



O fim do impresso e a disputa de sentidos entre os jornalistas sobre a interrupção de circulação do jornal Diário do Nordeste

The end of the print edition and the dispute of meanings among journalists about the interruption of circulation of the newspaper Diário do Nordeste

Rafael Rodrigues da Costa

Doutor em Linguística pela UFC Professor adjunto do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará. E-mail: rafaelrg@ufc.br

Naiana Rodrigues da Silva

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Professora adjunta do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará. E-mail: naianarodrigues@ufc.br



Resumo

Este artigo tem como objetivo identificar os sentidos postos em circulação pelos discursos de jornalistas e do jornal Diário do Nordeste em razão do anúncio do fim de circulação da versão impressa do referido jornal. Para tanto, realizamos uma análise discursiva de editoriais e reportagens publicados pelo Diário do Nordeste sobre o fato e de postagens de 16 jornalistas na plataforma de rede social Instagram. Verificamos a manutenção do ethos discursivo de modernização tecnológica do jornal (SILVA, 2011) e da evocação de uma memória discursiva (PÊCHEUX, 1999) sobre o jornalismo para qualificar a interrupção de circulação do impresso, a qual assume diversos sentidos, por exemplo, sendo apontada como inerente às transformações produtivas contemporâneas e como uma ameaça à profissão.

Palavras-chave: jornalismo impresso, discurso, Diário do Nordeste, transformações do jornalismo.

Abstract

This article aims to identify the meanings put into circulation by the speeches of journalists and the newspaper Diário do Nordeste due to the announcement of the end of circulation of the printed version of that newspaper. To this end, we conducted a discursive analysis of editorials and reports published by Diário do Nordeste about the fact and also of posts by 16 journalists on the social network platform Instagram. We note the maintenance of the discursive ethos of technological modernization of the newspaper (SILVA, 2011) and the evocation of a discursive memory (PÊCHEUX, 1999) about journalism to qualify the interruption of circulation of the print, which assumes several meanings, for example, being pointed out as inherent to contemporary productive transformations and as a threat to the profession.

Keywords: : print journalism, discourse, Diário do Nordeste, journalism changes.



1 Introdução

Já se tornou clichê enunciar que o jornalismo está em crise. Contudo, a afirmação do estado crítico do jornalismo não revela as causas ou consequências de sua agonia. Sob uma leitura temporal, Franciscato (2019)¹ explica que o jornalismo contemporâneo vem se esforçando em responder a incômodos, desafios e oportunidades que perduram a longo, médio e curto prazos em sua trajetória enquanto profissão e área de conhecimento. Christofolletti (2019) também analisa o cenário crítico em que o jornalismo se encontra e conclui que a crise é multidimensional. Para dirimi-la, é preciso olhar cuidadosamente para cada uma das dimensões que a provocam, das quais as mais visíveis são as fragilidades do modelo de negócios e da credibilidade jornalística.

A busca por um modelo de negócios não apenas sustentável, mas lucrativo, é o aspecto “popular” da crise do jornalismo, o qual incide diretamente no mundo do trabalho, pois a redução dos quadros funcionais, com demissões em massa, é a saída encontrada por muitos gestores do negócio jornalístico para superar a crise financeira e o estopim para a precarização do trabalho daqueles que permanecem nas organizações sob os auspícios da gestão do medo da demissão. A esse cenário, podem ser acrescentados os fechamentos de veículos, sobretudo de publicações impressas, o primeiro segmento a sentir os efeitos da instabilidade macroeconômica e da ameaça que as mídias digitais representavam.

Calmon (2019)² lembra que a circulação dos jornais impressos pelo mundo vem em um movimento descendente desde 1950. Ele pondera que o abalo da lucratividade do impresso se apresentou mais ameaçador em 1998, quando o Google surgiu no mercado oferecendo um modelo publicitário mais barato e eficiente. Dez anos depois, a queda nas vendas atingiu níveis ainda mais preocupantes graças à recessão econômica, quando a circulação entrou completamente em declínio e os anunciantes migraram definitivamente para a internet.

Os jornais que sobreviveram à transferência da renda publicitária para a web tiveram que adaptar seus modelos de negócios para se manter relevantes em termos jornalísticos e sobreviver financeiramente, o que se deu, muitas vezes, às custas dos postos de trabalho dos jornalistas, originando assim os conhecidos “passaralhos”. Para Pithan, Kalsing e Gruszynski (2019, p. 04), esse tipo de prática corresponde ao que no mundo da gestão administrativa se denomina “downsizing ou enxugamento organizacional, reestruturação para tornar a empresa menor, com desempenho melhor e mais apta a sobreviver em um ambiente de alta competitividade: minorar custos e aumentar a produtividade”. No Brasil, esse modelo de gestão ocasionou, de 2012 a 2018, 2.327 demissões de

¹ Palestra proferida em 25 de junho de 2019, na Escola de Comunicações e Artes, na Universidade de São Paulo, durante o Seminário “Ainda é possível falar em Jornalismo?”, realizado pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT-ECA-USP).

² Palestra proferida no 14º Congresso Internacional de Jornalismo Investigativo da Abraji, realizado de 27 a 29 de junho, em São Paulo.



jornalistas, e 7.817 de trabalhadores em empresas de mídia de um modo geral (VOLT DATA LAB, 2018).

Os negócios midiáticos em nosso país nunca foram independentes de outros segmentos produtivos, como a indústria e o comércio, e mesmo do poder político. No Ceará, por exemplo, o Sistema Verdes Mares — o qual publicava o impresso Diário do Nordeste — um dos maiores sistemas de comunicação do Nordeste, integra o Grupo Edson Queiroz, coletivo familiar de empresas que atua em diferentes setores, como agronegócio, setor alimentício, educacional, dentre outros. A novidade é a associação de organizações midiáticas ao setor financeiro, que ilustram bem a fase de acumulação flexível do capital (ANTUNES, 1999), responsável pela acentuação da concentração de renda, pela maximização da privatização dos serviços sociais e pelo empurrão de milhões de pessoas para o abismo do desemprego ou do desalento (FÍGARO, 2018), revelando que a verve capitalista do jornalismo não busca apenas a sustentabilidade da produção de notícias, mas um alto padrão de lucratividade.

