



Novas tecnologias e modernização na construção da auto-imagem do jornal cearense Diário do Nordeste¹

Naiana Rodrigues da Silva²
Universidade Federal do Ceará

RESUMO

A produção midiática está estreitamente ligada ao uso de tecnologias. Da prensa de Gutenberg aos dias atuais, as mídias estão sempre buscando a inovação tecnológica, que implica em uma renovação de formatos e conteúdos. Essa busca do novo está, muitas vezes, atrelada a um discurso de diferenciação que se ancora no papel modernizante das tecnologias. Neste artigo, iremos analisar como a introdução de elementos multimídia na rotina de produção do jornal cearense Diário do Nordeste é usada como estratégia de criação de valor, conforme define Lorenzo Vilches (2006) e também como uma simulação da modernização tecnológica, como discute Martin-Barbero (2004), decisiva para a construção da imagem do jornal. Para isso, analisaremos qualitativamente o conteúdo de um conjunto de matérias que tratam das inovações adotadas pelo jornal.

PALAVRAS-CHAVE: Novas tecnologias; modernidade; auto-imagem; jornalismo

1 – A tecnologia como valor de diferenciação

A convergência de suportes e conteúdos midiáticos está causando certo *frisson* na sociedade. Por um lado, temos uma corrida desenfreada de consumidores em busca de produtos como telefones que captam e reproduzem sinais televisivos e dispositivos audiovisuais portáteis com alta qualidade de reprodução de conteúdos digitais. Por outro, as instituições informativas tradicionais (rádio, televisão e jornal) procuram, com veemência, se adequar a esse cenário com a oferta de produtos, formatos e gêneros realizados com a intenção de se aproximar de outros públicos, principalmente daqueles que estão em sintonia com as transformações tecnológicas e habituados ao manuseio e linguagem das novas mídias digitais.

Inserido nesse contexto, o jornal cearense Diário do Nordeste iniciou no ano de 2008 a produção e veiculação de conteúdos multimídia em sua versão on-line³. O periódico disponibiliza em seu site vídeos de curta duração sobre alguns fatos da pauta de cobertura diária, realizados, concomitantemente, pelos repórteres dedicados à

1. Trabalho apresentado no GP de Jornalismo Impresso, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFC e bolsista do Programa Demanda Social da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). E-mail: naianarodrigues@gmail.com

³ O endereço eletrônico do jornal é www.diariodonordeste.com.br



produção de conteúdos para o impresso. Eles utilizam como máquina de produção audiovisual um celular multifuncional, o que denota a apropriação de tecnologias de convergência e uma mudança no modo de produção jornalística do veículo, afinal, os repórteres, agora, tanto produzem textos para o impresso quanto vídeos para o site, acumulando uma dupla função⁴.

Esse novo conteúdo jornalístico foi anunciado pelo jornal como um relato extra ao qual os internautas têm acesso. Lorenzo Vilches (2006) observa que, na era da migração digital, os veículos de comunicação estão buscando meios de diferenciação de seus produtos e acabam agregando novos valores a seus conteúdos jornalísticos à custa de condições especiais, como a economia de mão-de-obra. O autor observa que a criação de valor pelas instituições midiáticas está diretamente relacionada com algumas características como: a audiência para a qual se destina seus conteúdos, a produtividade e mesmo a reputação da empresa (2006, p. 184).

Vilches avalia que a criação de valor não é apenas uma estratégia de marketing, mas evidencia a instauração de um processo macro, que implica em uma mudança no capitalismo empresarial da atualidade. “Empresas que não produziam nem vendiam nada mais do que a marca de futuro tecnológico se constituíram na economia da moda em fins de século” (2006, p. 158). Os objetos físicos saem de cena para dar lugar a construções simbólicas operadas em torno da imagem das instituições.

A partir do raciocínio de Vilches podemos destacar que o jornal cearense Diário do Nordeste também opera com a criação de valor ao oferecer um novo conteúdo multimídia, resultado de uma estratégia produtiva que se vale da economia de mão-de-obra, transformada em diferencial, mas que, acima de tudo, põe em relevo a ideia de modernização tecnológica. O uso de novas ferramentas de trabalho (aparelho celular multifuncional) e a oferta de novos serviços (conteúdo audiovisual) acabam por demarcar a entrada do jornal na era da convergência midiática.

Contudo, não é de agora que o jornal se vale da aquisição de novas tecnologias para se diferenciar. O Diário do Nordeste surgiu em um cenário onde os ideais da modernidade estavam diretamente atrelados ao desenvolvimento tecnológico, ao progresso e à inovação. Daí, a atitude pioneira do jornal, no contexto local, em adotar os novos padrões jornalísticos advindos com as mudanças tecnológicas, como a impressão

⁴ O modo de produção do conteúdo multimídia do jornal é alvo da pesquisa que desenvolvo no mestrado em Comunicação da Universidade Federal do Ceará.



em cores (1982), a informatização da redação (no início da década de 1990) e a oferta de conteúdo multimídia (2008).

