



FACULDADE ANÍSIO TEIXEIRA
COLEGIADO DOS CURSOS DE JORNALISMO E PUBLICIDADE E
PROPAGANDA
CURSO DE BACHARELADO EM JORNALISMO

PETERSON OLIVEIRA MACÊDO

Estudo de Caso do Portal Acorda Cidade: covid-19 e a funcionalidade do comércio de Feira de Santana durante a pandemia nos meses de maio, junho e julho de 2020

FEIRA DE SANTANA, BA
DEZEMBRO, 2020

PETERSON OLIVEIRA MACÊDO

Estudo de Caso do Portal Acorda Cidade: covid-19 e a funcionalidade do comércio de Feira de Santana durante a pandemia nos meses de maio, junho e julho de 2020

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como pré-requisito obrigatório para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo, na Faculdade Anísio Teixeira.

Orientadoras: Prof. Andréa Souza e Profa. Ma. Daniela Costa Ribeiro.

FEIRA DE SANTANA, BA
DEZEMBRO, 2020

Estudo de Caso do Portal Acorda Cidade

Peterson Oliveira Macêdo¹, Prof. Andréa Souza²

RESUMO

Esta pesquisa pretende verificar nuances a partir da técnica de análise do discurso desenvolvida por Laurence Bardin, nas notícias do Portal Acorda Cidade sobre a abertura e fechamento do comércio em Feira de Santana no período da pandemia da Covid-19. O trabalho verifica se as notícias, que abordam o assunto, englobam mecanismos de favorecimento ou não à abertura do comércio a partir da leitura sobre os conceitos “enquadramento jornalístico”, “discurso” e “análise de discurso”; seleciona notícias do portal objeto que tratam do assunto postadas no período entre março e setembro de 2020 e verifica, a partir das métricas se o portal desempenha favorecimento ou desfavorecimento à abertura do comércio na cidade. A pesquisa contribui com o que chamaremos de um passo apenas dos tantos que são dados a cada novo trabalho, para o desenvolvimento do campo de Enquadramento Jornalístico em Feira de Santana. O período escolhido foi o de abril a julho de 2020.

Palavras-chave: Pandemia, Comércio, Abertura, Portal, Feira de Santana.

ABSTRACT

This research intends to verify nuances from the discourse analysis technique developed by Laurence Bardin, in the news of the Portal Acorda Cidade about the opening and closing of trade in Feira de Santana during the Covid-19 pandemic period. The paper verifies whether the news, which addresses the subject, includes mechanisms to favor or not the opening of trade from the reading of the concepts "journalistic framework", "discourse" and "discourse analysis"; selects news from the object portal dealing with the subject posted between March and September 2020 and verifies, based on metrics, whether the portal favors or disadvantages the opening of trade in the city. The research contributes with what we will call just one step of the many that are given to each new work, for the development of the Journalistic Framework field in Feira de Santana. The period chosen was from April to July 2020.

Keywords: Pandemia, Commerce, Opening, Portal, Feira de Santana.

1. INTRODUÇÃO

No dia 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a pandemia de Covid-19, doença causada por uma variação de coronavírus, oriunda de Wuhan, na China. Pouco mais de duas semanas, no dia 26 de março, o Ministério da Saúde já havia confirmado o primeiro caso da doença no Brasil. O paciente era um homem de 61 anos que viajou à Itália.

No contexto pandêmico, foram necessárias medidas preventivas em todo o mundo a partir de orientações da própria OMS. Duas delas, o

¹ Bacharelado em Jornalismo. peterson0351@gmail.com.

² Orientador. Formação. E-mail.

distanciamento social e a quarentena, meios mais importantes para evitar a proliferação em larga escala do vírus. No primeiro, foi recomendada universalmente a distância mínima de um metro e meio entre qualquer pessoa nas ruas e dentro de casa. No segundo, foi decretado (com sujeição de sanções) que as pessoas não saíssem de suas casas. Para isso, diversos setores do mundo pararam, inclusive no Brasil. Bares, restaurantes, shoppings centers, escolas, universidades, casas de festas, e diversos outros centros se mantiveram fechados por meses.

Mas não foram necessários muitos dias para o coronavírus, rapidamente, se disseminar, chegando a atingir todos os estados brasileiros. Até o dia 21 de Agosto de 2020, foram 3.532.330 milhões de casos registrados e 113.358 mil mortes por Covid-19, segundo notícias divulgadas pelo Portal G1.

A pandemia, que perdura até o momento de escrita deste trabalho, construiu uma arena delicada para profissionais da área de saúde, comunicação, e para população de modo geral, que tiveram que lidar com desinformação, vítimas não apenas do vírus, mas das *fake news*. Nesse sentido, o jornalismo profissional tem mostrado sua importância ao reafirmar seu papel na sociedade com informações apuradas e verídicas, contexto propício para o fortalecimento dos portais de notícias on-line.

É nessa problemática que foca este trabalho: como o site Acorda Cidade, da cidade de Feira de Santana, cobriu o dilema envolvendo a abertura e/ou fechamento do comércio central no período de pandemia do coronavírus. Uma apuração identificou que frequentemente o portal divulga matérias sobre o assunto.

O portal Acorda Cidade foi escolhido por ser o maior e mais expressivo site de notícias da cidade, de acordo com dados publicados pelo próprio site, que revelam mais de 12 milhões de acessos mensais. No ar há mais de 11 anos, é um importante veículo de informações não só para Feira, mas também para cidades próximas. É derivado do programa homônimo, criado pelo radialista e jornalista Dilton Coutinho, em 1996, e que se consolidou na cidade

sendo apresentado de segunda à sexta, das 6hs às 9hs, na Rádio Sociedade News FM, de Feira de Santana.

Dada a relevância e complexidade que o momento de pandemia representa para o mundo e, portanto, para Feira de Santana, é possível concluir a inevitável curiosidade sobre as mais diversas áreas que a presença do coronavírus perpassa. Dentre tantos questionamentos, o de como estaria lidando o jornalismo on-line com o dilema de abertura ou fechamento do comércio no período do surto surgiria - ou deveria surgir -, mais cedo ou mais tarde.

Portanto entender como o site cobriu o dilema apresentado no período de pandemia do coronavírus entre abril e julho de 2020 bem como interpretar as nuances que compõem as notícias e compreender o olhar do portal sobre o assunto é benéfico ao âmbito acadêmico do jornalismo feirense uma vez que lança mão de uma prática de apelo crítico que exercita a visão desconfiada, abrangente e horizontal que precisam ter não só jornalistas, mas sociedade civil de um modo geral.

Sobre isso, Maingueneau (1998, p. 43) aponta que dentre as vantagens da utilização da Análise de Discurso está a oportunidade interpretação para além do que está dito, de modo a entender o que pode, por algum motivo, não estar explícito.

Dessa forma, a pesquisa contribui com o que chamaremos de um passo apenas dos tantos que são dados a cada novo trabalho, para o desenvolvimento do campo de Enquadramento Jornalístico em Feira de Santana, considerando o caráter cumulativo da pesquisa científica apontado (MARTINO, 2018).

Embora análises de discursos em estudos sejam comuns no meio de pesquisa em Comunicação, principalmente nos estágios iniciais da vida acadêmica, como o trabalho de conclusão de curso (MARTINO, 2018, p.44), em função do caráter recente da pandemia e do dilema apresentado, não há ainda uma análise que se debruce sobre algum portal de notícias de Feira de Santana-BA, tampouco seu principal, o Acorda Cidade.