Para Calmon (2019), o jornalismo comercial não irá desaparecer, mas se transformar. É o que também observa Neveu (2006), ao tratar sobre o jornalismo de mercado, historicamente situado pelo autor na década de 1980, amparado pela aura da reestruturação produtiva (ANTUNES, 1999) e marcado pela adoção da meta neoliberal de rentabilidade máxima. Na prática, a mentalidade comercial entranha-se nas normas e regras da profissão, por exemplo quando se prioriza o investimento de recursos em editorias que atraem mais público; quando se adota a polivalência profissional e a flexibilização dos contratos de trabalho ou quando os jornalistas interiorizam as mudanças orientadas pelo capital e as utilizam para medir as próprias competências (NEVEU, 2006, p. 159-160).

Editorialmente, o jornalismo comercial e de mercado, de tempos em tempos, renova-se na expectativa de aplacar os desgastes de sua crise de média duração (FRANCISCATO, 2019) e assim superar a concorrência em quantidade e qualidade. Sejam de grande ou média envergadura, essas mudanças impactam o trabalho jornalístico e a sociedade. Em razão disso é que o anúncio do fim da circulação do jornal cearense Diário do Nordeste, no dia 19 de fevereiro de 2021, causou tanta celeuma entre os jornalistas cearenses, os quais se valeram das plataformas de redes sociais para expressar seus sentimentos e análises sobre esse fato, mobilizando assim uma disputa de sentidos (MORAES, 2010) sobre o jornalismo impresso, sobre o Diário do Nordeste e sobre a profissão.

2 Discurso, memória e ethos

A história é um dos elementos — junto à linguagem e ao inconsciente — que fundamentam a própria noção de discurso como uma categoria que extrapola a materialidade textual e vai buscar suporte em formulações que admitam a complexidade e a multiplicidade do sentido desses textos. Nesses termos, a Análise do Discurso (doravante AD) propõe que o discurso é motivado



ideologicamente, afetado pelo inconsciente e dotado de materialidade linguística. Ao convocar a ideologia como uma de suas matrizes, a partir de uma abordagem respaldada pelo materialismo histórico de Althusser (MUSSALIM, 2009), a AD assume que os acontecimentos discursivos possuem determinadas condições de produção, isto é, um mecanismo que posiciona os protagonistas e objetos do discurso.

Nas formulações de Pêcheux (1999), os discursos ganham vida a partir de uma complexa rede de determinações, exclusões e possibilidades, nunca isoladas no tempo e no espaço, mas operada a partir de sua historicidade: formações discursivas (FOUCAULT, 2010 [1969]), primado do interdiscurso (MAINGUENEAU, 2005 [1984]) e heterogeneidades (AUTHIER-REVUZ, 1990) são maneiras de referir, nesse aparato conceitual, à inevitabilidade de se considerar a presença do outro, do já existente, como constitutiva dos enunciados e de seus efeitos de sentido. Assentada nessa convicção, a AD, a partir de um gesto inaugural de Pêcheux, convoca a memória como parte de seu cabedal explicativo, definindo-a como "um saber discursivo que possibilita que nossas palavras façam sentido" (FURLANETTO, 2002, p. 4). Em outras palavras, como efeitos de sentido produzidos no funcionamento entrecruzado e circunvizinho das memórias mítica, histórica e social.

Pêcheux (1999) cunha o termo memória discursiva e o define como:

aquilo que, face a um texto que surge como acontecimento a ser lido, vem restabelecer os 'implícitos' (quer dizer, mais tecnicamente, os pré-construídos, elementos citados e relatados, discursos-transversos, etc.) de que sua leitura necessita: a condição do legível em relação ao próprio legível (p. 52).

Gregolin (2003), por sua vez, assinala a existência de "redes de memória" que articulam, a partir de diversos regimes de materialidade, o retorno de temas do passado à atualidade, provocando sua emergência na memória do presente. É desse ponto de mirada que nos posicionamos, neste trabalho, para perceber os investimentos e performances dos sujeitos e instituições que testemunharam o encerramento das atividades da versão impressa do jornal Diário do Nordeste, em fevereiro de 2021, mesmo ano em que o periódico completaria quatro décadas de existência. São esses agentes que vocalizam, de maneira individualizada nos perfis mantidos em plataformas digitais, seus pontos de vista acerca do referido acontecimento, conferindo contornos de polêmica no contexto do debate democrático (AMOSSY, 2017) e mesmo de disputa hegemônica, aqui entendida como confrontação, no plano cultural, de diferentes convicções, crenças, normas morais e regras de conduta (GRAMSCI, 2002).

A partir daquele evento desencadeador, diversas ideias convidam ao debate e, quem sabe, à adesão, cada qual fazendo-se legitimar por meio de maneiras distintas de dizer. Seja recorrendo à experiência pessoal, seja apelando a saberes constituídos sobre a natureza do jornalismo, múltiplos protagonistas reclamam para si um pedaço da narrativa: declínio, pesar, esperança e nostalgia são apenas algumas tonalizações presentes nos enunciados produzidos, os quais, embora partilhem de uma memória discursiva mais ou menos discernível (o que o jornalismo representa, o que o fim de um



jornal impresso suscita do ponto de vista de sua inserção social), expressam singularidades de forma, de conteúdo, de posicionamento.

É dessas particularidades contidas nas tentativas de persuasão pelo discurso que se ocupa a noção de ethos. Desvincilhado da retórica clássica que o condenava a uma estratégia oratória para assegurar o sucesso de um discurso, o ethos perpassa os estudos de diferentes correntes de análise do discurso por se tratar de um elemento encontrado nas interações textuais de um modo geral, desde as mais prosaicas às mais formais, sendo identificado como uma imagem discursiva que o enunciador faz de si mesmo (AMOSSY, 2016). Maingueneau (2008) entende que o ethos “é uma noção fundamentalmente híbrida (sócio-discursiva), um comportamento socialmente avaliado, que não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa, integrada ela mesma numa determinada conjuntura sócio-histórica”.