Com este artigo, nossa intenção é discutir como as novas tecnologias são usadas pelo jornal para reforçar sua imagem de modernização, que está construída no plano simbólico embasada na aquisição de ferramentas ou de processos tecnológicos. Nossa hipótese é de que o jornal, desde seu surgimento, se atribui uma imagem moderna, construída com base no uso das novas tecnologias.

Para comprovar esse fenômeno, adotaremos o modelo de análise qualitativa de conteúdo descrito por Romeu Gomes (1994). Segundo o autor, para analisar o conteúdo das mensagens pode-se trabalhar com a identificação de unidades temáticas em torno das quais é possível tirar conclusões a respeito do que está “por trás dos conteúdos manifestos” (apud MINAYO, 1994, p. 74). Dessa forma, nos lançaremos em busca de unidades dentro de um conjunto de matérias publicadas pelo jornal que nos dêem pistas sobre o modo como a instituição se define para a sociedade. Essas unidades podem ser palavras e expressões que estejam diretamente associadas às categorias de modernidade e tecnologia.

O nosso *corpus* de análise está composto por matérias publicadas em um caderno especial, no ano de 2006, que conta a trajetória de 25 anos de existência do jornal⁵. No caderno, estão presentes matérias que abordam as mudanças mais relevantes pelas quais o Diário passou. A escolha do conteúdo se deu porque ele recupera a memória do veículo e, principalmente, enfatiza a história recente do jornalismo em meio à efervescência das mídias digitais. A esse grupo de matérias, será acrescentada uma reportagem, veiculada no ano de 2008, que anuncia para os leitores a entrada do jornal na era da produção multimidiática.

2 – Um jornal sob o signo da modernidade tecnológica

Uma ferramenta que aproxima o leitor das fontes de informações das matérias publicadas no jornal está disponível, de forma efetiva, a partir deste domingo, no site do Diário do Nordeste. Com um misto de inovação tecnológica e criatividade, o novo serviço on line disponibiliza vídeos e áudios colhidos pelos repórteres, durante a realização de algumas pautas (...) Para Leonardo, o Diário está entrando em uma nova era. “É um passo importante em matéria de multimídia, ao usar um equipamento de ponta, com a preocupação de fornecer maior quantidade de conteúdo e fazer com que o site seja cada vez mais

⁵ As matérias selecionadas para análise foram acessadas no site do periódico. Os respectivos endereços eletrônicos estão descritos nas referências bibliográficas.



moderno”, diz. (VÍDEOS E ÁUDIOS NO SITE DO DIÁRIO apud DIÁRIO DO NORDESTE, 2008).

Na passagem acima, em que é apresentado aos leitores o conteúdo multimídia do jornal, o termo “moderno” é usado para qualificar o site do veículo, que ganhará uma nova atribuição a partir do uso de “equipamento de ponta”. O equipamento trata-se de “um aparelho celular com gravador e filmadora”, cuja operacionalização e utilidade são explicadas no decorrer do relato.

O que verificamos com a leitura da matéria é uma apologia à modernização tecnológica, usada para delimitar a passagem para uma nova “era” do veículo de informação, que sai de um estado (antigo) para outro (novo), graças ao uso da tecnologia. A associação do novo com o moderno já está consolidada no imaginário coletivo e decorre mesmo do caráter da Modernidade, que, desde sua origem, rompeu com ordens estabelecidas e promoveu a instauração de novos modos de organização da vida em sociedade.

Dentre as mudanças advindas com a modernidade está o desenvolvimento dos meios de comunicação e de transporte, que proporcionaram ao homem se deslocar, seja física ou simbolicamente, para lugares antes inacessíveis. Do século XVII até o presente momento, inúmeras transformações já foram vivenciadas pelo homem. Conforme Antony Giddens (1991), para compreender as mudanças que alteraram profundamente nosso modo de vida em sociedade hoje, é preciso compreender as rupturas que a modernidade provocou, afinal, estamos vivenciando exatamente o desenrolar das conseqüências da modernidade (1991, pp. 12 – 13).

As novas tecnologias da comunicação compõem esse conjunto de transformações que devem ser vistas como desdobramentos da modernidade, afinal, elas potencializam as principais ações que estão no cerne do nascimento da modernidade: as noções de tempo e espaço e de reflexividade da sociedade.