A pergunta que move essa pesquisa é de que maneira o Acorda Cidade, maior portal online de Feira de Santana, cobriu a temática da abertura e/ou fechamento do comércio feirense durante o período de pandemia. A luz do que foi dito, o objetivo geral deste trabalho é verificar, a partir da análise do discurso, se as notícias, que abordam o assunto, englobam mecanismos de favorecimento ou não à abertura do comércio.

Os objetivos específicos tratam de: ler sobre os conceitos “enquadramento jornalístico”, “discurso” e “análise de discurso”; selecionar notícias do portal objeto que tratam do assunto supracitado postadas no período entre março e setembro de 2020; verificar, a partir de fontes, imagens, interpretação e análise se o portal desempenha favorecimento ou desfavorecimento à abertura do comércio na cidade.

A investigação aplica a metodologia de revisão bibliográfica com estudo de caso, netnografia e análise de conteúdo. Foi realizada no mês de outubro, uma garimpagem virtual das notícias publicadas e inseridas na seção “Feira de Santana” do Portal que se referem, no título, à abertura e/ou fechamento do comércio na pandemia. Foram escolhidos três momentos para serem ‘períodos satélites’ da pesquisa.

O primeiro deles, o dia das mães, em abril; o segundo, o dia dos namorados, em junho; o terceiro, o mês de julho inteiro. Os dois primeiros momentos, por serem períodos em que a pauta “comércio” é uma frequente todos os anos nas agendas jornalísticas do país inteiro, principalmente numa cidade de comércio tão forte como é Feira de Santana. O mês de julho foi incluído por ter sido o mês de maior intensidade de abertura e fechamento do comércio feirense durante a pandemia.

Para ser executada, a análise de notícias de um determinado lugar, pode ser adotada a metodologia de Análise de Conteúdo popularizada por Laurence Bardin (2009), que a caracteriza como um método empírico repleto de instrumentos que se aplicam a discursos diversificados. De acordo com Bardin (2009), uma análise de conteúdo pode ser dividida em qualitativa e quantitativa, e em geral, é realizada a partir de três etapas: a pré-análise; a

exploração do material; e o tratamento dos resultados (a interpretação crítica do conteúdo).

No primeiro momento o pesquisador deve categorizar os objetos de estudo para facilitar os passos seguintes, ou seja, precisa deixar essas notícias separadas. No caso deste artigo, foram copiados os links de todas as notícias que cabem ao artigo e colocadas num documento de Word (documento este que está anexado ao final deste trabalho, Anexo I). A partir daí, o pesquisador formula hipóteses que se façam norteadoras da interpretação a ser estabelecida e categorias relacionadas ao objeto de estudo, que servirão como 'métricas' para a pesquisa.

Essas categorias irão gerar, a partir das análises, deduções e inferências que serão importantes no levantamento de características sobre o conteúdo. Neste estudo usa-se a análise quantitativa das questões relacionadas com o número de ocorrências de notícias publicadas no Portal escolhidas para o período citado. A análise qualitativa foi utilizada no entendimento das informações obtidas.

Segundo Krippendorff (1990, p. 45), a Análise de Discurso pode ser entendida também como "análise de afirmações", já que possibilita identificar a frequência em que certo elemento é caracterizado de um modo particular. Essa metodologia pode ser aplicada para análise de textos noticiosos, escritos, e também na comunicação oral ou visual de um texto. É caracterizado por proporcionar uma leitura crítica das mensagens, tanto do conteúdo expresso, quanto do que está "não-dito", mas intrínseco.

A netnografia também é aplicada neste artigo. Segundo Braga (2001, p. 5), o neologismo foi criado por um grupo de pesquisadores norte-americanos em 1995 para descrever uma metodologia diferente, que comporta o uso do eletrônico na preservação dos detalhes da observação. O termo vem de "antropologia", que comporta um conjunto de técnicas capazes de munir um pesquisador que deseja observar um objeto de estudo a partir do intra-subjetivo.

"como tentar ler (no sentido de construir uma leitura de) um manuscrito estranho, desbotado, cheio de elipses,

incoerências, emendas suspeitas e comentários tendenciosos, escrito não com os sinais convencionais do som, mas com exemplos transitórios de comportamento modelado". (GEERTZ, 2001, p.20).

A netnografia também é aplicada neste artigo. Segundo Braga (2001, p. 5), o neologismo foi criado por um grupo de pesquisadores norte-americanos em 1995 para descrever uma metodologia diferente, que comporta o uso do eletrônico na preservação dos detalhes da observação. O termo vem de “antropologia”, que comporta um conjunto de técnicas capazes de munir um pesquisador que deseja observar um objeto de estudo a partir do intra-subjetivo. A netnografia se faz então como um método qualitativo que abrange a epistemologia dos estudos em comunicação e cibercultura, pois, segundo MONTARDO & ROCHA, (2005, p. 1), “muitos dos objetos de estudo se localizam no ciberespaço”.

Na pesquisa bibliográfica foram realizadas leituras relacionadas ao assunto estudado, como artigos publicados e obras de autores da área. Para Marconi e Lakatos (1992), a pesquisa bibliográfica é o levantamento de toda a bibliografia já publicada, em forma de livros, revistas, publicações avulsas e imprensa escrita. Ela possibilita o pesquisador a ter contato direto com o tema e auxilia nas análises. É, basicamente, o primeiro passo de toda pesquisa científica.

O artigo pretende se colocar como um tímido passo neste caminho de estudos sobre a comunicação feirense durante a pandemia. O estudo pode servir como incentivo para apuração mais aprofundada deste mesmo objeto ou de outros. O artigo está estruturado com esta introdução, seguido de um passeio na temática da importância do jornalismo na construção social que é continuado pelo estudo de caso proposto e pelas considerações finais do pesquisador.

2. A PARTICIPAÇÃO DO JORNALISMO NA CONSTRUÇÃO SOCIAL DA REALIDADE

Segundo a compilação de autores da comunicação que Castro (2012) fez do conceito de jornalismo, depreende-se que o jornalismo, enquanto ciência humana e social, baseia-se na construção e reconstrução de sentidos que conta com ilimitadas variáveis e que se vale da interpretação e análise da audiência ou do próprio jornalista diante das ações humanas. Isso significa que há, necessariamente, um índice inevitável de participação do observador na construção desse sentido (CASTRO, 2012).

Essa construção é possível através da notícia, que de acordo com Sousa (2002):

“é um artefato linguístico que representa determinados aspectos da realidade, resulta de um processo de construção onde interagem factores de natureza pessoal, social, ideológica, histórica e do meio físico e tecnológico, é difundida por meios jornalísticos e comporta informação com sentido compreensível num determinado momento histórico e num determinado meio sociocultural, embora a atribuição última de sentido dependa do consumidor da notícia”.

O jornalismo, portanto, é caracterizado por uma mediação entre fato e coletividade, o que o coloca na condição de interpretador. Essas interpretações estabelecem ligações singulares entre os sujeitos sociais e as situações vivenciadas por eles ao estabelecer sentidos às eventualidades. Estudos da área de comunicação e jornalismo já concluíram que fatos e eventos se tornam notícias porque atendem a critérios de noticiabilidade, que compreendem apenas uma parte das variáveis citadas acima. Falaremos um pouco mais sobre essas diversidades ao decorrer do trabalho.