Nas reflexões de Maingueneau (2008, p. 98), o ethos evoca um tom no texto que permite a aproximação do leitor à corporalidade do enunciador (que não é o mesmo que o autor empírico/social, mas um autor textual) e traz à tona a figura do fiador, identificado como um compósito de características subjetivas que se materializa textualmente, sendo atribuído a ele um caráter e uma corporalidade. No jornalismo, o ethos discursivo de um veículo, por exemplo, evidencia-se com mais força nos textos em que o mesmo se dedica à explanação de sua história, de seus atos enquanto ente social. Os editoriais são esse lócus por excelência de apresentação do ethos dos veículos de comunicação, do caráter que eles assumem a partir da argumentação em torno dos fatos externos a si mesmo ou de acontecimentos inerentes à sua existência. A imagem ética dos entes midiáticos é assim relevante para seu posicionamento social, cultural e comercial junto ao público consumidor, aos parceiros de negócios e à sociedade de um modo geral.

3 Decisões metodológicas

O flagrante do que denominamos de disputas de sentidos em torno do jornalismo e suas transformações remete, necessariamente, à consideração de que esses sentidos são construídos e colocados em relação a partir de formas simbólicas diversas que recorrem à memória discursiva. Essa convicção nos sugere um desenho metodológico capaz de conferir atenção a aspectos como as condições de produção daquelas formas simbólicas, os investimentos ideológicos por elas assumidos e, evidentemente, a materialidade que lhes é inerente. Assim, do ponto de vista de sua abordagem, esta investigação se posiciona como qualitativa, com viés exploratório.

De maneira geral, as pesquisas qualitativas se ocupam em conhecer melhor um fenômeno social seja por sua transitoriedade ou complexidade, propondo interpretações e atribuições de significados a esses fenômenos. Nesta investigação, essa abordagem se mostra compatível com o propósito de compreender as disputas de sentido depreensíveis do fechamento de um jornal impresso. Também em face desse objetivo, a pesquisa se apresenta como exploratória, ao buscar



reunir elementos para problematizar de maneira mais aguda a reorganização dos contextos e sujeitos causada pelo fim da edição impressa do Diário do Nordeste.

Diante disso, recorreu-se à triangulação para compor o universo amostral deste trabalho. A triangulação é considerada um recurso de validação cumulativa dos resultados, prevenindo distorções, e também pode funcionar como uma estratégia complementar de aplicação de diferentes métodos sobre um mesmo objeto, proporcionado assim o alcance da profundidade do fenômeno em estudo (FÍGARO, 2014, p. 127). Recorremos à triangulação de dados (JENSEN; JANKOWSKI, 1993), que diz respeito ao recurso a diferentes tipos de fontes de evidências para a investigação.

A coleta se iniciou no próprio dia 18 de fevereiro de 2021, data em que foi anunciada a descontinuidade da edição impressa. Neste dia, coletamos a primeira reportagem sobre o fim da circulação do periódico, publicada no portal do Diário do Nordeste. A partir daí, arquivamos publicações (fotografias, eventualmente publicadas como galerias/carroséis de fotos, e legendas) da plataforma Instagram realizadas por 16 jornalistas que trabalham ou trabalharam no Diário do Nordeste. Esses profissionais são referidos no texto com etiquetas (J1 a J16) e suas fotografias, quando reproduzidas, ocultam detalhes que possam identificá-los.

Trata-se de uma amostragem não-probabilística e por conveniência, uma vez que as publicações foram coletadas a partir dos contatos ao alcance dos pesquisadores no Instagram. A escolha por essa plataforma, atualmente com mais de um bilhão de usuários ativos, se dá em virtude de sua centralidade na paisagem midiática contemporânea, que coloca em evidência a importância das imagens como artefatos comunicacionais de inequívoca relevância cultural, sendo também um espaço para negociações de visibilidade mediadas pelos algoritmos e outros atributos das plataformas (LEAVER, HIGHFIELD e ABIDIN, 2020; MANOVICH, 2016). Para o jornalismo, o Instagram se constitui numa das plataformas às quais veículos e profissionais recorrem como parte da estratégia de produção e migração de conteúdos (BELL; OWEN, 2017).

Também digitalizamos seções da edição nº 13.929 do periódico, de 28 de fevereiro de 2021, a derradeira a ter circulação de exemplares impressos. Foram digitalizadas páginas em que constam enunciados referentes ao encerramento da edição impressa, à história do Diário do Nordeste e aos encaminhamentos futuros do veículo. Recorremos, ainda, ao editorial da primeira edição do DN, de 19 de dezembro de 1981, como forma de identificar invariâncias e atualizações do ethos de modernização tecnológica do veículo (SILVA, 2011).

4 Análise de dados

A arena discursiva em torno da extinção da versão impressa do jornal cearense Diário do Nordeste foi aberta pelo próprio veículo no dia 18 de fevereiro, com uma matéria veiculada na seção Negócios do portal do jornal, sob o título “Diário do Nordeste amplia portfólio e digitaliza todos os produtos” (DIÁRIO DO NORDESTE, 2021a). É importante observar que a manchete, assim como o

“lead”, primeiro parágrafo da notícia e o mais importante conforme as técnicas de redação jornalística, não fazem menção à interrupção de circulação do impresso, acontecimento que só é verbalizado no segundo parágrafo. Devemos ressaltar ainda que o enunciado é resultado da cobertura de um evento realizado pelo jornal para seus parceiros de negócios, portanto, a matéria impregna-se do tom corporativo das falas dos executivos da empresa no evento.

Visualmente, a matéria se faz acompanhar de uma peça publicitária, posicionada antes do início do texto na publicação do site do veículo. A tonalização corporativa é percebida desde o enquadramento da cena genérica, isto é, o fato dos editores do material optarem por um anúncio para acompanhar o texto, em vez da mais usual fotografia informativa. Na peça propriamente dita, os cânones publicitários, como a presença do slogan “Compromisso com a verdade”, bem como o tratamento digital de imagens, prevalecem, como se pode perceber na Figura 1, a seguir. Percebe-se também a ausência de figuras humanas representadas na peça, o que coloca ênfase no produto (este sim portador do tal “compromisso”) e não nos profissionais que o realizam.

Figura 1: - peça publicitária sobre a digitalização do DN



Fonte: Reprodução.

Essas condições de produção do enunciado jornalístico aqui em análise corroboram a aura positiva, otimista, em torno da digitalização de todo o portfólio de produtos do jornal que perpassa a matéria. Aqui, não parece haver lugar para a tradição ou o passado do periódico: o que se vê é um cenário abstrato, artificial, onde se enxergam os dispositivos digitais em posição de saliência visual. O excerto a seguir nos mostra claramente esse sentido positivo de renovação do jornal.

