

VINÍCIUS DA SILVA COUTINHO
THAMYRES SOUSA DE OLIVEIRA

ENTRE VERDADES E MEMÓRIAS JORNALÍSTICAS SOBRE A PANDEMIA DA COVID-19



VINÍCIUS DA SILVA COUTINHO
THAMYRES SOUSA DE OLIVEIRA

ENTRE VERDADES E MEMÓRIAS JORNALÍSTICAS SOBRE A PANDEMIA DA COVID-19



Dedicamos esta obra a todas as
pessoas que perderam familiares e
amigos para a Covid-19 durante este
triste período da nossa história.

Dedicamos também aos
Profissionais da Imprensa que
trabalharam, incansavelmente, na
cobertura da pandemia.



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ - UESPI

Evandro Alberto de Sousa
Reitor

Jesus Antônio de Carvalho Abreu
Vice- Reitor

Mônica Maria Feitosa Braga Gentil
Pró-Reitora de Ensino de Graduação

Josiane Silva Araújo
Pró-Reitora Adj. de Ensino de Graduação

Raurys Alencar de Oliveira
Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação

Fábia de Kássia Mendes Viana Buenos Aires
Pró-Reitora de Administração

Rosineide Candeia de Araújo
Pró-Reitora Adj. de Administração

Lucídio Beserra Primo
Pró-Reitor de Planejamento e Finanças

Joseane de Carvalho Leão
Pró-Reitora Adj. de Planejamento e Finanças

Ivoneide Pereira de Alencar
Pró-Reitora de Extensão, Assuntos Estudantis e Comunitários

Marcelo de Sousa Neto
Editor da Universidade Estadual do Piauí



**GOVERNO DO ESTADO DO PIAUÍ
UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ - UESPI**



Rafael Tajra Fonteles **Governador do Estado**
Themístocles de Sampaio Pereira Filho **Vice-Governador do Estado**
Evandro Alberto de Sousa **Reitor**
Jesus Antônio de Carvalho Abreu **Vice-Reitor**

Conselho Editorial EdUESPI

Marcelo de Sousa Neto **Presidente**
Algemira de Macedo Mendes **Universidade Estadual do Piauí**
Antonia Valtéria Melo Alvarenga **Academia de Ciências do Piauí**
Antonio Luiz Martins Maia Filho **Universidade Estadual do Piauí**
Artemária Coêlho de Andrade **Universidade Estadual do Piauí**
Cláudia Cristina da Silva Fontineles **Universidade Federal do Piauí**
Fábio José Vieira **Universidade Estadual do Piauí**
Hermógenes Almeida de Santana Junior **Universidade Estadual do Piauí**
Laécio Santos Cavalcante **Universidade Estadual do Piauí**
Maria do Socorro Rios Magalhães **Academia Piauiense de Letras**
Nelson Nery Costa **Conselho Estadual de Cultura do Piauí**
Orlando Maurício de Carvalho Berti **Universidade Estadual do Piauí**
Paula Guerra Tavares **Universidade do Porto - Portugal**
Raimunda Maria da Cunha Ribeiro **Universidade Estadual do Piauí**

[Marcelo de Sousa Neto](#) **Editor**

Organizadores **Revisão**

Vinícius da Silva Coutinho **Capa**

[Editora e Gráfica UESPI](#) **E-book**

Endereço eletrônico da publicação: <https://editora.uespi.br/index.php/editora/catalog/book/168>

C871e Coutinho, Vinícius da Silva.

Entre verdades e memórias jornalísticas sobre a pandemia da Covid-19 / Vinícius da Silva Coutinho, Thamyres Sousa de Oliveira. – Teresina: EdUESPI, 2024.

102 p. : il.

ISBN versão digital: 978-65-81376-22-2

1. Jornalismo do Consórcio. 2. Pandemia de Covid-19. 3. Imprensa. 4. Lugar de Verdade. 5. Lugar de Memória. I. Oliveira, Thamyres Sousa de. II. Título.

CDD:070.4

Ficha Catalográfica elaborada pelo Serviço de Catalogação da Universidade Estadual do Piauí - UESPI
Nayla Kedma de Carvalho Santos (Bibliotecária) CRB 3a Região / 1188

[Editora da Universidade Estadual do Piauí - EdUESPI](#)

Rua João Cabral • n. 2231 • Bairro Pirajá • Teresina-PI

Todos os Direitos Reservados

Agradecimentos

Agradeço em primeiro lugar a Deus por ter me guiado e me protegido durante essa trajetória. Em seguida, agradeço a minha mãe, a professora Crisantina Crisanto, por ter me apresentado o universo da educação desde cedo, antes mesmo de ingressar na escola. Ela que sempre esteve presente sendo suporte. Agradeço também ao meu pai Cristiano Coutinho, em nome de toda a família, e a minha tia Zenildes Crisanto, que me recebeu em Picos-PI e sempre foi meu apoio para chegar até aqui. Agradeço de forma especial, carinhosa e com muito afeto à orientadora desta pesquisa, a prof^a Thamyres Sousa de Oliveira, que caminhou comigo desde pesquisas iniciais, à liga Joeme, ao PIBIC e até chegarmos a este Trabalho de Conclusão de Curso. Agradeço imensamente às professoras Lana Krisna, Mayara Ferreira, Ruthy Costa, Michelly Carvalho, Adriana Magalhães, Thamirys Viana, como também, aos professores Edvan Luiz, Napoleão Mendes, Evandro Alberto, Orlando Berti, James Brito, Flávio Santana, Rafael Medeiros, Marco Antônio Tessarotto e os demais que contribuíram nessa trajetória. Em nome da diretora do campus Professor Barros Araújo, Mariluska Oliveira, agradeço à Universidade Estadual do Piauí por ter me acolhido tão bem, tornando-se uma das minhas casas. Ser UESPI é pertencer! Adiante, agradeço, em nome da jornalista Cibelle Resende e da professora Elisângela Damasceno, ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI), que considero como um caminho para chegar à UESPI. Foi lá que tive contato com projetos ligados à comunicação e me descobri no jornalismo. Agradeço à Liga Acadêmica de Jornalismo, Educação e Memória (Joeme) por todo o espaço de protagonismo e formação pessoal e profissional, como também, ao projeto Amigos da Comunidade, que foi meu primeiro espaço de atuação no mercado, ainda no 3º período do curso. E a eles, que estiveram comigo nos mais diversos momentos, sendo apoio mesmo quando estavam longe fisicamente, Francisco Iranildo Macedo e Mariana Teixeira, minha grandiosa gratidão. Agradeço também a todos os meus colegas de turma, os quais convivi por todo esse curso quase diariamente. Júnior Lucena, Glenda Santos, Lia Rachel e Isadora Freitas é indiscutível que essa trajetória foi bem mais leve com a presença de vocês. Obrigado por tudo, Luana Rodrigues, Myvrian Braga e Carol Oliveira. Por fim, agradeço de coração à terceira turma de jornalismo, em que tive a oportunidade de ser monitor por quatro vezes e pude acompanhar de perto o seu desenvolvimento e a todos/todas que cruzaram meus caminhos nos oito períodos letivos.

Prefácio

“É verdade... deu no jornal”... houve um tempo em que o “deu no jornal” era prova quase irrefutável de que um acontecimento, de fato, tinha irrompido. Os veículos jornalísticos viviam uma verdadeira “queda de braço” pelos acontecimentos em primeira mão e as outorgas de “líder em audiência”, “líder em credibilidade” acompanhavam estrategicamente os *slogans* de alguns dos principais jornais do país e reafirmavam o princípio da competitividade.

Mas no meio do caminho tinha um vírus e acompanhado dele um arsenal de ignorância mediado por plataformas que serviam/servem ao bem e ao mal em milésimos de segundos. Nossos grupos de trabalho, família, amigos se encheram de especialistas em pavor e desinformação. A pandemia de Covid-19 se assolava aqui e onde estava o jornalismo? O que pesquisadores da área e o próprio jornalismo poderiam fazer em tempos de desinformação? Qual o papel da memória jornalística em tempos de pandemia?

Arrisco dizer que Vinícius Coutinho, à época, estudante de jornalismo no semiárido piauiense, foi um dos que se inquietou em saber como a pesquisa em jornalismo poderia contribuir para que a desinformação não chegasse primeiro que a informação. Se em termos jornalísticos, o Consórcio de Veículos de Imprensa (CVI) fora criado para divulgar dados da Covid-19 que vinham sendo oferecidos em atraso ou incompletos, a obra *Entre verdades e memórias jornalísticas sobre a pandemia da Covid-19* toca também em outras feridas abertas: a chancela de lugar de verdade e de memória em um momento em que o jornalismo via-se constantemente descredibilizado.

Ao escolher compreender como o jornalismo se coloca como um lugar de verdade e de memória sobre a pandemia da Covid-19 a partir do Consórcio de Veículos de Imprensa (CVI), a luz de autores como Foucault (1996, 1982, 2014), Nietzsche (1977), Rêgo (2012, 2014, 2015, 2020), Halbwachs (1990), Palacios (2010), Barbosa (2004), Nora (1993), Ferreira (2016),

Coutinho chamou para si, ainda em seu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), a missão de avaliar o trabalho do Consórcio de Veículos de Imprensa, questioná-lo, mas também abriu o leque para outros espaços em que a lupa de pesquisadores ainda deve ser acionada. Se, outrora, vivemos a rivalidade predatória entre os meios jornalísticos, percebemos que, ainda como concorrentes, eles podem se reunir em iniciativas que reposicionam o lugar do jornalismo e permitem uma certa repactuação com a sociedade.

Como orientadora do Trabalho de Conclusão de Curso de Vinícius, e alguém que também se envolveu com o tema, leituras e escolhas de percurso, reforço a necessidade de trabalhos como este não apenas darem volumes às prateleiras da universidade. É uma leitura para estimular olhares para outras bibliografias e questionar o jornalismo nosso de cada dia. Estejamos vigilantes ao trabalho que vem sendo desenvolvido pelo nosso jornalismo, pois desinformação mata.

Thamyres Sousa

Orientadora, co-autora e outras

Apresentação

Nesta obra, mergulhamos no cenário único da pandemia e exploramos o papel crucial desempenhado pelo Consórcio de Veículos de Imprensa na busca pela verdade e na preservação da memória dos dados sobre a Covid-19, no Brasil. O livro traz uma análise dos seis primeiros meses de atuação do Consórcio, em 2020, e suas estratégias para consolidação como fonte confiável de informações durante a crise sanitária.

Trabalhamos com um contexto em que a produção e a circulação de informações confiáveis para lidar com a crise eram uma necessidade social ainda mais acentuada. Nesse sentido, o Consórcio surge, após o Ministério da Saúde tirar os dados sobre a pandemia do ar. A parceria, praticamente inédita, entre diferentes veículos de imprensa (G1, O Globo, Estadão, Folha de São Paulo e Uol) que, em sua maioria, “duelam” por audiência, reflete a importância da transparência e da colaboração no combate à proliferação do vírus.

Assim, o jornalismo do Consórcio desempenhou um papel fundamental no combate à pandemia da Covid-19 e à desinformação, garantindo que o público acessasse conhecimento atualizado sobre o desenvolvimento da pandemia, as medidas de prevenção, os avanços científicos e as diretrizes governamentais. Essas informações ajudaram a reduzir a propagação de desinformação e de mitos prejudiciais, educando o público sobre as melhores práticas de higiene, distanciamento social, uso de máscaras e vacinação.

A cobertura jornalística trouxe à tona histórias impactantes relacionadas à pandemia, como as experiências de pacientes, profissionais de saúde, pesquisadores e outros indivíduos envolvidos no combate à Covid-19. Essas narrativas humanizadas ajudaram a sensibilizar o público. Em suma, ao fornecer informações precisas, os jornalistas desempenharam um papel essencial na proteção da saúde pública e na promoção do bem-estar da sociedade como um todo.

Além disso, como bem mostra esta obra, o conteúdo jornalístico se materializa também como um lugar de memória sobre o contexto pandêmico. Já que ao tempo em que acessamos as notícias veiculadas no período, conseguimos extrair um recorte do que foi vivenciado no país. Isso serve também para este livro, que traz uma análise do contexto, guiada pela cobertura do Consórcio, parceria que foi descontinuada em 28 de janeiro de 2023.

Por fim, desejamos que esta obra contribua para a reflexão e o fortalecimento do jornalismo comprometido com a verdade e a memória dos fatos de um período tão marcante da nossa história.

Os autores

Lista de Siglas

ABI	Associação Brasileira de Imprensa
ANJ	Associação Nacional de Jornais
Abraji	Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo
CVI	Consórcio de Veículos de Imprensa
FMS	Fundação Municipal de Saúde
IBC	International Biometric Conference
Joeme	Liga Acadêmica de Jornalismo, Educação e Memória
Uespi	Universidade Estadual do Piauí
TCC	Trabalho de Conclusão de Curso
STF	Supremo Tribunal Federal

Lista de Figuras

Figura 01 – Silêncio e rostos dos mortos pela Covid-19 no Jornal Nacional -- -----	33
Figura 02 – Jornalismo desmente boato sobre a Covid-19 -----	37
Figura 03 – Checagem sobre conteúdo falso envolvendo a vacinação pediátrica -----	39
Figura 04 – Folha de São Paulo explica criação do CVI -----	41
Figura 05 – Mudanças identificadas no site do governo -----	42
Figura 06 – Inconsistência nos dados faz com que consórcio seja criado --- -----	43
Figura 07 – Dados da Covid-19 antes da mudança -----	44
Figura 08 – Dados da Covid-19 depois da mudança -----	44
Figura 09 – Premiação pela cobertura da pandemia -----	47
Figura 10 – CVI realiza campanha de incentivo à Vacinação -----	47
Figura 11 – Aba principal do G1 no dia 06 de maio de 2022 -----	50
Figura 12 – Aba principal da Folha de São Paulo no dia 09 de maio de 2022 -----	51
Figura 13 – Retranca do G1 enfatiza porque o consórcio foi criado -----	58
Figura 14 – Folha de São Paulo explica ao leitor porque o consórcio foi criado -----	59
Figura 15 – Atuação CVI recebe elogios -----	60
Figura 16 – G1 traz consórcio no título da notícia -----	61
Figura 17 – Folha também utiliza consórcio no título -----	62
Figura 18 – Folha explica o que é média móvel -----	64
Figura 19 – Folha destaca que estabilidade não significa que a situação do país esteja tranquila -----	64

Figura 20 – Folha explica motivo da diminuição nos números sobre a Covid-19 -----	64
Figura 21 – G1 explica aos leitores o que é Ritmo de Contágio -----	65
Figura 22 – Em 09 de junho de 2020, o G1 detalhou a divergência nos dados do Ministério da Saúde -----	66
Figura 23 – Detalhamento de dados feito pelo G1 em 16 de agosto de 2020 -----	67
Figura 24 – Atualização de dados 3 vezes por dia feita pelo G1-----	68
Figura 25 – Sepultamento de mortos pela Covid-19 -----	69
Figura 26 – Carrossel de imagens sensibiliza leitores da Folha -----	70
Figura 27 – Vídeo do G1 explica expressões utilizadas na pandemia -----	71
Figura 28 – G1 utiliza infográficos para mostrar avanço da pandemia pelos estados -----	72
Figura 29 – Infográfico do G1 destaca os principais sintomas da Covid-19 --	73
Figura 30 – G1 utiliza conteúdo da TV para complementar suas narrativas -	74
Figura 31 – G1 complementa suas narrativas também com o Podcast ‘O assunto’ -----	74
Figura 32 – Retranças diferenciadas e utilização de hiperlinks no G1 -----	74
Figura 33 – G1 compara empecilhos na compra das vacinas com uma novela -----	75
Figura 34 – Folha mostra as mudanças na divulgação dos dados no site do Ministério da Saúde -----	75
Figura 35 – G1 utiliza pesquisador como fonte para embasar notícia sobre reinfecção -----	78
Figura 36 – G1 entrevista especialista em pneumologia e aborda o negacionismo -----	78

Figura 37 – Folha aborda sobre a desinformação em relação à pandemia - -----	78
Figura 38 – Folha destaca presença de Militares no comando do Ministério da Saúde -----	80
Figura 39 – Carrossel com imagens e frases do presidente durante a pandemia -----	80
Figura 40 – Jornalismo visita o passado para conscientizar população --	83
Figura 41 – G1 utiliza hiperlinks e faz lembrança temporal -----	89
Figura 42 – Semana mais letal da pandemia -----	89
Figura 43 – Folha também utiliza hiperlinks e contextualização temporal - -----	90
Figura 44 – Infográfico mostra variação de mortos pela Covid-19 no Piauí - -----	91
Figura 45 – Folha utiliza Ilustração sobre estados com mais mortes pela Covid-19 -----	93
Figura 46 – Comparação com mortes por homicídios dolosos -----	93
Figura 47 – Comparação com mortes no trânsito -----	93
Figura 48 – Comparação com a situação em outros países -----	94
Figura 49 – Folha faz comparação com a situação da pandemia em outros países -----	95
Figura 50 – Folha ensina a forma correta de utilização do escudo facial ---- -----	96

Lista de Quadros

Quadro 01 – Mapeamento de notícias publicadas pelo G1 e pela Folha de São Paulo nos seis primeiros meses de existência do consórcio -----55

Sumário

Jornalismo: lugar de verdade e memória -----	17
Regimes de Verdade no jornalismo brasileiro durante a pandemia da Covid-19 -----	27
“Conhecereis a verdade” e seu regime -----	27
Se deu no jornal, é verdade? -----	32
O boicote ao jornalismo e a criação do CVI: a imprensa quer falar ---- -----	40
Quem resolveu falar: veículos que compõem o CVI -----	48
Estratégias utilizadas pelo CVI para estabelecer o seu lugar de verdade -----	52
O que é e como se traça uma estratégia? -----	52
Confira quais estratégias foram utilizadas nas narrativas jornalísticas do CVI-----	55
A utilização da memória pelo CVI para o fortalecimento da verdade -----	82
Jornalismo e Memória lado a lado -----	82
Veja como memória foi utilizada para fortalecer a atuação do CVI --- -----	87
Reflexões -----	98
Referências -----	102

Jornalismo: lugar de verdade e memória

Na transição do ano de 2019 para 2020, as pessoas em torno do globo terrestre viram um vírus se alastrar e, com sua agilidade e alta mortalidade, fazer vítimas por todos os continentes. O SARS-CoV-2¹ ou ‘novo coronavírus’, como ficou conhecido popularmente, chegou aos mais diversos cantos, até mesmo nos lugares que, mesmo com a globalização, ainda são considerados isolados. O vírus fez a sociedade temê-lo e foi mudando rotinas nas mais diversas esferas da vida.

De um lado, uma crise de saúde mundial com pouca informação científica sobre esta mutação do vírus e do outro um cenário de desinformação, que já vinha se protagonizando desde as eleições dos Estados Unidos, em 2016, com o *boom* das *fake news*. O convívio com o vírus era algo novo, cheio de dúvidas, medo e perguntas ainda sem respostas. As incertezas sobre como lidar com o vírus fizeram da pandemia um momento ainda mais propício à disseminação de notícias falsas, parcialmente falsas ou retiradas de contexto, sobre diversos assuntos ligados ao vírus. Com isso, vimos que, ao tempo em que o vírus se manifestava, a desinformação crescia.

Galhardi et al (2020) explicam que esse movimento atingiu o mundo inteiro, a ponto de a Organização Mundial da Saúde (OMS) denominá-lo como “infodemia”. O termo é empregado para denominar uma disseminação rápida e abrangente de informações precisas e imprecisas sobre algo, como uma doença, que foi o que observamos acerca da Covid-19. Um bombardeio de informações de forma muito acelerada atingiu a população e foi viabilizado principalmente pelas redes sociais.

Nesse contexto descrito, uma das instituições sociais mais colocadas à prova e desafiada foi o jornalismo, que a todo momento sofreu tentativas de descredibilização. Contudo, essa discussão sobre descredibilização do jornalismo não é recente, uma vez que autores como

¹ Nesta pesquisa, quando utilizamos o termo ‘Coronavírus’ estamos nos referindo a esta versão do vírus.

Camponez (2004) e Leal; Jácome; Manna (2014) já sinalizavam esta crise no campo. Moraes (2011) aponta que a crise no jornalismo pode estar ligada à maior possibilidade de acesso a informações não mediadas pelo trabalho jornalístico como também aos erros crescentes de apuração causados pela pressão em torno da imediaticidade. Já Camponez (2020) chama atenção para os “deslizes” na atuação jornalística.

Daí surge o nosso problema de pesquisa, pela necessidade de entendermos como o jornalismo reage a esse cenário, tendo em vista que a atuação jornalística tem sua essência ligada à verdade e também assume um lugar de certa memória dos conteúdos que noticia. Num contexto de desinformação, faz-se ainda mais necessário este estudo, já que, como destacam Galhardi et al (2020, p. 4205), “as notícias falsas disseminadas pelas plataformas digitais relacionadas ao SARS-CoV-2 podem influenciar o comportamento da população e colocar em risco a adesão do cidadão aos cuidados cientificamente comprovados”.

Para tanto, a questão que nos trouxe até esta obra é: como o jornalismo se colocou como um lugar de verdade e de memória sobre a pandemia de Covid-19 num cenário de desinformação? Como perguntas norteadoras temos: que estratégias o jornalismo utilizou nas suas narrativas sobre a Covid-19 para estabelecer esse lugar de verdade? Que regimes de verdade o jornalismo constituiu para regulamentar as narrativas sobre a pandemia da Covid-19? Como o jornalismo fez uso da memória de si e como se colocou como um lugar de memória para constituir esse lugar de verdade? O Consórcio de Veículos de Imprensa e sua atuação nos guiam neste processo.

Para desenvolvermos tentarmos responder a esses questionamentos, temos como base de estudo o *case* Consórcio de Veículos de Imprensa (CVI), que segundo a Folha de São Paulo (2020) “foi criado durante a pandemia, devido a necessidade de se ter dados mais precisos e próximos da realidade sobre o Coronavírus no Brasil”. O CVI foi uma cooperação estabelecida entre os veículos de comunicação *Folha de São Paulo*, *O Globo*, *G1*, *UOL*, *Extra* e *O Estado de São Paulo (Estadão)* para

informar, diariamente, os dados da pandemia da Covid-19, no Brasil. O Consórcio atuou em conjunto com as secretarias estaduais de saúde, que forneciam os dados. A fundação do CVI se deu no dia 8 de junho de 2020 e foi amplamente divulgada pelos veículos envolvidos. A partir disso, o Ministério da Saúde, que vinha comprometendo a transparência dos dados, por conta de oscilações nos números divulgados, deixou de ser a fonte oficial primária sobre essas informações (números de casos, óbitos e recuperados da doença) diários da pandemia, perdendo espaço, de certo modo, para o jornalismo.

