

O CULTO À ATUALIDADE: UMA ANÁLISE DO DISCURSO JORNALÍSTICO NOS VEÍCULOS IMPRESSO E ON-LINE*

Milena Ferreira Hygino Nunes
Universidade do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF)

RESUMO: As tecnologias, cada vez mais, estão presentes na vida das pessoas e em todos os setores da sociedade, alterando o estilo de vida, o modo de trabalhar e a forma de relacionamento. No jornalismo, não é diferente. As rotinas de produção e publicação jornalísticas de um veículo on-line tornaram-se muito mais dinâmicas e rápidas, oferecendo ao leitor alguns atrativos, como o rápido acesso às matérias, a interatividade e, principalmente, a atualização constante das notícias, medida em minutos. Mas quais são os reflexos dessa aceleração? O presente trabalho tem como objetivo analisar a qualidade do discurso jornalístico, por meio de uma análise comparativa de algumas matérias do jornal impresso O Globo e do portal de notícias G1 sobre o incêndio na boate Kiss, em Santa Maria (RS), ocorrido em 27 de janeiro de 2013. Ao final, verifica-se que a necessidade de atualização constante no veículo on-line prejudica a qualidade das matérias e, conseqüentemente, a credibilidade do discurso jornalístico.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso jornalístico. Jornalismo on-line. Ciberespaço.

INTRODUÇÃO

No jornalismo on-line, as formas de apuração e verificação de informações passam pela própria internet, o que possibilita um jornalismo muito mais ágil, porém, de certa forma, arriscado, porque pode transformar-se em superficial e, conseqüentemente, sem credibilidade. É importante pensar até que ponto essa dinâmica e velocidade não atrapalham o resultado de um trabalho bem elaborado e minucioso, com verdadeira apuração dos fatos, evitando, assim, que sejam geradas notícias “prematuras” nos veículos on-line.

Pode-se destacar a necessidade de, em tempos de produção voraz de notícias, o discurso jornalístico ser analisado, tanto por aspectos técnicos quanto éticos. Afinal, as pessoas têm, atualmente, à disposição, um número incalculável de notícias, graças às novas tecnologias de informação e comunicação, que influenciam desde as técnicas de apuração das informações, passando pela produção das matérias e pela veiculação.

É inegável que o jornalista, como mediador da informação e construtor de uma suposta realidade, influencia, de alguma forma, a sociedade. Por isso, o que vem sendo noticiado - e de que forma - merece atenção, não só por parte dos profissionais de imprensa, mas também dos pesquisadores e da sociedade.

* XI EVIDOSOL e VIII CILTEC-Online - junho/2014 - <http://evidosol.textolivre.org>

1 DO IMPRESSO AO ON-LINE

Segundo Pena (2008, p. 36), é “(...) a noção de tempo que vai efetivar a constituição dos primeiros jornais. Estes são caracterizados por trazerem notícias de todos os gêneros e por terem atualidade e periodicidade. Daí o termo jornal, que vem do francês *journal*, ou seja, diário”.

Na segunda metade da década de 1990, com o boom da internet, muitos jornalistas migraram para o ambiente virtual, que alterou vários aspectos da vida humana. No âmbito jornalístico, não foi diferente. O ciberespaço influenciou todas as fases de produção e recepção da notícia.

Com a internet, surgiu um novo gênero, ciberjornalismo (ou webjornalismo, jornalismo digital ou jornalismo on-line), que, segundo Pena (2008), pode ser definido como “a disponibilização de informações jornalísticas no ciberespaço, organizadas de forma hipertextual com potencial multimidiático e interativo” (PENA, 2008, p. 176). A jornalista Pollyana Ferrari diferencia o jornalismo digital do impresso por envolver conteúdo on-line cujos elementos “vão muito além dos tradicionalmente utilizados na cobertura impressa - textos, fotos e gráficos. Pode-se adicionar sequências de vídeo, áudio e ilustrações animadas” (FERRARI, 2009, p.39). Também não se pode esquecer outro grande diferencial do veículo on-line: a atualidade, medida em segundos.

A “guerra da informação” se disputa hoje no espaço da mídia em tempo real. Ninguém mais espera a edição do dia seguinte ou a revista que vai sair no final de semana para tomar conhecimento das últimas notícias. Basta ligar o computador e acessar os sites onde informações quase instantâneas desfilam para o leitor (JORGE, PEREIRA, ADGHIRNI, 2009, p. 77).