Sobre o tempo e o espaço, Giddens observa que, enquanto nas sociedades pré-modernas, essas duas variáveis estavam interligadas, na modernidade, elas se distanciam drasticamente. O tempo, por exemplo, passa a ser controlado e medido e torna-se dominante em relação ao espaço que, por sua vez, passa a ser vazio, pois deixa de estar associado a um local determinado. Há, assim, uma universalização do espaço a ponto do referencial de território humano ser o próprio globo. (1991, pp. 26-27).



Essas mudanças espaço-temporais levarão ao que Giddens chama de desencaixe, uma espécie de deslocamento das relações sociais de contextos locais para contextos indefinidos. Essa ideia de desencaixe se complexifica ainda mais quando observamos hoje um deslocamento das relações de interação social para contextos globais e, sobretudo, para espaços desterritorializados, como é o caso da internet.

As instituições midiáticas, em parte responsáveis por esse desencaixe, estão agora, buscando, com o auxílio da própria tecnologia, aproximar o homem do cenário em que os fatos acontecem. “Basicamente o leitor terá um conteúdo mais amplo e vai poder sentir mais de perto como a matéria é feita, com a mesma proximidade que o repórter tem da fonte”, explica o editor de conteúdo do Portal Verdes Mares, Leonardo Fontes” (VÍDEOS E ÁUDIOS NO SITE DO DIÁRIO apud DIÁRIO DO NORDESTE, 2009).

A interpretação que podemos fazer dessa atribuição da tecnologia é que o conteúdo multimídia do jornal tem o intuito de oferecer elementos que transportarão o leitor para o local em que se deu o fato, tal e qual o repórter teve acesso a ele. O que caracteriza não uma tentativa de “reencaixe”, pois o tempo e o espaço do acontecimento não irão coincidir com o tempo e espaço em que o leitor tem acesso a ele, mas tenta dirimir a sensação de distanciamento.

Outra característica da modernidade é o potencial reflexivo, quer dizer, sua capacidade de estar sempre se renovando: “A reflexividade da vida social moderna consiste no fato de que as práticas sociais são constantemente examinadas e reformadas à luz de informação renovada sobre estas próprias práticas, alterando assim constitutivamente seu caráter” (GIDDENS, 1991, p. 45). A reflexividade pode ser compreendida melhor em comparação com as sociedades tradicionais que, mesmo tendo que adequar algumas de suas práticas às novas gerações, esforçam-se em manter rituais e hábitos que lhes dão a sensação de segurança e não de iminência de ruptura.

Enquanto isso, nas sociedades modernas, vestuário, fala (uso de gírias), consumo e até a ciência estão em constante processo de mudança e renovação. O que, por outro lado, se revela como uma faceta preocupante, pois pode conduzir o homem a um estado de insegurança contínuo. Giddens irá discorrer sobre a segurança e confiança nas instituições modernas ao longo de sua obra, mas o que nos interessa nesse momento é compreender que a reflexividade é uma das responsáveis pela associação da modernidade com a busca constante do novo.



Para o autor, a modernidade não celebra o novo por si só, mas pela sua capacidade de alterar o presente, de promover o movimento reflexivo da sociedade (GIDDENS, 1991, p. 46). O novo deve trazer consigo a reflexão em torno das mudanças operadas a partir dele, não deve ser apenas a celebração do diferente, da ruptura, e sim o resultado de uma avaliação transformadora das instituições modernas sobre si mesmas.

Contudo, verificamos certa distorção da reflexividade na sociedade atual. As tecnologias estão mudando a uma velocidade tão rápida que não há tempo hábil para se refletir sobre as conseqüências ou usos que proporcionam. Quando se pára para pensar, outra novidade de cunho tecnológico já foi anunciada. Sendo assim, ou se opta pelo uso da tecnologia ou pela reflexão em torno dela, as duas ações parecem incompatíveis no estágio atual da modernidade.

Martin-Barbero (2004) observa que as novas tecnologias provocam uma aceleração do cotidiano que nos conduz a uma atualidade sem fim, não permitindo a existência de tempos culturais diferentes (2004, p. 200). O autor aponta que não é só a representação do tempo cotidiano que é alterada com as novas tecnologias, mas o tempo do consumo e do desenvolvimento técnico-científico também. Na América Latina, as barreiras temporais da produção (países ricos) e do consumo (países pobres) de tecnologias foram rompidas com a promoção de uma contemporaneidade entre o tempo da produção e o tempo do consumo.

Contudo, o autor alerta que essa característica mascara um agravante: a não-contemporaneidade entre os usos e as práticas culturais movidas pela aquisição tecnológica pelos consumidores latino-americanos (MARTIN-BARBERO, 2004, p. 179). A globalização tornou a tecnologia de ponta acessível a todos no momento em que os produtos são lançados, criando uma urgência na aquisição de bens tecnológicos.

