



Periodismo televisivo local en la lucha contra el dengue: un estudio de caso en TV Integração, filial de Globo en Minas Gerais

Local telejournalism in the fight against dengue: a case study on TV Integração, Globo affiliate in Minas Gerais

Telejornalismo local no combate à dengue: um estudo de caso na TV Integração, afiliada da Globo em Minas Gerais

Patricia Aparecida Amaral¹

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

pa.amaral@unesp.br

Maria Cristina Gobbi²

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

crisrina.gobbi@unesp.br

¹ Doutora em História pela Universidade Federal de Uberlândia, doutoranda em Mídia e Tecnologia pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, São Paulo, Brasil. Professora substituta na Universidade Federal de Uberlândia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8217-3954>

² Pesquisadora Livre-Docente em História da Comunicação e da Cultura Midiática na América Latina (2014). Bolsista Fapesp (Proc. 2022/086397-6). Bolsista de Produtividade do CNPq. Professora dos cursos de Graduação e de Pós-Graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista (Unesp). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5629-5010>

Fecha de recepción: 15 de marzo de 2025

Fecha de aprobación: 14 de mayo de 2025

Fecha de publicación: 16 de junio de 2025

Resumen

Brasil viene enfrentando epidemias de dengue y las iniciativas locales son una de las formas de combatir al *Aedes aegypti*, el mosquito que transmite la enfermedad. La información es una de ellas, considerando el papel del periodismo y sus características endógenas como prestación de servicios y de utilidad pública. A través de un estudio de caso de TV Integração, filial de Globo en Juiz de Fora, Araxá, Uberaba y Uberlândia, observamos las estrategias editoriales del periodismo televisivo local en contenidos específicos, en diferentes formatos, sobre el dengue y también la interacción de los espectadores vía WhatsApp comentando este tema de salud pública, entre enero y marzo de 2024, en 221 ediciones de tres noticieros locales de la emisora. Se puede inferir que TV Integração cumplió su papel de informar y mantener la identidad local junto a sus espectadores. A pesar de ello, la caída del número de casos y muertes en Minas Gerais sólo se produjo después de terminar las lluvias, lo que lleva a entender que la gente no estaba plenamente consciente de los peligros del dengue.

Palabras clave: Periodismo local; televisión; dengue; integración

Abstract

Brazil has been facing dengue fever epidemics and local initiatives are one of the ways to combat *Aedes aegypti*, the mosquito that transmits the disease. Information is one of them, considering the role of journalism and its endogenous characteristics as a service and public utility. Through a case study of TV Integração, a Globo affiliate in Juiz de Fora, Araxá, Uberaba and Uberlândia, we observed the editorial strategies of local television journalism in specific content, in different formats, about dengue fever and also the interaction of viewers via WhatsApp commenting on this public health topic, between January and March 2024, in 221 editions of three local news programs of the station. It can be inferred that TV Integração fulfilled its role in informing and maintaining local identity with its viewers. Despite this, the drop in the number of cases and deaths in Minas Gerais only occurred after the rains ended, which leads us to understand that people were not fully aware of the dangers of dengue fever.

Keywords: Local journalism; television; dengue; integration

Resumo

O Brasil tem enfrentado epidemias de dengue e as iniciativas locais são uma das formas para combater o *Aedes aegypti*, mosquito transmissor da doença. A informação é uma

delas, considerando o papel do jornalismo e suas características endógenas como prestação de serviço de utilidade pública. Por meio de um estudo de caso da TV Integração, afiliada da Globo, em Juiz de Fora, Araxá, Uberaba e Uberlândia, observamos as estratégias editoriais do telejornalismo local em conteúdos específicos, de diferentes formatos, sobre dengue e também a interação do telespectador pelo *WhatsApp* comentando este tema de saúde pública, entre janeiro e março de 2024, em 221 edições de três telejornais locais da emissora. Infere-se que a TV Integração cumpriu seu papel em informar e manter identidade local com seus telespectadores. Apesar disso, a queda no número de casos e mortes, em Minas Gerais, só se deu com o fim das chuvas, o que leva a compreender que não houve conscientização plena das pessoas sobre os perigos da dengue.

Palavras-chave: Jornalismo local; Televisão; Dengue; Integração.

Introdução

O Brasil enfrentou, em 2024, o que a Organização Mundial da Saúde chamou de a pior epidemia de dengue da história. O país não estava sozinho nessa previsão alarmante. Segundo entrevista coletiva concedida em março do mesmo ano pelo diretor do departamento de prevenção, controle e eliminação de doenças da Organização Pan-Americana da Saúde, Sylvain Aldighieri, relatada pela *Folha de S. Paulo*, somente nos três primeiros meses do ano, 3,5 milhões de pessoas foram infectadas com a doença nas Américas, resultando em mais de mil mortes. Esses dados são preocupantes, pois representam três vezes mais casos do que os notificados no mesmo período de 2023. De todas as nações Latinas e Caribenhas, Brasil, Paraguai e Argentina concentraram 92% dos casos e 87% das mortes.