É importante destacar que, com a troca de suporte (do impresso para o digital), os valores profissionais, principalmente de produção de notícias, não mudam - ao menos, não deveriam fazê-lo, como afirma Aguiar (2009):

Os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia consagrados nos jornais impressos de referência continuam sendo válidos no jornalismo produzido para a web. [...] Os valores-notícia de seleção e os valores-notícia de construção permanecem os mesmos para as rotinas de produção do *hard news*, tanto no jornalismo impresso quanto no jornalismo on-line (AGUIAR, 2009, p. 163).

Castilho (2005) tem a mesma opinião de Aguiar (2009), ao defender que os objetivos e valores do jornalismo, seja através da internet ou do jornal, são os mesmos, por estarem relacionados ao caráter social da informação. Porém, a busca incessante pela atualização da informação, potencializada pelas novas tecnologias, faz com que ‘chegar na frente’ seja mais importante do que ‘dizer a verdade’, como observa Moretzsohn (2002), o que assinala mudança de valores e objetivos.

A necessidade de se veicular a notícia o mais rápido possível faz com que o computador seja a grande fonte de informações dos jornalistas, que não querem - e nem podem - perder tempo com apuração mais detalhada e com a demora de fontes oficiais, sob o risco de perder leitores para a concorrência. Assim, as notícias são superficiais e perecíveis, sendo preciso uma atualização constante, gerando um “excesso de informações”, dado o acúmulo de matérias sobre um mesmo acontecimento.

2 O DISCURSO JORNALÍSTICO COMO CONSTRUÇÃO DA REALIDADE

Helena H. Nagamine Brandão (2004), em seu livro *Introdução à análise do discurso*, define discurso como um “fenômeno da linguagem não mais centrado apenas na língua, sistema ideologicamente neutro”, mas, sim, “o ponto de articulação dos processos ideológicos e dos fenômenos linguísticos” (BRANDÃO, 2004, p. 11). E, segundo Charaudeau, “se existe um fenômeno humano que dependa precipuamente da linguagem, é o da informação” (CHARAUDEAU, 2009, p. 33).

Sendo assim, o jornalismo - que tem, em sua essência, o dever de informar - também pode ser pensado sob uma perspectiva discursiva, porque “a informação implica processo de produção de discurso em situação de comunicação” (CHARAUDEAU, 2009, p. 34) e também porque “não há jornalismo sem aquilo que costumamos compreender como sendo ‘exterior’: os fatos, as relações de poder, os contextos sociais, as decisões políticas, os interesses econômicos, as crenças religiosas, as concepções estéticas” (MACHADO e JACKS, 2001, p. 12). Por se ter essa compreensão, como objetos de análise para a dissertação, foram escolhidos dois veículos - jornal O Globo e o portal de notícias G1 - pertencentes à mesma empresa, Organizações Globo, para que não haja discordância de fatores externos, que possam, de alguma forma, interferir na política editorial do veículo e, conseqüentemente, no trabalho de análise.

Em todo discurso,

[...] no funcionamento da linguagem, que põe em relação sujeitos e sentidos afetados pela língua e pela história, temos um complexo processo de constituição desses sujeitos e produção de sentidos e não meramente transmissão de informação. São processos de identificação do sujeito, de argumentação, de subjetivação, de construção da realidade (ORLANDI, 1990, p. 21).

Esses processos vêm ao encontro do que pressupõe o newsmaking, teoria da comunicação que trata o jornalismo como construção social de uma suposta realidade e que, assim como a AD, embasa este trabalho.

Apesar de o discurso jornalístico, segundo Maingueneau (2008), ser “de certa forma antecipadamente legitimado, uma vez que foi o próprio leitor que o comprou” (MAINGUENEAU, 2008, p. 40), é preciso refletir sobre o papel que a mídia exerce na mediação dos fatos, uma vez que o “jornalismo não é o discurso da realidade (como diz ser), mas um discurso sobre a realidade” (MORETZSOHN, 2002, p. 79). Afinal, sabe-se que a mídia “reconstrói o acontecimento na operação jornalística, mas, junto com ela, vende a crença de que a montagem não interfere na construção da realidade” (PENA, 2008, p. 160).

Charaudeau (2009), porém, desconfia dessa posição de insuspeição da imprensa: “O que está em causa aqui não é tanto a busca de uma verdade em si, mas a busca de ‘credibilidade’, isto é, aquilo que determina o ‘direito à palavra’ dos seres que comunicam, e as condições de validade da palavra emitida” (CHARAUDEAU, 2009, p. 49). Coloca-se, então, a importância da análise da credibilidade do discurso jornalístico, por construir uma suposta realidade e, inevitavelmente, influenciar a sociedade.