Para o pesquisador, essa imposição do consumo tecnológico produz uma máscara de modernização que encobre a possibilidade real de identificação cultural através dos recursos tecnológicos, motivando assim um comportamento definido por ele como uma espécie de “esquizofrenia tecnológica”, diagnosticada a partir da aquisição de produtos que não se sabe ao certo para quê servem (2004, p. 179).

As instituições midiáticas são, em parte, responsáveis por essa pressão em torno do consumo tecnológico, mas também sofrem da mesma angústia “tecnologizante”, operacionalizando assim uma “simulação de modernização tecnológica”.

Informatizem-se ou morram, nos gritam as transnacionais e seus sequazes de dentro. E uma vez mais, em nome de outros deuses não menos interessados que



os antigos – o capital em crise necessita vitalmente descentralizar o consumo informático -, nos vemos obrigados a nos deixar civilizar, modernizar, a nos deixar salvar (MARTIN-BARBERO, 2004, p. 179)

O autor adota o termo simulação para demarcar a disparidade entre a aquisição das tecnologias e seus usos sociais. Para uma significativa parcela da população cearense, por exemplo, a modernização tecnológica vem na forma das representações midiáticas. As mídias passam a ser a materialização da tecnologia e, ao público – excluído da aquisição de produtos tecnológicos – resta o consumo de imagens da tecnologia como uma forma de se aproximar do imaginário da modernidade e não cair no completo atraso técnico-cultural⁶.

O jornal cearense Diário do Nordeste ao se oferecer como moderno e tecnologicamente avançado contribui para a simulação de modernização tecnológica e torna-se, assim, dependente dessa auto-imagem. “Diário do Nordeste, um jornal independente e corajoso que nasceu sob o signo da modernidade e segue proposta original” (MARCO NA IMPRENSA CEARENSE apud DIÁRIO DO NORDESTE, 2006). Ao oferecer novos conteúdos multimídia, o jornal reforça essa simulação. Se a internet possibilita e cobra dos usuários que sejam também produtores de conteúdos para fazerem parte da atualidade tecnológico-midiática, ao disponibilizar um conteúdo multimídia, o jornal outorga ao usuários a inserção no cenário de modernização tecnológica apenas pelo fato de serem consumidores de conteúdos multimídia.

No caderno especial publicado em alusão aos 25 anos do veículo, em 31 de dezembro de 2006, uma série de matérias foram realizadas resgatando momentos emblemáticos das coberturas realizadas pelo jornal e da história da própria instituição, muitos destes associados ao processo de modernização tecnológica:

- 1) **Marco** na imprensa cearense
- 2) Setor de fotografia na **era digital**
- 3) **Mudanças** gráficas facilitam identificação e leitura do conteúdo
- 4) Portal é mais do que versão **on-line**
- 5) **Novo** visual prioriza cor e **interatividade**
- 6) Equipamentos de ponta na **nova fase** do Diário

⁶ Em seu artigo, Martin-Barbero aponta formas de resistência a esse estado de simulação, empreendidas, sobretudo, pelos grupos populares, que passam a se apropriar das tecnologias para finalidades coletivas que têm, em linhas gerais, o intuito de promover a integração e o reforço da identidade de um grupo.



Esses seis títulos de matérias nos mostram como a tecnologia e a modernidade estão presentes na rotina e história de vida do jornal. O segundo, quarto e quinto títulos nos remetem ao universo tecnológico a partir da presença de expressões popularizadas com a internet e com o uso cotidiano das mídias digitais. Já o primeiro, terceiro e sexto títulos fazem alusão ao conceito de modernidade. Eles evidenciam o movimento de transição, pois anunciam a passagem para situações diferentes daquelas em que o periódico se encontrava, portanto, melhores e mais modernas.

Através desse material, é possível identificar a representação que o jornal faz de si mesmo, afinal, o objeto das reportagens selecionadas não é a realidade cotidiana, mas o próprio meio. Conforme Patrick Charaudeau (2006), os discursos das mídias jornalísticas não são apenas informativos, eles também têm o papel de reiterar a competência do veículo e promover sua auto-afirmação. Essa estratégia é uma forma de legitimação perante a cobrança que a sociedade faz constantemente às mídias, sempre exigindo destas a demonstração de suas competências como instituição especializada em informar.

Essa atividade encontra-se na mira da crítica social, obrigando os seus atores a se explicar, obrigando as mídias a produzir, paralelamente ao discurso de informação, um discurso que justifique sua razão de ser, como se além de dizer, “eis o que é preciso saber”, as mídias dissessem o tempo todo: “eis porque temos a competência para informar” (CHARAUDEAU, 2006, p. 34).