Uma das formas de combate à doença é a informação, que pode levar ao conhecimento para que as pessoas possam ajudar na eliminação dos criadouros do mosquito *Aedes aegypti*, o transmissor da dengue. Segundo a Agência Brasil (2024), cerca de 75% dos focos do inseto são encontrados nas residências. A imprensa desempenha um papel fundamental na transmissão de alertas à população chamando a atenção para essas informações, além de entrevistar especialistas no assunto como médicos, equipes da vigilância sanitária, entre outros. Segundo Hjarvard (2012), não tem como separar a sociedade contemporânea da mídia, pois, uma está ligada a outra. Tal fato nos mostraria a necessidade de tentar entender as formas e transformações desta sociedade pautada pela comunicação midiática presente em tudo.

Ainda de acordo com Hjarvard (2012), a mídia faz parte do tecido da sociedade e ao mesmo tempo pode ser considerada uma instituição independente que está presente em outras instituições culturais e sociais. A dualidade dessa relação estrutural estabelece uma série de pré-requisitos sobre como os meios de comunicação são percebidos pelos emissores e receptores.

Entre os meios de comunicação no Brasil, a televisão é considerada a mais confiável, com 55,80% de aprovação pelo público, seguida pelo rádio (50,97%) e pelos sites de notícias (22,87%), conforme revela o levantamento feito pelo Instituto Ranking Pesquisa (2021). Por isso, a televisão pode ter um impacto significativo com campanhas de conscientização.

A principal rede de televisão aberta no Brasil é a TV Globo, considerada a segunda melhor emissora do mundo em termos de audiência e faturamento, perdendo apenas para a ABC dos Estados Unidos. Fundada por Roberto Marinho, no Rio de Janeiro, em 1965, a Globo expandiu sua cobertura e atualmente atinge mais de 99% da população brasileira, totalizando cerca de 203 milhões de pessoas, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022). A TV Globo conta com mais de 100 afiliadas, como a TV Integração³ em Minas Gerais, responsável por levar a programação da matriz carioca para 234 municípios com pouco mais de 5,7 milhões de moradores.

Atenta a sua área de cobertura e potenciais telespectadores, a TV Integração intensificou uma campanha contra a dengue, em janeiro de 2024, utilizando um selo no canto superior direito da tela para chamar a atenção para o tema sempre que o assunto fosse tratado. Isto despertou o interesse de pesquisa de uma das autoras deste artigo, que à época, era gerente de jornalismo da referida emissora, o que possibilitou o acesso direto às informações usadas para análise, obtidas pelo *WhatsApp* da redação assim como pelos espelhos dos telejornais veiculados. A partir disto, estabeleceu-se um estudo de caso para verificar como este problema de saúde pública foi tratado, a partir de critérios

³ A TV Integração foi fundada como TV Triângulo em 1964. Surgiu como uma emissora independente com programação ao vivo até 1967, quando adquiriu o videoteipe e passou a comprar programas da TV Record, TV Excelsior e TV Tupi. Tornou-se afiliada da Rede Globo em 1972. O nome mudou para TV Integração em 1997. Outras concessões foram adquiridas e cada uma recebeu um nome diferente até que, em 2004, os canais de Araxá e Ituiutaba passaram a também serem chamados de TV Integração. Em 2012, foi finalizada a compra da TV Panorama, em Juiz de Fora, e a emissora ainda conseguiu uma outorga em Uberaba. Somente a área de cobertura do canal sede, em Uberlândia, alcança 53 municípios que somam uma população com 1.944.311 moradores.

estabelecidos como abordagem, tempo destinado e formatos. Foram definidos como amostra os três telejornais regionais da TV Integração, que correspondem a cerca de duas horas de conteúdo, de segunda a sábado, em cada praça⁴.

Como diz Robert Yin (2001), o estudo de caso não precisa de interpretação acabada ou curada, pois serve para estabelecer uma estrutura de discussão, já que aplicado como método de investigação, é preservar características holísticas e significativas dos eventos da vida real.

Um deles envolve os processos organizacionais, por isso, a opção foi observar as estratégias da TV Integração a partir dos espelhos dos três telejornais, veiculados entre 1º de janeiro e 31 de março de 2024, em Uberlândia, Uberaba, Araxá e Juiz de Fora. São eles: Integração Notícia, veiculado de segunda à sexta das 8h às 8h30; o MG1, de segunda a sábado, das 11h45 às 13h e o MG2, também de segunda a sábado, das 19h15 às 19h40. A partir dos espelhos e dos produtos jornalísticos veiculados, foi possível aplicar a estratégia da análise de arquivos (Yin, 2001) que focaliza acontecimentos contemporâneos, não exige controle sobre eventos comportamentais e questiona na análise ‘quem, o que, onde, quantos, quanto’. Segundo Yin (2001, p. 26), “A chave é compreender que as questões de uma pesquisa possuem *substância* – por exemplo – ‘sobre o que é o meu estudo?’ – e forma – por exemplo, ‘estou fazendo uma pergunta do tipo quem, o que, por que ou como?’”