Segundo matéria do O Globo (2020), desde os primeiros registros, o governo divulgava os dados com os números de casos confirmados e óbitos por Covid-19, às 17h. Na gestão de Eduardo Pazuello no Ministério da Saúde, as estatísticas começaram a ser divulgadas somente às 22h, o que fazia com que a maioria dos noticiários de canais de TV aberta não pudessem divulgar os números do dia. Além disso, os dados passaram a ser fornecidos incompletos pelo governo, com omissões de números consolidados da doença, tabelas de quantitativos e mortes por data de notificação.

Se o jornalismo se tornou fonte de informação oficial primária sobre os dados da pandemia, possivelmente podemos dizer que ele se apresentou como um lugar de verdade. Com isso, buscamos entender a verdade e suas interfaces, envolvidas nessa atuação jornalística sobre a pandemia.

Em meio à pandemia também observamos que logo nos primeiros dias de pandemia, as notícias rememoravam outros períodos de crise em saúde que o mundo vivenciou. Para isso, muitas vezes o jornalismo se utilizou da memória de si, com notícias produzidas anteriormente, para situar a realidade atual com a Covid-19. Mostrando que moléstias que atravessam continentes são parte do peso da vivência em sociedade e, também, o que esta em específico tem como peso social diferenciado em relação às anteriores. Então, torna-se também um dos nossos eixos de estudo o jornalismo como lugar de memória e memória de si.

É nesse emaranhado de verdades, memórias e reflexões sobre a atuação jornalística que esta obra se apresenta. Diante disso, a obra tem como objetivo geral: compreender como o jornalismo se coloca como um lugar de verdade e de memória sobre a pandemia da Covid-19 a partir do Consórcio de Veículos de Imprensa. Para tanto, os objetivos específicos são; investigar as relações coercitivas que provocaram a criação do Consórcio de Veículos de Imprensa (CVI); mapear as notícias publicadas nos veículos do CVI, *G1* e *Folha de São Paulo*, no período de junho a dezembro de 2020; identificar as estratégias utilizadas nas narrativas jornalísticas que constituem um lugar de verdade sobre a pandemia da Covid-19 a partir do CVI e verificar como o jornalismo faz uso da memória de si e se coloca como um lugar de memória para se fortalecer como um lugar de verdade.

O livro se justifica pela preocupação em entender como o jornalismo se apresenta como um lugar de verdade sobre a pandemia da Covid-19 para toda a população, tendo em vista um contexto de desinformação e tentativa de descredibilização da prática jornalística, principalmente, no Brasil. A pesquisadora Ana Regina Rêgo (2020) tem se dedicado aos estudos sobre essa questão e explica o contexto em que a desinformação se protagoniza. Rêgo (2020) acredita ainda que a desinformação é, em muitos casos, utilizada como uma estratégia.

Como no cenário de um mágico em uma apresentação pública, tudo que é preparado para a visibilidade se coloca sobre os holofotes e tem a intencionalidade de ocultar o que ocorre atrás das cortinas. A desinformação que concorre com sua parte essencial, a informação, surge neste contexto, como sombra e luz, ora enganando, ora sendo revelada, após cumprir com seus objetivos (Rêgo, 2020, p. 84).

Nesse cenário, Costa (2018) destaca que, além das influências emocionais, a maioria dos leitores não certifica as fontes das informações antes de compartilhá-las, o que torna mais fácil a propagação das *fake news*. Castilho (2016) acredita que essas emoções pessoais passam a ter mais importância do que os fatos. Assim, as pessoas tendem a acreditar

naquilo que elas querem, muitas das vezes deixando de lado os conteúdos verídicos.

Sabemos que os efeitos da desinformação, dependendo das instâncias, podem ser gravíssimos. Em se tratando de uma doença com alta taxa de transmissibilidade e de mortalidade, é essencial que a sociedade seja informada com notícias verídicas diariamente. As desinformações proliferadas causaram mitos (sobre o vírus, sobre tratamento e medicamentos, sobre a China e etc), colocaram em xeque o trabalho da ciência e fizeram com que uma grande parte das pessoas acreditassem em tratamentos/medicamentos/curas sem eficácia contra o vírus, até mesmo comprometendo a saúde. E, em meio a tudo isso, o vírus da Covid-19 só se fortaleceu, espalhando-se ainda mais.

Em se tratando de uma crise em saúde vivenciada pelo mundo todo e que as informações sobre o próprio vírus eram pouquíssimas, a princípio, tem-se um peso muito grande sobre os conteúdos produzidos e noticiados pelo jornalismo, ao informar diariamente a sociedade. Diante dessa problemática, observamos uma grande relevância na atuação jornalística em tempos pandêmicos, tendo em vista que a sociedade necessita de informações sobre a situação da cidade, do estado, país e do mundo, de forma verídica.

Portanto, entender como se deu a atuação do jornalismo e o seu lugar de verdade na sociedade faz-se necessário tanto para o campo científico do jornalismo e da comunicação, como também para a própria prática jornalística e a sociedade que vive a desinformação. Prova disso é que anos antes da pandemia da Covid-19, pela baixa porcentagem de pessoas vacinadas contra a febre amarela, novos casos apareceram e o Brasil passou por um novo surto da doença. Segundo matéria da Santa Casa de Misericórdia de Itabuna², o estado de Minas Gerais apresentava apenas cerca de 50% da população imunizada, enquanto o ideal seria 95%, já que é considerada uma área de risco.

² Matéria completa em: <https://scmi.com.br/brasil-vive-maior-surto-de-febre-amarela-em-14-anos/>, acesso às 10:43, em 16/08/2022.

Nesse cenário, segundo Galhardi et al (2020, p. 4202), “em 2008, foram propagados boatos que ensinavam uma receita natural de proteção contra a febre amarela, nas redes sociais e no aplicativo de mensagem WhatsApp”. Assim, podemos notar que em situações ligadas à crise em saúde a propagação de *fake news* se torna ainda mais propícia, mesmo o país tendo um sistema nacional de imunização eficiente. Já que esse fato se repetiu e de uma forma ainda mais constante sobre o Coronavírus.

O desenvolvimento desta pesquisa perpassa também por um desejo pessoal meu (Vinícius) que, desde o primeiro período do curso, me interessei por pesquisar e compreender o campo jornalístico. Contudo, a maior profundidade nos estudos envolvendo memória e jornalismo veio quando passei a integrar a Liga Acadêmica de Jornalismo, Educação e Memória (Joeme). Com o início da pandemia de Covid-19, eu me interessei por observar o trabalho do jornalismo tanto pela ótica da checagem de notícias quanto pela de memória e este desejo me conduziu à pesquisa que desenvolvo agora com minha orientadora.

Eu (Thamyres) fui uma das pessoas que , durante a pandemia de Covid-19, viveu o medo, mas também a necessidade de olhar para o jornalismo. Até chegar à escrita deste livro já havia me envolvido em outras pesquisas que observavam o jornalismo e a memória em tempos de pandemia, mas ampliar o olhar para trabalhar jornalismo, memórias e verdades durante a pandemia me fez sentir que uma das melhores maneiras colaborar com o período é também refletir sobre as práticas e, de preferência, ecoando o grito para além da universidade.

A pesquisa que aqui delineamos contribui ainda para o combate à descredibilização do jornalismo, diante desse cenário de crise da classe e dessa era de incertezas e inverdades. Trata-se também de um desejo de se opor ao cenário de produção de notícias falsas, parcialmente falsas, fora de contexto e boatos. O estudo é também uma forma de contribuir para o meio e não ficar “de braços cruzados” ao vivenciar quase todos os dias, na prática, as pessoas compartilharem mentiras e boatos, duvidarem dos

veículos de comunicação e darem preferência aos canais das *fakes* simplesmente por estarem de acordo com as suas convicções e pensamentos.

O jornalismo construiu ao longo dos anos o seu lugar de verdade na sociedade, por isso, pretendemos estudar como se deu a sua atuação em relação à verdade e quais são os regimes de verdade utilizados para se sedimentar como um lugar de credibilidade e possivelmente entendermos os fatores que levaram a essa tentativa de descredibilização. Os resultados desse estudo são de grande importância também pelo fato de trazer respostas para fenômenos novos e que ainda estão em curso na sociedade, já que a pandemia da Covid-19 ainda não chegou ao fim.

Assim, temos como procedimentos metodológicos dois tipos de pesquisa: a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental. A pesquisa bibliográfica embasará todas as discussões que norteiam o trabalho, a partir dos autores que versam sobre jornalismo, verdade e memória. Como por exemplo, Foucault (1982, 1996, 2014), Rêgo (2020) e Barbosa (2004). A pesquisa documental foi utilizada quando buscamos construir o nosso corpus de análise, que é composto de notícias jornalísticas, a partir de mapeamento e busca por palavras-chave.

Sobre a pesquisa do tipo bibliográfica, Cordeiro et. al. (2007, p. 02) explicam que “quando comparada à revisão sistemática, apresenta uma temática mais aberta; dificilmente parte de uma questão específica bem definida, não exigindo um protocolo rígido para sua confecção”. Gil (2017, p. 28) complementa relatando que “a pesquisa bibliográfica é elaborada com base em material já publicado”. Dessa forma, compreendemos que o material consultado durante a pesquisa (artigos, livros, textos...) compõe a pesquisa bibliográfica e é a partir dele que adquirimos conhecimentos sobre o tema abordado.

Sobre a pesquisa documental, Sá-Silva, Almeida e Guindani (2009, p. 02) ao pontuarem sobre os documentos afirmam que “a riqueza de informações que deles podemos extrair e resgatar justifica o seu uso em várias áreas”. Os autores acreditam que a utilização da pesquisa

documental “possibilita ampliar o entendimento de objetos cuja compreensão necessita de contextualização histórica e sociocultural” (Sá-Silva; Almeida; Guindani, 2009, p. 02).

A pesquisa documental acontece, nesta pesquisa, por meio da utilização de conteúdos jornalísticos publicados nos sites que fazem parte do Consórcio de Veículos de Imprensa (G1 e Folha de São Paulo) como também pelo uso de documentos oficiais divulgados pelo Estado, com determinações acerca da pandemia, medidas, decretos e/ou até mesmo a divulgação dos dados diários sobre o avanço da Covid-19 no país diariamente, pelo site do Ministério da Saúde, e que foram também utilizados nas narrativas jornalísticas.

Severino (2007) observa que os documentos utilizados em pesquisas podem aparecer materializados de diversas formas.

No caso da pesquisa documental, tem-se como fonte documentos no sentido amplo, ou seja, não só de documentos impressos, mas sobretudo de outros tipos de documentos, tais como, jornais, fotos, filmes, gravações, documentos legais. Nestes casos, os conteúdos dos textos ainda não tiveram nenhum tratamento analítico, são ainda matéria-prima, a partir da qual o pesquisador vai desenvolver sua investigação e análise (Severino, 2007, p. 122-123).

Utilizamos a abordagem quanti-qualitativa (mapeamento de notícias/corpus da pesquisa) e também a abordagem categorial, pois, na análise das notícias encontradas na busca, delimitamos algumas categorias. Como por exemplo, as estratégias, as fontes, os recursos, que compõem os regimes de verdade utilizados pelo jornalismo e, também, a descrição de como se dá utilização da memória de si dentro das notícias. Essa é justamente a nossa intenção ao realizar a pesquisa com base nas notícias divulgadas pelos veículos de comunicação. Para isso, como referencial teórico metodológico utilizamos ainda os conceitos de jornalismo, verdade e memória, sob a ótica de autores como Foucault (1982, 1996 e 2014), Rêgo (2012, 2014, 2020) e Barbosa (2004).

Durante a pesquisa, analisamos a atuação do Consórcio de Veículos de Imprensa e construímos um *corpus* de pesquisa composto de notícias produzidas pelos veículos de comunicação do CVI, *G1* e *Folha de São Paulo*³, durante os meses de junho de 2020 a dezembro de 2020, que são os 6 primeiros meses de atuação do consórcio, selecionando 3 dias por mês para analisar as notícias que abordaram sobre a pandemia da Covid-19 a partir do CVI, no Brasil. A escolha dos 3 dias de análise de cada mês segue uma ordem cronológica a partir do primeiro mês (junho) e tem como primeiro dia de análise o dia 09, primeiro dia depois da fundação do consórcio. Exemplo: em junho, os dias de análise são 09, 10 e 11; em julho, 12, 13 e 14 e assim por diante, até chegar ao 31, se o mês tiver, e iniciar a contagem de novo do 1º dia do mês, a fim de termos um corpus mais diverso e completo. Se um mês tem em média 30 dias, acreditamos que conhecendo 10% de cada mês, o que equivale a 3 dias, representamos o universo da pesquisa.

A busca de notícias foi feita por meio das palavras-chave: Consórcio de Veículos de Imprensa, por meio da ferramenta de busca dos portais que fazem parte do CVI, portal G1 e portal Folha de São Paulo, pelo critério memória do site, já que os dois apresentam um bom suporte de busca pelas notícias publicadas no passado, como também, por se tratar de dois veículos distintos no sentido da acessibilidade, o primeiro é gratuito e acessível a todos, o segundo é necessário realizar assinatura para ter acesso aos conteúdos de forma completa. Dessa forma, é possível verificar como o jornalismo se apresenta como um lugar de verdade e de memória sobre a pandemia da Covid-19 através dos conteúdos noticiados, compreendendo também a utilização da memória de si nas narrativas. Diante do exposto, temos uma pesquisa explicativa e com alguns toques da pesquisa descritiva.

Escolhemos analisar as notícias do ano de 2020, pois foi o ano em que teve início de fato a pandemia da Covid-19, um vírus desconhecido

³ Escolhemos um veículo gratuito (G1) e outro acessado por assinatura (Folha), a fim de abrangermos esses dois segmentos.

até então e que causou grande impacto social, alto número de notícias sendo produzidas a todo momento sobre o assunto e também um alto número de conteúdos falsos em circulação. Além disso, escolhemos trabalhar com os meses mais próximos da criação do CVI, até mesmo para entender como o mesmo fez para se solidificar como um lugar de verdade, tendo em vista a responsabilidade social que é um dos pilares do jornalismo.

A seguir, procuramos discorrer sobre os regimes de verdade presentes no jornalismo brasileiro durante a pandemia da Covid-19, problematizando a ligação entre o jornalismo e a verdade. Apresentamos também as razões coercitivas que fizeram com que o Consórcio de Veículos de Imprensa fosse criado. Ademais, explanamos sobre as estratégias narrativas utilizadas pelo Consórcio para estabelecer o seu lugar de verdade e, por fim, analisamos como se deu a construção de memórias sobre o período e uso da memória de si pelo jornalismo através das notícias publicadas.

Regimes de Verdade no jornalismo brasileiro durante a pandemia da Covid-19

“Conhecereis a verdade” e seu regime

Para embasar as nossas discussões acerca da verdade e dos regimes de verdade, utilizamos, principalmente, os conceitos apresentados na perspectiva de Michel Foucault (1982; 2014) e as suas reflexões. Sabemos que o contexto social atual é bem distinto do que o autor viveu e desenvolveu suas teorias, mas acreditamos que muito do que foi apresentado por ele serve para embasar o aprofundamento teórico desta pesquisa.

No livro *Do governo dos vivos*, ao falar sobre o exercício do poder e a manifestação da verdade, Foucault (2014) utiliza o exemplo do imperador Sétimo Severo, que representou o céu a sua cabeça, por meio de uma pintura no teto do palácio, para colocar-se como o supremo, e, assim, pronunciar suas sentenças como verdades, garantindo-o a realização de abusos de poder já que se colocava como dono da verdade. Daí, já podemos ver as estreitas relações entre o poder e a verdade, como bem frisa o autor.

Em aula, no dia 09 de janeiro de 1980, Foucault (2014) apresentou dois conceitos relacionados à verdade. Os lugares de manifestação da verdade são chamados de “focos da cultura” e o conjunto de procedimentos para revelar algo como verdadeiro é denominado de “aleturgia”. Trazendo para o universo jornalístico, o jornalismo em si pode ser considerado um “foco da cultura”, pois é por meio de suas produções que muitos buscam a verdade e suas manifestações. Neste mesmo espaço, visualizamos as “alerturgias”, no momento em que para fazer suas revelações o jornalismo se utiliza de recursos como a fala de entrevistados, dados, pesquisas e até mesmo suas técnicas de produção que vão da escolha da pauta até o *deadline*. O autor explica ainda que uma das formas de aleturgia é o ‘conhecimento’. Conhecimento este que

acreditamos que boa parte da população considera que o jornalista e suas fontes devem ter e que também pode ser um foco da cultura.

Já na aula do dia 16 de janeiro de 1980, Foucault conceituou a “Lei das Metades”. Para Foucault (2014, p. 26) “é por todas as metades sucessivas que as coisas se descobrem ou, em todo caso, que as coisas se dizem e que a verdade se manifesta”. Ao nos trazer este conceito, o autor nos faz entender que a verdade é uma composição com várias partes e é por isso que temos verdades, no plural, pois não se trata de uma singularidade. Nem sempre essas partes se complementam e uma única verdade se manifesta. Temos visto estas múltiplas verdades, principalmente, na era da pós-verdade com o *boom* das *fake news*. Essas metades aparecem cada vez mais distintas e controversas, e diversas verdades aparecem. Além disso, o próprio jornalismo é espaço de ‘verdades’ (no plural mesmo), pois muitas das vezes, em uma única narrativa, as fontes utilizadas manifestam suas diferentes verdades, ficando a critério do leitor tirar suas próprias conclusões.

Ao longo de sua história, a filosofia sempre esteve em busca de conceituar o ‘verdadeiro’, o que é certo e o que é errado, que a princípio estavam diretamente ligados a elementos naturais e à presença ou não das divindades, nas discussões. Em tempos anteriores a Foucault, no livro *Além do bem e do mal*, Nietzsche (1977) fez uma grande crítica aos filósofos que o antecederam e às suas teorias. Nietzsche (1977, p. 23) acreditava que “o ser vivo necessita e deseja antes de mais nada e acima de todas as coisas dar liberdade de ação à sua força, ao seu potencial. A própria vida é vontade de potência”. Ao apresentar esse conceito, o autor explica que é essencial colocar em xeque, questionar e interpretar tudo o que vivemos. Para ele, essa vontade de poder é o que permite ir além do bem e do mal (como o próprio título do livro já sugere) e, com isso, a ideia de existência de uma verdade absoluta cai por terra.

Ainda discutindo sobre a verdade, no livro *Microfísica do poder*, Michel Foucault (1982, p. 13) explica que em nossa sociedade, “a verdade está centrada nos discursos científicos e nas instituições produtoras

desses discursos”. Contudo, este mesmo autor compreende que os próprios intelectuais já reconhecem que este poder de dizer a verdade e de levar o saber já não é somente deles. Se antes, o papel do intelectual era dizer a verdade àqueles que não a viam e em nome dos que não podiam dizê-la, houve uma mudança. Para Foucault (2008, p. 42) o papel dos intelectuais é “antes de lutar contra as formas de poder exatamente onde ele é, ao mesmo tempo, o objeto e o instrumento: na ordem do saber, da “verdade”, da “consciência”, do discurso”.

Por muito tempo, a ciência esteve, sim, como peça fundamental na determinação do que seria verdade ou não e também errou, uma vez que não existe uma verdade absoluta e novos estudos podem ser feitos e o conhecimento é aprimorado. Em tempos de desinformação, a ciência, mesmo seguindo todos os seus métodos, é, atualmente questionada, colocada em xeque e descredibilizada, principalmente, no Brasil. A esse fator, ligamos o fato de o ‘polo de emissão’ ter sido mais compartilhado. Atualmente, com a era das redes sociais digitais⁴, as pessoas passaram a ter mais espaço de voz. Se antes esperávamos ver nossas demandas em mídias “tradicionais” como o rádio, TV, jornal e outros, hoje, pautamos mídias tradicionais e usamos nossas próprias mídias sociais digitais para ecoar nossas verdades. Como em outras demandas da sociedade, isso tem seus pontos positivos e negativos. Atrelado à concessão desse lugar de fala, as pessoas ocupam uma certa relação de poder e, como bem apresentou Foucault, os laços entre poder e verdade são bem estreitos. Pois, com o poder em mãos, por meio da possibilidade de ser produtor de conteúdo, por exemplo, as múltiplas ‘verdades’ são construídas e disseminadas. Daí, podemos visualizar nitidamente que quem “tem” poder, seja ele pelo viés positivo ou negativo, interfere diretamente na estruturação da(s) verdade(s).

⁴ Ao tocar nesse assunto, não podemos deixar de salientar sobre a infoexclusão, que ficou ainda mais escancarada neste período de pandemia. De acordo com a Rede Brasil Atual (2021), a pesquisa TIC Domicílios, realizada pelo Centro Regional de Estudos para Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic), 46 milhões de brasileiros estão na exclusão digital. O levantamento revela também que 45% deste grupo não o fazem por ser muito caro e outros 37% por não possuir um aparelho com conexão à rede. O estudo revela ainda que uma em cada cinco pessoas no país só acessa a rede digital emprestando a conexão de um vizinho.

Dessa forma, temos um contexto em que as pessoas, que têm acesso às redes interconectadas, são a todo momento produtoras e compartilhadoras de conteúdo, para o bem ou para o mal. E é assim que chegamos a um convívio com excesso de informação (e desinformação), principalmente, disseminada pela internet, espaço em que fica quase impossível controlar a qualidade e a veracidade do que se é produzido.

Assim, com um cenário de incertezas e com livre caminho à circulação de boatos e conteúdos inverídicos, o jornalismo é obrigado a se desdobrar em sua atuação, pois além do seu trabalho estabelecido historicamente, nos dias de hoje, é necessário combater e desmentir as desinformações, constantemente, já que tornaram algo bem comum na sociedade. Mas como o jornalismo faz essa atuação? Que estratégias utiliza para se posicionar como um lugar de verdade?

Para Foucault (1982, p. 13), saber e poder implicam-se mutuamente, encadeando a produção de um "regime de verdade". E a mídia e o jornalismo, para Gonçalves (2015) e muitos, historicamente, constituíram-se como o 4º poder, justamente pelo fator 'saber'. Eles são vistos por muitos como aqueles que, geralmente, sabem das coisas e mantêm a sociedade informada, auxiliando a democracia. Portanto, nessa ligação entre poder e saber desenvolvida pelo jornalismo, acreditamos que regimes de verdade sejam utilizados a todo momento na construção de pautas, até mesmo pela certa credibilidade adquirida ao longo dos anos. Como complementa Foucault (1982), todo saber constitui novas relações de poder e todo exercício de poder é, ao mesmo tempo, lugar de formação de um saber.