Portanto, a auto-afirmação do jornal como detentor de novas tecnologias e, conseqüentemente, moderno, é uma maneira de construir a credibilidade, indispensável à sobrevivência das mídias informativas. A qualidade do jornal está, aqui, diretamente relacionada com sua competência tecnológica, que irá incidir em outras esferas de competência: lingüística, moral, empresarial, financeira, social, etc.

Nas matérias escolhidas para análise, as competências do jornal podem ser identificadas logo no primeiro parágrafo (líde) dos textos:

- 1) O Diário do Nordeste este ano completou 25 anos e continua seguindo à risca a proposta inicial: **credibilidade na informação e investimento em novas tecnologias**. O primeiro editorial, da edição número um, que circulou em 19 de dezembro de 1981, “Compromisso de Luta”, selava este pacto. Abordava questões que marcariam os principais acontecimentos da década que começava.
- 2) Desde agosto de 2005, o Diário do Nordeste utiliza o sistema digital em seu Departamento de Fotografia. Além de proporcionar aos leitores

imagens de melhor qualidade, **a tecnologia agilizou o trabalho de todas as editoriais do jornal** (SETOR DE FOTOGRAFIA NA ERA DIGITAL apud DIÁRIO DO NORDESTE, 2006)

- 3) A dinâmica de acompanhamento das inovações, não apenas tecnológicas, mas editoriais, tem sido uma característica marcante do Diário do Nordeste, que vem sendo **segmentado de forma atenta às tendências mundiais do jornalismo impresso** (MUDANÇAS GRÁFICAS FACILITAM IDENTIFICAÇÃO E LEITURA DO CONTEÚDO apud DIÁRIO DO NORDESTE, 2006)
- 4) As mudanças visuais do Diário do Nordeste não ficaram restritas apenas à versão impressa do jornal. O endereço eletrônico da publicação na Internet (www.diariodonordeste.com.br) também foi reformulado e passa a **exibir um 'layout' mais dinâmico**. A proposta é aproximar cada vez mais os internautas dos conteúdos veiculados, oferecendo mais que uma mera versão 'on-line' do jornal impresso (PORTAL É MAIS DO QUE VERSÃO ON-LINE apud DIÁRIO DO NORDESTE, 2006)
- 5) O designer gráfico Chico Amaral (leia-se Cases i Associats) é o homem por trás do novo projeto visual do Diário do Nordeste. De acordo com ele, os princípios básicos do estilo gráfico criados são a densidade de informação e **facilidade de leitura**. “Neste sentido, decidimos explorar mais as cores por causa da luminosidade da cidade”, conta (NOVO VISUAL PRIORIZA COR E INTERATIVIDADE apud DIÁRIO DO NORDESTE, 2006)
- 6) **Publicação brasileira, impressa numa máquina feita na Índia, com tecnologia alemã**. O resultado da parceria já pode ser conferido pelos leitores do Diário do Nordeste, desde o início do mês, quando começou a funcionar a Manugraph Cityline Express, nova impressora do jornal (EQUIPAMENTOS DE PONTA NA NOVA FASE DO DIÁRIO apud DIÁRIO DO NORDESTE, 2006).

No item 1, a missão do jornal é exposta com o intuito de reforçar sua competência social enquanto meio de comunicação, que é de veicular conteúdos credíveis, que está diretamente vinculada ao uso da tecnologia. No item 2, é colocada em evidência, mais uma vez, a competência tecnológica do jornal, a partir da aceleração



do trabalho na rotina produtiva do veículo. A tecnologia é responsável por dinamizar a produção jornalística.

No item 3, o destaque é a competência editorial do Diário, caracterizada pela segmentação, apontada como uma tendência do jornalismo mundial. Ao seguir esse padrão, o jornal mostra sua inserção no cenário global, o que demonstra sua atualização frente às inovações no cenário jornalístico de um modo geral.

No item 4, a competência tecnológica é retomada com a valorização da versão on-line do periódico. O site ganha o status de outro produto jornalístico, mas que acompanha as mudanças empreendidas também na versão impressa. Nesse ponto, o jornal tenta mostrar que tanto pode ser competente na plataforma física como na plataforma virtual e deixa entrever a proximidade de trabalho entre os dois suportes, potencializada com a prática da multimídia. Demonstrando, dessa forma, sua adequação ao momento atual de convergência midiática.