Para haver descrição de incidência ou predominância de fenômenos, é que foram selecionados todos os materiais jornalísticos, independentemente do formato – ao vivo, reportagem, entrevista de estúdio, via internet ou arte no telão sobre dengue no período destacado. Como a emissora não possui medição de audiência, minuto a minuto, nossa abordagem focou nas estratégias identitárias da produção de conteúdo e sua divulgação.

No bojo desta análise, inferiu-se a participação do público pelo *WhatsApp* da emissora do grupo com sede em Uberlândia, observando como foi a participação dos telespectadores comentando conteúdos sobre dengue, a partir daquilo que viram nos telejornais, demonstrando assim o processo de interatividade entre público e mídia. Embora a pesquisa abranja outros municípios mineiros, especificamente nesta

⁴ Nome dado a emissora onde recebe a concessão do canal.

observação, ficou definida Uberlândia por ser a sede da emissora e também por ser o sinal ao qual as autoras tiveram acesso.

Estas duas estratégias metodológicas nos levaram, como diz Yin (2001), a limitar o número de variáveis a serem analisadas, por isso, buscamos uma evidência principal: a identidade como fator estratégico da TV Integração no combate à dengue por meio de seus telejornais e a identificação com o público mineiro.

O papel da TV local na sociedade

A TV local e a proximidade com o telespectador

O jornalismo local costuma ser mais próximo do telespectador em vários aspectos. Os apresentadores e repórteres podem ser vistos pela cidade, estão mais próximos até fisicamente de muitos que têm por hábito assistir aos programas veiculados na televisão. As imagens e os assuntos das reportagens mostram boa parte do cotidiano de muitos moradores daquela localidade.

Trata-se também de um espaço onde especialistas da cidade e políticos da região podem ter mais oportunidades para falarem sobre campanhas, alertarem para possíveis problemas e prevenções. A pandemia mostrou a importância da localidade ao informar se tinha vacina disponível, o esquema de imunização, a situação dos hospitais e os cuidados para diminuir o risco de contágio. Informações que fazem diferença na vida em sociedade. Saber como o telespectador decodifica a notícia se torna crucial.

As relações de produção institucionais e sociais devem passar sob as regras discursivas da linguagem para que seu produto seja ‘concretizado’. Isso inicia um outro momento diferenciado, no qual as regras formais do discurso e linguagem estão em dominância. Antes que essa mensagem possa ter um ‘efeito’ (qualquer que seja sua definição), satisfaça uma ‘necessidade’ ou de tenha um ‘uso’, deve primeiro ser apropriada como um discurso significativo e ser significativamente decodificada. É esse conjunto de significados decodificados que ‘tem um efeito’, influência, entretém, instrui ou persuade com consequências perceptivas, cognitivas, emocionais, ideológicas ou comportamentais muito complexas (Hall, 2006, p. 368).

Hall (2006, p. 366) alerta que o discurso ao ser concluído, no caso, a reportagem veiculada, o teor começa a ser traduzido podendo ser transformado em práticas sociais. “Se nenhum ‘sentido’ é apreendido, não pode haver ‘consumo’. Se o sentido não é articulado em prática, ele não tem efeito”. Ainda sob a ótica do autor, a decodificação não é homogênea, por isso, um fato poder ser lido e interpretado de diversas formas.

A mensagem é uma estrutura complexa de significados que não é tão simples como se pensa. A recepção não é algo aberto e perfeitamente transparente, que acontece na outra ponta da cadeia de comunicação. E a cadeia comunicativa não opera de forma unilinear (Hall, 2006, p. 334).

Com tanta desinformação lançada nas redes sociais nos últimos anos, é necessário tratar a mídia em diversos formatos e linguagens, diversificar a fonte de especialistas e pesquisadores, em uma tentativa de levar um pouco de conscientização para o público, percebendo que cada telespectador terá seu entendimento ou decodificação conforme o seu próprio interesse e ideologia, quando se trata de negacionismo em relação à ciência, por exemplo.

... O preferencial é a tentativa que o poder faz para amarrar a mensagem a um significado. Porém o poder nunca tem êxito nessa prática. Todavia também digo, e acho que ainda penso assim, que um texto comporta – tanto quanto os significantes reais podem sustentar – uma leitura diferente. Um texto contém o que só posso chamar de significantes ‘indicativos’, que tentam se imprimir dentro da própria mensagem na qual podem ser decodificados (Hall, 2006, p. 351).

Hall (2006) ressalta que as leituras surgem de vários aspectos, como orientação familiar, locais de trabalho, escolas, bairro, amigos e outras práticas e relações, denominadas práticas interpretativas. "Cada um de nós tem sua comunidade interpretativa preferida, algumas nas quais vivemos o tempo todo e, equivocadamente, tomamos pelo resto do mundo" (Hall, 2006, p. 358). Isso justifica diferentes interpretações de uma mesma notícia. Hall (2006) adverte que tanto o discurso quanto a ideologia possuem estruturas próprias, não correspondendo necessariamente as estruturas sociais e econômicas, mas tendo uma lógica própria.