Entre os diversos paradigmas presentes na prática e na ciência jornalística, estão as limitações práticas da execução da notícia (imposições da empresa, relações com as fontes, etc), e os valores-notícia segundo Wolf (2003, p. 195), “constituem a resposta à pergunta seguinte: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias?”. Os critérios de noticiabilidade também são fortes influências nesse processo, pois compõem a linha editorial de uma redação e definem, dos acontecimentos noticiáveis, quais são viáveis ao jornal de serem divulgadas.

Fabiane Barbosa Moreira (2006, p. 01), complementa o pensamento de Wolf afirmando que, “para além do significado que o próprio fato possa ter, por natureza, essa relevância pode ser visualizada e construída inclusive a partir do relato em si, e de como ele é construído”.

Então é possível inferir que o jornalista não “cria” ou “reproduz” essa realidade, mas mostra uma interpretação do ângulo que lhe foi possível observar determinado evento, sendo que o mesmo ângulo pode gerar diversas outras interpretações. Os critérios de noticiabilidade, portanto, permitem acessar essas “reduções” da realidade através das classificações, pois destacam aspectos de um fato em detrimento de outros.

Ao noticiar fatos de importância pública, o jornalismo atua sob a perspectiva do serviço público, à medida que, quando informa sobre coisas de interesse do público, age a partir de interesses econômicos, e os critérios de noticiabilidade também levam em consideração esses aspectos, por isso são diferentes em espaços e épocas diferentes.

Esses julgamentos que estão prévios e durante a inscrição da notícia são, portanto, também subjetivos e dependem de algum nível do juízo dos atores filtrantes de uma redação, os *gatekeepers*. Na década de 1950, os estudos acerca da teoria do *Gatekeeper* representaram o início da pesquisa jornalística acadêmica e refletem o poder de algum nível de manipulação e poder por parte de quem escreve (ou de quem manda em quem escreve) (WHITE, 1993).

A ideia de manipulação, no entanto, não deve ser entendida na perspectiva maniqueísta em que os veículos de comunicação manipulam a informação baseados na vontade de controlar a população a que se direcionam. Esse pensamento é reducionista e desconsidera um leque de variáveis que sofre o processo de comunicação, que é sempre uma via de múltiplas mãos.

É preciso levar em consideração que essa função ‘*gatekeeper*’ também é múltipla e perpassa diversos elementos e atores, tais como: o proprietário do veículo, possíveis sanções, ética, pressões da comunidade, espaços e meios

físicos, departamento comercial. Vários autores do jornalismo acadêmico refletem sobre essa estrutura infinita através da Teoria Organizacional.

Dado o caráter também subjetivo dos critérios de noticiabilidade e valor-notícia, surge um questionamento: seria então um mito a ideia de objetividade e neutralidade jornalística? Segundo Adelmo Genro Filho (1987), a resposta para essa pergunta é sim, já que não há “existe relação humana sem mediações objetivas e subjetivas”. Dada à condição de sujeito do jornalista, ou seja, de ator influente em sua realidade, é praticamente impossível atingir uma neutralidade integral no relato dos acontecimentos.

Vejamos: os fatos não são meros objetos estáticos e congelados em laboratórios que podem ser vistos por uma mesma pessoa por diversos ângulos ao mesmo tempo. Uma neutralidade íntegra dos fatos significaria reproduzi-lo tal qual ele foi, sem desconsiderar nenhum sequer detalhe, o que é impossível. Há também o fato de que jornalistas, como qualquer pessoa, não são desprovidos de valores, preconceitos, crenças, históricos, etc.

No entanto, essa impossibilidade de ser neutro não retira do jornalista a responsabilidade de ao menos tentar ser o mais objetivo possível, tanto em sua prática de absorção dos acontecimentos, quanto em sua escrita. A objetividade e neutralidade se colocam então não como elemento inerente ao jornalista e que surge de forma natural junto a ele, mas como algo que deve sempre ser buscado, um ideal que orienta. Em “O discurso do Jornal”, Rebelo (2000) aponta:

“(…) não há verdadeiro distanciamento [do jornalista em relação ao fato]. Nem espacial, nem temporal, nem cultural, nem sociológico. Até porque, como salienta Paul Riccoeur ‘narrar é já refletir sobre os acontecimentos narrados’.” O jornalista, portanto, “(…) atua, assim, duplamente, como protagonista de um discurso dialógico e como parte de um coletivo profissional com regras e projetos próprios” (REBELO, 2000, p. 17-8).

A pretensão de objetividade e neutralidade parte não apenas da redação e seus agentes, mas também do público que consome as notícias, e espera

conteúdos neutros e objetivos, dessa forma legitimando e credibilizando o trabalho jornalístico. Nesse contexto, é importante lembrar da ideia de “Enquadramento” dentro da pesquisa em comunicação, pois é um importante meio de definir essa relação entre público e notícia.

Principado a partir de ideias de Gaye Tuchmann (1978) e Todd Gitlin (1980), os estudos de enquadramento no jornalismo têm raízes na ideia de *frame* dos estudos de ciências sociais de Erving Gofmann (1986), que propôs analisar componentes de "organização da experiência" humana, como 'quadros' de princípios que compartilham em uma coletividade uma noção de sentidos dados às coisas.

A partir dessa noção, Gitlin (1980) define que enquadramentos:

“(...) organizam o mundo tanto para os jornalistas que escrevem relatos sobre ele, como também, em um grau importante, para nós que recorremos às suas notícias. São padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam o discurso, seja verbal ou visual, de forma rotineira”.

Em resumo, a ideia compreende orientações e relações sistemáticas que estruturam as notícias, impostos especialmente pela linha editorial do veículo e que direcionam o público a entender de formas determinadas eventos específicos. Para Tuchmann (1978), assim como as janelas nos permitem visualizar um ângulo específico de uma paisagem, a notícia seria a janela de um fato, ou seja, o próprio enquadramento.

Os estudos desses dois pesquisadores se complementam e abriram portas para a pesquisa de enquadramento no jornalismo. Enquanto Tuchmann pensou os enquadramentos como construtores de realidade, Gitlin abordou a questão do enquadramento enquanto influenciador de realidades já estabelecidas - questionando como o movimento estudantil dos anos 1960 dos Estados Unidos foi influenciado pela ação midiática e vice-versa.

Dessa forma, o jornalismo constrói realidades a partir desses diversos “paradigmas” que auxiliarão na construção desses relatos e na forma como eles serão lidos pela sociedade. Acontece, na verdade, uma relação dialógica: a construção é recíproca e se faz numa retroalimentação infinita entre jornalismo enquanto ator social, e os outros atores sociais que compõe a sociedade. Para Goffman, o enquadramento é, portanto, sobre o envolvimento dos sujeitos sociais com determinadas situações.

A propósito, cabe aqui um entendimento prático desses paradigmas que compõem o enquadramento de uma notícia. Valor-notícia, critérios de noticiabilidade e vivências organizacionais são apenas algumas das forças que se relacionam com o processo constitutivo da notícia. Essas linhas de parâmetros partem de todos os lados e passeiam por todo o processo: do setor comercial à subjetividade dos jornalistas, até à leitura da informação.