Já no item 5, a competência estética do jornal é ressaltada. A mudança de sua apresentação visual atende tanto aos padrões práticos, pela facilidade de leitura, quanto aos padrões estéticos, pois tornará o jornal mais apreciável visualmente. É importante ressaltar que o Diário do Nordeste sempre carregou contra si a atribuição dada por jornalistas e mesmo pelos leitores de ter um projeto gráfico desagradável, portanto, a mudança visual apresenta-se como um fator importante na trajetória do veículo, com o intuito de superar uma deficiência que o acompanhava desde a fundação.

Para finalizar, no item 6, temos o retorno à competência tecnológica, desta vez com o uso de uma impressora de fabricação e montagem estrangeiras, o que denota mais uma vez a influência da globalização. Vale destacar que as tecnologias gráficas foram responsáveis por momentos de mudanças significativas na história do jornalismo brasileiro e mundial.

Da prensa de Gutenberg, passando pela litografia ao uso do *offset* no século XX, a evolução das tecnologias de impressão esteve sempre associada a transformações no modo de produção jornalístico. Dessa forma, a adoção de uma nova impressora de grande porte, no século XXI, representa a passagem do jornal para uma nova fase do jornalismo impresso contemporâneo, que deverá ter repercussão não só na forma de apresentação dos conteúdos jornalístico, mas também nos significados construídos pelo jornal e, conseqüentemente, no reforço de sua auto-imagem.

A partir da análise foi possível observar que o Diário do Nordeste se promove através da demonstração de suas competências, que estão diretamente atreladas ao uso



de tecnologias. Ao mesmo tempo, ele anuncia seus novos produtos e serviços, exercitando assim o princípio de renovação da modernidade⁷, unindo tecnologia e mudanças de forma a não se poder separar uma da outra. Não se sabe se é a aquisição de tecnologia que transforma o jornal ou se é a necessidade de mudança que promove os usos tecnológicos.

Podemos concluir, então, que a modernização tecnológica está tão imbricada na rotina do periódico que ele relega para um segundo plano sua dimensão social – representar ou mediar a realidade cotidiana - colocando em relevo sua competência tecnológica. Dela derivarão as outras competências do Diário do Nordeste, que passa a se ver e vender (no sentido de auto-promoção) como um jornal tecnologicamente moderno, cuja aquisição irá saciar a sede de modernidade dos leitores.

3 – Considerações sobre política, modernidade e novas tecnologias

O exercício de auto-imagem feito pelo Diário do Nordeste em razão da celebração de seus 25 anos de existência pode ser compreendido de forma mais aprofundada a partir do resgate do contexto histórico da fundação do veículo. O jornal foi criado em um contexto global, e também local, em que o discurso de progresso e modernização social estava em evidência.

A socióloga Rejane Carvalho (1995), ao estudar a construção de mitos pela mídia durante as campanhas político-eleitorais cearenses na década de 1980, observa que desde o fim dos anos de 1970, o Estado do Ceará vivenciava uma fase de modernização, com a renovação da direção de instituições de representatividade no meio empresarial.

A análise que proponho prende-se assim aos dispositivos discursivos e simbólicos de construção de imagens que, no fabuloso tempo do CIC⁸, conduziram a divisão das elites em modernas e atrasadas, preparando o campo da recepção para partilhar as batalhas travadas entre as forças do bem e do mal, investidas da grandeza mítica (1995, p. 125).

O Diário do Nordeste, fundado em 1981, vem engrossar o coro da modernização empresarial do Estado. O discurso vigente no cenário local, como mostra o artigo de Carvalho, era de modernização através da renovação, da ascensão de empresários jovens, representados pela figura de Tasso Jereissati, que depois se lançará na disputa

⁷ Não temos o intuito de avaliar os novos produtos e serviços do jornal neste artigo. Se eles são verdadeiramente novos ou arremedos de seus antigos hábitos e produções é uma discussão que poderá ser aprofundada em outro momento de nossa pesquisa.

⁸ Centro Industrial Cearense (CIC).



eleitoral (1986) para romper com o tradicionalismo praticado por políticos conhecidos no Estado como coronéis (Virgílio Távora, César Calls e Aduino Bezerra) e, portanto, atrelados à imagem de conservadorismo e atraso em relação aos “jovens e modernos empresários”.

O Diário do Nordeste, como empresa jornalística, mais que reproduzir, à época, esse discurso de modernização hegemônico no Estado, se apropriou dele e vem atualizando-o com as novas tecnologias, conforme observamos na análise elaborada anteriormente. Conforme a socióloga, o maniqueísmo entre o moderno e o tradicional obrigava as instituições e personagens públicos cearenses a escolherem uma dessas vertentes. Dessa forma, ao optar pelo moderno, o jornal escolhe o bem, que assume o sentido de progresso.