As campanhas de saúde e o trabalho das emissoras locais

De 1964 até 1985, o Brasil viveu sob regime militar. O jornalismo era vigiado, e muitos assuntos eram proibidos, como o surto de meningite entre 1971 e 1976. Segundo

dados publicados pela Agência Brasil (2023), essa pode ser considerada uma das mais graves crises de saúde pública do século XX no país, com o registro de 67 mil casos. A censura militar agravou a situação, tentando esconder a gravidade do problema.

Apesar da vigilância, os telejornais locais continuaram informando sobre os acontecimentos nas cidades, mas com filtros governamentais. Essa realidade começou a mudar no início dos anos 1980, já no final da ditadura, quando se incentivou a vacinação contra outra doença, a paralisia infantil, e os meios de comunicação divulgaram as campanhas e a importância da imunização em nível nacional, ressaltando que cada emissora abordava a realidade da sua região nos telejornais locais com informações sobre postos de imunização, horário de atendimento e posteriormente apresentando dados de quantos receberam a dose da medicação.

Até essa época, a TV Globo contava com as afiliadas, mas sem uma grande organização. Segundo Bazi (2001), nos anos 1980, foi criado um projeto de regionalização dentro da TV Globo a ponto de acrescentar no seu organograma um setor voltado para o atendimento a essas emissoras: a Central Globo de Afiliadas e Expansão. O objetivo era atender às necessidades desses canais espalhados nas cinco regiões do país quanto à programação, engenharia e jornalismo. “Nessa central, as preocupações vão de qualidade do sinal que chega aos lares dos telespectadores até o investimento realizado pelas emissoras regionais em seus diversos departamentos” (Bazi, 2001, p.23).

Esse novo setor impulsionou as afiliadas, que construíram uma relação com o público regional e local por meio da identificação das pautas jornalísticas, assistindo a reportagens que retratavam a realidade da região. Para o autor,

É importante lembrar que as emissoras regionais se utilizam da produção local de seus programas para sobreviverem e, ao mesmo tempo, obterem credibilidade junto às comunidades em que atuam. Além disso, os altos índices de audiência registrados por essas emissoras demonstram a confiabilidade do público em seus programas (Bazi, 2001, p. 87).

Nos últimos anos, o tempo dedicado ao telejornalismo aumentou na programação. Em 2011, o noticiário local não passava de uma hora diária. Em 2024, esse tempo praticamente dobrou. No início do ano, eram destinados 24 minutos no período da manhã (Integração Notícia), uma hora e cinco minutos no MG 1ª edição (almoço) e entre 25 e 35 minutos no MG2 (noite), com exceção do Integração Notícia, que é transmitido de

segunda a sexta, o MG1 e oMG2 são veiculados de segunda a sábado. Isso sem contar com as informações que são levadas ao público por meio de boletins e chamadas dos telejornais que são veiculados ao longo da programação.

Os telejornais abordam cultura, política, economia, acidentes, comportamento, saúde, incluindo campanhas de vacinação, com espaço para entrevistas com especialistas, especialmente durante a pandemia da Covid-19. Também foram veiculadas entrevistas com autoridades nos assuntos apresentados nos noticiários, recurso muito utilizado durante a pandemia. Houve a participação de vários infectologistas, médicos sanitários, secretário Estadual da saúde. Parte desse conteúdo foi feita sem a presença física do entrevistado no estúdio, ou seja, a tecnologia permitiu que essas pessoas entrassem ao vivo nos telejornais via internet para falarem sobre prevenções e vacinação e assim abrir mais um formato ao telejornalismo.

Em 2024, com os altos índices de infestação do mosquito *Aedes aegypti* e de registros de casos de dengue, a então diretora de jornalismo da TV Integração, Fernanda Lília de Almeida, orientou os jornalistas da emissora a dedicarem mais tempo à epidemia da doença. Uma forma de tentar conscientizar o telespectador para entrar nessa luta contra a proliferação de criadouros do inseto.

A TV Integração na campanha contra a dengue

Segundo a Agência Brasil, em 9 de março de 2024, o Brasil registrou cerca de 1.340.000 casos prováveis de dengue, com mais de 460 mil notificados em Minas Gerais, que ficou em segundo lugar no *ranking* de estados com mais casos da doença, perdendo apenas para o Distrito Federal. Em 2024, Minas Gerais registrou uma incidência de 2.260 casos para cada 100 mil habitantes. Ainda de acordo com o levantamento feito pela agência pública de notícias, com base nos dados citados, é possível dizer que um em cada três casos prováveis da doença, registrados no Brasil, foi detectado em cidades mineiras.

Outro dado alarmante é que o nível de infestação pela doença no Estado, registrado nas primeiras semanas de 2024, se revelou pior do que o notificado no ano anterior. O número contabilizado em menos de 60 dias foi maior do que em todo ano 2023 quando Minas Gerais, em 12 meses, registrou 408.393 casos.