Uma síntese dos estudos permite perceber que, diante da complexidade do conceito de enquadramento, não é possível delinear uma teoria que sistematize todas as práticas de enquadramentos possíveis, especialmente porque o enquadramento parte não só do emissor (no caso, jornalista/veículo), mas pode ser também aplicado pela audiência (enquadramento cívico).

Os enquadramentos podem ser definidos como “marcos interpretativos mais gerais construídos socialmente que permitem às pessoas fazer sentido dos eventos e das situações sociais” (PORTO, 2004, p. 78). Também chamado de *framing*, suas categorizações se dão a partir da prática jornalística. Por exemplo: se uma notícia apresenta personagens em disputa, então nós temos um quadro de conflito.

Para compreender como o jornalismo atual constrói frames que influenciam na percepção dos acontecimentos, é importante se atentar para dois fatos importantes do conceito: vale lembrar do entendimento de que há uma relação não fidedigna entre representação (a notícia) e representado (fato), o que já foi discutido acima; os frames são artifícios utilizados pelo jornalista e pela audiência para escrita e recepção da narrativa construída em determinada notícia, que deve ter coesão e coerência, lógica.

A partir desses dois pressupostos, é possível compreender que há uma relação dialógica entre o jornalismo e sua audiência, e este primeiro, junto à mídia, não pode ser acriticamente entendido enquanto ator social central na disseminação de percepções e entendimentos da realidade.

3. O JORNALISMO DIGITAL: FAKENEWS E CREDIBILIDADE

Enquanto por um lado o jornalismo tem certa responsabilidade na construção social da realidade, por outro ele pode, em algum nível, ter sua credibilidade questionada. Narrativas falsas maquiadas de informativos profissionais são espalhadas no intuito de tornar-se verdade na mente das pessoas, que legitimam o “falso fato” e potencializa suas possíveis consequências, por vezes desastrosas. São as fakenews, as informações falsas espalhadas na internet.

Azevedo afirma que fake news “relatam notícias ou histórias que são completamente inventadas, que são falsas e que são usadas para enganar os leitores” (AZEVEDO, 2017, [s. p.]). A intensificação da ausência do jornalismo na intermediação da informação por conta das mídias sociais possibilita que todos possam disseminar o que quiserem, fomentando uma cultura da desinformação, anulando o instrumento essencial para a criticidade e para a democracia: a credibilidade jornalística.

Nesse ambiente de desqualificação do jornalismo profissional é importante voltar às atenções para as demandas do público ativo para que se consiga sobreviver no mercado.

No período de pandemia, no entanto, o jornalismo parece ter reconquistado parte do seu espaço e credibilidade por vezes ameaçados na vida das pessoas. Segundo pesquisa Datafolha divulgada em março de 2020, a população diz confiar mais em programas jornalísticos de TV (61%) e nos jornais impressos (56%) para se informar sobre a pandemia da COVID-19. Rádio e site de notícias estão logo em seguida, com 50% e 38% de credibilidade, respectivamente.

Os dados chamam atenção para o fato de que as mídias tradicionais mantêm sua importância quando o tema é “fonte de informação”. Também é

possível afirmar que fizeram efeitos as campanhas mundiais realizadas contra as notícias falsas na TV, rádio e internet.

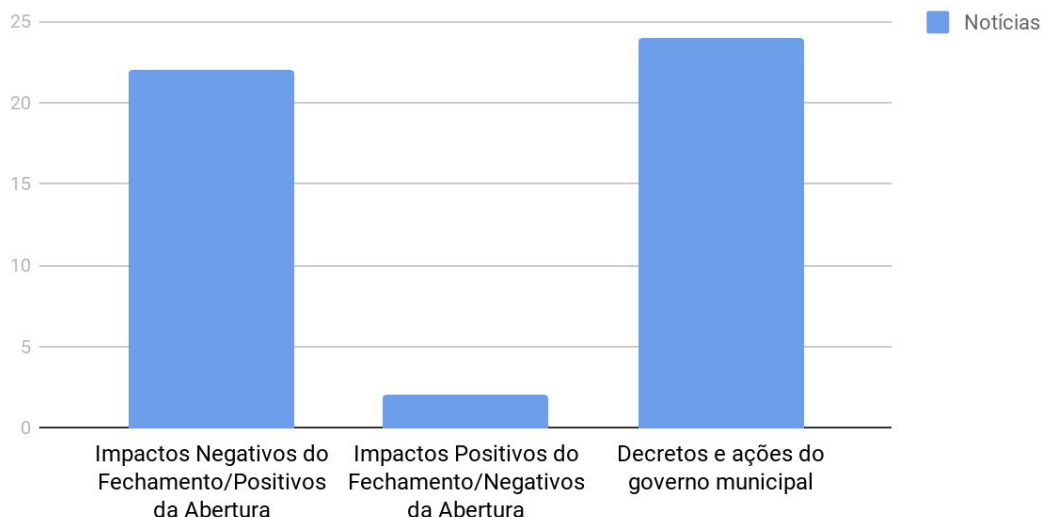
4. O COMÉRCIO FEIRENSE NO PORTAL ACORDA CIDADE DURANTE A PANDEMIA

Num primeiro momento, foi pesquisado na categoria Feira de Santana no Portal Acorda Cidade, notícias com o tema central “comércio de Feira de Santana durante a pandemia”, das quais 47 foram encontradas. Essas notícias se referem ao período de 20 de abril (primeiro decreto de reabertura) a 30 de Julho (data limite estabelecida para este artigo).

Algumas notícias, como as que se referem às demissões em massa de empresas, ou de grandes prejuízos, não se referem necessariamente à abertura ou ao fechamento diretamente, mas foram incluídas na pesquisa por serem temas e abordagens que são potentes interferentes na opinião pública sobre o assunto abertura/fechamento do comércio.

Em seguida, foi feita uma leitura com profundidade de todas as 47 matérias no intuito de classificar e agrupar as informações em um gráfico. Segundo orientação do modelo de Bardin (2006, p.111), é necessário se fazer uma categorização que reúna unidades de registro num grupo de elementos em comum de título genérico. As categorias definidas foram: Impactos Negativos do Fechamento/Positivos da Abertura; Impactos Positivos do Fechamento/Negativos da Abertura. No gráfico a seguir (Gráfico 1), faremos o detalhamento das manchetes a partir das unidades de categorização.

Gráfico 1 - Categorização das matérias a partir de análise das manchetes



As quatro categorias foram transformadas em duas, porque se bem observarmos, elas são “sinônimas” entre si. Falar sobre os impactos positivos da abertura é necessariamente falar dos impactos negativos do fechamento, e vice-versa. A dicotomia na qual nos encontramos aqui soa quase como um problema, por talvez resumir por demais a complexidade das notícias selecionadas, como se elas, por exemplo, ao favorecer a reabertura do comércio, necessariamente apontassem pontos negativos à continuidade do fechamento.

Não é difícil advogar em favor dessa divisão. É preciso levar em conta sobretudo o contexto em que essas notícias foram publicadas para entender que qualquer publicação pode ter função importante no entendimento geral sobre o que significa para a população a continuidade do comércio fechado ou a reabertura deste.