O Diário do Nordeste possui relação de longa data com seu público. E o perfil desse leitor mudou. Para acompanharmos totalmente o novo comportamento, estamos focando nossa energia no digital. Com isso, ampliamos a versão digitalizada do

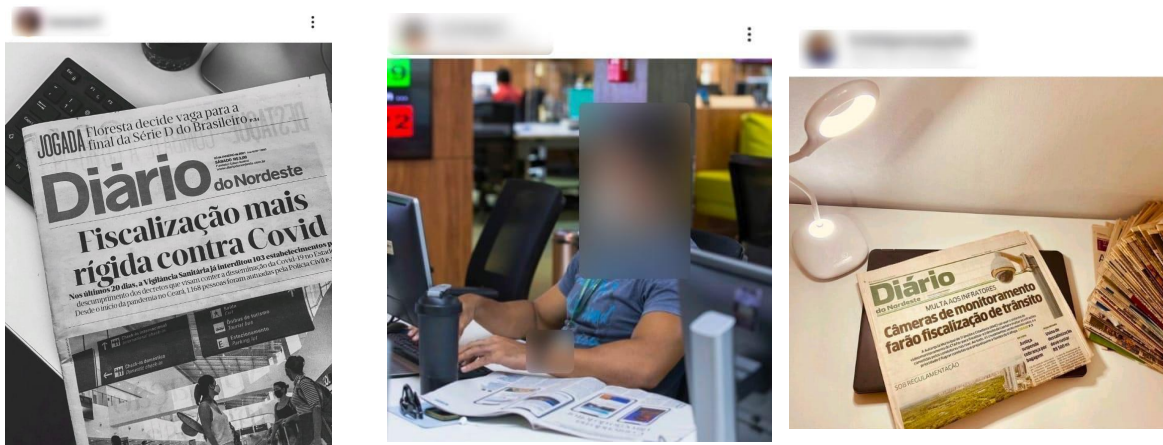
jornal para que o leitor possa desfrutar do nosso conteúdo em qualquer plataforma a qualquer hora", afirma Carlos Rotella, presidente executivo do Grupo Edson Queiroz. (DIÁRIO DO NORDESTE, 2021a).

O trecho em destaque dá a entender que a digitalização é uma atualização que visa atender à demanda do público. Esse tratamento do jornalismo como produto comercial é próprio do jornalismo de mercado (NEVEU, 2006) e ao ser enunciado por um sujeito empírico que não é jornalista e sim executivo reforça que se está tratando da renovação do modelo de negócios, o qual se transforma para atender ao público/cliente, mascarando assim a ideia de crise no jornalismo.

A adesão a esse posicionamento, contudo, não se restringe à empresa jornalística. Também é percebida em publicações, no Instagram, de jornalistas que permanecem trabalhando no veículo após a digitalização. Esses profissionais se manifestam lançando um olhar prospectivo para um futuro que se avizinha: o digital significa tanto uma guinada na direção de uma evolução como também uma oportunidade para reafirmar os valores do jornalismo. "(...) não há tempo a lamentar. Vivemos em constante transformação e evolução. A única coisa que não muda é a paixão pelo jornalismo. Portanto, seguiremos apurando, ouvindo, checando e contando histórias na versão digital", assevera, em 26 de fevereiro, o jornalista identificado como J7. Tonalização semelhante é encontrada no depoimento de J12: "Ficamos meio órfãos, saudosos, chorosos. Mas prontos para o futuro. Seguimos no digital com o mesmo compromisso".

Imageticamente, os enunciados desse grupo se ancoram numa reverência às materialidades mobilizadas pelo jornalismo impresso: são comuns fotografias de páginas do jornal, mais ou menos recentes, ou dos próprios jornalistas, nas quais esses profissionais indiciam sua participação nas rotinas produtivas do jornalismo impresso. Além da mais óbvia articulação de um ponto de vista egocentrado, da parte dos jornalistas, como referência para a representação da mudança no Diário, essas imagens sugerem a percepção do jornal em papel como um documento palpável da credibilidade e estabilidade da profissão. A Figura 2, a seguir, apresenta reproduções de fotografias publicadas por três dos jornalistas da amostra (J8, J12 e J13) nos dias 26 e 28 de fevereiro.

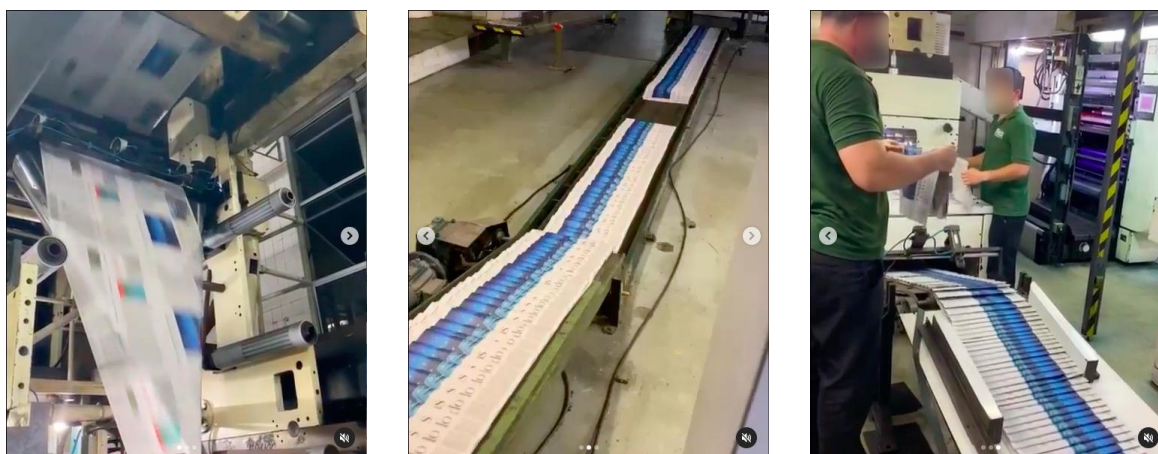
Figura 2: - Publicações dos jornalistas J8, J12 e J13



Fonte: Reprodução.