Dos 853 municípios mineiros, 808 estão cadastrados no programa Levantamento Rápido de Índices para *Aedes aegypti*. Segundo a Secretaria Estadual de Minas Gerais, entre 8 e 27 de janeiro de 2024, essas cidades apresentaram índices de infestação do mosquito e doenças como dengue, chikungunya e zika. Destas localidades, em 305, foram constatados riscos elevados de transmissão.

Em 24 de fevereiro, a Secretaria Estadual de Saúde liderou uma mobilização em boa parte do estado e conseguiu a adesão de 520 municípios em uma série de ações no que chamou de Movimento Minas Unida no Combate ao Mosquito. No Triângulo Mineiro, 52 cidades participaram, coordenadas pelas Regionais de Saúde de Uberlândia, Uberaba, Patos de Minas e Ituiutaba. Em Uberlândia, a ação contou com drones para mapear possíveis criadouros do mosquito e estendeu a campanha por uma semana com visitas a imóveis, mobilização em escolas, comércio, feiras livres, Unidades Básicas de Saúde e parcerias com associações de bairro e comunidade. Ações noticiadas nos telejornais da TV Integração.

De 1º de janeiro a 31 de março, as emissoras de Uberlândia, Uberaba, Araxá e Juiz de Fora, veicularam 1.568 materiais sobre o assunto incluindo entradas ao vivo, artes no telão atualizando os números da doença, reportagens, entrevistas com especialistas, com o secretário Estadual da Saúde e chamando o público para interagir. O MG1, com mais tempo de duração, foi escolhido para incentivar a manifestação do telespectador.

A participação do público foi modificada e facilitada conforme o desenvolvimento da tecnologia. Para entender essa mudança, utilizamos o conceito de John Thompson (2018) sobre a "revolução digital". Tais modificações são chamadas pelo autor de teoria interacional na mídia. Para ele é preciso analisar os meios de comunicação em relação aos tipos de interação e ação para compreender os impactos que podem causar. Thompson (2018) classifica a interação em quatro aspectos: face a face (trata-se de uma conversa presencial onde pode-se incluir a utilização de gestos e sinais), mediada (para existir precisa de um meio técnico, pode ser por meio de carta, conversa telefônica ou e-mail), quase-interação mediada (envolve a extensão das relações sociais no espaço e no tempo) e mais recente: interação mediada on-line (surgiu devido à revolução digital por se utilizar da internet).

A televisão ainda se adéqua na quase-interação mediada, a comunicação de um para muitos. Apesar disso, essa mídia tem aberto mais espaço para a participação do

público por meio de ferramentas da internet como o *WhatsApp*, ou seja, já ensaia convergência com a revolução digital porque essa participação do público requer dispositivos para o encaminhamento e recepção de mensagens, ainda que estas sejam submetidas aos filtros da edição. Em Uberlândia, a emissora incentivou a participação do telespectador para despertar o senso de urgência quanto às ações de prevenção à dengue. Uma das medidas foi pedir que pessoas conhecidas do público como artistas locais, jogadores profissionais de times da cidade, jornalistas e até influenciadores enviassem vídeos mostrando como agiam nas suas casas ou local de trabalho para evitar criadores do mosquito.

Essas ações, chamadas de Patrulha *Aedes*, foram veiculadas por dez dias a partir de 27 de fevereiro. O primeiro vídeo foi do jornalista esportivo Renato Peters, que mora em São Paulo, mas nasceu em Araguari, cidade vizinha a Uberlândia. A apresentadora do MG1, Vanessa Carlos, chamou o quadro: “Contamos com um reforço no combate à dengue, Renato Peters, jornalista da Globo, é de Araguari e faz grandes coberturas esportivas. Ele manda o recado. Fala, Renato”. No vídeo, o repórter falou sobre a importância de eliminar criadouros do mosquito e chamou a atenção para a gravidade da dengue.

Oi, Vanessa, um beijão pra você e pra todo mundo que está acompanhando o *MGI*. Um abraço para Araguari, a minha bela Araguari. Gente, eu estou aqui porque o assunto é realmente muito delicado: é dengue. Está um problema em todo o país, vocês estão acompanhando aí, mas é também muito simples a gente vencer esse mosquito muito pequenininho que está crescendo por nossa culpa, então, lixo, não vai jogar o lixo em terreno baldio, porque isso pode juntar água, as garrafas, bota de boca para baixo, não custa nada fazer isso, e vamos fiscalizar, mais do que fiscalizar o seu vizinho, vamos pedir para ele ajudar a cuidar, a rua ajudar, o bairro todo ajudar, porque senão a gente vai perder essa briga para o mosquito. Aqui em São Paulo, gente, tem gente morrendo por causa da dengue. É muito sério, é muito preocupante se a gente não tomar uma atitude como comunidade. Todo mundo aí em Uberlândia, em Araguari, em Uberaba, enfim, tem que todo mundo se unir. Aqui, em São Paulo, a gente está fazendo isso, os vizinhos aqui do prédio, está todo mundo ajudando, todo mundo se falando. Todo mundo que vê um foco vai lá e tira o foco para não deixar esse mosquito se criar. Agora é o seguinte, meu amigo e minha amiga, se vocês ainda não entenderam depois de tudo isso que você está ouvindo aqui no *MGI*. Não tem problema, não, eu desenho pra você. Bota no ar aí (Peters, 27 fev. 2024).

