veículos jornalísticos ou sem cobertura significativa da imprensa.

Nesse aspecto, a regionalização midiática que ocorre no espaço geográfico estudado, e que poderia de certa forma até minimizar a desertificação jornalística, talvez não atenda bem a tais prognósticos.

Tais razões justificam o interesse por estudar esses territórios simbólicos, que representam uma transformação do espaço conforme os movimentos da sociedade. Se nos guiarmos pelas teorias de Thompson, Santos, Haesbaert e muitos outros, esse fenômeno é inevitável. Mas é possível evitar que esse poder transformador seja utilizado como instrumento de deformação da realidade social a sua volta.

## Referências

AGUIAR, Sonia. **Territórios do Jornalismo**. Geografia da Mídia Local e Regional no Brasil. Petrópolis: Vozes, 2016.

ATLAS DA NOTÍCIA. **Mapeando o jornalismo local no Brasil**. Disponível em <https://www.atlas.jor.br/>. Acesso em 22 out.2020.

BARELI, Suzana. **Os novos telespectadores**. Folha de São Paulo, São Paulo, ano 78, n. 25211, 12 abr. 1998. Caderno Mais.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CASTILHO, Carlos. Como a falta de jornalismo local prejudicou o combate à Covid-19. **Observatório da Imprensa** ano 20, n.1110, 20 de out. 2020. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/coronavirus-covid-19/como-a-falta-de-noticias-locais-prejudicou-o-combate-a-covid-19/> Acesso em: 1 out. 2020.

HAESBAERT, Rogério. **Regional-Global – Dilemas da Região e Regionalização na Geografia Contemporânea**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo in LAGO, Claudia e BENETTI Márcia (org.) **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**, 3. ed., Petrópolis: Vozes, 2010.

IBGE. **Divisão Regional do Brasil** em regiões geográficas imediatas e regiões geografias intermediárias. Rio de Janeiro: IBGE, 2017.

IBGE. **Brasil, cidades e estados**. Rio de Janeiro. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados.html?view=municipio>. Acesso em 30 set. 2020.

IPC Maps. **Consumo nacional deve movimentar R\$ 4,7 trilhões, elevando PIB em 2019**. São Paulo. Disponível em:

[http://www.ipcbr.com/downpress/Release\\_IPCMaps\\_2019.pdf](http://www.ipcbr.com/downpress/Release_IPCMaps_2019.pdf). Acesso em 2 out. 2020.

LENE, Hérica. **Jornais Centenários do Brasil**. Covilhã, Portugal: Universidade da Beira Interior, 2019. *E-book*. Disponível em

[http://labcom.ubi.pt/ficheiros/202001071558-201906\\_jornaiscentbrasil\\_hlene.pdf](http://labcom.ubi.pt/ficheiros/202001071558-201906_jornaiscentbrasil_hlene.pdf).

Acesso em 3 set. 2020.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão: a vida pelo vídeo**. São Paulo: Moderna, 2000.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço** – Técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Editora USP, 2006.

SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco**. Petrópolis: Vozes, 1992.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade** – uma teoria social da mídia. Petrópolis (RJ). Vozes, 1998

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 2010.