Vejamos um exemplo: O release “Feira tem segundo menor índice de mortes por coronavírus entre 20 cidades com mais de 500 mil habitantes”, publicada em 30 de maio de 2020, não cita em momento algum o tema da reabertura do comércio, tampouco da continuidade de fechamento. Mas ao ser divulgado no Portal Acorda Cidade, compõe um grupo de outras publicações que reforçam a necessidade de reabertura. É natural questionar: se Feira de

Santana ocupa lugar tão privilegiado nesse ranking, então têm-se ali uma arena segura para voltar a trabalhar, certo? Errado. Naquele momento a cidade havia registrado 513 casos e 13 óbitos, mas com a reabertura promovida pouco mais de um mês antes, os casos evoluíram subitamente.

O fato é que aquela publicação, que aos olhos leigos pode soar aleatória e espontânea, acaba tendo em si mesma a função de reforçar e massificar uma mensagem que, de forma implícita, dissolve nos ares a aura de segurança para a reabertura do comércio. A publicação pode ser, portanto, considerada parte do grupo “Impactos Negativos Fechamento/Positivos da Abertura”, assim como as outras nesta categoria enquadradas.

De certo que essa definição foi precedida por uma investigação de cada matéria para identificar o que há de comum entre elas. Segundo Bardin (2006, p. 147-150), “a categorização é um processo de tipo estruturalista e comporta duas etapas: o inventário: isolar os elementos; e a classificação: repartir os elementos [...]”.

Não foram consideradas neste artigo as manchetes de notícias sobre abertura ou fechamento de complexos comerciais de bairros distantes do centro feirense. Ou seja, o recorte deste artigo compreende o comércio do bairro Ponto Central de Feira de Santana e engloba o Shopping Boulevard por ser um importante empreendimento comercial da cidade.

Neste momento será abordada a quantidade de vezes em que foram publicadas notícias no período especificado de acordo com cada categoria.

Foram identificadas 22 notícias que remetem a fatos e/ou consequências negativas causados pelo fechamento ou permanência do fechamento do comércio (Tabela 1), que sugerem que, caso o comércio estivesse aberto, aquela situação não estaria ocorrendo, ou um possível impacto positivo da abertura poderia ser intensificada dada a manutenção do funcionamento. Abaixo identifica-se as manchetes desse primeiro grupo de notícias.

Tabela 1 – Matérias da categoria Impactos Negativos do Fechamento/Positivos da Abertura.

MANCHETE	FORMATO	DATA
Mesmo com pouco movimento, comerciantes comemoram reabertura do comércio durante o feriado	Matéria	21/04/2020
Presidente da Associação Comercial diz que cerca de 90% das lojas do comércio podem voltar funcionar	Matéria	21/04/2020
Empresas de ônibus vão demitir 293 rodoviários em Feira de Santana, informa sindicato	Entrevista	04/05/2020
Dia das Mães promove grande movimento do comércio de Feira de Santana neste sábado (9)	Matéria	09/05/2020
Empresários avaliam que economia de Feira de Santana pode retroceder dez anos após a pandemia	Entrevista	26/05/2020
Grupo faz manifestação em frente à prefeitura para que o comércio de Feira se mantenha aberto	Matéria	20/05/2020
Movimento do comércio foi alto no último dia antes do fechamento temporário	Matéria	21/05/2020
Boulevard Shopping perde 100 milhões de reais em vendas com o fechamento	Entrevista	22/05/2020
Feira tem segundo menor índice de mortes por coronavírus entre 20 cidades com mais de 500 mil habitantes	Release	30/05/2020
Manifestantes protestam contra o fechamento do comércio em frente a Hospital de Campanha e pedem informações sobre obra	Matéria	29/05/2020
'O comércio de Feira de Santana está agonizando', declara presidente da Associação Comercial	Entrevista	08/06/2020
Centro de Abastecimento registra grande movimento nesta quarta-feira (10)	Matéria	10/06/2020
Reabertura do comércio com escalonamento divide opinião da comunidade	Matéria	15/06/2020
Comerciantes afirmam que o movimento foi fraco na	Matéria	17/06/2020

reabertura das lojas		
Shopping Boulevard reabre com horário reduzido e medidas de segurança	Matéria	18/06/2020
Comércio de Feira de Santana registra pouca movimentação neste dia de São João	Matéria	24/06/2020
'O comércio não é o culpado pelo aumento de casos de covid-19 em Feira de Santana', diz presidente da CDL	Entrevista	06/07/2020
Transporte coletivo: empresas de ônibus podem demitir mais 120 trabalhadores em Feira de Santana	Matéria	09/07/2020
Com comércio fechado, presidente do Sindicato dos Rodoviários diz que sistema de transporte pode não resistir	Entrevista	13/07/2020
Reabertura do comércio: aumento da frota de ônibus deve ser discutida para atender demanda	Matéria	20/07/2020
Comércio de Feira de Santana registra grande movimento nesta terça (21), após novo escalonamento	Matéria	21/07/2020
Empresas de ônibus suspendem demissões de 120 trabalhadores	Entrevista	23/07/2020

Na categoria “Impactos Positivos do Fechamento/Negativos da Abertura”, foram identificadas apenas as notícias listadas abaixo (Tabela 2):

Tabela 2 – Matérias da categoria Impactos Positivos do Fechamento/Negativos da Abertura.

MANCHETE	FORMATO	DATA
Colbert rebate opiniões contra o fechamento do comércio e diz: 'Emprego para morto não é necessário'	Entrevista	27/05/2020
Com aumento de 185% nos casos de covid-19 em Feira, especialista diz que comércio deve continuar fechado	Release	02/06/2020

Por último, na lista da Categoria “Decretos e ações do governo municipal”, foram encontradas 23 notícias que se referem a medidas contra o covid-19 tomadas pelo governo municipal no comércio feirense (Tabela 3).

Tabela 3 – Decretos e ações do governo municipal

MANCHETE	FORMATO	DATA
Lojas de até 200 m ² quadrados podem funcionar a partir desta terça-feira (21), decide prefeito	Matéria	20/04/2020
Centro de Feira de Santana terá ruas interditadas nesta terça (5)	Release	04/05/2020
Comércio: prefeito prorroga decisões de decreto anterior até o dia 18	Matéria	04/05/2020
Prefeitura avalia continuidade de medida que interdita ruas no centro da cidade	Matéria	05/05/2020
Prefeitura de Feira de Santana publicará decreto sobre antecipação de feriados	Matéria	23/05/2020
Feriado antecipado em Feira de Santana será o de Corpus Christi, confirma prefeitura	Matéria	23/05/2020
Prefeito de Feira autoriza funcionamento de casas lotéricas nestes feriados antecipados	Matéria	25/05/2020
Comerciantes desrespeitam prevenção e têm os estabelecimentos fechados em Feira de Santana	Matéria	27/05/2020
ERRATA - Decreto municipal	Nota	27/05/2020
Força-tarefa já fechou e interditou 95 estabelecimentos	Release	27/05/2020
Prefeito decide prorrogar decreto de fechamento do comércio até 8 de junho	Matéria	30/05/2020
Prefeitura divulga no Diário Oficial prorrogação do decreto de fechamento do comércio	Matéria	31/05/2020