Após esse vídeo enviado pelo jornalista, entraram no telão, duas charges feitas por ele. Na primeira, aparecia o mosquito voando, além de pneus e lixo acumulado em um terreno e uma frase: água parada, adoro! Sobre a ilustração, se ouve a voz do jornalista dizendo: “É preciso acabar com os criadouros do mosquito. É sério, gente!”. Nesse momento, muda para um segundo desenho onde se vê um tanque de guerra com dois militares apontando armas para o mosquito e em cima da cabeça do *Aedes aegypti*, ele escreveu a palavra ferrou, como o pensamento do transmissor da dengue. Nesse momento, novamente se ouve a voz do repórter esportivo: “Estamos em guerra!”

Trazer para a campanha contra a dengue nomes conhecidos do público mineiro reforça a questão da identidade entre audiência e emissora. É possível trazer aqui o conceito do sujeito sociológico, de Stuart Hall (2006), que se forma na relação com outras pessoas importantes para ele na mediação de valores, sentidos e símbolos como identidade interativa do “eu” em diálogo contínuo com os mundos culturais exteriores e as identidades que esses mundos culturais oferecem (Hall, 2006). À luz desse conceito, a televisão local é um mundo cultural, assim como as personalidades mineiras trazidas para essa estratégia da emissora em interagir com seu público a fim de tentar demonstrar que a dengue é um ponto comum a todos os sujeitos que interagem, apesar do próprio Stuart Hall (2006, p. 13) dizer que “A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia”. Mas, autor considera que “os lugares permanecem fixos; é neles que temos ‘raízes’”(Hall, 2006, p. 72).

Durante uma semana e meia, pessoas conhecidas enviaram suas mensagens. Após a exibição dos vídeos, a apresentadora pedia para que o público também encaminhasse vídeos e textos pelo WhatsApp sobre suas ações.

No dia seguinte ao vídeo de Renato Peters, foram veiculadas cinco mensagens de telespectadores, identificados pelo primeiro nome, apelido ou cidade. Um morador de Patos de Minas, identificado como Elson, enviou uma foto e mensagem: "Tenho um tambor para acumular água, mas na tampa coloquei areia e resolve" (Globoplay, 28 fev., 2024). Valquíria enviou foto e texto: "Faço isso para evitar a dengue: plantas suspensas e quintal limpo". Paulo enviou uma foto: “Todos contra a dengue! Hoje os alunos da Escola M. Professora Cecy Cardoso Porfirio, no bairro Mansour, realizaram mais uma atividade interessante de prevenção à dengue” (Globoplay, 28 fev., 2024).

Além de fotos, foram exibidos vídeos, como o de um morador de Prata, mostrando uma blitz educativa na Escola Estadual Noraldino Lima, e de um residente de Uberlândia exibindo o trabalho dos funcionários da prefeitura fazendo o fumacê, nome que se dá à aplicação de substância inseticida por meio de um veículo caçamba dotado de pulverizador que expelle o veneno pelas ruas da cidade. O uberlandense ressaltou que essa ação era um trabalho importante porque ele e a família já tinham sentido os reflexos da doença.

Durante os três meses, cada editor-chefe dos telejornais de Uberlândia, Uberaba, Araxá e Juiz de Fora montou suas estratégias. Em Uberlândia, nos três primeiros meses do ano, foram veiculados 483 materiais nos três telejornais (Integração Notícia, MG1 e MG2), sendo: 106 reportagens, 60 entradas ao vivo, 62 notas e 15 ilustrações. Nesse período, a TV Integração de Uberlândia veiculou 39 mensagens de telespectadores sobre o tema.

Alguns telejornais enfatizaram a gravidade da situação, como no dia 1º de fevereiro de 2024, quando o MG1 convidou o infectologista Vinícius Costa para participar ao vivo no estúdio, respondendo perguntas de telespectadores por quase dez minutos. Em 23 de fevereiro, o MG1 de Uberlândia destinou oito minutos de entrevista ao secretário de Saúde de Uberlândia, Adenilson Lima, que havia decretado estado de emergência no município devido à quantidade de registros de dengue. Ele falou sobre atendimento, medidas de combate e estrutura de atendimento médico público.