Em meio à pandemia da Covid-19, percebemos esta correlação entre verdade, poder e saber no jornalismo. No início da pandemia, observamos que o jornalismo passou a orientar a população sobre questões básicas de higiene, tanto pessoal quanto dos objetos, compras e demais materiais. Orientações de como lavar as mãos e utilizar a máscara de forma correta ou até mesmo de como tratar dos calçados e das roupas ao chegar em casa foram divulgadas nos veículos jornalísticos. Dessa

forma, o jornalismo foi se constituindo como um dos lugares de formação de saber sobre a pandemia. No dia 10 de abril de 2020, o portal G1 publicou uma notícia⁵ com o título ‘Coronavírus: como higienizar as compras do mercado ou da feira’, em que tratou dessas orientações tendo como fonte um infectologista⁶. A matéria traz texto, fotos, infográficos e um vídeo com a fala do especialista. Por meio destes recursos jornalísticos, o portal construía uma verdade, com base em saberes científicos, sobre como deveríamos nos portar durante a pandemia.

Foucault (1982, p. 13) explica ainda que “as relações de poder produzem saber, fabricam os instrumentos que explicam a produção dos saberes e indicam as condições necessárias para que algo venha a ser considerado verdade”. E assim observamos como a verdade é bastante complexa e tem suas fortes relações com pessoas ou grupos que têm algum poder perante a sociedade. Hoje, como citado anteriormente, a maioria das pessoas já tem um certo poder em relação à voz e isso garante que saberes distintos sejam difundidos e, conseqüentemente, várias verdades sejam construídas, apresentadas, compartilhadas. O jornalismo é apenas uma dessas verdades ou pelo menos faz (ou deve fazer) a busca por elas.

Como em diversos outros segmentos, Mattos (2010) explica que o jornalismo brasileiro bebeu também da fonte do modelo americano de se produzir notícia e, por isso, tem seu formato baseado nas ideias e objetividade e imparcialidade, características essas que foram destinadas para que o jornalismo se firmasse como um meio de publicização da verdade, ao noticiar o interesse público. Mas esse lugar de importância social passou, principalmente nos últimos anos, a ser questionado de forma mais severa, levando à descredibilização. Assim, seguimos essa discussão adiante.

⁵ Confira a notícia completa do portal G1 <https://g1.globo.com/fique-em-casa/noticia/2020/04/10/coronavirus-como-higienizar-as-compras-do-mercado-ou-da-feira.ghtml>, acesso as 10:54, em 16/08/2022.

⁶ Houve a busca por quem está com o saber da verdade.

Se deu no jornal, é verdade?

“Se deu no jornal, é verdade?” Sim ou não? Por que? Esses são alguns dos questionamentos que movem esta parte da nossa pesquisa. Em sua trajetória, como explica Costa (2018), o jornalismo busca pela verdade ao exercer sua atividade, configurando-se como um lugar constante de verificação, de averiguação dos fatos. Esse processo de produção sempre foi mostrado nitidamente à sociedade, gerando confiança. Coutinho (2004) destaca que essa confiabilidade que foi construída ampara os meios jornalísticos, pois existe uma parcela significativa da população que considera que os jornais descrevem o real e isso faz com que seja atribuído ao seu conteúdo um status de verdadeiro.

Em artigo publicado no *Observatório da Imprensa* (2021)⁷, o jornalista Ailson Santos reforça que o papel da imprensa deve ser de informar e, conseqüentemente, ajudar a formar cidadãos. Mas para isso, é preciso que essas pessoas tenham uma certa confiança sobre esses conteúdos jornalísticos. Contudo, como devemos fazer isso? No livro *Jornal Nacional a notícia faz história* (2004), o editor Jorge Zahar explica que para construir o conhecido ‘padrão globo de jornalismo’ e o *Jornal Nacional* se consolidar como ‘o principal telejornal do país’, a equipe teve que adotar a “crítica interna” e o “controle de qualidade”. As observações críticas sobre o que era produzido, a fim de garantir uma melhor qualidade do produto final, referiam-se “à apuração, à redação e ao estilo, e à edição de texto ou de imagem” (Zahar, 2004, p.126).

Além disso, o editor especifica ainda que outra característica é a “preocupação com o texto”, pois apesar de manter um certo grau de formalidade, o jornal sempre buscou um tom coloquial e de fácil entendimento, afastando-se da antiga pomposidade que era aliada ao telejornalismo (Zahar, 2004, p.62). Nessa perspectiva, compreendemos

⁷ Confira o artigo completo aqui: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/credibilidade-da-imprensa-desenvolvimento-e-cidadania/>

que para se construir e se fortalecer como um lugar de certa verdade e, conseqüentemente, de credibilidade, o Jornal Nacional adotou essa postura. Inclusive, na pandemia do novo Coronavírus, a cobertura deste jornal se destacou ao humanizar os números, contando histórias, tanto das vidas perdidas, quanto dos profissionais da linha de frente da saúde, e apontar os diversos aspectos sociais, econômicos e políticos impactados pela pandemia.

Figura 01 – Silêncio e rostos dos mortos pela Covid-19 no Jornal Nacional



Fonte: G1 (2020)

Reforçamos aqui que não é nossa intenção exaltar o Jornal Nacional, em detrimento de outros programas jornalísticos. Apenas compartilhamos da ideia que para o jornalismo se fortalecer como um lugar de credibilidade é necessário que haja uma preocupação com a sociedade, que acaba sendo sua matéria-prima, preocupação com o texto, a forma como este texto é preparado e a autoavaliação deve ser constante. Ainda mais, em um momento de crise sanitária, com um alto número de pessoas mortas diariamente.

Nessa discussão, não podemos deixar de fora o regimento da profissão jornalismo, o *Código de Ética do Jornalismo*⁸, que em seu artigo 2º pontua:

I - A divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e deve ser cumprida independentemente de sua natureza jurídica - se pública,

⁸ Confira o Código completo aqui: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf, acesso em 15 de julho de 2023.

estatal ou privada - e da linha política de seus proprietários e/ou diretores.

II - A produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público. (Código de Ética do Jornalismo, 2007, p. 01)

Assim, verificamos que o próprio código que regulamenta a profissão busca reger a postura dos jornalistas, reforçando a questão da verdade. Seguindo a discussão, na obra *A ordem do discurso*, Foucault (1996) traz a conceituação de 'vontade de verdade', a qual apoia-se sobre um sistema institucional e exerce sobre outros discursos uma pressão por meio da coerção. Para isso, é necessário haver um discurso envolvendo a verdade. E é nesse ponto que, segundo o autor, o saber ganha uma atenção especial na sociedade (Foucault, 1966).

Foucault (1966) detalha ainda que a vontade de verdade se expressa através de uma vontade de exclusão, na medida em que coloca à margem da sociedade aqueles que não são direcionados pela vontade de verdade instituída como única forma de verdade possível. Nessa linha de pensamento, Franzoni, Ribeiro e Lisboa (2011, p. 04) complementam explicando que "o discurso qualificado como verdadeiro é aquele que se impõe sobre outros discursos, relegando-os ao terreno do falso e do ilusório, instaurando assim uma ordem".

Na série *La casa de Papel*, produzida pela Netflix, podemos ver em diversos momentos essa questão da verdade e da vontade de verdade de forma explícita, pois o foco da série é uma disputa entre a polícia e os assaltantes dos bancos. Cada grupo inverte lugar na 'briga' por quem ganha o apoio da opinião pública e, para isso, vontades de verdade são colocadas em jogo a todo o tempo, como também, a própria interferência na verdade para ganhar o apoio da população nas ruas. O conflito acaba pautando a imprensa e utilizando de sua certa credibilidade para conseguir mobilizar a população, ora a favor dos assaltantes, ora a favor da polícia. Consideravelmente, a série problematiza essas brigas de

verdades, num jogo de quem tem razão e sobre quem ocupa naquele momento uma posição de poder.

Voltando para a nossa realidade, observamos que esses conflitos em torno da verdade estiverem presentes de forma bem marcante durante a criação do consórcio, tendo em vista que de um lado estava o Ministério da Saúde apresentando dados divergentes do histórico acumulado desde o início da pandemia e do outro o jornalismo apontando as 'falhas' na contagem dos dados, que foi modificada de um dia para o outro, e mostrando dados mais condizentes com a realidade. Assim, podemos notar que são duas disputas de verdades em torno de um mesmo fato: a pandemia, o Ministério diz algo e o jornalismo diz bem diferente do que foi reproduzido pelo Ministério. E, por esse motivo, os veículos se uniram para formar e consolidar o consórcio.

Diante disso, a conceituação de vontade de verdade se aplica perfeitamente à atuação jornalística, pois essa instituição criou, ao longo de sua história, técnicas/estratégias para garantir um lugar de credibilidade perante a sociedade, principalmente, com a 'venda' dos discursos de objetividade e de imparcialidade⁹, chegando até mesmo a ser considerada por muitos, o 4º poder (como já citamos anteriormente). Ao se utilizar das fontes para comprovar o fato que está sendo noticiado, ao ilustrar a notícia com fotografias, vídeos, tabelas, infográficos, links de outras matérias e ao construir uma linguagem acessível e explicativa aos públicos, o jornalismo foi sedimentando como uma instituição credível. Essas técnicas foram também utilizadas para a criação do consórcio e do seu lugar de verdade sobre a pandemia.

Nesse cenário, Franzoni, Ribeiro e Lisboa (2011, p. 02) explicam ainda que “a legitimação do jornalismo enquanto instituição social está fortemente calcada na ideia de que seu papel é retratar fielmente a realidade”. Hoje em dia, a partir de várias discussões sociais sabemos que retratar por completo a realidade não é possível, pois cada veículo possui

⁹ Já amplamente questionadas.

sua linha editorial e existem diversas subjetividades na prática jornalística que fazem com que a cobertura noticiosa seja apenas um dos recortes de cada acontecimento. Os veículos se manifestam de formas distintas ao cobrirem os fatos e isso traz uma multiplicidade de verdades.

Na pandemia, essa multiplicidade de verdades tornou-se ainda mais forte e complexa, pois além dos conteúdos jornalísticos potencializaram-se em circulação conteúdos inverídicos gerando mais desinformação e que muitas vezes se encontram “camuflados” de informação jornalística. Costa (2018) observou que, em sua maioria, os sites que publicam esses conteúdos são semelhantes a grandes sites nacionais e internacionais, que são justamente desenvolvidos para dar credibilidade às informações falsas, que circulam em diversos campos das redes sociais. Nesse prisma, Müller e Souza (2018) revelam que a consequência de uma informação falsa com a aparência de notícia é a formação de crenças falsas por parte do público.

Nesse cenário, não podemos deixar de lado a discussão sobre ‘infodemia’, termo utilizado para denominar o fato de muitas pessoas optarem por se informar apenas por redes sociais e ficarem sujeitas à vulnerabilidade do *ciberespaço*¹⁰ na pandemia, gerando, além do vírus, uma epidemia de conteúdos falsos sobre o assunto. Por conta da internet, a circulação desse tipo de produção ocorre em um tempo muito ágil e, por isso, vimos desinformações sobre a pandemia chegarem em diversos lugares até mesmo antes que o próprio Coronavírus. Exemplo disso, é que no Piauí, de onde escrevemos, bem antes de serem confirmados os primeiros casos da doença, os veículos de comunicação já desmentiam boatos.

¹⁰ Para Lévy (1999, p. 17), o ciberespaço é o meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital ou do suporte tecnológico, mas um conjunto de informações e de usuários que o habitam e se alimentam de suas informações.

No dia 16 de março de 2020, o portal piauiense Cidade Verde.com noticiou um desses casos¹¹. Utilizando a Fundação Municipal de Saúde (FMS) como fonte, o portal alertou a população sobre uma foto que circulou nas redes sociais com a logomarca da FMS afirmando que Teresina havia registrado três casos confirmados de Covid-19. A fundação teve que desmentir, por meio de uma nota, o boato.

Figura 02 – Jornalismo desmente boato sobre a Covid-19

FMS alerta para fake news e afirma: Teresina não tem caso positivo para coronavírus

16/03/20, 18:36



Foto: divulgação/FMS



Fonte: O Dia (2020)

Na imagem acima, podemos perceber como é complicado esse contexto infodêmico e como isso impacta diretamente as pessoas que acessam esses conteúdos falsos, acreditam neles e os compartilham. Neste período de pandemia da Covid-19, o trabalho jornalístico ficou ainda mais complexo, pois, além de lutar contra o vírus, os jornalistas tiveram que lutar também contra essa desinformação diariamente. Trata-se de

¹¹ Confira a notícia completa do portal Cidade Verde.com: <https://cidadeverde.com/coronavirus/104368/fms-alerta-para-fake-news-e-afirma-teresina-nao-tem-caso-positivo-para-coronavirus>

um trabalho muito difícil, pois estes boatos são produzidos de uma maneira similar à cobertura noticiosa do jornalismo, gerando uma ilusão que se torna, muitas das vezes, difícil de serem checados e desmentidos/explicados.

Com isso, intensificou-se o trabalho jornalístico em uma de suas vertentes mais novas, o *fact-checking*, que é a checagem dos conteúdos que estão circulando nos diversos meios comunicacionais. Com o desenvolvimento de mais essa área, vemos como o jornalismo se reinventa para se manter como um lugar de verdade e credibilidade. Exemplo disso são as agências especializadas em checagem de notícias que vêm ganhando cada vez mais espaço no meio jornalístico e desempenhando um papel de importância imprescindível. Algumas delas são: a Lupa¹², a Aos fatos¹³, a Coar Notícias¹⁴, o Nujoc Checagem¹⁵ e até mesmo a editoria do portal G1, 'Fato ou Fake'¹⁶.

Sobre essa checagem de notícias, Costa (2018) destaca sua importância social:

Essas plataformas se tornaram um meio cada vez mais recorrente do ambiente virtual, configurando um novo espaço para os jornalistas reafirmarem seu papel de principal fonte de informações e credibilidade, quanto uma nova conjuntura para que os internautas não se deixem enganar pelos assuntos circulados de forma indiscriminada na rede. (Costa, 2018, p. 13)

Por meio da figura 03, percebemos que no dia 10 de dezembro de 2021, o Estadão desmentiu um boato¹⁷ que circulava em um grupo na plataforma Telegram, em que alegava que as mortes em crianças do sexo masculino haviam aumentado 54% desde que os imunizantes passaram a ser aplicados. Além disso, o conteúdo seguia-se de um vídeo com informações negacionistas, criticando o uso da máscara e a atuação dos

¹² Acesse: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>

¹³ Acesse: <https://www.aosfatos.org/>

¹⁴ Acesse: <https://coarnoticias.com/>

¹⁵ Acesse: <https://www.nujocchecagem.com.br/>

¹⁶ Acesse: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/>

¹⁷ Confira a checagem detalhada aqui: <https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/falso-vacina-morte-criancas/>, acesso às 11:04, em 16/08/2022.

governos estaduais. A checagem considerou o conteúdo enganoso, pois buscou confundir a população a partir de dados imprecisos e também incentivar os pais a não vacinarem os filhos.

Figura 03 – Checagem sobre conteúdo falso envolvendo a vacinação pediátrica

É enganoso post que atribui aumento de morte de crianças a vacinas contra covid-19

Agências sanitárias e profissionais da saúde negam que haja registro de aumento de morte infantil pós-vacinação

Projeto Comprova
10 de dezembro de 2021 | 17h59

Fonte: Estadão (2020)

Diante disso, notamos que o jornalismo vem tentando cumprir o seu papel social de informar a população diariamente. Além de reestruturar o seu lugar de verdade/credibilidade, já que, como explicam Franzoni, Ribeiro e Lisboa (2011, p. 05), o jornalismo “conquistou legitimidade para descrever e interpretar discursivamente a realidade”. Com o desenvolvimento do *fact-checking*, o jornalismo amplia seu certo poder sobre a verdade, ao julgar algo como ‘verdadeiro’, ‘falso’, ‘parcialmente falso’, ‘distorcido’. Claro, com tudo isso a partir de uma checagem muito bem-feita, que é um dos seus principais mecanismos desde os primórdios, o processo de apurar e checar são inerentes ao jornalismo, mas foram ressignificados.

Ademais, podemos afirmar que, após o imbróglio dos dados da Covid-19, o próprio jornalismo acabou assumindo o lugar de verdade sobre estes (números de casos ativos, óbitos e recuperados da doença), já que o Ministério da Saúde comprometeu sua imagem com as inconsistências de suas informações, perdendo assim seu poder primário sobre as mesmas. Por outro lado, o jornalismo com a ajuda das secretarias estaduais conseguiu manter diariamente os leitores/telespectadores

informados sobre a pandemia, através do consórcio, garantido seu lugar de fonte principal dos dados.

O boicote ao jornalismo e a criação do CVI: a imprensa quer falar

O Consórcio de Veículos de Imprensa foi criado no dia 8 de junho de 2020 em resposta à decisão do governo Jair Bolsonaro de restringir o acesso a dados sobre a pandemia de Covid-19. Os veículos *G1*, *O Globo*, *Extra*, *O Estado de São Paulo*, *Folha de São Paulo* e *UOL* decidiram formar uma parceria e trabalhar de forma colaborativa para buscar as informações necessárias sobre os casos e as mortes pela doença nos 26 estados e no Distrito Federal.

Segundo os próprios veículos do CVI, com a iniciativa inédita, as equipes dos jornalísticas passaram a dividir tarefas e compartilhar as informações obtidas para que os brasileiros pudessem saber a evolução e o total de óbitos provocados pela Covid-19, além dos números consolidados de casos testados e com resultado positivo para o novo Coronavírus. Um balanço diário passou a ser fechado e divulgado por esses veículos às 20h. (G1; *O Globo*; *Folha de São Paulo*, 2020).

Foucault (1982), ao falar sobre a verdade, reforça que ela é produzida graças a múltiplas coerções e produz no mundo efeitos regulamentados de poder. Com base neste autor, consideramos que a própria criação do Consórcio de Veículos de Imprensa trata-se de uma tentativa de dizer a verdade e de fazer com que o discurso ali divulgado fosse acolhido como verdadeiro pela população tendo em vista o poder que a imprensa possui de influenciar o imaginário simbólico coletivo. Já Franzoni, Ribeiro e Lisboa (2011, p. 07) destacam que “os procedimentos de controle, seleção e organização dos discursos existentes são, portanto, exercidos também pelo jornalismo enquanto discurso”. Por isso, o jornalismo disputou o espaço de poder sobre os dados da Covid-19, colocando a sua responsabilidade social como foco, deixando de lado a concorrência e formando a parceria entre os veículos.

O governo federal, por meio do Ministério da Saúde, deveria ser a fonte natural/oficial dessa cobertura da Covid-19, mas atitudes colocaram em dúvida a disponibilidade dos dados e sua precisão. Segundo os veículos jornalísticos do CVI, as mudanças feitas pelo Ministério na publicação de seu balanço da pandemia reduziram a quantidade e a qualidade dos dados. O horário de divulgação, que era às 17h na gestão do ministro Luiz Henrique Mandetta (até 17 de abril de 2020), passou para 19h e depois para 22h. Isso dificultou e inviabilizou a publicação dos dados em telejornais e veículos impressos.

A publicação tardia dos dados interferiu diretamente na produção noticiosa, pois a temporalidade de telejornais e de impressos requer que saiam sempre em um horário pré-definido para não atrapalhar a etapa de produção e de veiculação. No livro *Manual do Foca*, Thais Mendonça Jorge (2008) destaca que a pauta é um instrumento de organização interna, pois é a partir dela que é possível esquematizar o fechamento do jornal, a partir do planejamento da produção noticiosa. Sem os dados serem divulgados a tempo, os veículos ficaram impossibilitados de concluir a pauta e divulgar o assunto. Além disso, Jorge (2008, p. 30) aponta que a *atualidade* é um dos principais “valores-notícia”¹⁸, pois o novo é primeiro quesito da notícia e para ela, “não existe nada mais velho que o jornal de ontem”. Dessa maneira, podemos entender que a mudança na divulgação dos dados sobre o coronavírus interferiu diretamente no trabalho da imprensa, que precisou criar o consórcio.

Figura 04 – Folha de São Paulo explica criação do CVI

¹⁸ Para Jorge (2008), são esses valores que regem as pautas e o trabalho de apuração do repórter em campo.

Em razão das omissões, a parceria entre os veículos de comunicação vai coletar os números diretamente nas secretarias estaduais de Saúde. Cada órgão de imprensa divulgará o resultado desse acompanhamento em seus respectivos canais. O grupo vai chamar a atenção do público se não houver transparência e regularidade na divulgação dos dados pelos estados.

Fonte: Folha de São Paulo (2020)

O portal no qual o Ministério da Saúde divulga o número de mortos e contaminados foi retirado do ar e quando retornou, depois de mais de 19 horas, passou a apresentar apenas informações sobre os casos “novos”, ou seja, registrados no próprio dia. Desapareceram os números consolidados e o histórico da doença desde seu começo. Também foram eliminados do site os links para downloads de dados em formato de tabela, essenciais para análises de pesquisadores e jornalistas, e que alimentavam outras iniciativas de divulgação.

Com a mudança, o governo federal tentou esconder que o Brasil já havia atingido a casa de 35.456 mortes e 659.114 casos confirmados da Covid-19. O G1 (2020) detalhou que entre os itens que deixaram de ser publicados estão:

Figura 05 – Mudanças identificadas no site do governo

O **G1** identificou três mudanças principais no novo formato:

- os **números acumulados de contaminados e mortos** deixaram de ser divulgados;
- os **coeficientes de incidência de contaminação e óbitos** (ou seja, a taxa de infecção e de morte por 100 mil habitantes em cada estado) e a **taxa de letalidade da Covid-19** (ou seja, o percentual de contaminados que morrem por conta do vírus) também sumiram do site;
- a **ferramenta de download dos dados**, fundamental para análise estatística e pesquisa científica, não existe mais.

Fonte: G1 (2020)

Foucault (1966) entende que a vontade de verdade tende a exercer sobre os outros discursos uma espécie de pressão e um certo poder de coerção. No caso em análise, podemos notar que a vontade de verdade do Ministério da Saúde e do governo federal era de exercer realmente uma certa coerção sobre os dados da pandemia (sobre quem poderia interpretar e trabalhar estes dados como uma verdade inconveniente), no país. Para isso, utilizaram do seu poder e do aparato do Estado para modificar a divulgação dos dados, escondendo a realidade vivida pelos brasileiros.

Por outro lado, o jornalismo que também tem o seu certo poder construído historicamente, como vimos nas discussões que fizemos anteriormente, não deixou que a população ficasse à mercê dos dados inconsistentes do Ministério da Saúde e se desdobrou para realizar esse compilado de dados através das secretarias estaduais de saúde diariamente. Posteriormente, ele ganhou espaço de fonte oficial dos dados da pandemia no país, a partir dessa atuação do consórcio, uma vez que, ao invés de publicar dados enviados pelo Ministério da Saúde, o jornalismo mesmo apurava informações com as secretarias estaduais de saúde e colocava o Consórcio de Veículos de Imprensa como fonte.

Figura 06 – Inconsistência nos dados faz com que consórcio seja criado

POLÍTICA

Após reduzir boletim diário, governo Bolsonaro retira dados acumulados da Covid-19 do site

Portal ficou 'em manutenção' e, ao retornar, deixou de exibir números consolidados. Com mudança, governo não informa mais o quadro total da pandemia em nenhuma plataforma.