Prefeito prorroga decreto que determina fechamento do comércio até dia 15	Matéria	07/06/2020
Estabelecimentos comerciais autorizados a funcionar têm novas restrições; confira	Matéria	08/06/2020
Novo decreto apresentará escalonamento de reabertura do comércio e shoppings, diz prefeito em coletiva	Matéria	15/06/2020
Prefeito de Feira prorroga decreto de reabertura do comércio com escalonamento	Matéria	22/06/2020
Veja como funcionarão os serviços essenciais de 7 a 13 de julho em Feira de Santana	Matéria	06/07/2020
Fiscalização fecha sete estabelecimentos nesta terça (7)	Release	08/07/2020
Prefeito de Feira de Santana prorroga fechamento do comércio até dia 20 de julho	Matéria	13/07/2020
Toque de recolher: atividades comerciais devem funcionar até às 16h	Matéria	15/07/2020
Confira quais são os estabelecimentos que não podem funcionar neste sábado e domingo	Matéria	17/07/2020
Prefeito não prorroga Toque de Recolher e decide flexibilizar a abertura do comércio a partir de terça (21)	Matéria	19/07/2020
Prefeito de Feira de Santana decide manter o comércio aberto por mais duas semanas e sem escalonamento	Matéria	27/07/2020

É preciso chamar atenção para publicação de quatro notícias específicas por serem publicações feitas exclusivamente para divulgar a perspectiva de parte do empresariado feirense. Todas estão enquadradas na categoria “Impactos Negativos do Fechamento/Positivos da Abertura”. São elas: “Boulevard Shopping perde 100 milhões de reais em vendas com o fechamento”; “Empresários avaliam que economia de Feira de Santana pode retroceder dez anos após a pandemia”; “O comércio de Feira de Santana está

agonizando', declara presidente da Associação Comercial"; "O comércio não é o culpado pelo aumento de casos de covid-19 em Feira de Santana', diz presidente da CDL".

5. PUBLICAÇÕES EM DESTAQUE

Em função do grande universo de informações e notícias encontradas, foi escolhido para uma análise mais aprofundada algumas notícias da Categoria "Impactos Negativos do Fechamento/Positivos da Abertura", pois foi nesta onde foram encontradas grande parte das notícias e, ao contrário da Categoria dos "Decretos e ações do governo municipal", dispõe de mais conteúdos que substancialmente permitem a análise, já que a categoria de ações oficiais são mais objetivas.

É possível observar que logo após a publicação do Decreto 11.535 de 20 de abril de 2020 que permitiu o funcionamento de lojas de até 200m² no comércio feirense, são publicadas notícias que de algum modo impulsionam a ideia da necessidade de permanência do comércio aberto. No período analisado, 8 decretos sobre abertura e fechamento do comércio foram identificados, a maioria mantendo o funcionamento do comércio.

Algumas das notícias que representam essa ideia são: Empresas de ônibus vão demitir 293 rodoviários em Feira de Santana, informa sindicato; Empresários avaliam que economia de Feira de Santana pode retroceder dez anos após a pandemia; Boulevard Shopping perde 100 milhões de reais em vendas com o fechamento; 'O comércio de Feira de Santana está agonizando', declara presidente da Associação Comercial; 'O comércio não é o culpado pelo aumento de casos de covid-19 em Feira de Santana', diz presidente da CDL; Transporte coletivo: empresas de ônibus podem demitir mais 120 trabalhadores em Feira de Santana; Com comércio fechado, presidente do Sindicato dos Rodoviários diz que sistema de transporte pode não resistir; Empresas de ônibus suspendem demissões de 120 trabalhadores.

Cabe aqui uma análise mais aprofundada desses títulos na justificativa de que são elas que mais representam a ideia de necessidade de abertura ou permanência de abertura do comércio ao levantar constatações de forma

apelativa sobre a situação econômica da cidade e de empreendimentos. As postagens foram publicadas na seguinte frequência (Tabela 4):

Tabela 4 - Datas das publicações

MANCHETE	DATA
Empresas de ônibus vão demitir 293 rodoviários em Feira de Santana, informa sindicato	04/05/2020
Boulevard Shopping perde 100 milhões de reais em vendas com o fechamento	22/05/2020
Empresários avaliam que economia de Feira de Santana pode retroceder dez anos após a pandemia	26/05/2020
'O comércio de Feira de Santana está agonizando', declara presidente da Associação Comercial	08/06/2020
'O comércio não é o culpado pelo aumento de casos de covid-19 em Feira de Santana', diz presidente da CDL	06/07/2020
Transporte coletivo: empresas de ônibus podem demitir mais 120 trabalhadores em Feira de Santana	09/07/2020
Com comércio fechado, presidente do Sindicato dos Rodoviários diz que sistema de transporte pode não resistir	13/07/2020
Empresas de ônibus suspendem demissões de 120 trabalhadores	23/07/2020

É curioso perceber que, de todas essas, apenas uma é matéria. Outras sete são entrevistas feitas com empresários ou responsáveis outros de empresas que foram ao ar no programa de Rádio Acorda Cidade ou sindicatos (que vai ao ar na Rádio Sociedade News FM 102.1) e transcritas em forma de matéria para o Portal Acorda Cidade.

A amostra também pode ser analisada a partir da garimpagem de palavras mais recorrentes nas matérias, bem como os valores-notícia e fontes utilizadas. As palavras que surgem com maior frequência parecem se relacionar com a ideia de 'negatividade' do fechamento do comércio.

Foram contabilizados dezenove termos com frequências de aparições variadas, mas que superam a quantidade quatro vezes. Não foram considerados os termos quando eles apareceram nos hiperlinks (manchetes de outras matérias linkadas situadas no rodapé das publicações) porquê os hiperlinks são uma das métricas utilizadas neste estudo e também não foram considerados os termos em tags ou qualquer outra aparição destes fora do corpo da matéria analisada, exceto título e sub-título. Palavras parecidas e com mesmo prefixos ou que tenham mesmo significado, como por exemplo “aberto” e “abertura” ou “covid-19” e “coronavirus”, foram condensadas, ou seja, consideradas equivalentes (Tabela 5).

Tabela 5 - Palavras com maiores recorrências

PALAVRA	QUANTIDADE
COMÉRCIO	68
FECHADO	39
FUNCIONÁRIO	31
EMPRESA	30
DEMISSÃO	28
ECONOMIA	27
PREOCUPAÇÃO	22
ABERTO	20
EMPRESÁRIO	19
EMPREGO	19
SAÚDE	17
CUIDAR	16
DESEMPREGO	11

IMPACTOS	11
CORONAVIRUS	11
SEGURANÇA	6
PROBLEMA	6
DEFENDER	5
SOBREVIVER	4

Situadas em seus devidos contextos encontrados nas notícias, as palavras permitem a identificação de alguns pressupostos que foram repetidos no noticiário on-line e que podem ter exercido influência sobre a opinião pública no que tange à abertura do comércio feirense durante a pandemia.

O termo “economia” ou “econômico” surge 27 vezes, sempre sendo associados à ideia de retrocessos por conta do fechamento do “comércio” (68 vezes). Aliás, “comércio” chega a surgir em alguns casos como uma persona desprovida de culpa do aumento de casos. O termo “aberto” está quase sempre apontando para a necessidade de reabertura do comércio e do lado positivo dessa ação e o termo “fechado” segue na contramão dessa lógica.