No sábado, 24 de fevereiro, foi realizado o mutirão ou dia D contra a dengue. Esse assunto foi destaque na escalada, que são as manchetes do jornal, e abriu a edição com uma entrada ao vivo de dois minutos de duração. Nessa participação, a repórter chamou duas entrevistas sobre o assunto, gravadas durante a cobertura da ação. Foi anunciado que a reportagem completa seria veiculada no MG2, o telejornal que é exibido por volta das 19 horas e, que no MG1, ela traria dados sobre a ação ao vivo e chamaria essas entrevistas feitas no período da manhã. As falas eram do superintendente da Secretaria Regional de Saúde, Marcelo José Pires Ferreira, e do coordenador do programa de controle de dengue de Uberlândia, José Humberto Arruda.

Depois da participação da repórter, a apresentadora chamou um jornalista que estava ao vivo em Uberaba (aos sábados, o MG1 de Uberlândia é veiculado também para a região de Uberaba) para mostrar as ações de combate na cidade. Após essa entrada, foi

exibida uma reportagem de um minuto e 58 segundos do mesmo repórter mostrando como tinha sido a ação na cidade no período matutino. Em seguida, foi veiculada uma nota coberta do movimento realizado na cidade de Patos de Minas com 38 segundos e para finalizar esse bloco, a repórter de Ituiutaba entrou ao vivo com um minuto e quarenta e cinco segundos para falar da ação no município.

Considerações finais

Diante de uma das maiores epidemias de dengue vivenciadas no Brasil, com muitos dados disponibilizados por setores da saúde, entendemos que cabe aos jornalistas traduzir as informações brutas por meio de estratégias que possam ajudar a conscientizar o telespectador. De acordo com Hall (2006), o fato deve se tornar uma narrativa antes de se transformar em evento comunicativo.

A mídia, de modo geral entendida como instituição, se converte em agente social com um papel a cumprir, neste caso, a partir da contribuição com informação. No caso da televisão, como demonstramos por um levantamento ao longo do artigo, há o prestígio da confiança como resultado da credibilidade do jornalismo profissional, indispensável à democracia e à sociedade, ainda que exista um grande interesse pelas redes sociais e outras armadilhas digitais.

Baseamo-nos no estudo de caso para discutir as estratégias da TV Integração no combate à dengue exercendo o jornalismo. Em meio a linguagens e discursos, a TV utilizou diversas narrativas em diferentes formatos, abrindo espaços para o público interagir e contribuir com seus bons exemplos, além de apresentar dados reais, alarmantes sobre os casos e mortes confirmados por dengue, a ação de personalidades da região e as entrevistas com especialistas, o número de focos do mosquito não diminuiu. Cabe considerar aqui o pressuposto de significante indicativo, de Stuart Hall (2006), o qual identificamos no papel do jornalismo, representado neste artigo pela TV Integração na campanha contra a dengue em partes representativas de Minas Gerais. Entretanto, como afirmou o autor em relação à decodificação, torna-se impossível mensurar se os esforços investidos por parte da televisão local tiveram repercussão e êxito dentro das práticas interpretativas, que na atualidade, assumem diversos contextos como as bolhas informativas, constituídas principalmente, por posições políticas e a sensação de liberdade de expressão nas redes sociais. Isto porque os dados de dengue só foram

diminuir, em Minas Gerais, com o fim do verão e suas chuvas, o que nos faz entender que não houve consumo (Hall, 2003) por parte do telespectador pela falta de sentido apreendido nessa cadeia comunicativa.

Não é possível afirmar se o tempo e a forma destinados à cobertura do tema influenciaram em relação aos casos registrados e se, caso não houvesse essa cobertura por parte da emissora, os números seriam ainda maiores. Para isso, seria necessário que o canal contasse com a medição de audiência minuto a minuto. A única pesquisa encomendada pela TV Integração sobre o que o público assistiu ou os assuntos pelos quais ele se interessou é feita semestralmente e por meio de um caderno de pesquisas, disponibilizado para um determinado número de pessoas, conforme os critérios da empresa que realiza esse trabalho. Esses fatores acabam por limitar este estudo, embora tenha sido possível tirar várias afirmações nesta pesquisa.

De qualquer forma, podemos afirmar que todas as campanhas realizadas em nível municipal, estadual e federal foram veiculadas. Os mutirões foram amplamente divulgados, assim como os casos de morte e as formas de se eliminar os possíveis criadouros do mosquito, mas apesar de todos os esforços, a epidemia avançou. Mesmo com a sensação de que muitas vezes a imprensa parece ‘enxugar gelo’, acreditamos que sem o papel dos jornalistas neste tipo de mídia, os números poderiam estar ainda maiores.

O telejornalismo local e regional tem a função de falar diretamente com um público que pode se ver na tela e identificar os entrevistados como pessoas da comunidade que podem participar do jornal enviando mensagens. Essas são formas de aproximação com o telespectador em uma tentativa de manter a fidelidade de audiência e também algumas funções sociais do jornalismo como prestação de serviço e informação.