Por Mateus Rodrigues, G1 — Brasília
06/06/2020 18h26 · Atualizado há um ano

Fonte: Portal G1 (2020)

O portal G1 fez ainda um comparativo¹⁹ mostrando o antes e o depois do site do Ministério da Saúde, após as mudanças na divulgação dos dados. Com isso, verificamos que o jornalismo buscou explicar minuciosamente em sua narrativa que o Ministério da Saúde estava atuando de forma incoerente. Para isso, o jornalismo se utilizou de infográficos como recursos visuais para melhor mostrar as mudanças feitas pelo governo na divulgação dos dados. Ao tempo em que apontava os erros, os portais do CVI já se apresentavam automaticamente como uma solução para o problema.

Figura 07 – Dados da Covid-19 antes da mudança

- **Versão anterior:** com dados acumulados, distribuição regional, taxa de letalidade e botão para download dos dados em formato acessível, entre outras funcionalidades.



Versão original do portal do Ministério da Saúde sobre Covid-19, com dados acumulados — Foto: Ministério da Saúde/Reprodução

Fonte: G1 (2020)

Figura 08 – Dados da Covid-19 depois da mudança

¹⁹ Confira a notícia completa do Portal G1: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/06/06/apos-reduzir-boletim-governo-bolsonaro-retira-dados-acumulados-da-covid-19-de-site-oficial.ghtml>

- **Site atual:** apenas com dados das últimas 24 horas



Fonte: G1 (2020)

Ao completar 500 dias de atuação, o portal G1 publicou uma notícia²⁰ sobre a atuação do consórcio e trouxe falas dos diretores de jornalismo envolvidos nesta contribuição. A notícia foi construída em conjunto e igualmente publicada pelos veículos²¹ que compõem o consórcio, da mesma forma que aconteceu quando o consórcio foi criado. Assim, podemos perceber a estratégia dos veículos de comunicação para o fortalecimento da imagem do consórcio, que de certo modo buscava falar em nome de todo o jornalismo. A seguir, temos alguns trechos das falas de alguns representantes dos veículos que fazem parte do consórcio, que fazem parte da notícia citada acima.

Texto 01: “Temos um enorme orgulho de participar deste esforço conjunto de levar à sociedade as informações sobre a pandemia. Diante da omissão do governo federal, a imprensa cumpriu a sua missão”, afirma João Caminoto, diretor de Jornalismo do Grupo Estado. (G1, 20 de Outubro de 2021)

Texto 02: “Quando as instâncias oficiais falharam em dar informação vital para a população, coube ao jornalismo

²⁰ Confira a notícia completa do G1: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/10/20/consorcio-de-veiculos-de-imprensa-completa-500-dias-de-trabalho-colaborativo.ghtml>, acesso às 11:06, em 16/08/2022.

²¹ Confira a notícia também no portal O Globo: <https://oglobo.globo.com/brasil/veiculos-de-imprensa-fazem-parceria-para-dar-transparencia-dados-de-covid-19-24468150>, acesso às 11:08, em 16/08/2022.

profissional se unir de maneira inédita e apurar e divulgar essa informação. 500 dias depois, o consórcio da imprensa continua, assim como, infelizmente, a falta de confiança no governo”, diz Sérgio Dávila, diretor de Redação da Folha de S.Paulo. (G1, 20 de Outubro de 2021)

Texto 03: “O trabalho do consórcio de veículos de imprensa impede que o Brasil seja vítima de um novo apagão de dados, como em junho de 2020. É um investimento que se renova, com dados confiáveis sobre o avanço da vacinação no país”, afirma Alexandre Gimenez, gerente-geral de Notícias do UOL. (G1, 20 de Outubro de 2021)

O jornalismo é entendido por nós nesta pesquisa não só como o documento em que teremos acesso ao conteúdo veiculado pelo Consórcio e que subsidiará nossa análise. Para nós, ele também é uma fonte utilizada para documentar os acontecimentos que eclodiram paralelamente à pandemia. Ao analisarmos os textos 01, 02, e 03, percebemos que a matéria em si coloca o jornalismo (pelos jornalistas) em um espaço pouco comum que é o de entrevistado. Nas falas dos profissionais, é fortalecido o discurso de que a iniciativa de criar o consórcio é em prol da verdade. Podemos perceber ainda que a parceria é como uma espécie de missão social, impedindo que a população fique desinformada. Os líderes das redações se utilizaram do espaço de fala para reforçarem o lugar de verdade do jornalismo, a partir da união dos veículos.

Em setembro de 2020, o Grupo Globo ficou entre as empresas de mídia escolhidas para representar o trabalho da imprensa, fundamental para informar e educar a população sobre a Covid-19. O jornalismo da Globo recebeu o prêmio International Honour for Excellence, na International Biometric Conference de 2020, representando a excelência da cobertura sobre a pandemia. O reforço de cobertura no G1, com intensificação da editoria de checagem ‘Fato ou Fake’ e a criação do consórcio de veículos de imprensa juntamente com os demais veículos jornalísticos do país para uniformização dos dados públicos sobre a

pandemia foram os principais atos responsáveis pela premiação. O G1 publicou²² sobre a premiação:

Figura 09 – Premiação pela cobertura da pandemia

Cobertura conjunta da imprensa sobre coronavírus leva prêmio internacional de excelência

Grupo Globo está entre as empresas de mídia escolhidas para representar o trabalho da imprensa, fundamental para informar e educar a população sobre a Covid-19.

Por G1
11/09/2020 11h53 · Atualizado há um ano



Fonte: Portal G1 (2020)

Franzoni, Ribeiro e Lisboa (2011) acreditam que a crença da sociedade nos discursos institucionalizados transformada em consenso é que constrói a legitimidade dessas instituições e da realidade social. De tanto o consórcio se colocar como lugar de credibilidade sobre os dados da Covid-19, ao contabilizar e veicular os números diariamente, tornou-se legítimo o seu lugar de importância social.

Além disso, em janeiro de 2021, os veículos que compõem o consórcio de veículos de imprensa realizaram a primeira campanha nacional em favor da vacinação contra a Covid-19. No momento em que a pandemia já havia vitimado mais de 220 mil pessoas no país, o consórcio iniciou a campanha para conscientizar os brasileiros sobre a importância da vacinação. Diversos artistas se envolveram na produção das peças comunicacionais da campanha que atingiu os mais diversos tipos de mídia. “Vacina SIM” foi a frase-chave da campanha que reforçava que a vacina é a principal arma contra a Covid-19.

Figura 10 – CVI realiza campanha de incentivo à Vacinação

²² Confira a matéria completa sobre a premiação:
<https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/09/11/cobertura-conjunta-da-imprensa-sobre-coronavirus-leva-premio-internacional-de-excelencia.ghtml>

Campanha do consórcio de veículos de imprensa destaca a importância da vacinação

Há 7 meses, alguns dos principais veículos de imprensa do país se uniram para coletar com precisão e divulgar dados fundamentais sobre a evolução da pandemia no Brasil.

Fonte: G1 (2020)

Até aqui, já vimos os motivos que levaram à criação do Consórcio de Veículos de Imprensa e um pouco de como o consórcio iniciou sua atuação e buscou explicar à sociedade a sua importância. A seguir, entenderemos um pouco da história dos veículos analisados nesta pesquisa, conhecendo um pouco mais sobre os veículos que compõem o CVI.

Quem resolveu falar: veículos que compõem o CVI

Ao pensarmos mais criticamente sobre quem resolveu se unir, criar o Consórcio de Veículos de Imprensa e se responsabilizar pelos dados da Covid-19, podemos nos questionar se esta ação não seria também um posicionamento político e estratégico desses veículos jornalísticos tendo em vista que o consórcio surge como uma contra-narrativa à dinâmica política/social vigente, contestando e confrontando a fonte oficial, que no caso deveria ser o Ministério da Saúde.

Ademais, como já apontamos, o imbróglio com os dados sobre a Covid-19 no país afetou diretamente a produção de conteúdo jornalístico sobre o assunto após ser mudada a forma e o horário da divulgação dos mesmos. Com isso, acreditamos que a criação do consórcio tenha sido também uma forma da própria imprensa se colocar como contrária à desinformação produzida pela política vigente. Por esse motivo, é necessário entender quem resolveu falar e porque, em relação ao consórcio.

Contudo, não podemos apenas atribuir a criação do consórcio ao desejo de bem informar. Sabemos que existe uma rotina de produção jornalística e quando a mesma não é cumprida o produto jornalístico pode ser prejudicado, bem como suas etapas. Observando por um prisma mais holístico consideramos que até a cadeia de anunciantes que sustenta o meio jornalístico pode ser afetada por um trabalho ineficaz desenvolvido por ele. Noticiar a informação não precisa do Ministério da Saúde, silenciar o tema, esquecê-lo ou apenas pautar-se em notas de esclarecimento e justificativas rasas para a ausência da informação comprometem a credibilidade e a imagem do veículo jornalístico construídas junto aos seus públicos. Então, entendemos que não era interesse dos meios jornalísticos uma imagem alheia à pandemia e que comprometesse a sua rotina de apuração, produção, veiculação da notícia e até mesmo violasse sua relação com os anunciantes que financiam os meios jornalísticos.

Há quase 16 anos, o portal G1 faz parte da história do Jornalismo online. Desde 18 de setembro de 2006, o site da Globo coloca à disposição do leitor conteúdos de suas diversas praças espalhadas pelo país (G1, 2022). O portal é alimentado pelas filiadas vinculadas e mantidas pelo grupo Globo e conta também com produções próprias. Todas as praças apresentam layout que seguem o padrão do G1 nacional, tendo sua identidade visual marcada pela cor vermelha. O site de notícias disponibiliza os formatos de texto, foto, áudio, vídeo, infográficos e é alimentado com frequência imediata.

O portal G1 foi a primeira iniciativa de conteúdo jornalístico do grupo Globo criada e pensada para o digital. Embora os telejornais e programas possuíssem, em sua maioria, endereços na internet, suas equipes não eram dedicadas à produção de informação exclusiva e em tempo integral (G1, 2022). Com isso, logo em 2008, o site G1 assumiu a liderança na audiência dos portais de notícias do Brasil. Segundo dados divulgados pela Comscore²³, no segundo semestre de 2021, o G1 é o site de notícias

²³ A Comscore é uma empresa americana que monitora a audiência das maiores redes de televisão, propriedades de mídia digital, marcas, agências e estúdios de cinema do

mais acessado do país e atinge em média mais de 55 milhões de usuários por mês.

Figura 11 – Aba principal do G1 no dia 06 de maio de 2022

Fonte: G1 (2020)

Não diferente do G1, a Folha de São Paulo faz parte de um dos principais conglomerados de mídia do país. O Grupo Folha controla o jornal impresso de maior circulação (Folha de S.Paulo) no país, como também, o site noticioso (folha.com.br), o Datafolha (instituto de pesquisa), a agência de notícias Folhapress, entre outros (Folha de São Paulo, 2022).

De acordo com Mendes e Mendonça (2021), a Folha de São Paulo, como o conhecemos atualmente, é resultado da fusão ocorrida, na década de 1960, entre os jornais Folha da Noite (1921), Folha da Manhã (1925) e Folha da Tarde (1949).

A consolidação da Folha como o diário de maior circulação no Brasil a partir da década de 1980 está relacionada, por um lado, ao pioneirismo na modernização de seu parque gráfico (foi o primeiro jornal a realizar a impressão em offset em cores em larga tiragem) e, por outro lado, à regulação de princípios editoriais (informação correta, interpretações competentes sobre essa informação e pluralidade de opiniões sobre os fatos) (Mendes; Mendonça, 2021, p. 105).

Ainda segundo Mendes e Mendonça (2021), a integração das redações das edições on-line e impressas da Folha ocorreu em maio de

mundu. Pioneiro na medição de público, o grupo analisa os números em diferentes recortes.

2010 e foi acompanhada de uma reforma gráfica. Com a consolidação no meio digital, tempos depois, a Folha adotou o *paywall*, uma forma de restrição por meio da qual os usuários que desejam acessar o conteúdo de um site devem pagar por ele.

Figura 12 – Aba principal da Folha de São Paulo no dia 09 de maio de 2022



Fonte: Folha de São Paulo (2020)

Após conhecermos um pouco mais sobre esses veículos que compõem o CVI e suas magnitudes, aferimos que a iniciativa de criar o consórcio partiu de veículos bem estruturados, historicamente grandes, com certo poder e que, realmente, dispõem de recursos para realização de tal feito e até mesmo conseguir deslocar jornalistas para outras funções, como por exemplo, os que foram destinados para a agrupação dos dados da Covid-19, com base nas informações das secretarias de saúde estaduais. Estes pontos nos fazem questionar até a ausência de mídias alternativas neste consórcio. Considerando que, muitas vezes, as mídias alternativas não dispõem de muitos recursos materiais e humanos para desenvolver as pautas, acreditamos que seria bem mais difícil a sua inserção nessas atividades.

Neste tópico, vimos um pouco sobre a história dos nossos objetos de estudo. A seguir, entenderemos quais foram as estratégias narrativas utilizadas dentro das notícias do portal G1 e da Folha de São Paulo, que fazem parte do consórcio, para estabelecer o lugar de verdade nos seis primeiros meses de parceria entre os veículos.

Estratégias utilizadas pelo CVI para estabelecer o seu lugar de verdade

O que é e como se traça uma estratégia?

Certeau (2008) conceitua a estratégia como um cálculo ou manipulação das relações de força que se tornam possíveis a partir do momento que o sujeito de querer e de poder (que pode ser uma empresa ou grupos de empresas) pode ser isolado. Para o autor, a estratégia postula um lugar suscetível de ser circunscrito como algo próprio e ser a base de onde se podem gerir as relações com uma exterioridade de alvos ou ameaças, ou seja, tratam-se de planos gerais e permitem uma visão a longo prazo.

Nesse contexto de pandemia, a pesquisadora Ana Regina Rêgo (2020) explica que práticas panópticas são desenvolvidas a partir das estruturas de poder.

As estruturas de poder – neste momento histórico com preponderância das estruturas de poder econômico sobre as de poder político – criam estratégias e distrações com potencial duplamente lucrativo, cujos meandros finais são permeados por caminhos díspares que envolvem desregulamentação do direito universal, alianças entre tecnologia e psicologia, modelos de negócios que visam monopólios. (Rêgo, 2020, p. 84)

Rêgo (2020) enfatiza que o panoptismo e seu dispositivo de vigilância máxima, o panóptico, configuram-se como representações importantes em relação à sociedade e ao poder disciplinar, pois permitem automatizar e pluralizar o poder. Assim, vigilância e poder estão envolvidos em uma rede de distribuição que se compõe de corpos, luzes, olhares, aparelhos etc. Rêgo (2020, p. 85) explica ainda que “a vigilância tem o intuito de produzir informações sobre os vigiados”.

O jornalismo tem sua atuação ligada a uma prática panóptica, pois a todo momento vigia e fiscaliza a população para produzir suas informações. Na pandemia e com a atuação do Consórcio de Veículos de Imprensa essa vigilância tornou-se ainda mais constante ao cobrir o avanço do vírus pelos estados brasileiros. Diariamente, quase que em tempo real, os diversos jornais dedicaram seu tempo para monitorar a situação pandêmica e manter a sociedade atualizada. Inclusive, por meio da comparação dos dados e com base nos estudos científicos, até mesmo prever como estaria a situação do país, em relação aos casos e óbitos pela doença, nos próximos dias.

Nesse sentido, utilizando-nos do olhar de Certeau (2008) para a estratégia, verificamos que o jornalismo buscou antecipar-se, estrategicamente, no tratamento da informação, uma vez que vidas poderiam ser afetadas. Ao utilizar, por exemplo, infográficos que mostraram visualmente como o vírus se espalharia pelo país, caso as medidas preventivas não fossem seguidas, este tratamento da informação era aperfeiçoado.

Assim, o consórcio buscou reduzir os efeitos severos do coronavírus e automaticamente atuou para salvar vidas. E isso é possível, pois como explica o autor:

A divisão do espaço permite uma prática panóptica a partir de um lugar de onde a vista transforma as forças estranhas em objetos que se podem observar e medir, controlar, portanto, e “incluir” na sua visão. Ver (longe) será igualmente prever, antecipar-se ao tempo pela leitura de um espaço (Certeau, 2008, p. 100).

Nessa linha de pensamento de Certeau (2008, p. 100), “as estratégias possuem um tipo específico de saber, que sustenta e determina o poder de conquistar para si um lugar próprio”. Segundo ele, a princípio, é necessário haver um poder preliminar para traçar essas estratégias. Embora Michel Foucault não seja citado na obra de Certeau, nossa maneira de ver o poder se assemelha a desse autor, no livro *Microfísica do Poder*. O autor enxerga o poder como uma força que diz não, mas que também “permeia, produz coisas, induz ao prazer, forma saber, produz

discurso" (Foucault, 2008, p. 08). Desse modo, podemos compreender as estratégias como um produto deste poder que ocupa uma posição relacional. Pode estar junto ao jornalismo, ao povo, ao Governo, pois depende de todo um contexto.

Michel de Certeau acredita que a estratégia é organizada como uma demonstração de poder e, por isso, são elaborados "lugares teóricos (sistemas e discursos totalizantes), capazes de articular um conjunto de lugares físicos onde as forças se distribuem" (Certeau, 2008, p.102). Dessa maneira, entendemos que a criação do consórcio pode ser vislumbrada como uma estratégia, porque o jornalismo, ciente da sua produção e tendo em vista o seu processo de apuração e produção, percebeu que depender apenas do Ministério da Saúde comprometeria a produção de conteúdo jornalístico, uma vez que não havia uma precisão nos dados repassados.

No dia a dia, conforme explica Ferreira (2016), as estratégias podem ser observadas nas práticas inventivas empreendidas em ocasiões e reapropriações de espaços e de lugares, demonstrando que as pessoas podem abrir seus próprios caminhos para viver de modo melhor, indicando maneiras de fazer diferentes e criadoras. Não é à toa que para a execução de qualquer trabalho são necessárias boas estratégias. Sem elas, o potencial inovador é afastado.

Ao estudar o Consórcio de Veículos de Imprensa, estamos analisando uma organização composta por empresas de comunicação. Rêgo (2015) explica que a utilização de estratégias, com o passar do tempo, passou a definir o futuro de uma organização. A autora relata que para que haja uma ação estratégica é necessário que sejam realizados um planejamento e uma administração também estratégicos. Sobre esse âmbito empresarial, Rêgo (2015, p. 60) detalha que:

A gestão estratégica é um processo dinâmico e ininterrupto, em face das possibilidades das mudanças de rumo na implantação das estratégias definidas. A gestão estratégica consiste, portanto, não somente no processo criativo e de planejamento, mas no acompanhamento da execução do que foi planejado. O monitoramento faz parte do processo

de gestão e visa propor adaptações necessárias ao longo do processo. Desta forma, o processo de gestão estratégica é, em si, flexível e permanentemente criativo, visando não somente corrigir eventuais cursos como aproveitar novos panoramas mercadológicos que se apresentem (Rêgo, 2015, P 60).

Ao colocar isso em prática, segundo a pesquisadora, será possível alavancar a organização rumo à liderança de mercado e conquistar a preferência dos consumidores. Como já mencionamos, anteriormente, o consórcio acabou se tornando a fonte primária dos dados da Covid-19 (casos confirmados, óbitos e recuperados da doença). Adiante, entenderemos como a cobertura dos sites G1 e Folha de São Paulo foi utilizada estrategicamente para constituírem um lugar de verdade nas narrativas sobre a pandemia.

Confira quais estratégias foram utilizadas nas narrativas jornalísticas do CVI

Para compreender quais estratégias foram utilizadas, analisamos 105 matérias em que o Consórcio de Veículos de Imprensa foi mencionado, no período que delimitamos, de junho a dezembro de 2020, localizamos oitenta e cinco (85) notícias do portal G1 e vinte (20) notícias da Folha de São Paulo. Esse material foi localizado por meio de uma busca por palavras-chave, utilizando a ferramenta de memória presente em cada site com a expressão 'Consórcio de Veículos de Imprensa'. Em seguida, esse material foi tabulado e, posteriormente, analisado. No Quadro 01, é possível conferir o detalhamento do corpus desta pesquisa.

Quadro 01: Mapeamento da quantidade de notícias publicadas pelo G1 e pela Folha de São Paulo nos seis primeiros meses de existência do consórcio

Meses	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
Datas	09/10/11	12/13/14	15/16/17	18/19/20	21/22/23	24/25/26	27/28/29	
G1	15	15	08	10	13	13	11	85

Meses	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
FOLHA	04	02	03	04	01	03	03	20
Total	19	17	11	14	14	16	14	105

Fonte: Autoria própria (2020)

Para guiar a análise de dados, utilizamos como referencial teórico-metodológico o conceito de estratégia com base em autores como Certeau (2008), Rêgo (2015 e 2020) e Ferreira (2016), como também, retomando os autores que embasaram a discussão feita acerca da verdade nos capítulos iniciais desta pesquisa. Nessa perspectiva, agrupamos as estratégias utilizadas pelos sites em estudo nas seguintes categorias: *A criação do Consórcio e o compromisso com a informação; Uso de títulos e subtítulos para dar notoriedade ao Consórcio; Pedagogia: informação com educação; Detalhamento de dados; O consórcio como panóptico; Humanização da pandemia; Variação de recursos; Escolha das fontes; Combate à desinformação e ao negacionismo e Oposição ao governo/presidente.* A utilização dessas categorias permite uma melhor organização do material analisado, facilitando o entendimento dos resultados obtidos.