As imagens remetem a reivindicações de desempenho de cada profissional, sejam elas a continuidade do trabalho na empresa jornalística, a despeito das demissões anunciadas a reboque da digitalização³, ou a satisfação pessoal pela participação em coberturas jornalísticas tidas como relevantes. A exceção está na publicação de 27 de fevereiro da jornalista J9. São três vídeos, com duração aproximada de 15 segundos cada, que registram as rotativas do jornal em funcionamento, bem como o trabalho dos gráficos, que surgem em primeiro plano inspecionando exemplares impressos (a Figura 3, a seguir, exibe fragmentos dessas cenas).

Figura 3: Frames de vídeos publicados por J9



Fonte: Reprodução.

³ O Sindicato dos Jornalistas do Ceará (Sindjorce) estimou ter havido “dezenas de trabalhadores demitidos, entre gráficos e jornalistas” em razão da reestruturação do Diário do Nordeste (SINDJORCE, 2021).



Não há, nessas três imagens, o auto-centramento flagrante em outras publicações que indiciam o próprio sujeito como protagonista. O tom predominante é de “gratidão e reverência a todos os profissionais que fizeram dessas folhas uma escola”. As representações visuais legitimam o efeito de sentido de reconhecimento coletivo do legado do jornal. De todo modo, o mundo ético evocado pelos jornalistas é certamente diverso daquele que se depreende do texto sobre a digitalização do portfólio do jornal, cuja feição institucional e vozes o situam mais como um comunicado acerca do reposicionamento da marca do que como um acontecimento pertinente à história do jornalismo local.

A tônica relativa à renovação segue no texto da reportagem de 18 de fevereiro, revelando o que será renovado propriamente.

Para acompanhar os novos hábitos de consumo de audiências, a empresa ampliará as operações digitais do Diário do Nordeste e atuará centrada em inteligência de dados. Profissionais em SEO - de performance a otimização para os serviços Google, marketing e análise de dados atuarão, munidos por ferramentas e softwares especializados, com foco no cliente, para servir melhor às audiências digitais do veículo. (...) O diretor comercial e marketing do Sistema Verdes Mares, Erick Picanço, destaca que a modernização do Diário do Nordeste faz parte de estratégia baseada num amplo banco de dados que tem sido fundamental para o desenvolvimento de novos produtos digitais, como o PontoPoder e a SiSi. "Temos o maior banco de dados do mercado que consegue entender o consumidor por gênero, idade, classificação econômica e, inclusive, geolocalização através do IPC Maps. A gente compreende que o conteúdo é o herói desse novo modelo de comunicação e é nisso que o Diário do Nordeste está focando", reforça. (DIÁRIO DO NORDESTE, 2021a).

A saída de cena do impresso implica na chegada da inteligência artificial e de outros recursos digitais que irão assegurar a qualidade do produto jornalístico. Esse recurso de descrição de ferramentas e processos novos, inovadores, é algo recorrente nas apresentações de si que o jornal fez ao longo de sua história. Em 1981, em seu primeiro editorial, o periódico já enumerava seus recursos tecnológicos:

Procuramos montar um jornal moderno, provido de maquinaria do mais alto padrão, com instalações funcionais, serviços radiotelegráficos e de radiofotos que transmitem a notícia no momento oportuno para que os leitores tenham um noticiário capaz de retratar diariamente o panorama nacional e internacional (DIÁRIO DO NORDESTE, 1981).

Chama a atenção também o termo modernização, encontrado em 1981, em 2021 e em outros editoriais e matérias, veiculados em diferentes períodos, que tratam sobre as mudanças estruturais do Diário do Nordeste (SILVA, 2011). Em todos esses momentos, o jornal se apresenta como moderno porque possui recursos tecnológicos novos, assumindo assim um ethos de modernização tecnológica que se atualiza em 40 anos como forma de enaltecimento do veículo. Portanto, em 2021, o Diário do Nordeste recorre à sua própria memória discursiva para legitimar a ruptura com o suporte impresso e com tudo o que ele representa rumo à digitalização e ao que ela significa material e simbolicamente na era do Big Data, da plataformização e do comércio on demand (MOROZOV, 2018).



Esse ethos de modernização tecnológica tem como fiadores os executivos do grupo econômico que o Diário do Nordeste integra e adere ao discurso do jornalismo de mercado, o qual é reforçado pelo sentido de pioneirismo relativo a processos e produtos oferecidos pelo jornal, lançado no primeiro editorial do veículo e retomado no último editorial: “Mantendo seu pioneirismo, este Diário tornar-se-á amanhã o primeiro veículo da imprensa cearense a entregar a seus atentos e exigentes leitores um produto 100% produzido para leitura online por smartphone, tablet, notebook, watch e outros meios da contemporaneidade tecnológica” (DIÁRIO DO NORDESTE, 2021b). O ser pioneiro é uma estratégia retórica que marca a diferenciação do jornal em relação a seus concorrentes, ação que corresponde a uma das estratégias de posicionamento da empresa no mercado.

A articulação do ethos discursivo do Diário do Nordeste situa-se assim na formação discursiva e ideológica⁴ das reestruturações produtivas do capital que, desde os anos de 1970, enfatizam o protagonismo das tecnologias digitais na indústria e as benesses delas advindas como o aumento da produtividade e a redução dos custos de produção (ANTUNES, 1999). Diante disso, podemos constatar que o sentido evocado pela atualização do ethos de modernização tecnológica do Diário do Nordeste versa mais sobre as estratégias de mercado do jornal do que de suas práticas jornalísticas.

Cumprir observar que as novas dinâmicas do capital se fazem acompanhar de um substrato simbólico, expresso por exemplo nas definições de sujeito neoliberal e homem-empresa (DARDOT E LAVAL, 2016). Essas terminologias apontam para a emergência de um indivíduo cujo capital humano é potencializado por meio da competência e da competitividade, palavras-chave tanto para o modo de produção e reprodução do capital quanto para a subjetivação do homem e seus relacionamentos sociais. Na amostra de publicações de jornalistas na plataforma Instagram, percebe-se que os enunciados de alguns dos profissionais que seguem na empresa se conformam a essa lógica.