3 ANÁLISE DAS MATÉRIAS

A análise teve como objetos as matérias jornalísticas sobre o incêndio na boate Kiss, em Santa Maria (RS), ocorrido em 27/01/2013, noticiadas no jornal O Globo e no portal de notícias G1, ambos os veículos pertencentes às Organizações Globo, maior grupo de comunicação do Brasil. A

escolha dos veículos de uma mesma empresa foi intencional, para que não houvesse discordância de fatores externos - como as relações de poder, as decisões políticas, os interesses econômicos, as crenças religiosas, as concepções estéticas - que pudessem, de alguma forma, interferir na política editorial do veículo e, conseqüentemente, no trabalho de análise.

Como exemplos comparativos, foram selecionadas três matérias do portal G1 (a primeira, publicada às 09h03; a segunda, às 11h23; a terceira, às 23h43, todas do dia 27/01/2013) e a capa do jornal O Globo, edição do dia 28/01/2013. Levou-se em consideração, para a análise, o critério da “atualidade”, que, por ser um valor-notícia, está presente desde a seleção do acontecimento até a construção discursiva da notícia (WOLF, 2003), e, pelo fato de um dos veículos de análise ser o on-line, este critério é crucial nas matérias analisadas.

Em se tratando de um veículo on-line, atualizar significa publicar a notícia o mais rápido possível, em tempo quase real, porque a tecnologia colabora para isso. Comparando as matérias do jornal O Globo e as do portal de notícias G1, objetos de análise, sobre o incêndio em Santa Maria (RS), em um período de 24 horas (das 3 horas do dia 27/01/2013 - horário do incêndio - às 3 horas da manhã do dia 28/01/2013), vê-se que o critério de atualidade é muito mais forte no veículo on-line. Enquanto O Globo teve apenas uma edição nesse intervalo de tempo, com 18 matérias internas mais capa inteira sobre o ocorrido, o G1, no mesmo período, publicou 120 matérias relacionadas ao incêndio, o que equivale, aproximadamente, a uma atualização a cada 12 minutos. Essa busca incessante pela atualização, típica do meio on-line, faz com que, por causa da pressa, não se dedique tempo suficiente para a apuração e, assim, sejam cometidos erros e imprecisões nas publicações.

Algumas observações pertinentes: Passadas 24 horas do incêndio, a informação quanto ao número de mortos no jornal O Globo e no portal G1 coincidia. Mas, para o G1 chegar a esse número, foi preciso atualizar esse dado com doze números diferentes (sem contar as diversas vezes em que os mesmos números foram trocados eventualmente), tendo cometido o grave erro de noticiar a quantidade exorbitante de 245 mortos que, até hoje, passado mais de um ano, não foi atingida. A última vítima fatal foi a 242^a, ocorrida no dia 19/05/2013 (G1, 19/05/2013).

Não se pode deixar de notar que a possibilidade e a facilidade de atualização de uma matéria de forma infinita e imediata em um site colaboram para que se perca o “histórico” do que foi noticiado, uma vez que há o costume da utilização de um mesmo link para acrescentar ou mesmo mudar informações sobre determinado acontecimento. Como exemplo, tem-se o link <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2013/01/numero-de-mortes-em-incendio-de-boate-ja-chega-245-diz-policia.html>>. A primeira vez em que foi usado, às 11h23 do dia 27/01/2013, a matéria tinha como título “Número de mortes após incêndio em boate já chega a 245, afirma polícia”. Às 14h22, a matéria foi modificada, passando a ter o título “Número de mortes após incêndio em boate já chega a 232, afirma polícia”. Assim, muitos erros cometidos por jornalistas são literalmente apagados. E, na maioria das vezes, passam despercebidos pelos leitores.

Outra comparação necessária entre os dois veículos é quanto à imprecisão das informações, visível na escolha dos tempos verbais, por exemplo. Enquanto o texto da capa do jornal O Globo é constituído, majoritariamente, por verbos no pretérito perfeito, tempo verbal que “indica uma ação definida no tempo e exprime uma certeza de quem fala em relação ao conteúdo de sua comunicação” (CUNHA, 2013 p. 25), as matérias no G1 mesclam verbos no futuro do pretérito com citações indiretas, o que sugere que “o orador não se compromete, não assume a responsabilidade pelo que enuncia; quem faz a afirmação é “alguém”, alguma fonte autorizada” (CUNHA, 2013 p. 24).

Exemplos:

O Globo:

Uma sucessão de erros e falhas na segurança resultou na segunda maior tragédia provocada por incêndios já registrada na História do país.

O fogo começou às 2h30m da madrugada...

Boa parte das vítimas morreu asfixiada no banheiro.