As categorias foram definidas a partir da observação das estratégias que foram adotadas a longo prazo, sendo verificadas nos seis primeiros meses de atuação do consórcio. Ou seja, agrupamos as ações que se repetiram de junho a dezembro de 2020 e foram identificadas nos dois veículos de comunicação. As categorias foram definidas dessa forma:

1 - *A criação do Consórcio e o compromisso com a informação* - Nesta categoria, observamos que a própria criação do consórcio foi utilizada pelos veículos para se apresentarem como um lugar de verdade;

2 - *Uso de títulos e subtítulos para dar notoriedade ao Consórcio* - Nesta categoria, notamos que utilizar o nome do CVI nos títulos e subtítulos foi também uma estratégia para consolidar o consórcio como

um lugar de verdade e também para dar notoriedade e chamar a atenção do público para o desenvolvimento da iniciativa;

3 - *Pedagogia: informação com educação* - Aqui, verificamos que o consórcio se utilizou de recursos pedagógicos para explicar/ensinar melhor sobre a pandemia aos leitores. Seu interesse estava além do levar a informação por si só, mas se tratava de uma tentativa de organizar o mundo, detalhá-lo, explicá-lo;

4 - *Detalhamento de dados* - Além de pedagógico, nesta categoria, observamos que o jornalismo buscou detalhar de forma aprofundada os dados sobre a Covid-19, a nível federal, estadual e municipal. Mostrando uma abordagem completa;

5 - *O consórcio como panóptico* - Esta categoria traz a atuação do consórcio como uma espécie de panóptico, pois a princípio os dados passaram a ser atualizados três vezes por dia, o que nos mostra uma presença quase que onipresente do jornalismo na vigilância social ao monitorar o tema;

6 - *Humanização da pandemia* - Nesta categoria, notamos a presença de imagens com alta sensibilidade em grande parte das narrativas, buscando sensibilizar os leitores sobre a crise sanitária e humanizar os números;

7 - *Variação de recursos* - Com a análise, foram verificados diversos recursos adotados pelos sites na construção das narrativas a fim de passar ao público a informação de forma mais completa e acessível. Entre eles: imagens, vídeos, gráficos, infográficos, hiperlinks;

8 - *Escolha das fontes* - Nesta categoria, verificamos que, de forma constante, os veículos do CVI utilizaram de fontes ligadas à ciência para embasar as narrativas;

9 - *Combate à desinformação e ao negacionismo* - Outra estratégia utilizada pelos sites foram narrativas que abordaram sobre a circulação de *fake news*, principalmente, buscando combater o negacionismo.

10 - *Oposição ao governo/presidente* - Ao analisar as notícias do mapeamento, observamos a presença de muitas narrativas que

buscavam mostrar erros cometidos pelo Governo Federal/Ministério da Saúde e também atitudes do presidente da república. Uma espécie de: o governo está errado e o consórcio está certo.

A criação do Consórcio e o compromisso com a informação

Como vimos, Certeau (2008) enfatiza que a elaboração de lugares teóricos é uma das ações para se construir uma estratégia. Ao analisar as notícias dos dois veículos, observamos esse lugar teórico quando foram criadas retrancas²⁴ específicas dentro das narrativas para explicar como se deu a criação do consórcio, por meio da parceria entre veículos e qual o seu objetivo. Notamos que mesmo com o passar dos meses, após a criação do CVI, os sites continuaram trazendo em suas narrativas essa explicação sobre a origem do consórcio. Como podemos ver nas figuras 13 e 14, dispostas posteriormente.

A própria nomenclatura dada à iniciativa reflete uma necessidade dos veículos de se estabelecerem e se colocarem como uma iniciativa importante. O termo "consórcio" diz respeito a uma comunhão de pessoas físicas ou jurídicas com um objetivo em comum. Ao se apresentarem assim, os sites sinalizaram a união como estratégia para os próximos meses, sempre reforçando a parceria entre os veículos e como a associação se tornou necessária para a transparência dos dados durante a pandemia de Covid-19.

Figura 13 – Retranca do G1 enfatiza porque o consórcio foi criado

Consórcio de veículos de imprensa

Os dados sobre casos e mortes de coronavírus no Brasil foram obtidos após uma parceria inédita entre **G1**, O Globo, Extra, O Estado de S.Paulo, Folha de S.Paulo e UOL, que passaram a trabalhar, desde o dia 8 de junho, de forma colaborativa para reunir as informações necessárias nos 26 estados e no Distrito Federal (**saiba mais**).

Fonte: G1 (2020)

²⁴ São espécies de subtítulos dentro das notícias, com seções de complementação e/ou contextualização do tema abordado.

Figura 14 – Folha de São Paulo explica ao leitor porque o consórcio foi criado

A iniciativa do consórcio de veículos de imprensa ocorre em resposta às atitudes do governo Jair Bolsonaro (sem partido), que ameaçou sonegar dados, atrasou boletins sobre a doença e tirou informações do ar, com a interrupção da divulgação dos totais de casos e mortes. Além disso, o governo divulgou dados conflitantes.

Fonte: Folha de São Paulo (2020)

Essas explicações apareceram em praticamente todas as notícias analisadas, tanto na Folha quanto no G1. Dessa maneira, podemos observar que há a presença de duas grandes estratégias em torno do nosso objeto de estudo. De um lado, o Ministério da Saúde se utiliza da ‘desinformação como estratégia’, pois o órgão tem seu certo poder e respaldo sobre a saúde no país. Enquanto do outro lado, o Jornalismo buscou, por meio do consórcio, elaborar um discurso mais condizente com a realidade, prezando pela sua responsabilidade social.

Ao analisarmos as figuras 13 e 14 percebemos esta necessidade que o consórcio tinha/ tem de se construir estrategicamente como um lugar de verdade. Na figura 13, o termo “parceria inédita” reforça o caráter novo e inabitual da iniciativa. O mesmo comportamento constatamos na figura 14 quando a Folha de São Paulo menciona que o consórcio “ocorre em resposta às atitudes do governo Jair Bolsonaro (sem partido), que ameaçou sonegar dados”. Nas duas publicações, percebemos uma reafirmação do Consórcio como algo necessário, único e de compromisso com a verdade.

Nesse sentido, retomando a linha de pensamento de Franzoni, Ribeiro e Lisboa (2011), notamos a partir dessas narrativas que o consórcio buscou também se legitimar como instituição social, assim como a própria história do jornalismo, buscando atuar fortemente ligado a uma retratação fielmente à realidade ou o mais próximo possível disso. Reafirmando aos leitores frequentemente sobre como acontece a sua atuação, de onde vêm os dados consolidados e mostrando as

inconsistências do Ministério da Saúde, a fim de credibilizar a sua produção noticiosa.

Assim, podemos entender ainda que a própria criação do consórcio de imprensa foi uma estratégia traçada pelo jornalismo para combater a desinformação e não deixar a sociedade à mercê dos dados inconsistentes. Por meio do poder e do saber acumulados pelo jornalismo, como já citamos outrora, notamos que o consórcio de imprensa foi um meio adotado pelos veículos envolvidos para conquistarem esse lugar de poder sobre os dados da Covid-19.

Além disso, esse lugar teórico sobre o consórcio também foi reforçado ao enfatizar que entidades e personalidades de diversos setores e lugares elogiaram a iniciativa. Ao utilizar desses atores, que representam certo respaldo perante as pessoas, como por exemplo: o então presidente da Câmara, Rodrigo Maia; o então presidente do Congresso, Davi Alcolumbre; o então ministro e presidente do Supremo Tribunal Federal (STF), Dias Toffoli; o então senador do Amapá Randolfe Rodrigues; o ex-ministro da Justiça Sérgio Moro; a Associação Nacional de Jornais (ANJ); a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji); o Sindicato dos Jornalistas de São Paulo e a Associação Brasileira de Imprensa (ABI), o jornalismo do consórcio buscou se legitimar agregando os valores dessas fontes para sustentar sua atuação, a partir dos posicionamentos dos mesmos.

Figura 15 – Atuação CVI recebe elogios

Os dados foram obtidos após uma parceria inédita entre **G1**, O Globo, Extra, O Estado de S.Paulo, Folha de S.Paulo e UOL, que passaram a trabalhar de forma colaborativa para reunir as informações necessárias nos 26 estados e no Distrito Federal. **Personalidades do mundo político e jurídico, juntamente com entidades representativas de profissionais e veículos de imprensa, elogiaram a iniciativa.**

Fonte: G1 (2020)

Uso de títulos e subtítulos para dar notoriedade ao Consórcio

Outra estratégia utilizada, ao longo dos seis primeiros meses, foi dar espaço para o próprio consórcio logo nos títulos e subtítulos das notícias. Dentro do universo jornalístico, a notícia é, estrategicamente, pensada e o título tem uma função primordial na construção da notícia, sobretudo na Web onde algumas empresas já o constroem pensando nos acessos, atraindo internautas. Consoante Xavier e Lucena (2019), relatam que é na disputa maior pela atenção da audiência que os sites de notícias passaram a definir estratégias de captação de cliques. Os autores explicam que uma dessas estratégias é a utilização de títulos *caça-cliques*, que atraem visualizações e criam expectativas nos leitores.

Com isso, verificamos esta estratégia, a partir do momento em que o CVI aparece em evidência, como fonte primária dos dados sobre a Covid-19, já nos títulos e subtítulos das notícias. Enquanto os dados do Ministério da Saúde apareciam de forma bem mais sucinta, apenas nos últimos parágrafos da notícia. Ao utilizar a fonte de dados CVI no título, podemos observar que os veículos dão destaque ao consórcio, tendo em vista que a parte principal da notícia, o enfoque, aparece neste lugar. E que muitas vezes é a única parte lida da notícia, já que também é a parte que vai junto ao link, quando a matéria é compartilhada nas outras mídias.

No livro *Dicionário da Comunicação*, Rabaça e Barbosa (2002) explicam que os títulos definem o assunto/teor da produção e, geralmente, são compostos em corpo maior do que o utilizado no texto, sendo situados com destaque na notícia, chamando assim a atenção do leitor. A escolha de utilizar o consórcio nos títulos e subtítulos não é despreziosa, pelo contrário, é adotada justamente para sinalizar, posicionado em primeiro plano, a origem dos dados, enfatizando a atuação da organização CVI.

Figura 16 – G1 traz consórcio no título da notícia

Brasil tem 1.300 mortes por coronavírus em 24 horas, revela consórcio de veículos de imprensa; são 39.797 no total

Levantamento feito por jornalistas de G1, O Globo, Extra, Estadão, Folha e UOL junto às secretarias estaduais de Saúde mostra ainda que houve 33.100 novos casos de Covid-19 em um dia; são 775.184 no total.

Por G1

10/06/2020 20h00 · Atualizado há um ano



Fonte: G1 (2020)

Figura 17 – Folha também utiliza consórcio no título

CORONAVÍRUS · JORNALISMO

Brasil chega a 191 mil mortos pela Covid-19, mostra consórcio de imprensa

País registrou novos 331 óbitos pela doença; desde o início da pandemia, 7.481.400 pessoas foram infectadas pelo novo coronavírus

Fonte: Folha de São Paulo (2020)

Na perspectiva defendida por Sheron Ferreira e Mayara Ferreira (2021, p. 97), é através do título que o leitor tem o primeiro contato visual e informativo com uma matéria. E mesmo o título sendo uma estrutura mais curta carrega informações importantes. As autoras enfatizam ainda que a forma como os títulos são construídos impactam diretamente nas impressões e opiniões das pessoas que os lerem. Isso serve também para os subtítulos, que complementam a ideia trazida no título, ficando em segundo lugar de destaque. Consoante à discussão, é necessário entender que utilizar o consórcio nos títulos e subtítulos foi uma maneira adotada

para dar destaque ao mesmo, colocando-o também como parte central da informação.

Nas figuras 16 e 17, percebemos ainda que os verbos “revela” e “mostra”, que acompanham o Consórcio, estabelecem uma relação de poder e, conseqüentemente, de verdade. Ao observarmos o significado destes termos e tendo como base as explicações de Foucault (1982), ao “mostrar” e “revelar” algo, automaticamente o jornalismo está colocando o consórcio como detentor da verdade. E é dessa relação que surge o regime de verdade, fruto desse ‘poder’ sobre o ‘saber’, que é mostrado/revelado pelo jornalismo.

Pedagogia: informação com educação

Segundo Góes (2013), a notícia deve ser compreendida como um processo social, que acaba construindo e revelando o mundo presente, concretizado em nossa percepção da vida. O autor explica que ela “possui certas características didáticas em seu processo, que envolveriam uma espécie de ensinamento, orientação, explicação educativa do mundo concreto” (Góes, 2013, P. 04). Num período tão complicado e cheio de novas informações, foi necessária uma atenção ainda maior do jornalismo na construção das narrativas. Notamos que tanto o G1 quanto a Folha tiveram esse cuidado de explicar termos, dados e situações específicas sobre a pandemia aos seus leitores.

Essa estratégia aproxima o veículo do público, pois a notícia além de completa se torna mais entendível e educativa. Góes (2013) explica dois aspectos relevantes ao tratar dessa performance do jornalismo:

Primeiro que existem esforços de burla, reação, crítica e tentativas de rompimento com algumas práticas comunicativas identificadas como de dominação, principalmente numa série de iniciativas de comunicação produzidas por movimentos sociais, sindicais e populares. Segundo aspecto é que o jornalismo enquanto um exercício pedagógico atua em alguns casos para o esclarecimento ao público sobre seus direitos na sociedade. Insere-se, por exemplo, em campanhas de prevenção à saúde, o que poderá produzir resultados sócio-educativos interessantes

ao exercício da participação social a partir do relevante interesse público (Góes, 2013, p. 06).

Na atuação do Consórcio de Veículos de Imprensa, percebemos justamente a presença desse segundo aspecto, em que o jornalismo se utiliza da pedagogia para explicar de uma melhor forma os assuntos ligados à pandemia, buscando promover saúde em um momento em que a população realmente necessitava desses ensinamentos, tanto para se precaver do Coronavírus, como para entender avanço da pandemia pelo país. A seguir, temos alguns exemplos da utilização dessa estratégia.

Figura 18 – Folha explica o que é média móvel

Além dos dados diários do consórcio, a **Folha** também mostra a chamada média móvel. O recurso estatístico busca dar uma visão melhor da evolução da doença, pois atenua números isolados que fujam do padrão. A média móvel é calculada somando o resultado dos últimos sete dias, dividindo por sete.

Fonte: Folha de São Paulo (2020)

Figura 19 – Folha destaca que estabilidade não significa que a situação do país esteja tranquila

De acordo com os dados coletados até as 20h, a média de mortes nos últimos sete dias é de 747. Recentemente, o país chegou a estar em situação de queda da média, mas retornou para o patamar de estabilidade dos dados de mortes (o que não significa uma situação tranquila). A média ainda está em patamares elevados.

Fonte: Folha de São Paulo (2020)

Figura 20 – Folha explica motivo da diminuição nos números sobre a Covid-19

Os números menores podem ser explicados por atrasos de notificação das secretarias estaduais relacionados ao Natal. Registros do tipo costumam acontecer em feriados, domingos e segundas.

Fonte: Folha de São Paulo (2020)

Nas imagens 18, 19 e 20, podemos observar que a Folha teve grande preocupação em explicar de forma mais aprofundada os dados obtidos pelo consórcio aos seus leitores. Nesses exemplos, vemos o papel de um jornalismo que além de informar, ensina/educa. Na figura 19, o site detalha a informação utilizando-se dos parênteses como função explicativa. O portal G1 também se preocupou com isso e em uma de suas narrativas ensinou seus leitores sobre o que se tratava o 'Ritmo de Contágio', momento em que o repórter na redação do texto se sentiu convocado a explicar o que era um ritmo de contágio.

Figura 21 – G1 explica aos leitores o que é Ritmo de Contágio

Simbolizado por R_t , o "ritmo de contágio" é um número que traduz o potencial de propagação de um vírus: quando ele é superior a 1, cada infectado transmite a doença para mais de uma pessoa e a doença avança.

Fonte: G1 (2020)

Essa estratégia foi construída pela adoção do caráter pedagógico nas narrativas, utilizando-se também de dicas para prevenir o contágio da doença, além de explicar de forma mais educativa termos e situações que surgiram com a pandemia do novo Coronavírus. Percebemos que a estratégia está diretamente ligada à consolidação do lugar de verdade, pois em um momento de distanciamento social, a sociedade recorre ao jornalismo para entender o que está acontecendo. Quando as narrativas são construídas com o caráter pedagógico suprem de melhor maneira a necessidade de entendimento do público sobre esse assunto.

Vizeu (2009) parte do pressuposto de que o noticiário é tido como um lugar de referência (de educador) pelo público, pois os jornalistas, ao mediarem as informações, buscam tornar os acontecimentos mais compreensíveis à sociedade. Porém, nem sempre essa postura é possível de ser adotada, pois a própria rotina de produção jornalística dificulta isso. A correria para concluir os textos e dar a notícia primeiro ou o mais rápido possível, por muitas vezes, acaba interferindo nesse papel pedagógico.

Optando-se pelo superficial, sendo mais direto, muito objetivo e sem um cuidado com o educativo. Por isso, observamos que o consórcio atuou de forma mais aprofundada e explicativa, buscando solidificar o seu lugar de referência e, conseqüentemente, de verdade.

Detalhamento de dados

Mesmo depois de restabelecer os dados, os números divulgados pelo Ministério da Saúde, de casos confirmados e óbitos pela doença, continuaram inferiores aos números compilados pelo CVI junto às secretarias estaduais de saúde. Na figura 22, vemos que o G1 explica que, mesmo depois que a justiça obrigou o Ministério da Saúde a retomar a divulgação dos dados, os números no site do governo permaneceram inferiores aos do Consórcio de Veículos de Imprensa.

Figura 22 – Em 09 de junho de 2020, o G1 detalhou a divergência nos dados do Ministério da Saúde

Dados do Ministério da Saúde

O **Ministério da Saúde também divulgou dados** nesta segunda-feira (8). Segundo a pasta, houve 679 novos óbitos e 15.654 novos casos, somando 37.134 mortes e 707.412 casos desde o começo da pandemia. Ou seja, **um número inferior ao divulgado pelo consórcio**. A divulgação, porém, ocorreu horas antes.

Fonte: G1 (2020)

O detalhamento de dados traz uma riqueza maior de informações e ajuda a compor um lugar de verdade nas narrativas. Como vimos anteriormente, Foucault (1982) explica que a verdade tem sua ligação direta com o saber. Quanto mais saber em um lugar, mais há uma tendência de credibilidade dada pelo público. Essa estratégia de detalhar minuciosamente os dados foi identificada em todos os meses da análise e associamos isso ao fato de o CVI optar por uma produção noticiosa mais aprofundada, ao trabalhar os dados sobre a Covid-19, tornando-se assim um lugar rico de informações acessíveis e gerando uma maior confiança aos leitores.

Figura 23 – Detalhamento de dados feito pelo G1 em 16 de agosto de 2020

Brasil, 16 de agosto

- **Total de mortes:** 107.879
- **Registro de mortes em 24 horas:** 582
- **Média de novas mortes nos últimos 7 dias:** 963 por dia (variação em 14 dias: -3%)
- **Total de casos confirmados:** 3.339.999
- **Registro de casos confirmados em 24 horas:** 22.167
- **Média de novos casos nos últimos 7 dias:** 43.488 por dia (variação em 14 dias: 0%)

Fonte: G1 (2020)

Na figura 23, verificamos que o portal G1 utiliza as informações formatadas em tópicos, fugindo da característica do texto jornalístico em parágrafos, a fim de detalhar melhor os dados, tendo em vista que são muitos números e especificidades, tornando o entendimento do leitor mais descomplicado. Além de facilitar essa recepção dos dados pelos leitores, esse detalhamento de dados minimizou as chances de ‘confusões’ com os números e pode ter ajudado até mesmo no combate à desinformação, a partir da produção dos conteúdos verídicos.

O consórcio como Panóptico

O Consórcio de Veículos de Imprensa teve uma atuação similar a uma vigilância. Desde a sua fundação, acompanhou os detalhes da pandemia e os seus reflexos nos demais setores sociais. A todo momento, buscou se aproximar das pessoas e sanar as dúvidas em relação aos dados sobre a Covid-19. No início da compilação dos dados feita pelo consórcio, os números passaram a ser atualizados três vezes por dia (diferentemente do Ministério da Saúde, que atualizava os dados apenas uma vez por dia), entrando nas novas estatísticas os estados que por um motivo ou outro não haviam atualizado os dados na divulgação anterior e isso sempre foi bem explicitado nas narrativas, deixando claro aos leitores.

Como vimos anteriormente, Rêgo (2020) aponta essa relação estreita entre as estruturas de poder e a vigilância. A partir da análise das notícias, percebemos que uma das estratégias do consórcio para se solidificar como um lugar de verdade foi manter uma postura de vigilância da pandemia, acompanhando e atualizando em tempo real a situação do país. Essa estratégia está diretamente ligada à apresentada anteriormente, pois essa vigilância foi composta também pelo detalhamento dos dados.

Figura 24 – Atualização de dados 3 vezes por dia feita pelo G1

Brasil tem 37.359 mortes por Covid, aponta consórcio de veículos de imprensa (atualização das 8h)

Levantamento é feito por jornalistas de G1, O Globo, Extra, Estadão, Folha e UOL a partir de dados das secretarias estaduais de Saúde.

Brasil tem 38.701 mortes por Covid, aponta consórcio de veículos de imprensa (atualização das 13h)

Levantamento é feito por jornalistas de G1, O Globo, Extra, Estadão, Folha e UOL a partir de dados das secretarias estaduais de Saúde.

Brasil tem mais de 108 mil mortes pelo novo coronavírus, 775 registradas nas últimas 24 horas

Média de mortos dos últimos 7 dias foi de 971 por dia. São 3.363.235 brasileiros infectados.

Fonte: G1 (2020)

Na imagem 24, podemos notar essa presença constante do consórcio na atualização de dados. As capturas de tela mostram as atualizações feitas às 08h, às 13h e às 20h. Com isso, vemos que o Consórcio se legitimou como algo novo, inédito. Com essa atualização de dados ágil e constante, o CVI buscou se consolidar como um lugar de saber e, em consequência, de verdade sobre os dados. Ademais, essa vigilância permaneceu e, com a chegada da vacina em seguida, o consórcio passou a monitorar também diariamente o andamento das imunizações pelos mais diversos cantos do país. Além disso, como vimos,

a primeira campanha de incentivo à vacinação contra a Covid-19 no país foi idealizada pelo CVI.

Humanização da pandemia

Por trabalhar prioritariamente com muitos números, além das estratégias que já vimos até aqui, o consórcio também buscou adotar uma postura voltada para a humanização desses números. Afinal, cada número representa uma vida, contaminada pelo vírus, recuperada da doença ou que, infelizmente, não tenha resistido. Em tempos de alto grau de negacionismo e desinformação, sensibilizar por meio das imagens foi necessário para que as pessoas pudessem de fato entenderem a grave situação vivenciada.

Figura 25 – Sepultamento de mortos pela Covid-19



Coveiros usando roupas protetoras enterram vítima de Covid-19 no Cemitério da Vila Formosa, na Zona Leste de São Paulo, em 25 de dezembro. — Foto: Amanda Perobelli/Reuters

Fonte: G1 (2020)

As narrativas do G1 e da Folha, como podemos visualizar nas figuras 25 e 26, se preocuparam sempre em trazer fotografias para complementar o que diziam os números. Devido à capacidade de representar visualmente os acontecimentos, a fotografia foi uma das ferramentas

utilizadas na construção das narrativas, oportunizando uma melhor compreensão do cenário descrito. Como podemos ver, o caixão sendo colocado na cova representa que pessoas se foram, vidas se perderam e não voltam mais. As covas já abertas mostram a certeza de que outros cadáveres estão a chegar. Essa foi uma forma encontrada pelo jornalismo para repassar ao público a complexidade vivenciada no momento. Diversas outras imagens foram também utilizadas para ilustrar a situação, como por exemplo, os hospitais superlotados.