O jornalista identificado como J14 criou um blog de entretenimento no portal web do jornal e, diante da visibilidade obtida, iniciou uma coluna na edição impressa. Em publicação no dia 28 de fevereiro, último dia do periódico impresso, o profissional concilia o tom de despedida, na primeira parte da legenda, com uma passagem auto-celebratória a respeito do projeto por ele criado junto a outros jornalistas do veículo. “Tenho um prazer enorme, sem ego nenhum, de dizer que revelamos nomes, tiramos compositores do anonimato e nos tornamos referência na internet com esse projeto”, afirma, para em seguida “lembrar” a seus seguidores o endereço do referido blog. O digital, tido por esse jornalista como sua ambiência nativa (“Sim, cresci com a internet”) se apresenta em seu posicionamento como modelo de negócio que oportuniza o aumento de visibilidade, como forma de

⁴ A partir de Foucault (2010 [1969]), Mussalim (2009) define formação discursiva (FD) como um conjunto de regras que determina o que pode/deve ser dito a partir de um lugar social delimitado, sendo a FD um lugar onde discurso e ideologia se articulam. Já uma formação ideológica, para a mesma autora, pode ser compreendida como um conjunto de representações que se relacionam a posições de classe em conflito ou aliança umas com as outras. Uma formação discursiva é, a partir desse entendimento, governada por uma formação ideológica.



distinção em relação a outros profissionais e, por tabela, como mídia mais “forte” que o impresso, endossando assim, de modo intertextual, o discurso de renovação do próprio veículo.

O jornalismo se torna objeto do discurso do jornal com mais ênfase nas páginas da última edição impressa do Diário publicada no dia 28 de fevereiro. Na editoria Metro, a matéria intitulada “Muitas páginas de história” faz um retrospecto das principais coberturas publicadas nas páginas impressas em quase 40 anos de veiculação e faz referência a princípios e valores que são caros à deontologia do jornalismo moderno. No abre da matéria, já é possível observar a presença deontológica do jornalismo moderno.

Grandes coberturas jornalísticas e pioneirismo na busca por informação marcam a trajetória do Diário do Nordeste. De fatos de saúde à política, jornalismo do Diário do Nordeste tem documentado a História do Ceará; legado e compromisso com a verdade construídos a partir do suporte impresso seguem, agora, totalmente digital (DIÁRIO DO NORDESTE, 2021b).

Neste trecho, é exaltada a permanência, a continuidade de um legado ancorado no compromisso com a verdade. A matéria assume um tom de carta de intenções para os leitores e confirma, por meio de uma linha do tempo ilustrada com as principais coberturas realizadas pelo veículo impresso, ou seja, de sua própria memória discursiva e jornalística, que o jornalismo continuará o mesmo. Essa permanência dos princípios norteadores do jornalismo é assegurada por jornalistas que ocupam cargos estratégicos no veículo e servem como fiadores, como garantias de que a verdade, a credibilidade, a apuração e a precisão serão mantidas, palavras enunciadas pelos jornalistas e que remetem ao campo semântico da deontologia jornalística moderna. A crença na continuidade desses compromissos aproxima a matéria das publicações de jornalistas no Instagram, ainda que esses pareçam acionar tais significados como parte de um projeto de edificação de uma “fachada heroica” (ARAÚJO, LUCAS, 2020) para si próprios.

É interessante perceber que, na matéria de 28 de fevereiro, os jornalistas, posicionados como fontes e porta-vozes também do jornal, ocupam uma posição de sujeito atrelada a uma formação discursiva da tradição, do passado e da memória, que remete à ideologia do jornalismo moderno, o qual se pauta pelo interesse público, assumindo-se como um serviço público que fiscaliza os poderes em prol da democracia. Em contrapartida, o depoimento do executivo da empresa marca uma mudança de posição de sujeito no texto, assumindo o lugar de sujeito da modernização, da mudança e da inovação, ao enfatizar que o jornal está mudando para não se tornar obsoleto, já que o mundo está se transformando. Temos assim um texto atravessado por formações discursivas e ideológicas diferentes: uma formação discursiva do passado, da história e da ideologia jornalística e outra atrelada ao futuro, à modernização tecnológica e à ideologia do mercado, dos negócios.

Apesar de aparentemente opostas, estas formações discursivas e ideológicas apresentam-se de forma harmônica e complementar neste texto, naturalizando a mudança, incitando a adaptação e apaziguando qualquer instabilidade ou sentido de crise que o fim do suporte impresso poderia representar. A única menção a algum aspecto da crise jornalística nestes textos analisados está



visível na matéria publicada no dia 28 de fevereiro, quando o até então superintendente do Diário do Nordeste enuncia:

Nós ganhamos muitos prêmios, tivemos coberturas excepcionais. E essa credibilidade construída em 39 anos dá o suporte para que o jornal viva da marca e se sustente no modelo digital, que vai ser muito forte, um dos maiores do País. Nesse universo de notícias falsas, as pessoas precisam ter confiança no que é dito. E a história do Diário do Nordeste transmite isso (DIÁRIO DO NORDESTE, 2021b).

O “universo de notícias falsas”, citado pelo jornalista, remete à desinformação, um dos elementos da crise de médio prazo do jornalismo (FRANCISCATO, 2019), crise de confiança esta que será enfrentada pelo jornal digital por meio da credibilidade adquirida ao longo de sua história. Em suma, a tradição jornalística assegura a credibilidade jornalística do Diário do Nordeste, a qual será automaticamente — assim com os processos tecnológicos — transferida para a versão 100% online.

A tentativa de conciliação entre formações discursivas e ideológicas aparentemente opostas - a defesa da tradição versus a caminhada em direção ao futuro - também dá o tom de publicações de ex-jornalistas do Diário do Nordeste no Instagram, ainda que a maior parte deles enfatize certa nostalgia em relação à materialidade em vias de se extinguir. Esses depoimentos também se afastam do adesismo mais automático às inovações implementadas no jornal, verificado em publicações de profissionais que permanecem na equipe. A esse respeito, destacamos a seguir excerto de publicação, de 18 de fevereiro, da jornalista identificada como J2, ex-repórter do DN e atualmente residente em Portugal.

Não sou contra a modernização. Nem poderia ser pq trabalhei muito tempo com o online e com outras plataformas digitais. Trabalho com mídias sociais hj em dia. Mas tenho direito ao luto de ver o jornalismo clássico, que tão prontamente discuti e aprendi na faculdade, ser descartado. Na Europa - não sei como é a receita financeira dos impressos por aqui - ele sobrevive e tem seu público-alvo. Mesmo em tabloide e com edições especiais aos domingos, vemos trabalhos primorosos.