O jornal foi testemunha e intérprete dos acontecimentos de uma época efervescente e complexa, conduzindo-se em sua missão dentro de princípios morais e éticos, executando seu trabalho de bem informar a opinião pública com independência e imparcialidade. Os investimentos que foram feitos representam confiança no futuro da imprensa e nos destinos do Brasil (...) Contando com moderno parque gráfico, aparece no mercado dentro de um novo contexto, ou seja, quando a informação e as novas tecnologias de comunicação ganhavam maior destaque dentro desse cenário de mundo globalizado e multicultural. Foi o primeiro jornal a informatizar toda a redação no Estado e adotar o uso de cores (MARCO NA IMPRENSA CEARENSE apud DIÁRIO DO NORDESTE, 2006).

A opção do Diário do Nordeste pela associação com a imagem de modernização tecnológica é também uma estratégia de afirmação política e ideológica. O jornal já surge do lado dos estabelecidos, de acordo com Norbert Elias e John Scotson (2000)⁹. A opção pelo discurso em torno do moderno é também uma forma do jornal se distinguir dentro do mercado. O concorrente direto do Diário do Nordeste é um veículo¹⁰ com mais de 80 anos hoje, que, à época da criação do Diário, já tinha uma trajetória jornalística consolidada.

Fazendo uma comparação com a disputa de poder entre os dois grupos da pequena cidade inglesa, pesquisada por Elias e Scotson, o Diário do Nordeste, por ser novo (recém-chegado), estaria mais inclinado a ser considerado um outsider em relação ao outro jornal, no caso o estabelecido (antigo), que já possuía uma história consolidada tanto no campo jornalístico como social.

⁹ No livro “Os estabelecidos e os outsiders”, os autores analisam as relações de poder entre dois grupos sociais em uma cidade do interior da Inglaterra. Para o grupo hegemônico, o autor usa o termo estabelecido e para o grupo marginal, outsider.

¹⁰ Jornal O Povo (www.opovo.com.br)



O modelo de uma figuração estabelecidos-outsiders que resulta da investigação de uma comunidade pequena, como a de Winston Parva, pode funcionar como uma espécie de paradigma empírico. Aplicando-o como gabarito a outras configurações mais complexas deste tipo, pode-se compreender melhor as características estruturais que elas têm em comum e as razões, por que, em condições diferentes, elas funcionaram e se desenvolveram segundo diferentes linhas (ELIAS E SCOTSON, 2000, p. 21).

O fator de diferenciação entre estabelecidos e outsiders encontrado pelos pesquisadores foi o tempo de existência de um grupo em relação ao outro. Os mais antigos na cidade (estabelecidos) possuíam laços de identidade, normas e costumes que os recém-chegados (outsiders) não partilhavam. Essas diferenças fizeram com que os estabelecidos tornassem-se mais poderosos em relação aos outsiders.

Entre os dois jornais, o que verificamos é uma lógica inversa: o recém-chegado torna-se estabelecido, relegando ao outro a posição de outsider. O Diário do Nordeste se valeu da imagem de modernização tecnológica para se diferenciar do concorrente e alinhar-se aos valores adotados pelos grupos sociais hegemônicos. Não aderir a esse posicionamento de moderno poderia fazer com que ele fosse visto como um outsider, o que comprometeria sua existência. Dessa forma, o jornal encontrou no argumento da modernização tecnológica sua aliança com o discurso hegemônico de modernidade, encabeçado pelos grupos dominantes, e ainda seu diferencial em relação ao jornal concorrente.

O Diário surgiu numa época em que o Brasil iniciava o seu processo de abertura política. E, com certeza, os bons ventos da democracia contribuíram para fazer com que o jornal apostasse sempre no novo. Contando com moderno parque gráfico, aparece no mercado dentro de um novo contexto, ou seja, quando a informação e as novas tecnologias de comunicação ganhavam maior destaque dentro desse cenário de mundo globalizado e multicultural. Foi o primeiro jornal a informatizar toda a redação no Estado e adotar o uso de cores (MARCO NA IMPRENSA CEARENSE apud DIÁRIO DO NORDESTE, 2006).

Firmar-se no plano dos estabelecidos é uma maneira da instituição alcançar recompensas financeiras e simbólicas. A auto-imagem de modernização tecnológica ressoará no imaginário coletivo a partir da associação do moderno com o “bom”, o que irá ainda repercutir na mediação das relações entre os indivíduos que compõem a instituição. Aceitar as regras de trabalho impostas pelo jornal é uma forma de colaborar com a sua auto-imagem e partilhar das benesses atreladas a ela. O jornalista precisa



colaborar para manter a modernização do veículo e pode fazer isso, por exemplo, através da produção do novo conteúdo multimídia¹¹.