No período de pandemia, mostrar esses rostos foi também uma forma de credibilizar a notícia e sensibilizar os leitores nos cuidados para combater a disseminação do vírus. Notamos, nos dois veículos em análise, a utilização de recursos que sempre deixaram visíveis as pessoas envolvidas, sejam elas, os profissionais de saúde quando foram convocados a falar, as pessoas comuns relatando a perda de familiares, as fontes oficiais à frente dos órgãos de saúde. Assim, humanizar é também estar mais próximo do público.

Figura 26 – Carrossel de imagens sensibiliza leitores da Folha

4 / 13 Brasil ultrapassa a marca de mais de 30 mil mortes por coronavírus



Sepultadores enterram vítima de Covid-19 no cemitério São Luiz, na zona sul de São Paulo. Foram abertas mais de 3.000 novas covas para receber as vítimas da pandemia neste cemitério Lalo de Almeida/Lalo de Almeida

Fonte: Folha de São Paulo (2020)

Na legenda da figura 26, o texto que complementa a imagem diz que mais de 3.000 (três mil) covas já haviam sido abertas para receberem mais vítimas da Covid-19, em São Paulo. A imagem mostra o trabalho exaustivo dos coveiros para darem conta do enterro dos próximos caixões que chegassem. Dessa maneira, a *Folha* enfatiza aos leitores a alta letalidade do vírus e utiliza a foto em preto e branco, trazendo o luto de forma ainda mais forte. Além disso, durante a pandemia, não foi mais possível velar o corpo de um ente querido e isso contribuiu ainda mais para que essas imagens sensibilizassem a população, já que os familiares não podiam ter acesso aos cemitérios para se despedirem e acabavam tendo noção do que se passava a partir dessas fotografias do jornalismo.

Variação de Recursos

Além de humanizar a partir das imagens, com a investigação do nosso material estudo, averiguamos a presença de diversos recursos na construção das notícias. Fotografias, vídeos, gráficos, hiperlinks e os mais diversos tipos de infográficos (um dos destaques da pandemia) foram utilizados pelos veículos de comunicação para melhor informar a população brasileira. Como vimos anteriormente, a estratégia é utilizada na busca de conquistar para si um lugar próprio, nesse caso, um lugar de verdade. Para atingir esse objetivo, é preciso utilizar-se da criatividade durante o percurso, como explica Rêgo (2015). E essa criatividade observamos nesta categoria, pois o CVI buscou repassar as notícias das mais variadas formas, a partir de recursos distintos, a fim de chamar mais atenção dos leitores.

Na figura 27, por exemplo, a captura de tela mostra um vídeo, publicado pelo G1 em diversas de suas narrativas, que traz explicações sobre novos termos e expressões utilizadas no período pandêmico.

Figura 27 – Vídeo do G1 explica expressões utilizadas na pandemia



Entenda algumas das expressões mais usadas na pandemia do covid-19

Fonte: G1 (2020)

A presença dos infográficos foi frequente, o recurso apareceu em praticamente todas as notícias estudadas. Devido à alta quantidade de números, acreditamos que a utilização deste recurso tenha auxiliado tanto na transmissão das informações pelos veículos como no entendimento das mesmas pelo público. Na imagem 28, notamos as oscilações no número de mortos pela Covid-19 nos estados Alagoas e Bahia, de abril a dezembro de 2020. Já na imagem 29, o infográfico ensina sobre os sintomas da doença.

Figura 28 – G1 utiliza infográficos para mostrar avanço da pandemia pelos estados

Mortes por Covid-19 confirmadas por dia em AL

Total de mortes por dia em barras



Fonte: Consórcio de veículos de imprensa a partir de dados das secretarias estaduais de saúde

Mortes por Covid-19 confirmadas por dia na BA

Total de mortes por dia em barras



Fonte: Consórcio de veículos de imprensa a partir de dados das secretarias estaduais de saúde

Fonte: G1 (2020)

Figura 29 – Infográfico do G1 destaca os principais sintomas da Covid-19



Fonte: G1 (2020)

Outro recurso utilizado, principalmente, pelo portal G1, foram os vídeos dos programas jornalísticos da TV e também dos podcasts do grupo para compor as narrativas do site. Nas figuras 30 e 31, observamos

como esses recursos foram dispostos nas notícias. Além disso, o G1 trouxe um formato diferenciado em suas retrancas, como visualizamos nas imagens 32 e 33, ao tratar sobre o imbróglio envolvendo a compra de vacinas contra a Covid-19, no segundo semestre de 2020.

Figura 30 – G1 utiliza conteúdo da TV para complementar suas narrativas

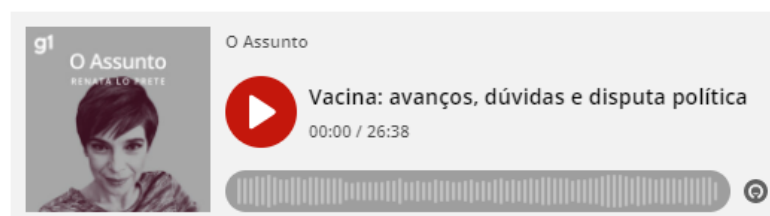


Brasil registra 39.803 mortes e 775.581 casos do novo coronavírus

Fonte: G1 (2020)

Figura 31 – G1 complementa suas narrativas também com o Podcast ‘O assunto’
O Assunto

Os **efeitos da politização das vacinas contra a Covid**. Neste episódio, Renata Lo Prete conversa com Gustavo Cabral, biólogo e doutor em imunologia que lidera os trabalhos de desenvolvimento de vacinas anti-Covid no Departamento de Imunologia da USP, e com o repórter da TV Globo, Álvaro Pereira Jr., que tem feito a cobertura da pandemia para o **Fantástico**.



Fonte: G1 (2020)

Figura 32 – Retranças diferenciadas e utilização de hiperlinks no G1

Guerra da vacina

No dia seguinte ao anúncio do Ministério da Saúde sobre uma negociação para adquirir 46 milhões de doses da CoronaVac, o **presidente Jair Bolsonaro desautorizou o ministro** Eduardo Pazuello e suspendeu a compra da vacina produzida pelo laboratório chinês Sinovac em parceria com o Instituto Butantan, em São Paulo. O embate entre a pasta e o presidente envolve também o governador de São Paulo, João Doria e teve **forte repercussão**. Enquanto isso, o diretor-presidente da **Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa)**, Antônio Barra Torres, negou que o órgão possa sofrer "influência externa" na análise e autorização de eventuais vacinas contra a Covid-19 no Brasil. **Veja a cronologia do que foi dito sobre a vacina.**

Fonte: G1 (2020)

Figura 33 – G1 compara empecilhos na compra das vacinas com uma novela **Novela CoronaVac**



CoronaVac — Foto: Jornal Nacional

Fonte: G1 (2020)

Figura 34 – Folha mostra as mudanças na divulgação dos dados no site do Ministério da Saúde



Fonte: Folha de São Paulo (2020)

Uma das principais marcas da Folha de São Paulo tratando-se da utilização de recursos foi a presença de carrosséis de imagens em quase todas as suas narrativas. Na figura 34, temos um exemplo disso. A Folha utilizou um carrossel com quatro imagens para explicar aos leitores visualmente as mudanças que aconteceram na divulgação dos dados sobre a Covid-19, no site do Ministério da Saúde.

Essa variação de recursos que vimos até aqui está, diretamente, ligada à consolidação do Consórcio de Veículos de Imprensa como um lugar de verdade, pois sites construíram narrativas mais completas e acessíveis.

Escolha das fontes

A utilização das fontes faz parte da 'receita' do fazer jornalístico. São elas que embasam a construção das notícias. A relação jornalista/fonte é um dos temas mais discutidos ao se tratar da rotina de produção jornalística e isso não foi diferente em nossa análise. Investigamos, a partir das notícias do mapeamento, quais fontes foram utilizadas pelos sites G1 e Folha e os impactos dessas escolhas sobre os leitores. Como podemos

ver nas imagens 35 e 36, o CVI escolheu trabalhar prioritariamente com fontes ligadas à ciência.

Consoante ao que advoga Barbosa (2004), quando o jornalismo transpõe fatos para a categoria de acontecimento, privilegia determinadas informações em detrimento de outras. Durante a análise, verificamos que Peritos de Saúde²⁵ foram convocados para explicar o momento vivenciado. Entre eles, infectologistas, pesquisadores, enfermeiros e etc. Dar espaço à ciência em tempos de crise em saúde é priorizar os conhecimentos comprovados e também auxiliar a própria população no combate ao vírus. Garantindo a segurança da informação.

Figura 35 – G1 utiliza pesquisador como fonte para embasar notícia sobre reinfecção

Fenômeno raro

Segundo o médico Julio Croda, infectologista e pesquisador da Fiocruz, **em entrevista à GloboNews neste domingo (18)**, a reinfecção "é fenômeno raro". "Estima-se que menos de 1% dos pacientes vão apresentar uma reinfecção". **Em todo o Brasil, são menos de 50 casos relatados.**

Fonte: G1 (2020)

Figura 36 – G1 entrevista especialista em pneumologia e aborda o negacionismo

²⁵ Termo utilizado por Dominique Maingueneau em web palestra intitulada "análise do discurso e a crise do coronavírus", no dia 03/06/2020, na programação da Associação Brasileira de Linguística - ABRALIN. <https://aovivo.abralin.org/lives/dominique-maingueneau/>



Pneumologista Margareth Dalcolmo fala sobre a onda de negacionismo

A **pneumologista** Margareth Dalcolmo foi questionada sobre o negacionismo à gravidade do novo coronavírus. Sem citar a hidroxicloroquina, a especialista declarou que o Brasil ainda gasta "energia" em discussões sem "o menor sentido", enquanto as atenções deveriam estar na tentativa de conter a epidemia em zonas mais pobres, por exemplo.

Fonte: G1 (2020)

Combate à desinformação e ao negacionismo

A figura 36 também serve para exemplificar essa outra estratégia, que também tem sua ligação estreita com a anterior. Notamos que o CVI buscou combater a desinformação e o negacionismo, contribuindo assim para a constituição do seu lugar de verdade. Em diversas narrativas especialistas foram convocados para falarem sobre o assunto e também foi verificada a forte presença de notícias com checagem de fatos por meio das agências, como podemos verificar na imagem abaixo (fig. 37), em que a Folha trata sobre a desinformação²⁶ no país, a partir de dados da Lupa.

Figura 37 – Folha aborda sobre a desinformação em relação à pandemia

²⁶ O G1 também realizou esse trabalho a partir de sua editoria *Fato ou Fake*.

AGÊNCIA LUPA O Brasil detém o recorde mundial em [peças de desinformação](#) sobre o [total de casos e mortes por Covid-19, doença causada pelo novo coronavírus](#). Desde o início da pandemia até o dia 8 de junho, plataformas de checagem produziram ao menos 34 verificações de peças de desinformação questionando esses dados — quase um quinto dos 149 conteúdos desse tipo analisados por plataformas de checagem de todo o mundo no período.

Entre os desmentidos estão [alegações de fraude para inflar os números divulgados](#) e comparativos equivocados de estatísticas da Covid-19 com outra fonte oficial.

Fonte: Folha de São Paulo (2020)

O que isso significa? Como já discutimos outrora, mesmo com todas as turbulências dos últimos tempos, o jornalismo a partir do trabalho das agências de checagem, vem conseguindo se reposicionar no seu lugar de credibilidade/verdade, pois fica com o veredito final ao checar os fatos, delimitando, por exemplo, o verdadeiro, o falso, o fora de contexto e etc. Assim, estar com esse ‘poder’ em mãos e utilizar nas narrativas do consórcio, caracteriza-se também com uma estratégia para fortalecer o lugar de verdade.

Oposição ao governo/presidente

Opor-se ao governo em relação à divulgação dos dados já foi a própria base de criação do consórcio, mas isso continuou também dentro das narrativas feitas pelo Consórcio de Veículos de Imprensa nos meses seguintes. Por isso, caracterizamos este mecanismo como uma estratégia. Nos seis primeiros meses do consórcio, notamos a forte presença de notícias que enfatizaram os erros do governo na condução da pandemia, como também as próprias atitudes no dia a dia. Na imagem 38, temos a discussão que ocorreu em torno da grande presença de militares no comando Ministério da Saúde durante o período pandêmico.

Figura 38 – Folha destaca presença de Militares no comando do Ministério da Saúde



Fonte: Folha de São Paulo (2020)

Figura 39 – Carrossel com imagens e frases do presidente durante a pandemia



Fonte: Folha de São Paulo (2020)

A Folha de São Paulo utilizou ainda um carrossel com 36 ocasiões em que o presidente tratou sobre a pandemia de forma pública,

desastrosa e negativa. A figura 39 mostra exatamente uma dessas ocasiões. “E daí? Lamento. Quer que eu faça o quê? Eu sou Messias, mas não faço milagre”, foi umas das frases ditas sobre o presidente ao ser questionado sobre a quantidade de mortos pela doença no país. Ao enfatizar essas falas negativas do presidente, a Folha escancarou o descaso vivenciado pelo país em relação à crise em saúde por parte do governo federal, já que como o próprio presidente diz, ele não pode fazer nada.

O Consórcio mostrou aos leitores que o governo e o Ministério da Saúde não estavam devidamente preparados para conduzir o país da forma que se exigia o período pandêmico. Além disso, podemos ver pela imagem 39, que o próprio presidente não cumpriu as medidas de prevenção ao vírus, andando sem máscara e aglomerando com os simpatizantes. Em outro momento, em conversa com apoiadores, o presidente chamou de "idiotas" as pessoas que ficaram em casa e obedeceram às medidas restritivas para evitar a disseminação do Coronavírus. Ademais, o presidente ainda disse erroneamente em *live* que a vacinação contra a Covid-19 estava desenvolvendo HIV nas pessoas.

Essas e outras diversas atitudes foram repercutidas e problematizadas pelos veículos do CVI. Dessa maneira, o jornalismo do Consórcio de Veículos de Imprensa deu destaque aos erros do governo e, automaticamente, tentou trazer para si o lugar de certeza/verdade, checando e desmentindo informações e/ou mostrando dados que comprovaram o oposto ao que o presidente apresentava.

A utilização da memória pelo CVI para o fortalecimento da verdade

Jornalismo e Memória lado a lado

Le Goff (1990) explica que a memória, como propriedade de conservar certas informações, remete-nos em primeiro lugar a um conjunto de funções psíquicas, graças às quais o homem pode atualizar impressões ou informações passadas, ou que ele representa como passadas. Sendo assim, é por meio dessa memória que conseguimos dar notoriedade a algumas informações e fazer com que elas se tornem conhecidas até por quem não vivenciou o momento. Moura et al. (2021, p. 131) complementam explicando que “estamos acostumados a olhar para a memória como algo que passou e ficou guardado em algum lugar esperando ser resgatado, quando na verdade não se resgata, evoca-se, pois aquilo que foi vivido não volta exatamente a ser como foi”. Não temos como recuperar totalmente a memória, algo que passou não volta mais. Porém, existem meios de acessarmos os fragmentos dessas memórias vividas anteriormente.

Ao detalhar as inter-relações entre a memória individual (quando testemunhamos, vivenciamos ou lembramos ‘sozinhos’ de algum acontecimento) e a memória coletiva (quando vivenciamos ou lembramos de algo compartilhado em conjunto, construindo de maneira associada à conjuntura), Halbwachs (1990) destaca que nossas lembranças são coletivas e nos são lembradas pelos outros, mesmo que se trate de acontecimentos nos quais só nós estivemos envolvidos e com objetos que só nós vimos. Para este autor, na realidade nunca estamos sós. Dessa maneira, sempre que lembramos de algo, mesmo que pensemos que estávamos sozinhos, não estávamos. Até a linguagem, as palavras que usamos para reverberar o que vivenciamos são carregadas pelo coletivo. Na perspectiva desse autor, todo o ambiente que compõe o fato vivenciado está presente na composição desta memória, que se torna coletiva.

Nesse prisma, trazemos agora o jornalismo para essas interfaces da memória. Uma das formas que o jornalismo utiliza, frequentemente, e que está atrelada à verdade é a memória de si. Ela acontece quando o jornalismo retorna a si mesmo para embasar um fato atual, contextualizá-lo ou reforçar que algo aconteceu. Isso vem dentro de cada pauta, das mais variadas formas dependendo do assunto abordado. É o momento em que o jornalismo revisita seus próprios arquivos (vestígios de memórias) para complementar/explicar uma narrativa mais atual. Um exemplo disso é a abordagem que o jornalismo deu, no próprio início da pandemia. Quando a pandemia da Covid-19 começou, o jornalismo revisitou sua memória de outros momentos de crise em saúde, vivenciados pelo mundo para mostrar às pessoas, de uma melhor forma, o que estava acontecendo. Por meio da figura 40, procuramos reproduzir alguns títulos e subtítulos extraídos de veículos jornalísticos que reforçam esta nossa fala.

Figura 40 – Jornalismo visita o passado para conscientizar população

The figure displays a collection of news snippets from various sources, all centered on the 1918 Spanish Flu pandemic. The snippets include:

- Covid X gripe espanhola: o que dá e o que não dá pra comparar** (Produzido pela Equipe de Jornalismo Visual da BBC, 7 de outubro de 2020). Subtitle: "Não há dados confiáveis sobre letalidade da pandemia de 1 século atrás; reação da sociedade à crise sanitária, porém, é semelhante".
- Como as pandemias acabam?** (6 min, Exibição em 26 set 2020).
- Historiadores falam sobre impactos da gripe espanhola no Alto Tietê** (7 min, Exibição em 5 out 2020).
- Gripe espanhola matou centenas de campistas no século passado** (6 min, Exibição em 26 set 2020).
- É #FAKE que cloroquina foi recomendada em 1918 como tratamento contra a gripe espanhola**.
- Antes da Covid-19: conheça 3 doenças que também fizeram o mundo tremer neste século**.
- Máscaras e mingau: como o mundo tentou conter a pandemia da gripe espanhola em 1918**. Subtitle: "Algumas recomendações eram semelhantes às que temos para combater a covid-19, enquanto outras eram fruto de pura especulação".
- O novo coronavírus e o que pandemias anteriores têm a nos ensinar**.
- Gripe espanhola, maior pandemia do século 20, matou 50 milhões de pessoas no mundo todo**. Subtitle: "O vírus da gripe espanhola era um subtipo de outro que hoje conhecemos bem, o Influenza A / H1N1. Naquela época, se viu pela primeira vez o que a gripe poderia causar".
- Enem, Estudo**
- 8 grandes pandemias da História que podem cair no Enem e nos vestibulares**. Subtitle: "Não é a primeira vez que humanidade encara algo assim".
- Mais de 100 anos antes da Covid-19 Paraíba enfrentava pandemia da Gripe Espanhola**. Subtitle: "Doença causada pelo vírus influenza chegou à capital paraibana em trens e navios. Historiador paraibano afirma que doença infectou pelo menos 5,4 mil paraibanos em 1918".
- Há mais de 100 anos amazonas enfrentava a gripe espanhola** (5 min, Exibição em 3 jul 2020).
- 102 anos atrás, gripe espanhola fechou estabelecimentos e motivou isolamento em Curitiba**. Subtitle: "Recomendações eram parecidas com as atuais medidas de prevenção ao coronavírus".
- Exposição virtual mostra os impactos da Gripe Espanhola em Pará de Minas**. Subtitle: "Mostra reúne fontes históricas, além de notícias publicadas na cidade em 1918".
- Historiador fala sobre semelhanças do coronavírus com a Gripe Espanhola** (5 min, Exibição em 31 mar 2020).
- Italiana de 104 anos que já era viva na época da gripe espanhola resiste ao coronavírus**. Subtitle: "Adi Zanusso é, até o momento, a pessoa mais velha do qual se tem notícia a se recuperar da Covid-19".

Fonte: Autoria própria/manchetes de diversos portais (2020)

Diante disso, concordamos com Nora (1993), Barbosa (2004) e Rêgo (2012) quando problematizam sobre os lugares de memória e sobre a

caracterização do jornalismo como um lugar de memória. Os autores explicam que os lugares de memória são lugares que nos permitem revisitar um pouco do que foi o passado. Para eles, ao noticiar diariamente os fatos sociais, o jornalismo se torna um lugar de memória. Já que ao acessar o conteúdo publicado/apresentado pelo jornalismo anteriormente, é possível rememorar o contexto e evocar memórias sobre o que foi noticiado.

Quando utiliza a si mesmo, a partir das suas pautas já executadas ou mesmo nas suítes (acontecimentos com grandes desdobramentos em que várias notícias são feitas para atualizar o caso ao longo do tempo), o próprio jornalismo sedimenta esse seu lugar de memória. Esses lugares são, para Nora (1993), salvos de uma memória na qual não mais habitamos, ou seja, evocamos, relembramos e recordamos algo que já se passou, a partir desses lugares de memória. Rêgo (2014) entende o jornalismo como lugar de memória, pois ele possibilita que visitemos acontecimentos vivenciados por uma coletividade e é um lugar que noticia fatos já ocorridos com marcas temporais do presente.

Uma das principais teóricas brasileiras sobre os estudos de memória, Barbosa (2004) acredita que o jornalismo tem seu protagonismo tanto na apresentação dos acontecimentos quanto na memória que é construída a partir das narrativas feitas. Barbosa (2004) explica que o jornalismo constrói o acontecimento a partir do recorte que é noticiado e, em consequência disso, a memória é construída seletivamente por conta das subjetividades presentes na prática jornalística, tais como a escolha das fontes, palavras, linha editorial adotada pelos veículos jornalísticos, *background* de quem escreve e outros.

Ao selecionar o fato, transpondo-o do lugar da normalidade para o da anormalidade, transformando-o em acontecimento, e ao escolher a forma da narrativa, o jornalista está construindo o próprio acontecimento e criando uma memória da atualidade. Uma memória que obedece a critérios subjetivos e engendra a questão do poder (Barbosa, 2004, p. 4).

Nas narrativas sobre a Pandemia realizadas pelo Consórcio de Veículos de Imprensa, observamos essas diferenças na forma de abordar os acontecimentos. Por exemplo, quando teve início a campanha de vacinação contra a Covid-19, o portal G1²⁷ decidiu abordar o fato destacando que a primeira vacina aplicada no país foi em uma mulher, enfermeira e negra; como podemos bem observar no texto 04.

Texto 04: “Mulher, negra, Mônica faz parte do grupo de risco para a doença, e atua na linha de frente contra Covid-19 no Instituto de Infectologia Emílio Ribas. Ela foi voluntária da terceira fase dos testes clínicos da CoronaVac realizados no país e tinha recebido placebo”. (G1, 17 de Janeiro de 2021)

Já o portal UOL²⁸ decidiu não frisar nessas características da primeira imunizada contra a doença no país, a princípio. A narrativa deu mais enfoque na questão política envolvida no contexto. Podemos ver isso logo no título, ‘Brasil aplica primeira vacina contra a Covid-19 em meio a uma guerra política’, sem citar nada sobre a pessoa que foi vacinada, a princípio, preferindo memorizar como foco principal o conflito político presente. Diferentemente do título do G1, que priorizou caracterização da pessoa vacinada, ‘Logo após aprovação da Anvisa, governo de SP aplica em enfermeira a 1ª dose de vacina contra Covid-19 no Brasil’.