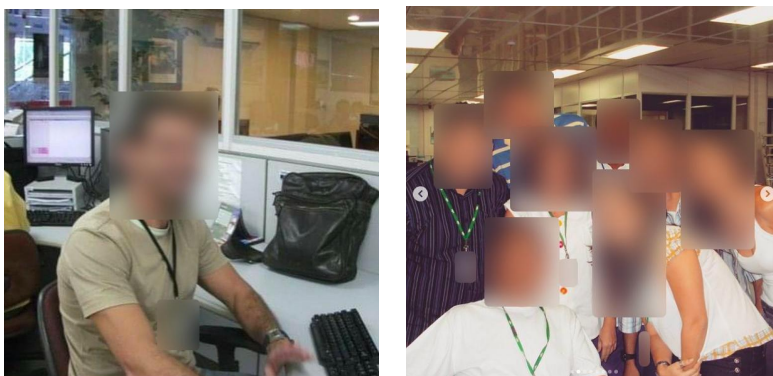
Nesse e em outros enunciados, a modernização é definida em termos antagônicos e excludentes em relação à tradição. Assim, a decisão estratégica do jornal representa, para essa profissional, um “descarte” ou morte (campo semântico acionado pelo vocábulo “luto”) do “jornalismo clássico”, esse necessariamente alicerçado em uma formação universitária em jornalismo e na submissão aos valores e princípios deontológicos modernos da profissão. Morte e sobrevivência, nesse relato, delimitam o jornalismo impresso em termos de uma atividade laboral que se assemelha a um organismo vivo, portanto bastante sujeito a riscos e à falibilidade das estruturas que garantiriam sua continuidade (“faltou gestão e planejamento para sustentação do jornal”, afirma ela em outra passagem). Outra profissional, identificada como J6, conceitualiza a mudança em termos de “uma escola que fecha suas portas”, ainda que a redação permaneça em funcionamento. Mais uma vez, o imaginário acadêmico (“escola”) é associado ao ambiente que, para muitos autores, é onde os verdadeiros jornalistas se provariam como tais (ARAÚJO, 2021).

Esse grupo de relatos também tematiza as demissões ocorridas no veículo, assunto ausente de publicações dos profissionais ainda vinculados à empresa e das reportagens publicadas pelo

Diário do Nordeste acerca da reestruturação produtiva levada a termo. Enquanto J4, em sua publicação de 19 de fevereiro, exprime sua “completa e irrestrita solidariedade àqueles que dedicaram décadas e simplesmente foram dispensados”, J2 define como “desumana” a demissão coletiva de profissionais em plena pandemia do novo coronavírus. Nesses excertos, evoca-se o imaginário do emprego estável, especializado e incapaz de ser ameaçado por longos períodos. Como já discutido, a reestruturação produtiva do capital assola profissões como o jornalismo e os enunciados dos jornalistas insurgem-se contra tais mudanças estruturais, mais uma vez a partir da baliza simbólica da experiência pessoal. Esses excertos evocam ainda o cenário de crise da profissão, de ameaça de desprofissionalização com a qual o jornalismo flerta há muito tempo (FRANCISCATO, 2019).

As visualidades operantes nas imagens desse conjunto de relatos tomam, com frequência, a forma de álbum de retratos ou recordações, alguns com quantidade numerosa de fotografias, dentro dos limites permitidos pela plataforma. Os fragmentos de tempo reabilitados pelas imagens, entre as décadas de 2000 e 2010, nos comunicam, num nível representacional, sobre um jornalismo centrado na redação, anterior ao movimento de deslocamento do exercício da profissão para outros espaços (DEUZE E WITSCHGE, 2016). Muitas das imagens exibem a redação do DN como cenário — quando não, apresentam os profissionais em apurações externas. A Figura 4, a seguir, reúne duas dessas fotografias, publicadas por J5 e J6.

Figura 4: Imagens publicadas pelos jornalistas J5 e J6



Fonte: Reprodução.

Usher (2018) argumenta que o espaço físico das redações, pela sua localização privilegiada em espaços centrais das urbes, costumava gerar nos leitores uma referência de credibilidade. Com a redução das estruturas físicas, digitalização, enxugamento de pessoal e migração das newsrooms para locais mais baratos, aquela referência é fragilizada. As imagens trazidas à baila pelos profissionais remetem à posição de autoridade do jornalismo impresso galvanizada, entre outros fatores, pela existência e manutenção de um ambiente que reúne (ou reunia) as condições para o



exercício do jornalismo prototípico: infraestrutura técnica adequada, uma organização hierárquica peculiar e, obviamente, o elemento humano (presente em quantidade numerosa em algumas das imagens) a garantir a materialização diária de um produto que jamais poderia prescindir da força de trabalho de pessoas — o jornal.

5 Considerações finais

No último levantamento do Atlas da Notícia, Fortaleza é categorizada como um não-deserto de notícias. Ou seja, possui três ou mais veículos jornalísticos sediados em seu território. A região Nordeste, contudo, é aquela com maior incidência de desertos de notícias no Brasil — 66,3% de todos os municípios nordestinos não possuem um veículo de imprensa sequer (CORREIA, 2021). Esses dados contextuais, por si só, conferem peso simbólico ao encerramento das operações impressas de um jornal como o Diário do Nordeste, que em seus quase 40 anos já foi o único a chegar em todos os municípios cearenses (DIÁRIO DO NORDESTE, 2006). Junto a outras variáveis e injunções, algumas delas apresentadas em nossa Introdução, aquele acontecimento nos motivou a indagar sobre as perspectivas que se apresentam para o jornalismo local diante de mais uma disrupção. Assim, nos debruçamos sobre os sentidos produzidos por agentes do campo jornalístico posicionados dentro ou no entorno do veículo cuja edição impressa deixou de circular em 28 de fevereiro.