Elias e Scotson explicam que os indivíduos, muitas vezes, sacrificam a própria satisfação individual pela coesão do grupo e conseqüente manutenção de seu poder. “A satisfação que cada um extrai da participação no carisma do grupo compensa o sacrifício da satisfação pessoal decorrente da submissão às normas grupais” (2000, p. 26). Sob esse ponto de vista, o jornalista que não coopera ou se recusa a produzir o conteúdo multimídia corre o risco de ser visto como um outsider dentro do próprio grupo, carregando assim um estigma associado ao atraso tecnológico. “Ele (outsider) pode perder a consideração dos membros deste (grupo) – talvez não mais pareça compartilhar do valor humano superior que os estabelecidos atribuem a si mesmos” (idem, p. 26).

A manutenção da auto-imagem de modernização tecnológica do Diário do Nordeste é uma forma da instituição se manter superior e empreender seu papel social e mercadológico independente das mudanças na direção do jornal ou mesmo do grupo empresarial ao qual pertence. A árvore genealógica do veículo está enraizada no Grupo Edson Queiroz, empresa familiar tradicional no Estado, cuja identidade não está necessariamente atrelada ao ideal da modernidade, mas sim de valores conservadores, como a sucessão hereditária na direção das empresas que compõem o grupo, portanto, mais que duelar no mercado com as empresas concorrentes, o Diário do Nordeste duela consigo mesmo.

Atribuir-se a alcunha de moderno é uma forma do jornal se distanciar da imagem conservadora do grupo econômico do qual faz parte. Utilizar as novas tecnologias como matrizes desse discurso é colocar em evidência a competência da empresa jornalística e relegar para segundo plano seus posicionamentos ideológicos, políticos e econômicos, que poderiam comprometer sua afinidade com o campo dos estabelecidos e diminuir seu poder simbólico e, conseqüentemente, seu desempenho mercadológico. Dessa forma, o jornal cria valores em torno da sua auto-imagem e atualiza a simulação de modernização tecnológica, potencializada com a oferta dos conteúdos multimídia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

¹¹ A atividade de realizar vídeos para o conteúdo multimídia não está presente no contrato de trabalho dos jornalistas do Diário, que também não oferece uma remuneração extra para isso.



CARVALHO, Rejane Vasconcelos Accioly. A máquina fabulatória da mídia e o re-encantamento da política: a estrutura mítica das campanhas eleitorais majoritárias. In **Cadernos do CRH**. Salvador n. 22. p. 114-137, jan/jun, 1995.

ELIAS, Norbert e SCOTSON, John. **Os estabelecidos e os outsiders**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2000.

GIDDENS, Anthony. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991.

GOMES, Romeu. A análise de dados em pesquisa qualitativa. In MINAYO, Maria Cecília de Souza (org). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 1994.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Ofício de Cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

VILCHES, Lorenzo. **A Migração Digital**. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

_____. Migrações Midiáticas e Criação de Valor. In: MORAES, Denis. **A Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. Trad. Carlos Frederico Moura da Silva e Maria Inês Coimbra Guedes.

OUTRAS FONTES:

VIDEOS e áudios no site do Diário do Nordeste. **Diário do Nordeste**, Fortaleza. 09 de mar. 2008. Disponível em <http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=518572>. Acessado em 17 de maio de 2009.

MARCO na imprensa cearense. **Diário do Nordeste**, Fortaleza. Retrospectiva 1981-2006. 31 dez. 2006. Disponível em <http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=393098>. Acessado em 17 de maio de 2009.

SETOR de fotografia na era digital. **Diário do Nordeste**, Fortaleza. Retrospectiva 1981-2006. 31 dez. 2006. Disponível em <http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=393109>. Acessado em 17 de maio de 2009.

MUDANÇAS gráficas facilitam identificação e leitura do conteúdo. **Diário do Nordeste**, Fortaleza. Retrospectiva 1981-2006. 31 dez. 2006. Disponível em <http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=393110>. Acessado em 17 de maio de 2009.

PORTAL é mais do que versão on-line. **Diário do Nordeste**, Fortaleza. Retrospectiva 1981-2006. 31 dez. 2006. Disponível em <http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=393108>. Acessado em 17 de maio de 2009.

NOVO visual prioriza cor e interatividade. **Diário do Nordeste**, Fortaleza. Retrospectiva 1981-2006. 31 dez. 2006. Disponível em <http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=393107>. Acessado em 17 de maio de 2009.

EQUIPAMENTOS de ponta na nova fase do Diário. **Diário do Nordeste**, Fortaleza. Retrospectiva 1981-2006. 31 dez. 2006. Disponível em <http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=393106>. Acessado em 17 de maio de 2009.