Dessa maneira, observamos memórias distintas sendo construídas sobre um mesmo acontecimento, a partir do recorte feito pelo jornalismo. Com isso, comprovamos que a produção noticiosa, como explicou Barbosa (2004), é seletiva e interfere diretamente na forma como a memória é construída. As pessoas que acompanharam a notícia a partir do G1, conseguiram mais facilmente identificar o perfil da primeira pessoa vacinada, já quem acompanhou pelo UOL teve como memória prioritária

²⁷ Confira a notícia do G1 completa: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/01/17/apos-aprovacao-da-anvisa-governo-de-sp-aplica-1a-dose-da-coronavac-antes-do-inicio-do-plano-nacional-de-vacinacao.ghtml>, acesso às 11:20, em 16/08/2022.

²⁸ Confira a notícia do UOL completa: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/afp/2021/01/17/brasil-aplica-primeira-vacina-contr-a-covid-19-em-meio-a-uma-guerra-politica.htm>, acesso às 11:21, em 16/08/2022.

o conflito político sobre a vacinação no país e as características da enfermeira vacinada ficaram em segundo plano.

Para Moura et al. (2021) a memória está atrelada ao poder e ao próprio esquecimento. Corroboramos as ideias foucaultianas discutidas em *Microfísica do poder* e entendemos que o poder se exerce em níveis variados e em pontos diferentes da rede social. No momento em que temos alguém ou algo que ocupa uma posição de poder diante da sociedade, este pode direcionar a memória de acordo com o que acredita, fazendo com que ela seja ainda mais seletiva. Por isso, observamos essas divergências nas abordagens, que ora ou outra, acabam também deixando invisíveis diversos assuntos, que são levados ao esquecimento. Para o leitor que acessou apenas a notícia do *GI*, o fato de a primeira vacina ter sido aplicada em um contexto de conflito político pode ter sido levado ao esquecimento, tendo em vista que a narrativa do veículo não citou esse viés. Para Le Goff (1990), são esses esquecimentos e silêncios da história que revelam a interferência da memória coletiva.

Seguindo essa discussão, Palacios (2010) também acredita que o jornalismo que foi escrito anteriormente é uma fonte, uma espécie de arquivo do passado, como também uma possibilidade de adquirir conhecimentos através do que está registrado sobre outros tempos. Por isso, durante o desenvolvimento desta pesquisa, (re)visitamos o jornalismo para analisar as notícias que foram publicadas pelos veículos de comunicação do CVI. Dessa forma, estamos nos utilizando do próprio como jornalismo lugar de memória para entender como ele se utilizou de regimes de verdade dentro de suas narrativas sobre a pandemia, tornando-se um lugar de verdade sobre a pandemia, e também como ele fez uso da memória de si durante a pandemia da Covid-19. Além disso, como explica Oliveira (2016):

O jornalismo ocupa papel importante na esfera social. Essa posição permite que ele tenha forte influência na memória coletiva da população, pois, frequentemente, os indivíduos recorrem às notícias jornalísticas para obter informações ou

complementar o que já sabem do acontecido. (Oliveira, 2016, p. 84)

Para encontrar essas notícias, utilizamos a busca por palavra-chave dentro de cada portal, que é mais uma ferramenta de memória. Pois, indo ao encontro do que pensam Palacios e Ribas (2011), ao permitir a busca por palavras-chave, localização de matérias por períodos cronológicos, busca por editorias e formatos, uso de *tags* para busca, o jornalismo fortalece sua capacidade de operacionalizar a memória. Assim, podemos entender as estratégias utilizadas pelo jornalismo, através da memória de si, para o fortalecimento do seu lugar de verdade.

Veja como memória foi utilizada para fortalecer a atuação do CVI

Nosso corpus de análise é composto por narrativas jornalísticas dos seis primeiros meses de atuação do CVI. O material produzido pelo jornalismo possibilita essa imersão no tempo em que foi noticiado. Assim, Ferreira (2016) considera que o material jornalístico se torna um lugar de memórias sobre o contexto histórico em que as notícias foram publicadas.

As notícias registradas e veiculadas nos diferentes meios de comunicação diariamente podem ser consideradas fontes documentais para o presente e para o futuro. Mais que isso, a mídia, em geral, e o jornalismo, em particular, fabricam restos, vestígios e rastros que podem ajudar a construir memórias consideradas válidas para as sociedades contemporâneas, permeando o presente pelo passado. (Ferreira, 2016, p. 22)

A partir disso, buscamos entender, por meio das notícias que foram mapeadas, como o CVI utilizou da memória para construir o seu lugar de verdade e como essas notícias ajudaram a compor o imaginário simbólico coletivo sobre a pandemia da Covid-19, a partir das narrativas. Para isso, utilizaremos aqui as notícias do mapeamento para embasar a discussão e desenvolvermos o processo analítico, no qual busca-se verificar como o jornalismo faz uso da memória de si e se coloca como um lugar de memória para se fortalecer como um lugar de verdade.

Ao analisarmos o material mapeado, identificamos três categorias principais ligadas à memória, utilizadas durante a atuação do CVI. São elas: *Memória de si e rememoração*; *Senhores da memória* e *Enquadramentos*.

1 - *Memória de si e rememoração* - Nesta categoria, observamos o jornalismo se utilizando de suas próprias produções, como lugar de memória, para evocar informações passadas sobre pandemias e contextualizar o presente, como também, rememorar acontecimentos anteriores a partir de outros meios, fortalecendo suas narrativas.

2 - *Enquadramentos* - Na categoria enquadramentos, notamos quais ‘recortes’ foram adotados pelo jornalismo do CVI na construção das notícias. Tendo em vista que essas escolhas feitas nas narrativas privilegiam alguns aspectos em detrimento de outros e, dessa maneira, acabam por construir uma realidade a partir desses enquadramentos empregados.

3 - *Senhores da memória* - Nesta categoria, verificamos como o jornalismo do Consórcio de Veículos de Imprensa construiu memórias sobre a pandemia da covid-19, a partir das suas narrativas, observando o que foi noticiado e o que foi silenciado. Para Barbosa (2004), ao realizar esta seleção entre os acontecimentos, o jornalismo assume esse papel de “Senhor da memória”. Assim, buscamos entender como o CVI atuou nesse quesito.

Memória de si e rememoração

A figura 41 evidencia a memória de si e a rememoração na narrativa do G1, pois, consoante a linha de pensamento de Ferreira (2016), isso acontece quando o jornalismo usa a si próprio como fonte. A narrativa faz uma contextualização temporal, lembrando os leitores quando foi registrado o primeiro óbito por Covid-19, no país. Percebemos isso com as marcações temporais, por meio de expressões como “quatro meses”, que foi posta para situar o leitor em relação ao tempo decorrido.

Além disso, nesse mesmo parágrafo da notícia, temos o emprego de três hiperlinks para que o leitor possa clicar e acessar as notícias publicadas anteriormente, em relação aos temas em cor vermelha. Os hiperlinks, nesse caso, assumem papel de operadores da memória, já que foram utilizados para dar oportunidade aos leitores de aprofundarem a discussão da notícia, a partir do que já havia também sido noticiado. Dessa forma, fortalecendo as verdades já regimentadas pelo veículo outrora.

Figura 41 - G1 utiliza hiperlinks e faz rememoração temporal

O Brasil completa neste domingo (12) [quatro meses](#) desde a [primeira morte por Covid-19](#) oficialmente registrada no país. De lá para cá, o [novo coronavírus](#) matou 71,5 mil pessoas, com [média diária superior a 1 mil na última semana](#).

Fonte: G1 (2020)

Essas foram características ligadas à memória bastante utilizadas pelos dois veículos em estudo para compor e contextualizar as narrativas. Utilizar-se desses mecanismos permite aos leitores um entendimento mais completo dos acontecimentos e também uma maior credibilidade ao material produzido. Como podemos ver, na figura 42, o G1 noticia sobre a semana mais letal da pandemia no país. Isso nos mostra que o veículo vem acompanhando atentamente o desenrolar da pandemia desde o seu início e mostrando uma maior segurança sobre a informação repassada. Além disso, ao trazer no título a expressão “semana mais letal”, constatamos que o veículo buscava ativar a memória do seu leitor e convocar suas lembranças da pandemia para serem acionadas.

Figura 42 – Semana mais letal da pandemia

Brasil tem a semana mais letal desde o início da pandemia da Covid-19

A média móvel das mortes no Brasil nos últimos sete dias foi de 1.056, uma variação de 8% em relação aos óbitos registrados nos últimos 14 dias.

Por Jornal Nacional

14/07/2020 22h10 · Atualizado há um ano



Fonte: G1 (2020)

O jornalismo, como advoga Palacios (2010, p.40-41), “é memória em ato, memória enraizada no concreto, no espaço, na imagem, no objeto, atualidade singularizada, presente vivido e transformado em notícia que amanhã será passado relatado”. Não diferente do G1, a Folha também utilizou os mecanismos de memória em suas produções noticiosas. Na figura 43, temos a utilização de um hiperlink retomando a uma matéria sobre a criação do próprio consórcio, ou seja, fazendo uso da memória de si. O acionamento desta memória relatada, anteriormente, possibilita uma melhor produção das peças jornalísticas atuais, já que conseguem um maior aprofundamento e contextualização sobre a temática abordada, considerando também sua verdade e levando maiores possibilidades de compreensão aos leitores.

Figura 43: Folha também utiliza hiperlinks e contextualização temporal

No acumulado do fim de semana, foram 46.828 novos casos e 1.078 mortes.

Os dados são fruto de [colaboração inédita](#) entre **Folha**, UOL, O Estado de S. Paulo, Extra, O Globo e G1 para reunir e divulgar os números relativos à pandemia do novo coronavírus. As informações são coletadas diretamente com as Secretarias de Saúde estaduais.

Fonte: Folha de São Paulo (2020)

Como já vimos, o consórcio buscou variar os recursos utilizados ao construir as narrativas. Um dos dispositivos de memória bastante

utilizados foi o infográfico, principalmente, para ilustrar o aumento do número de casos confirmados e óbitos pela doença, sempre comparando com os meses anteriores. Dessa maneira, além da comparação, como podemos ver na figura 44, o dispositivo faz com que os leitores visualizem e memorizem melhor a informação repassada.

Figura 44 – Infográfico mostra variação de mortos pela Covid-19 no Piauí



Fonte: G1 (2020)

Enquadramentos

No que se refere aos enquadramentos, reforçamos que eles são os enfoques dados pelos jornalistas ao transformarem os acontecimentos em notícias, privilegiando partes e deixando outras de lado. Dando muito espaço a tais temáticas e fontes e menos a outros. Ao analisarmos as notícias do mapeamento, percebemos que o consórcio decidiu não silenciar a atuação do Ministério da Saúde, após a justiça obrigar o órgão a divulgar os dados novamente no site. Porém, o espaço destinado para os dados do Ministério foi bem reduzido e sem destaque dentro do texto. Enquanto os dados do consórcio passaram a aparecer sempre nos títulos e subtítulos, os do Ministério apareciam apenas no último ou penúltimo parágrafo das notícias. Percebemos que, embora na rotina jornalística, em alguns meios, as fontes oficiais recebam notoriedade e até mesmo

destaque na produção de notícias, o mesmo não aconteceu com os veículos do consórcio que analisamos. Assim, notamos que essa postura foi um dos enquadramentos adotados pelo consórcio para dar mais espaço ao próprio consórcio, com mais presença na memória construída. Dentro desses enquadramentos, vemos uma hierarquização de assuntos colocando sempre em evidência a própria iniciativa dos veículos.

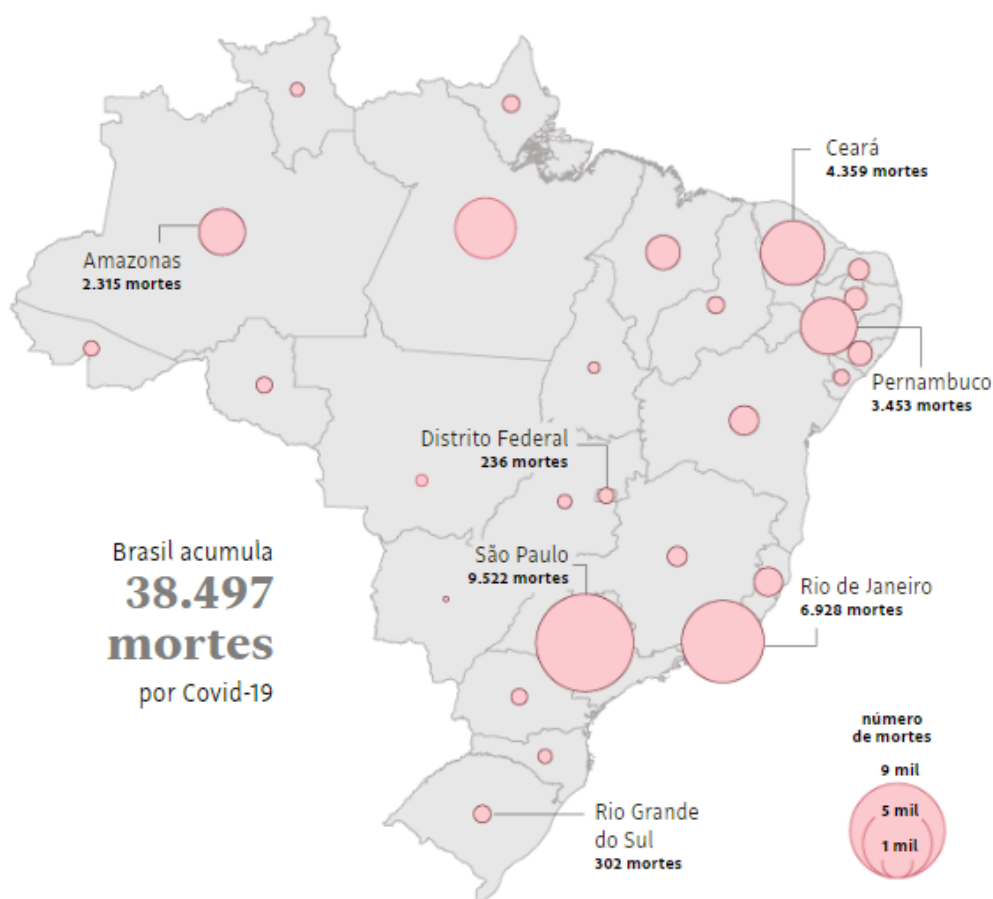
Na figura 01 (pág. 23), vemos também que o portal G1, ao utilizar conteúdos do Jornal Nacional, busca chamar a atenção dos leitores para o alto número de mortos pela Covid-19, mostrando rostos dessas pessoas, a fim de sensibilizar, como já citamos, mas também de criar uma memória desses seres humanos, fazer com que eles sejam lembrados para além dos números que muitas vezes são as únicas formas utilizadas para noticiar tragédias. Esta característica também observamos na figura 26 (pág. 70) quando a Folha sensibiliza seus leitores com imagens do sepultamento de vítimas da doença. A utilização de imagens é a adoção de um enquadramento que busca humanizar a história que está sendo contada e esses arquivos, ao serem acessados posteriormente, fazem melhor compreender o contexto vivenciado.

Ainda sobre a cobertura da pandemia, uma das polêmicas que envolveu o enquadramento adotado pelo jornalismo foi a ótica dada às mortes pela doença aparecerem com mais destaque do que os casos recuperados. Sob nossa análise, acreditamos que esse enquadramento de enfoque nas mortes após pelo Coronavírus, como vemos na figura 45, foi adotado justamente para tentar sensibilizar a população da gravidade da doença e também cobrar as autoridades competentes. Constatamos também que o enquadramento dado procurou fazer analogias que permitissem que o público visualizasse a gravidade da questão. Essas outras narrativas podem ser observadas nas imagens nas figuras 46 e 47, quando os veículos compararam as mortes ocasionadas pela Covid-19 aos homicídios dolosos e acidentes de trânsito, problemas que também impactam a sociedade e que afetam as famílias e a sociedade como um todo.

Figura 45 – Folha utiliza Ilustração sobre estados com mais mortes pela Covid-19

Total de mortes por coronavírus nos estados brasileiros

País é o terceiro do mundo em número de óbitos



*dados de MT referentes a 8/6. Estado não informou números até a conclusão da reportagem
Fonte: Dados das Secretarias estaduais de Saúde coletados pelo consórcio de veículos de imprensa

Fonte: Folha de São Paulo (2020)

Figura 46 – Comparação com mortes por homicídios dolosos

Além disso, as mortes pela Covid-19 no Brasil já ultrapassaram o total registrado em 2019 com homicídios dolosos. Foram 39.776 em todo o ano passado, de acordo com dados do Ministério da Justiça e Segurança Pública.

Fonte: Folha de São Paulo (2020)

Figura 47 – Comparação com mortes no trânsito

CORONAVÍRUS

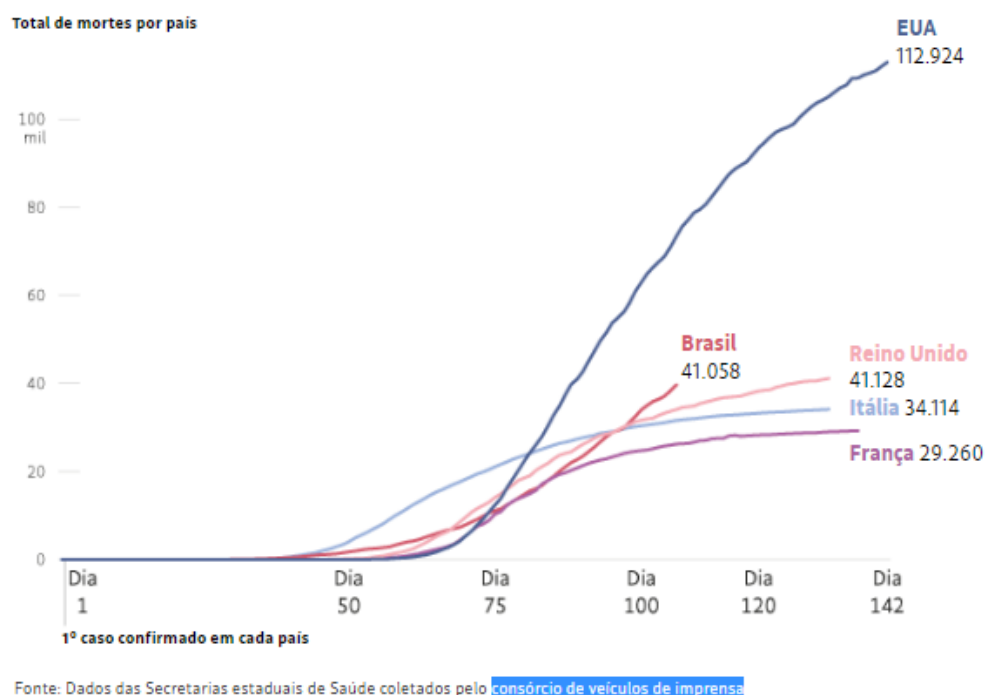
Covid-19 mata mais em 3 meses do que trânsito em todo 2019 no Brasil

Número de mortes passa a marca de 40 mil, mostra consórcio de veículos de imprensa

Fonte: Folha de São Paulo (2020)

Nesses enquadramentos, notamos que o jornalismo do CVI buscou construir uma narrativa, embasada em dados e comparações, para elucidar os leitores priorizando as vidas perdidas e buscando prevenir a morte de outras. Na figura 47, vemos como o número de mortes por Covid-19 era significativo ao ser comparado com o de mortes no trânsito, uma das maiores causas de mortes no país. Esse enquadramento traz uma reflexão sobre a própria importância de se levar a pandemia mais a sério no país. Isso fica ainda mais evidente ao observarmos as Figuras 48 e 49, em que o jornalismo do CVI compara a situação do Brasil com outros países em relação à pandemia. Com essas alusões, notamos que existia uma preocupação do jornalismo em, dentro dos critérios de noticiabilidade que sustentam a construção da notícia, propor até mesmo uma abordagem panorâmica sobre como a pandemia se comportava em grandes potências econômicas mundiais e também outros países que fazem fronteiras com o Brasil.

Figura 48 – Comparação com a situação em outros países



Fonte: Folha de São Paulo (2020)

Figura 49 – Folha faz comparação com a situação da pandemia em outros países

O Brasil tem uma taxa de cerca de 34,4 mortos por 100 mil habitantes. Os Estados Unidos, que têm o maior número absoluto de mortos, e o Reino Unido, ambos à frente do Brasil na pandemia (ou seja, começaram a sofrer com o problema antes), têm 41,4 e 67,6 mortos para cada 100 mil habitantes, respectivamente.

Na Argentina, onde a pandemia desembarcou nove dias mais tarde que no Brasil e que seguiu uma quarentena muito mais rígida, o índice é de 4,1 mortes por 100 mil habitantes.

Fonte: Folha de São Paulo (2020)

Notamos que ao fazer essas comparações, o jornalismo buscou fazer um enquadramento que focasse no combate à pandemia, sensibilizando os brasileiros de que precisavam dar uma atenção maior a pandemia por aqui, uma vez que o país não vinha conduzindo bem o combate ao vírus.

Senhores da memória

Para Barbosa (2004), ao cobrir o cotidiano, o jornalismo acaba assumindo o papel de “senhor da memória”, já que realiza operação seletiva da memória, ao tempo que lembra alguns fatos e esquece tantos outros. Desse modo, verificamos nesta categoria que o Consórcio de Veículos de Imprensa atuou como um senhor da memória que não deixou que os dados e, conseqüentemente, a memória sobre o curso da pandemia pelos estados brasileiros se perdessem. No momento em que toma para si o poder de fonte primária dos dados sobre a disseminação do Coronavírus pelo país, o jornalismo do CVI passa a ser também um guardião da memória sobre esse contexto.

Nesse sentido, todos os pontos discutidos até aqui, desde as estratégias utilizadas para fortalecer o lugar de verdade aos mecanismos de memória descritos anteriormente, compõem essa atuação do consórcio como senhor da memória, já que a todo momento teve que fazer escolhas e seleções ao desenvolver suas práticas.

Na figura 50, a seguir, vemos que o jornalismo optou por ensinar como o escudo facial deveria ser utilizado. Dessa maneira, em conjunto com a ciência e os órgãos de saúde, o jornalismo do CVI acabou selecionando conhecimentos comprovados e peritos de saúde, como fontes, e levou o negacionismo ao esquecimento.

Barbosa (2004, p. 04) complementa explicando que o jornalismo seleciona “parte da realidade, partindo-se do pressuposto do que os leitores gostariam de saber e do que as instituições querem fazer saber”. No caso da figura 50, o consórcio entendeu que seria necessário mostrar aos leitores a forma correta de se proteger contra o vírus e selecionou essa narrativa.