É possível perceber que a relação estabelecida entre a palavra “empresa” (que aparece 30 vezes) com a maioria dos contextos interpretáveis nas notícias é sempre de prejuízo ou “demissões”. O termo “empresário” (19 vezes), em contrapartida, vem sempre associado à ideia de “preocupação” (esse termo aparece 22 vezes), segurança, solução e “cuidado” (termo aparece 16 vezes) com esse e outros “problemas” que o fechamento do comércio pode provocar ou “impactar” (esse termo surge 11 vezes e tem sentido negativo em seus empregos).

Essa associação da figura do empresário à ideia de cuidado que acontece de forma corriqueira nessas notícias, infere a este uma imagem de salvador de uma difícil situação econômica que passa a cidade. É importante se atentar para o fato de que o empresariado, como qualquer grupo social, carrega seus interesses, e por vezes eles podem ir para além do que está

explícito: a abertura do comércio, por exemplo, não dificultaria tão somente uma suposta recessão da economia municipal, mas a continuidade de lucro das empresas dos quais esses empresários são donos.

Um outro elemento que compõe as publicações do Portal Acorda Cidade e que podem servir de métrica para nossa análise são as fontes utilizadas nas matérias, como é possível conferir na tabela abaixo:

Tabela 6 - Frequência das fontes utilizadas

FONTE	APARIÇÕES
Membros de sindicatos	4 VEZES
Empresários	10 VEZES

A leitura do material de análise permite perceber que esses empresários - que são preferência nas matérias para falar sobre a reabertura do comércio e as consequências do fechamento - são, na maioria das vezes, apresentados como membros de associações ou sindicato patronal, o que de fatos são. É curioso também que em todas as notícias retiradas para recorte, as falas das fontes advêm de uma entrevista realizada ao vivo no Programa Acorda Cidade.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

É possível observar que, ainda que não de forma intencional - o que seria um apontamento delicado e leviano afirmar que assim fora -, o Portal Acorda Cidade favoreceu, ainda que indiretamente, a promoção de uma aura de necessidade da reabertura do comércio, sobretudo no período que antecedeu os feriados de Dia dos Namorados e Dias das Mães, o que favoreceu de alguma forma o empresariado feirense.

Essa constatação se faz principalmente porque, no período pesquisado, o Portal fez postagens que chamam a atenção ao destacar consequências negativas do fechamento e positivas da abertura, chegando até a fazer uma

reportagem com o título “Empresários avaliam que economia de Feira de Santana pode retroceder dez anos após a pandemia”.

Publicações nesse sentido foram feitas também numa certa frequência, o que reforça a hipótese de favorecimento da abertura do comércio. Foram identificadas também a recorrência de termos que são contextualizados de modo a incentivar a reabertura do comércio ao apontar consequências negativas da permanência do comércio fechado, fazendo inclusive uso de termos de apelo emocional como “sobrevivência”. Essas notícias, por conseguinte, eram prosseguidas por hiperlinks que complementam ainda mais a ideia.

Outra constatação que reforça o pressuposto de que o Portal online Acorda Cidade favoreceu a reabertura do comércio feirense é que, das fontes ouvidas, a maioria delas foram empresários e comerciantes do município feirense, pessoas que naturalmente compõem uma ótica favorável à reabertura.

É importante salientar que, embora o tom crítico e desconfiado se faça presente nas análises deste artigo, ele nunca pode estar amarrado à uma ideia de visão maniqueísta, pois, dessa forma, ele perderia por si só seu caráter crítico. O empresariado feirense, portanto, não seria aqui apresentado necessariamente como um grupo antagonista que age em função dos seus interesses em detrimento da população de um modo geral. É preciso considerar a relação dialógica e de negociações que ocorre entre os mais diversos agentes sociais.

Este trabalho não tem o intuito de ser conclusivo (assim como, considere, nenhum trabalho científico, sobretudo das ciências humanas, deva ter), mas reflexivo, por isso, pode ser considerado como uma provocação para que outras análises possam ser feitas em portais feirenses.

REFERÊNCIAS

- AZEVEDO, Fernando Uilherme Barbosa de. **O negócio sujo das fake news. Hackers expostos! Veja o mundo lucrativo e antiético das fake news.** 2017.
- BALSEY, C. **The Critical practice.** Londres: Methuen, 1989.
- Barbosa; Maria Emília. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.
- BARDIN, Laurence (2009). **“Análise de Conteúdo”.** Edições 70, Lda., Lisboa, Portugal.
- BRANDÃO, Helena Nagamine. **Introdução à Análise do Discurso.** 2.ed.rev. Campinas: Ed.Unicamp, 2004.
- BRAGA, A. (2007). **Usos e consumos de meios digitais entre participantes de weblogs: uma proposta metodológica.** In: Anais do XVI Encontro da Compós, na UTP, em Curitiba, PR, 2007. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_162.pdf Acessado em 27 de Nov. 2020
- GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide: Para uma teoria marxista do jornalismo.** Porto Alegre: Tchê!, 1987a.

- GEERTZ, C. (2001). **Nova luz sobre a antropologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar
- GITLIN, T. **The whole world is watching: mass media in the making & unmaking of the new left**. Berkeley: University of California Press, 1980. Tradução (Introduction, p.1-18) de MTGF de Albuquerque e FFLA de Albuquerque. Rev. técn. de Afonso de Albuquerque.
- GOFFMAN, Erving. **Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience**. Boston: Northeastern University Press, 1986.
- Hackett, Robert 1993 "**Declínio de um paradigma? "A parcialidade e a objetividade nos estudos dos media noticiosos"**", in Nelson Traquina, org., **Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"**, Lisboa: Vega, pp.101-130.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Editora Atlas, 1992. 4a ed. p.43 e 44.
- MAINGUENEAU, D. **Termos-chave da análise do discurso**. Tradução Márcio Venício
- MARTINO, L. **Métodos de Pesquisa em Comunicação. Projetos, ideias, práticas**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2018.
- MONTARDO, S. P., & ROCHA, P. K. (2005). **Netnografia. Incursões metodológicas na cibercultura**. Revista E-compos, volume 4, Brasília. Disponível em: http://boston.braslink.com/compos.org.br/e%2Dcompos/adm/documentos/dezembro2005_paula_sandra.pdf Acesso em 26 Nov. 2020
- ORLANDI, Eni. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 7 ed. São Paulo: Pontes, 2007. 99 p.
- PORTO, M. **Enquadramentos da mídia e política**. In: RUBIM, A. A. C. (org.). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. São Paulo: Unesp; Salvador: Edufba, 2004.
- PORTO, Mauro. **Enquadramentos da Mídia e Política**. In: XXV Congresso da Intercom. Anais. Salvador: UNEB, 2002.
- REBELO, José. **O discurso do jornal: o como e o porquê**. Lisboa: Editorial notícias. 2000
- SOUSA, J. P. (2002) – **Teorias da Notícia e do Jornalismo. Florianópolis: Letras Contemporâneas**. Disponível em < (<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-da-noticia.pdf>)>.
- WHITE, David. **O gatekeeper: uma análise de caso da seleção de notícias**. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Vega, 1993.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes: 2003

ANEXO I

DIA DAS MÃES

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/226071/lojas-de-ate-200-m%C2%B2-quadrados-podem-funcionar-a-partir-desta-terca-feira-21-decide-prefeito.html> DECRETO ABERTURA 1

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/226102/presidente-da-associacao-comercial-diz-que-cerca-de-90-das-lojas-do-comercio-podem-voltar-funcionar.html>