G1:

Conforme informações da polícia, o incêndio teria começado por volta das 2h30 deste domingo (...).

Faíscas teriam atingido a espuma do isolamento acústico, no teto da boate, e iniciado o fogo (...).

Segundo informações preliminares, o fogo teria começado por volta das 2h30 (...).

CONCLUSÃO

Vê-se, com a análise comparativa entre os veículos on-line (G1) e impresso (O Globo), que a necessidade de atualização constante no veículo on-line prejudica a qualidade das matérias e, conseqüentemente, a credibilidade do discurso jornalístico. Criam-se matérias imprecisas, especulativas e opinativas, que causam um excesso de informações, com o objetivo primordial de cumprir o critério de atualidade, em detrimento do compromisso fundamental do jornalista: a verdade dos fatos, a precisa apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação (Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, cap. II, art. 4º).

O exercício da profissão de jornalista é uma atividade de natureza social e finalidade pública, portanto, subordinada ao Código de Ética. Porém, é visível, nas matérias que têm sido veiculadas, que o trabalho jornalístico não tem respeitado as determinações do Código. E, no meio on-line, essas “infrações” são mais frequentes, porque, “ao multiplicar as possibilidades, a informática multiplica também os riscos” (PENA, 2008, p. 60).

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Leonel. A validade dos critérios de noticiabilidade no jornalismo digital. In: RODRIGUES, Carla (Org.). Jornalismo on-line: modos de fazer. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina, 2009. p. 163-182.

BRANDÃO, Helena Hatsue Nagamine. Introdução à análise do discurso. São Paulo: Editora da Unicamp, 2004.

CASTILHO, Carlos. Webjornalismo: o que é notícia no mundo on-line. In: RODRIGUES, Ernesto (Org.). No próximo bloco... O jornalismo brasileiro na TV e na internet. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2005. p. 231-256.

CHARAUDEAU, Patrick. Discurso das mídias. São Paulo: Contexto, 2009.

CUNHA, Hélia Coelho Mello. A persuasão em discursos da atualidade. Campos dos Goytacazes:

IFF, 2013.

FENAJ - Federação Nacional dos Jornalistas. Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Vitória: 2007. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf> Data do acesso: 18 jan. 2013.

FERRARI, Pollyana. Jornalismo digital. São Paulo: Contexto, 2009.

INFOGLOBO. Tragédia em Santa Maria. In: O Globo. Edição do dia 28 de janeiro de 2013. Rio de Janeiro: O Globo, 2013. pp. 1-18.

JORGE, Thaís de Mendonça; PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal. Jornalismo na Internet: desafios e perspectivas no trinômio formação/universidade/mercado. In: RODRIGUES, Carla (Org.). Jornalismo on-line: modos de fazer. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina, 2009. p. 75-96.

MACHADO, Marcia Benetti; JACKS; Nilda. O discurso jornalístico. X Compós: Brasília, 2001. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1217.pdf> Data do acesso: 07 jan. 2013.

MAINGUENEAU, Dominique. Análise de textos de comunicação. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2008.

MORETZSOHN, Sylvia. Jornalismo em tempo real: o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

ORGANIZAÇÕES GLOBO. Incêndio em boate no Rio Grande do Sul mata ao menos 90 pessoas. In: G1, 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/noticia/2013/01/incendio-em-boate-no-rio-grande-do-sul-mata-ao-menos-90-pessoas-2.html>> Data do acesso: 27 jan. 2013.

_____. Morre no RS a vítima de número 242 do incêndio na boate Kiss. In: G1, 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2013/05/morre-no-rs-vitima-de-numero-242-do-incendio-na-boate-kiss.html>> Data do acesso: 30 jul. 2013.

_____. Número de mortes após incêndio em boate já chega a 245, afirma polícia. In: G1, 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2013/01/numero-de-mortes-em-incendio-de-boate-ja-chega-245-diz-policia.html>> Data do acesso: 27 jan. 2013.

_____. Número de mortos em tragédia em boate no RS é revisado para 231. In: G1, 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2013/01/numero-de-mortos-em-tragedia-em-boate-no-rs-e-revisado-para-231.html>> Data do acesso: 27 jan. 2013.

ORLANDI, Eni P. Análise de discurso: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 1990.

PENA, Felipe. Teoria do jornalismo. São Paulo: Contexto, 2008.

SOUZA, Carlos Henrique Medeiros de; BRUM, Larissa. A normose na sociedade em rede: paradoxos diante do fluxo comunicacional. In: Revista Tempo Brasileiro, out.-dez, n.179. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2009. p. 117-130.

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação. Lisboa: Presença, 2003.