Figura 50 – Folha ensina a forma correta de utilização do escudo facial

1/4 Escudo facial só vale se estiver acompanhado por máscaras



Marcos Vinícius da Silva usa corretamente o escudo facial, com máscara de proteção, para cortar cabelo em barbearia da zona sul de São Paulo Rubens Cavallari/Folhapress

Fonte: Folha de São Paulo (2020)

Isto posto, o jornalismo do CVI acabou também se tornando um lugar de memória sobre a pandemia da Covid-19. A partir de toda a cobertura feita, da mesma forma que acessamos as notícias mapeadas e analisadas nesta pesquisa, as futuras gerações poderão entender como se deu esse contexto pandêmico, o avanço do vírus pelo país, as medidas adotadas para monitorar e combater o vírus, como também, compreender como se deu a própria atuação da imprensa na cobertura sobre esse período.

Reflexões

Compreender como o jornalismo se coloca como um lugar de verdade e de memória sobre a pandemia da Covid-19 a partir do Consórcio de Veículos de Imprensa foi o objetivo geral desta proposta. A pandemia da Covid-19 foi um acontecimento que irrompeu por completo a esfera dos acontecimentos, em meio a isso, a iniciativa do CVI também nos propõe um olhar para estes veículos jornalísticos considerando, para além do jornalismo com responsabilidade social, as implicações mercadológicas que culminaram com sua criação.

Nesta tentativa de compreender como o jornalismo do Consórcio de Veículos de Imprensa se posicionou como um lugar de verdade e de memória sobre a pandemia da Covid-19, por meio da construção de suas narrativas, vimos que o CVI atuou estrategicamente para se consolidar como fonte oficial primária dos dados sobre a Covid-19 no país e, ao mesmo tempo, ajudou o país a combater o vírus por meio de sua cobertura noticiosa.

Diante dos estudos, consideramos que, em um contexto dominado pelas *fake news*, o jornalismo do Consórcio trabalhou na divulgação de orientações sobre como prevenir a Covid-19 e ajudou a aproximar os estudos científicos e as especificações sobre a doença para a população.

Investigamos também as relações coercitivas que provocaram a criação do Consórcio de Veículos de Imprensa (CVI), desde a retirada dos dados sobre a pandemia do ar, pelo Ministério da Saúde, ao boicote à imprensa sinalizado pelo próprio ex-presidente da república, Jair Bolsonaro. Além de deixar a população à mercê da desinformação com a bagunça gerada pela falta dos dados acumulados sobre a doença, a rotina de produção do jornalismo foi interferida e impedida de noticiar os dados. Para driblar essa situação, a parceria entre os grandes veículos foi criada e o CVI surgiu. Assim, comprovamos a nossa hipótese de que a criação do consórcio se deu em resposta ao Ministério da Saúde para que a sociedade não recebesse as informações com atraso ou desatualizadas.

Com o mapeamento das notícias publicadas nos veículos que integram o CVI, G1 e Folha de São Paulo, no período de junho a dezembro de 2020, identificamos 10 estratégias utilizadas nas narrativas jornalísticas: A criação do Consórcio e o compromisso com a informação; Uso de títulos e subtítulos para dar notoriedade ao Consórcio; Pedagogia: informação com educação; Detalhamento de dados; O consórcio como panóptico; Humanização da pandemia; Variação de recursos; Escolha das fontes; Combate à desinformação e ao negacionismo e Oposição ao governo/presidente.

Essas estratégias constituem o Consórcio como um lugar de verdade sobre a pandemia da Covid-19, reveladas em ações estratégicas com base na proposição metodológica de Certeau (2008). Observamos que a imprensa conseguiu, de certo modo, cumprir com sua função social e não deixou a população sem informação sobre esse período, em que era tão necessário entender as questões que o envolvia. Prova disso, é que em nosso corpus de pesquisa, que apresenta apenas um recorte da cobertura noticiosa dos seis primeiros meses do Consórcio, localizamos mais de cem notícias.

No estudo, ao analisar as notícias do mapeamento, pudemos verificar ainda como o jornalismo do consórcio fez uso da memória de si e se posicionou como um lugar de memória sobre a pandemia da Covid-19, no período em estudo. Com a análise, pudemos aferir que o Consórcio atuou contribuindo para o fortalecimento de aspectos em concomitância com a ciência, a partir de sua valorização e sua visibilidade nas pautas. Esse enquadramento adotado pelo Consórcio buscou combater também o negacionismo e levá-lo ao esquecimento, após silenciá-lo. Assim, o consórcio se embasou na ciência, ao utilizar pesquisadores, especialistas e dados comprovados em pesquisas como fontes das matérias para construir o seu lugar de verdade na cobertura sobre a pandemia.

Ao tratar da pandemia, o CVI optou por se embasar nos dados mais próximos da realidade, vigiando a sociedade e o avanço do vírus, ao tempo em que detalhou, em suas notícias, a situação dos mais diversos cantos

do país. De forma humanizada, o Consórcio buscou sensibilizar os leitores para criticar a situação vivenciada, por meio do fotojornalismo e da demonstração das altas nos números de casos confirmados e óbitos, principalmente, ao utilizar ferramentas de infografia. Dessa maneira, o CVI utilizou de comparações entre os dados, com o passar dos dias, para mostrar o avanço da doença pelo país.

O jornalismo do CVI revisitou seu passado através de notícias para construir o seu lugar de memória, evidenciado durante a cobertura, que se utilizou de coberturas anteriores para contextualizar o presente e mostrou diariamente o aumento ou a diminuição dos números de casos e óbitos pelo Coronavírus no país (e continuou sendo mostrada durante a 4ª onda da doença, vivenciada no momento em que esta pesquisa está sendo finalizada).

Para a prática jornalística, a partir das discussões realizadas, sugerimos que a checagem de notícias seja inserida dentro dos jornais, como uma editoria mesmo, no intuito de combater de forma mais severa a desinformação. Acreditamos que se cada veículo jornalístico trabalhar nesse aspecto, diariamente, será mais viável minimizar os impactos da circulação de desinformações. Diniz (2018, p. 35) acredita que “essa prática se apresenta como um caminho para recuperar a credibilidade e fortalecer as coberturas jornalísticas sobre os temas de interesse público”. Ademais, não podemos deixar de lembrar que a rotina de produção jornalística precisa ter um cuidado redobrado com as fontes ditas oficiais, pois, como vimos neste estudo, essas fontes podem atuar para a desinformação.

Os impactos deste estudo são diversos. Entre eles, estão: a importância do jornalismo no combate à desinformação, as reflexões sobre verdade e memória na construção do acontecimento jornalístico “pandemia de Covid-19” e o reposicionamento do jornalismo como lugar de credibilidade noticiosa são algumas discussões suscitadas por este trabalho. Nossa reflexão voltou-se para além de compreender a iniciativa problematizar os caminhos adotados, uma vez que foi com base nas

memórias e verdades constituídas por estes meios que muitos brasileiros construíram suas memórias e verdades sobre o período.

Outras pesquisas podem ser realizadas seguindo essa linha e analisarem que outras estratégias, parecidas com a criação do consórcio, o jornalismo adotou ou poderia ter adotado em busca do fortalecimento da profissão e do combate à pandemia. Os estudos podem também se debruçar sobre os demais meses de atuação do Consórcio, já que a parceria continua ativa e em pleno desempenho e a pandemia parece, infelizmente, não ter fim.

A pesquisa sinaliza também que essas estratégias de atuação para consolidação do lugar de verdade e de memória do jornalismo precisam ser adotadas frequentemente, principalmente, agora nesse período de extrema desinformação, dos grandes fluxos nas redes e do questionamento do próprio jornalismo como um lugar de confiabilidade.

Referências

BARBOSA, Marialva. Jornalistas, "senhores da memória"? *In: IV ENCONTRO DOS NÚCLEOS DE PESQUISA DA INTERCOM, XXVII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, Porto Alegre. **Anais [...]**, 2004. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/5281189434155472217413491799349447635.pdf>, acesso às 15:47 em 15 de set. de 2020.

CAMPONEZ, Carlos. A crise do jornalismo face aos novos desafios da comunicação pública. *In: Vº CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA SOCIEDADES CONTEMPORÂNEAS: REFLEXIVIDADES E ACÇÃO*; Universidade do Minho, Braga. **Anais [...]**, 2004. Disponível em: https://aps.pt/wp-content/uploads/2017/08/DPR46151be427116_1.pdf, acesso em às 15:19 em 15 de set de 2021.

CASTILHO, Carlos. Apertem os cintos: estamos entrando na era da pós-verdade. **Observatório da Imprensa**. São Paulo, ed. 921, 28 set. 2016. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/apertem-os-cintos-estamos-entrando-na-era-da-pos-verdade/>, acesso às 15:59, em 03 de setembro de 2021.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano** - Artes de fazer. 14. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

CORDEIRO, Alexander Magno; OLIVEIRA, Glória Maria; RENTERÍA, Juan Miguel; GUIMARÃES, Carlos Alberto. Revisão sistemática: uma revisão narrativa. **Revista do Colégio Brasileiro de Cirurgões**. vol. 34 n° 6. Rio de Janeiro. Nov./Dec. 2007.

COSTA, Lívia Maria. **O jornalismo digital e as fake news**: um estudo das plataformas digitais de Fact-Checking “Lupa” e “Aos fatos”. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Estadual do Piauí. 2018.

COSTA, Siliana Dalla. Conceito de Verdade como Compromisso Ético Jornalístico. *In: XVIII CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL. CAXIAS DO SUL - RS, Anais [...]*, 2017. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sul2017/resumos/R55-0775-1.pdf>, acesso às 08:52, em 04/02/2022.

COUTINHO, Vinícius da Silva; SILVA, Maria Aparecida Mota da; COSTA, Ruthy Manuella de Brito. O jornalismo na Pandemia da Covid-19: uma análise da plataforma de fact-checking “Aos Fatos” no combate às fake news. **Revista Temática**. V. 16 N. 10: Outubro. 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/55797>, acesso às 10:33 em 20 de set. 2021.

COUTINHO, Vinícius da Silva; OLIVEIRA, Thamyres Sousa de. O jornalismo digital e a construção de memórias: a primeira semana de pandemia da Covid-19, no Piauí. *In: XIII ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA*. Juiz de Fora, MG. **Anais [...]**, 2021. Disponível em: https://securereservercdn.net/50.62.195.83/jga.766.myftpupload.com/wp-content/uploads/2021/09/06_gt_historiadamidiadigital.pdf, acesso às 10:12 em 20 de set. de 2021.

DINIZ, Amanda Tavares. Fact-checking no Ecosistema Jornalístico Digital: práticas, possibilidades e legitimação. **Revista de comunicação, jornalismo e espaço público**. IMPACTUM, UC. Coimbra: Portugal, 2018. Disponível em: <https://digitalis-dsp.uc.pt/bitstream/10316.2/43199/1/Fact-Checking%20no%20ecossistema.pdf>, acesso às 12:15, em 04/02/2022.

ESTADÃO. **É enganoso post que atribui aumento de mortes de crianças a vacinas contra Covid-19**. 2021. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/falso-vacina-morte-criancas/>, acesso às 10:24, em 22/07/2022.

FERREIRA, Sheron Weide Alves; FERREIRA, Mayara Sousa. Memórias de Marielle: o que os títulos evocam? *In*: FERREIRA, Mayara Sousa; OLIVEIRA, Thamyres Sousa de; MOURA, Luana de Sousa Rodrigues; COUTINHO, Vinícius da Silva. (Orgs). **Jornalismo, educação e memória: um diálogo possível**. Ed. 01. p.129-148. Editora da Universidade Estadual do Piauí, Teresina, 2021. Disponível em: <https://editora.uespi.br/index.php/editora/catalog/book/79>, acesso às 13:48, em 11/06/2022.

FERREIRA, Mayara Sousa. **Memórias da cultura: estratégias e táticas de Revestrés na (re)construção das identidades piauienses**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2016. Disponível em: <https://sigaa.ufpi.br/sigaa/verProducao?idProducao=1107864&key=4f52dc12f479282d0a8d360c5a30603c>, Acesso às 12:52, em 05/02/2022.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Veículos de comunicação formam parceria para dar transparência a dados de Covid-19**. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/06/veiculos-de-comunicacao-formam-parceria-para-dar-transparencia-a-dados-de-covid-19.shtml>, acesso em 08/08/2021, às 13:00.

FOUCAULT, Michael. **Microfísica do Poder**. Organização e tradução de Roberto Machado. 3ª. ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1982.

FOUCAULT, Michel. **Do governo dos vivos**: Curso no Collège de France (1979-1980). 1ª. ed. São Paulo. WMF Martins Fontes, 2014.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. Tradução: Laura Fraga de Almeida Sampaio. 3ª ed. São Paulo, BR. Edições Loyola. 1966.

FRANZONI, Sabrina; RIBEIRO, Daiane Bertasso; LISBOA, Sílvia Saraiva de Macedo. **A verdade no jornalismo**: relações entre prática e discurso. Verso e Reverso, XXV(58):45-52, janeiro-abril 2011.

GALHARDI, Cláudia Pereira; FREIRE, Neyson Pinheiro; MINAYO, Maria Cecília de Souza; FAGUNDES, Maria Clara Marques. Fato ou Fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil. **Revista Ciência & Saúde Coletiva**, 25(Supl.2):4201-4210, 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. Atlas, 7.ed. São Paulo. 2017.

GÓES, José Cristian. Jornalismo Sensacionalista: a construção de uma esfera pública limitada. *In: V Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Política (Compolítica)*, realizado em Curitiba/PR, **Anais [...]**, 2013. Disponível em: http://compolitica.org/novo/anais/2013_GT06-JoseCristianGoes.pdf, acesso às 03:32, em 29/06/2022.

GONÇALVES, Fábio Marques. Mídia e Poder: a intermediação da realidade e a responsabilidade política dos meios de comunicação. **Revista Jurídica**. Faculdade de Direito de Franca. v. 10, n. 2. 2015. Disponível em: <https://www.revista.direitofranca.br/index.php/refdf/article/view/288>, acesso às 10:59, em 20 de set. de 2021.

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. 2ª ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais LTDA, 1990.

JORGE, Thais Mendonça. **Manual do foca: Guia de sobrevivência para jornalistas**. São Paulo: Contexto, 2008.

LEAL, Bruno Souza; JÁCOME, Phellipy; MANNA, Nuno. **A “crise” do jornalismo: o que ela afirma e o que ela esquece**. *Líbero – São Paulo – v. 17, n. 34, p. 145-154, jul./dez. de 2014.*

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Campinas, SP: UNICAMP, 1990

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira: uma visão econômica social e política**. Vozes. 2010

MENDES, Heloisa Mara; MENDONÇA, Marina Célia. Jornalismo digital em perspectiva dialógica: uma análise do gênero editorial na Folha de S.Paulo. **Revista do GEL**, v. 18, n. 1, p. 101-128, 2021. Disponível em: <https://revistas.gel.org.br/rg/article/view/2979/1923>, acesso às 16:08, em 09/05/2022.

MORAES, Ângela. A crise do jornalismo e o discurso legitimador. **Estudos**, Goiânia, v. 38, n. 4, p. 663-678, out./dez. 2011.

MOURA, Luana de Sousa Rodrigues; COUTINHO, Vinícius da Silva; BARBOSA, Lia Rachel Silva Marinho; OLIVEIRA, Thamyres Sousa de. Entre a Memória e o Esquecimento: a cobertura jornalística da troca do piso da Catedral de Nossa Senhora dos Remédios em Picos-PI. *In: FERREIRA, Mayara Sousa; OLIVEIRA, Thamyres Sousa de; MOURA, Luana de Sousa Rodrigues; COUTINHO, Vinícius da Silva. (Orgs). Jornalismo, educação e memória: um diálogo possível*. Ed. 01. p.129-148. Editora da Universidade Estadual do Piauí, Teresina, 2021. Disponível em: <https://editora.uespi.br/index.php/editora/catalog/book/79>, acesso às 11:41, em 05/02/2022.

MÜLLER, Felipe de Matos; SOUZA, Márcio Vieira de. Fake News: um problema midiático multifacetado. *In: VIII CONGRESSO INTERNACIONAL DE CONOCIMIENTO E INNOVACIÓN, Anais [...]*, 2018. Disponível em: <https://proceeding.ciki.ufsc.br/index.php/ciki/article/view/511/261>, acesso às 12:08, em 04/02/2022.

NORA, Pierre. **Entre memória e história: a problemática dos lugares.** Projeto História, São Paulo, dez. 1993.

NIETZSCHE, Friedrich. **Além do bem e do mal.** Tradução: Márcio Pugliesi. 1ª ed. Hemus. 1977.

O GLOBO. **Veículos de imprensa fazem parceria para dar transparência a dados de Covid-19 Motivos para a criação do Consórcio.** 2020. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/veiculos-de-imprensa-fazem-parceria-para-dar-transparencia-dados-de-covid-19-24468150>, acesso em 09/08/2021, às 09:51.

OLIVEIRA, Thamyres Sousa de. **O jornalismo piauiense e a censura em tempos de estado novo.** Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PPGCOM). UFPI -Teresina, 2016.

PALACIOS, Marcos. Convergência e memória: jornalismo, contexto e história. **Matrizes.** Ano 4 – Nº 1, jul./dez. 2010 - São Paulo - Brasil – p. 37-50

PALACIOS, Marcos. RIBAS, Beatriz. Ferramenta para a análise de memória em cibermeios. In: PALACIOS, Marcos (org). **Ferramenta para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo.** Volume 1: Modelos. Covilhã: UBI /LabCom, 2011.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de comunicação.** 5ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

REDE BRASIL ATUAL. **Pesquisa mostra que um em cada quatro brasileiros está fora da internet. 2020.** Disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/blogs/planeta-azul/2021/06/exclusao-digital-pesquisa/>, acesso às 11:11, em 06/04/2022.

RÊGO, Ana Regina. **Jornalismo e Memória: entre o tempo e a ética.** In: 10º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO.CURITIBA-PR. Pontifícia: Universidade Católica do Paraná, Anais [...]. 2012.

RÊGO, Ana Regina. **A Ditadura Militar no jornalismo: uma abordagem a partir do conceito de lugar de memória.** Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM) - v.3, n.2, jul./2014 - dez./2014

RÊGO, Ana Regina. **Visibilidade empresarial: da comunicação à reputação.** São Paulo - SP. All Print Editora, 2015.

RÊGO, Ana Regina. **Vigilância, controle e atenção: a desinformação como estratégia.** Organicom – ano 17. Número 34. Setembro/Dezembro. 2020. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/180753/168685>, acesso às 16:17 em 01/05/2022.

SANTOS, Ailson. Credibilidade da imprensa, Desenvolvimento e Cidadania. **Observatório da Imprensa.** Edição 1122. Janeiro, 2021. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/credibilidade-da-imprensa-desenvolvimento-e-cidadania/>, acesso às 10:45, em 04/02/2022.

SÁ-SILVA, Jackson Ronie; ALMEIDA, Cristóvão Domingos de; GUINDANI, Joel Felipe. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. **Revista**

Brasileira de História & Ciências Sociais. Ano 1 - Número 1 - julho de 2009. ISSN: 2175-3423.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico.** 23 ed. São Paulo: Cortez, 2007.

VIZEU, Alfredo. O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. **Revista Famecos.** Porto Alegre/RS. vol. 16. nº 40. Dezembro de 2009. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4955/495550196011.pdf>, acesso às 03:36, em 29/06/2022.

XAVIER, Cintia; LUCENA, Larissa Cantuária. Influência das métricas no webjornalismo: a identificação de títulos caça-cliques no portal G1 Amapá. **Revista Comunicare.** Volume 19 — Edição 2 — 2º Semestre de 2019. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2019/12/comunicare-19.2-edicao-completa.pdf#page=36>, acesso às 01:44, em 29/06/2022.

ZAHAR, Jorge. **Jornal Nacional a notícia faz história.** Memória Globo, 2004.

Sobre os Autores



VINÍCIUS DA SILVA COUTINHO

Viciado em Viver. Nordestino, de Patos do Piauí-PI.

Mestrando no Programa de Pós-graduação em Educação, Cultura e Territórios Semiáridos (PPGESA), da Universidade do Estado da Bahia, em Juazeiro-BA. Pós-graduado em Gestão de Marketing e Mídias Digitais pelo Instituto de Educação Superior Raimundo Sá; Graduado em Jornalismo pela Universidade Estadual do Piauí, campus Professor Barros Araújo, em Picos-PI (2018-2022); um dos Organizadores do livro “Jornalismo, educação e memória: um diálogo possível” (EdUESPI/2021); integrou da Liga Acadêmica de Jornalismo, Educação e Memória (Joeme), desde o seu início, em 2019, até 2023; foi Bolsista Voluntário do PIBIC (2020-2021) com o projeto 'Memórias do Coronavírus no Piauí: o Portal O Dia e o Cidade Verde.com e suas atuações na Construção de Memórias sobre a Pandemia do Coronavírus, no Piauí'; atuou como Social Media na Agência de Marketing e Publicidade Ideia 7, como Monitor de programas de Rádio e TV na Agência Ícone Comunicação e como Assessor de Comunicação na Prefeitura de Patos do Piauí. É também formado no curso Técnico em Mineração pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus Paulistana-PI. Atualmente, estuda as representações construídas sobre o Nordeste e a transposição de discursos de ódio e estereótipos negativos sobre esta região para as redes sociais, em especial no Twitter (X), integrando a linha de pesquisa "Educação, Comunicação e Interculturalidade".

E-mail: viniciuscoutinho96@gmail.com



THAMYRES SOUSA DE OLIVEIRA

Jornalista, professora e filha da mãe.

Possui graduação em Comunicação Social - Hab. Jornalismo pela Universidade Federal do Piauí (2013). É mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPI. Atua, principalmente, nos seguintes temas: estado novo, memória, imprensa, censura, história, telejornalismo, memória. É professora efetiva na Universidade Estadual do Piauí (Uespi), Coordenadora da Liga Acadêmica de Jornalismo, Educação e Memória (Joeme) e Organizadora do livro “Jornalismo, educação e memória: um diálogo possível” (EdUESPI/2021).

E-mail: thamyressousa@pcs.uespi.br

O CONSÓRCIO CONQUISTOU UM LUGAR DE VERDADE SOBRE A PÂNDEMI DA COVID-19, A PARTIR DE AÇÕES ESTRATÉGICAS.

A IMPRENSA CONSEGUIU, DE CERTO MODO, CUMPRIR COM SUA FUNÇÃO SOCIAL E NÃO DEIXOU A POPULAÇÃO SEM INFORMAÇÃO SOBRE ESSE PERÍODO, EM QUE ERA TÃO NECESSÁRIO ENTENDER AS QUESTÕES QUE O ENVOLVIA.