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/226113/mesmo-com-pouco-movimento-comerciantes-comemoram-reabertura-do-comercio-durante-o-feriado.html>

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/226677/centro-de-feira-de-santana-tera-ruas-interditadas-nesta-terca-5-.html> DECRETO

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/226682/empresas-de-onibus-va-o-demitir-293-rodoviaros-em-feira-de-santana-informa-sindicato.html> IMPACTO NEGATIVO DO FECHAMENTO

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/226685/comercio-prefeito-prorroga-decisoes-de-decreto-anterior-ate-o-dia-18.html> DECRETO

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/226710/prefeitura-avalia-continuidade-de-medida-que-interdita-ruas-no-centro-da-cidade.html> DECRETO

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/226932/dia-das-maes-promove-grande-movimento-do-comercio-de-feira-de-santana-neste-sabado-9-.html> IMPACTO POSITIVO DA ABERTURA

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/227719/empresarios-avaliam-que-economia-de-feira-de-santana-pode-retroceder-dez-anos-apos-a-pandemia.html> IMPACTO NEGATIVO DO FECHAMENTO

DIA DOS NAMORADOS

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/227458/grupo-faz-manifestacao-em-frente-a-prefeitura-para-que-o-comercio-de-feira-se-mantenha-aberto.html> IMPACTO NEGATIVO DO FECHAMENTO

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/227490/movimento-do-comercio-foi-alto-no-ultimo-dia-antes-do-fechamento-temporario-.html> IMPACTO POSITIVO DA ABERTURA

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/227570/boulevard-shopping-pe-rde-100-milhoes-de-reais-em-vendas-com-o-fechamento.html> IMPACTO NEGATIVO DO FECHAMENTO

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/227591/prefeitura-de-feira-de-santana-publicara-decreto-sobre-antecipacao-de-feriados.html> DECRETO DE FECHAMENTO

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/227606/feriado-antecipado-em-feira-de-santana-sera-o-de-corpus-christi-confirma-prefeitura.html> DECRETO FERIADO

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/227690/prefeito-de-feira-autoriza-funcionamento-de-casas-lotericas-nestes-feriados-antecipados-.html> DECRETO STAND BY

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/227756/comerciantes-desrespeitam-prevencao-e-tem-os-estabelecimentos-fechados-em-feira-de-santana.html> DECRETO STAND BY

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/227764/colbert-rebate-opinioes-contra-o-fechamento-do-comercio-e-diz-emprego-para-morto-nao-e-necessario.html> IMPACTO POSITIVO FECHAMENTO

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/227751/errata-decreto-municipal-.html> decreto

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/227923/feira-tem-segundo-menor-indice-de-mortes-por-coronavirus-entre-20-cidades-com-mais-de-500-mil-habitantes.html> IMPACTO POSITIVO ABERTURA

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/227786/forca-tarefa-ja-fechou-e-interditou-95-estabelecimentos.html> DECRETO

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/227884/manifestantes-protestam-contra-o-fechamento-do-comercio-em-frente-a-hospital-de-campanha-e-pedem-informacoes-sobre-obra.html> IMPACTO NEGATIVO FECHAMENTO

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/227926/prefeito-decide-prorrogar-decreto-de-fechamento-do-comercio-ate-8-de-junho.html> DECRETO

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/227935/prefeitura-divulga-no-diario-oficial-prorrogacao-do-decreto-de-fechamento-do-comercio.html>

DECRETO

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/228038/com-aumento-de-185-nos-casos-de-covid-19-em-feira-especialista-diz-que-comercio-deve-continuar-fechado.html> **IMPACTO NEGATIVO ABERTURA**

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/228252/prefeito-prorroga-decreto-que-determina-fechamento-do-comercio-ate-dia-15.html> **DECRETO**

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/228271/o-comercio-de-feira-de-santana-esta-agonizando-declara-presidente-da-associacao-comercial.html>

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/228275/estabelecimentos-comerciais-autorizados-a-funcionar-tem-novas-restricoes-confira.html>

DECRETO

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/228372/centro-de-abastecimento-registra-grande-movimento-nesta-quarta-feira-10-.html> **IMPACTO POSITIVO ABERTURA**

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/228554/novo-decreto-apresenta-ra-escalonamento-de-reabertura-do-comercio-e-shoppings-diz-prefeito-e-m-coletiva.html> **DECRETO**

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/228600/reabertura-do-comercio-com-escalonamento-divide-opiniao-da-comunidade.html> **IMPACTO NEGATIVO FECHAMENTO**

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/228648/comerciantes-afirmam-que-o-movimento-foi-fraco-na-reabertura-das-lojas.html> **IMPACTO NEGATIVO FECHAMENTO**

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/228722/shopping-boulevard-reabre-com-horario-reduzido-e-medidas-de-seguranca-.html> **IMPACTO POSITIVO ABERTURA**

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/228848/prefeito-de-feira-prorroga-decreto-de-reabertura-do-comercio-com-escalonamento.html> **DECRETO**

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/228986/comercio-de-feira-de-santana-registra-pouca-movimentacao-neste-dia-de-sao-joao.html> **IMPACTO NEGATIVO FECHAMENTO**

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/229444/o-comercio-nao-e-o-culpado-pelo-aumento-de-casos-de-covid-19-em-feira-de-santana-diz-presidente-da-cdl.html> IMPACTO POSITIVO ABERTURA

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/229447/veja-como-funcionarios-servicos-essenciais-de-7-a-13-de-julho-em-feira-de-santana.html> DECRETO

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/229554/fiscalizacao-fecha-sete-estabelecimentos-nesta-terca-7-.html> DECRETO

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/229592/transporte-coletivo-empresas-de-onibus-podem-demitir-mais-120-trabalhadores-em-feira-de-santana.html> IMPACTO NEGATIVO FECHAMENTO

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/229750/prefeito-de-feira-de-santana-prorroga-fechamento-do-comercio-ate-dia-20-de-julho.html> DECRETO

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/229756/com-comercio-fechado-presidente-do-sindicato-dos-rodoviaros-diz-que-sistema-de-transporte-pode-nao-resistir.html> IMPACTO NEGATIVO FECHAMENTO

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/229855/toque-de-recolher-atividades-comerciais-devem-funcionar-ate-as-16h-.html> DECRETO

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/229961/confira-quais-sao-os-estabelecimentos-que-nao-podem-funcionar-neste-sabado-e-domingo.html> DECRETO

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/230006/prefeito-nao-prorroga-toque-de-recolher-e-decide-flexibilizar-a-abertura-do-comercio-a-partir-de-terca-21-.html> DECRETO

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/230036/reabertura-do-comercio-aumento-da-frota-de-onibus-deve-ser-discutida-para-atender-demanda-.html> IMPACTO POSITIVO ABERTURA

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/230082/comercio-de-feira-de-santana-registra-grande-movimento-nesta-terca-21-apos-novo-escalonamento.html> IMPACTO POSITIVO ABERTURA

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/230175/empresas-de-onibus-suspendem-demissoes-de-120-trabalhadores.html> IMPACTO POSITIVO ABERTURA

<https://www.acordacidade.com.br/noticias/230312/prefeito-de-feira-de-santana-decide-manter-o-comercio-aberto-por-mais-duas-semanas-e-sem-escolonamento.html> **DECRETO**