E isto, de certa forma, funcionou bem na TV Integração com a Patrulha *Aedes*, pois ao colocar pessoas conhecidas da comunidade de Uberlândia, por exemplo, emulase o compartilhamento de valores, mas principalmente, sentidos como no sujeito sociológico (Hall, 2006). O fato de um jornalista, como por exemplo, o mineiro Renato Peters, se valer de linguagem coloquial para mostrar, assim como dissemos logo na abertura deste artigo, que jornalistas são pessoas comuns, mesmo os telespectadores que foram estimulados – alguns – para enviar fotos e vídeos à emissora resultando no compartilhamento de informações, iniciativas e estratégias de combate à dengue presumindo assim que sociedade e mídia, como partes do mesmo tecido social, se integram a um problema comum que não necessariamente ainda é captado por todos.

Depois de tanta campanha de desinformação, de desqualificação dos meios de comunicação e negacionismo contra vacinas que ocorreram no Brasil nos últimos anos, o trabalho dos jornalistas se torna cada vez mais importante no combate de notícias falsas e na conscientização quanto à importância da ciência. O jornalismo local e regional tem esse papel importante por tornar os repórteres e apresentadores mais próximos de seu público e mostrar a realidade, o cotidiano do telespectador de maneira que ele possa se reconhecer.

Referencias

- Barbosa, M. (2013). *História da comunicação no Brasil*. Vozes.
- Bazi, R. E. R. (2001). *TV regional: trajetória e perspectivas*. Editora Alínea.
- Braga, J. (2014, 7 de março). Segundo meio de comunicação mais usado é internet, aponta pesquisa. *G1.globo.com*. <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2014/03/segundo-meio-de-comunicacao-mais-usado-e-internet-aponta-pesquisa.html>
- Caparelli, S. (1996). *Comunicação de massa sem massa*. Summus.
- Governo do Estado de Saúde de Minas Gerais (2024, 29 de fevereiro). *Levantamento revela situação da infestação por Aedes aegypti*. Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais. <https://www.saude.mg.gov.br/component/gmg/story/19488-levantamento-revela-situacao-da-infestacao-por-aedes-aegypti-em-minas-gerais>
- Hall, S. (2003). *Da Diáspora: identidades e mediações culturais*. L. Sovik (Org.). Editora UFMG.
- Hall, S. (2006). *A identidade cultural na pós-modernidade*. DP&A Editora.
- Hjarvard, S. (2012). Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *Matrizes*, 5(2), 53-91. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p53-91>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (1960). *Censo demográfico*. <http://seculoXX.ibge.gov.br>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2022). *Censo demográfico*. <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao.html>
- Laboissière, P. Minas Gerais responde por um em cada três casos de dengue no país (2024). *Agência Brasil*. <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2024->

[03/minas-gerais-responde-por-um-em-cada-tres-casos-de-dengue-no-pais#:~:text=O%20cenário%20epidemiológico%20da%20dengue,longo%20do%20ano%20passado%3A%20408.393](#)

Lisboa, V. (2023, 7 de setembro). Sob censura, surto de meningite foi um dos primeiros desafios do PNI. *Agência Brasil*.

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2023-09/sob-censura-surto-de-meningite-foi-um-dos-primeiros-desafios-do-pni#:~:text=A%20organização%20do%20Programa%20Nacional,no%20estado%20de%20São%20Paulo>

Menon, I. (2024, 28 de março). Surto de dengue no Brasil e América do Sul pode ser o pior da história, diz OMS. *Folha de S. Paulo*.

<https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2024/03/surto-de-dengue-no-brasil-e-america-do-sul-pode-ser-o-pior-da-historia-diz-oms.shtml>

Ministra pede apoio da população para eliminar focos de dengue em casa (2024, 6 de fevereiro). *Agência Brasil*. <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2024-02/ministra-pede-apoio-da-populacao-para-eliminar-focos-de-dengue-em-casa>

Moraes, E. (2021, 7 de maio). Pesquisa aponta meios de comunicação mais confiáveis no Brasil. *Instituto Ranking de Pesquisa*.

<https://rankingpesquisa.com.br/noticias/pesquisa-aponta-os-meios-de-comunicacao-mais-confiaveis-no-brasil/>

Peters, R. (2024). Vídeo reproduzido no MG1 da TV Integração de Uberlândia. Home [g1.com.br/triangulo]. Recuperado em 27 fev. 2024, de

<https://globoplay.globo.com/v/12391660/>

Rocha, T. (2022, 21 de novembro). No dia da televisão, quais as 10 maiores emissoras do mundo? *Uol.com.br*. <https://natelinha.uol.com.br/televisao/2022/11/21/no-dia-da-televisao-quais-as-10-maiores-emissoras-do-mundo-190210.php>

Thompson, J. B. (2018). A interação mediada na era digital. *Matrizes*, 12 (3), 17-44. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i3p17-44>

TV Integração (2011). *Home Rede Globo*. Recuperado em 29 de março de 2024, de <https://redeglobo.globo.com/mgtvintegracao/noticia/2011/11/area-de-cobertura.html>

Vieira, M. F. R. N. & Amaral, P. A. (2023). TV Triângulo: pioneirismo no interior de Minas Gerais. *Revista Alterjor*, 28(2), 444-463.

<https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/212824/198619>

Yin, R. (2001). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Bookman.