Didaticamente, pode-se pensar os campos semânticos acionados nos diferentes enunciados a partir de algumas dicotomias ou pólos dialéticos, percebidos ao longo da análise, que mobilizam dizeres presentes na memória discursiva:

a) modernidade x tradição. Desde 1981, quando foi fundado, o Diário do Nordeste buscou se posicionar como um veículo inovador, seja pelo poderio de sua planta industrial, naquele momento, seja pela digitalização completa, com a adoção de estratégias baseadas em inteligência de dados, em 2021. Por sua vez, alguns dos jornalistas, além do próprio jornal em certas passagens, reivindicam a existência de um legado construído a partir de coberturas emblemáticas, da presença de profissionais qualificados na redação e também das incontáveis lembranças pessoais vivenciadas na redação.

b) coletivo x individual. Aqui, sobressai a ambivalência entre a conceitualização do jornal como uma instituição maior que a soma de suas partes - enfatizada, por exemplo, nas reportagens que anunciam as mudanças no veículo - e a modulação dos relatos dos jornalistas, sobretudo aqueles que prosseguem trabalhando para o veículo, nos quais o exercício da profissão surge como uma empreitada típica do mundo do trabalho contemporâneo: egocentrada, alicerçada em desempenho e numa coerção icônica ou expositiva (HAN, 2017).

c) adesão x distanciamento. As transformações anunciadas pelo Diário do Nordeste suscitam distintos pontos de vista, que variam entre a resoluta decisão de olhar para a frente, abraçando o



digital como aliado de uma pretensa aproximação com as audiências, até um profundo pesar, por vezes acompanhado de certo inconformismo, pelo encerramento das operações impressas do jornal. A adesão vem sobretudo dos executivos da empresa e dos jornalistas que permanecem no veículo, enquanto o ceticismo é mais marcado nos depoimentos de jornalistas já não mais integrantes dos quadros do DN.

As disputas de sentidos engendradas sugerem, para além dos contornos polêmicos do debate da decisão do periódico cearense, um profundo desejo de legitimidade. Enquanto o discurso institucional busca validar as mudanças junto à comunidade de leitores e parceiros comerciais, de algum modo ressignificando a crise jornalística e a precariedade das condições de trabalho oferecidas aos jornalistas, os profissionais decretam o triunfo da experiência pessoal em suas publicações nas redes: seja dentro ou fora do jornal, seja olhando para o passado ou para o futuro, quase todos esses sujeitos narram o acontecimento pelas lentes das suas trajetórias.

A práxis sobre o trabalho jornalístico é minimamente ensinada pelos profissionais que já não mais atuam no veículo Diário do Nordeste. Eles conseguem iniciar uma reflexão que transborda as cercanias de suas experiências subjetivas e acenam para as particularidades do fenômeno jornalístico em destaque. Esses movimentos, por vezes difusos, por vezes plenamente discerníveis, parecem mimetizar o próprio estado de coisas no jornalismo, de maneira generalizada: um devir, muito mais estilhaçado que unitário, nos convidando a observar suas (des)continuidades.

Referências

AMOSSY, Ruth. Por uma análise discursiva e argumentativa da polêmica. *Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação*, (13), 2017, 227-244.

ARAÚJO, Mayara; LUCAS, Ricardo Jorge de Lucena. Heroísmo e saudades: fachadas de jornalistas cearenses durante a pandemia de Covid-19. 18º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. *Anais...* São Paulo, 2020. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2020/paper/viewFile/2564/1489>. Acesso em: 10 mar. 2021.

ARAÚJO, Mayara. Da integração ao home office: rupturas de habitus e imagens do si em redações e jornalistas cearenses. Tese em andamento (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Ceará, 2021. No prelo.

AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. Heterogeneidade(s) enunciativa(s). In: ORLANDI, Eni Pulcinelli; GERALDI, João Wanderley. *Cadernos de Estudos Linguísticos*. Campinas: UNICAMP, IEL, n. 19, jul./dez., 1990.

BELL, Emily; OWEN, Taylor. A imprensa nas plataformas – como o Vale do Silício reestruturou o Jornalismo. New York: Columbia Journalism School, 2017, Columbia University Academic Commons, <https://doi.org/10.7916/D8D79PWH>.

CORREIA, Mariama. Digital reduz desertos de notícias no Nordeste. *Observatório da Imprensa*. 2 fev. 2021. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/atlas-da-noticia-4-0/digital-reduz-desertos-de-noticias-no-nordeste/>. Acesso em 10 mar. 2021.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal*. São Paulo: Boitempo, 2016.

DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. O que o jornalismo está se tornando. *Parágrafo*, v. 4, n. 2, p. 06-21, 2016.



DIÁRIO DO NORDESTE. Diário mantém liderança no Nordeste. Diário do Nordeste. Fortaleza, 1 fev. 2006. Disponível em: . Acesso em 22 mar. 2021.

DIÁRIO DO NORDESTE. Diário do Nordeste amplia portfólio e digitaliza todos os produtos. Diário do Nordeste. Fortaleza, 18 fev. 2021. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/negocios/diario-do-nordeste-amplia-portfolio-edigitaliza-todos-os-produtos-1.3048857>. Acesso em: 18 fev. 2021.

DIÁRIO DO NORDESTE. Capa da edição de 28 de fevereiro de 2021.

FIGARO, Roseli. A triangulação metodológica em pesquisas sobre a Comunicação no mundo do trabalho. *Fronteiras-estudos midiáticos*, v. 16, n. 2, p. 124-131, 2014.

FOUCAULT, Michel. *A Arqueologia do Saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

FURLANETTO, Maria Marta. Semântica, estereótipo e memória discursiva. *Biblioteca on-line de ciências da comunicação*, 2000. Disponível em . Acesso em 7 fev. 2021.

GRAMSCI, Antonio. *Cadernos do cárcere - Literatura. Folclore. Gramática. Apêndices: variantes e índices*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002..

GREGOLIN, Maria do Rosário. Sentido, sujeito e memória: com o que sonha nossa vã autoria? In: GREGOLIN, Maria do Rosário; BARONAS, Roberto (Orgs.). *Análise do discurso: as materialidades dos sentidos*. 2. ed. São Carlos: Claraluz, 2003. p. 47-58

HAN, Byung-Chul. *Sociedade da Transparência*. Petrópolis: Vozes, 2017.

JENSEN, Klaus Brun; JANKOWSKI, Nicholas W. (eds.). *Metodologias cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona, Bosch, 1993.

LEAVER, Tama; HIGHFIELD, Tim; ABIDIN, Crystal. *Instagram*. Cambridge: Polity Press, 2020.

MAINGUENEAU, Dominique. *Gênese dos Discursos*. Tradução de Sírio Possenti. Curitiba: Criar Edições, 2005.

MAINGUENEAU, Dominique. A propósito do ethos. In: MOTTA, Ana. Raquel; SALGADO, Luciana. (Org.). *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2008. p. 11-29.

MANOVICH, Lev. *Instagram and Contemporary Image*. Edição do autor, 2016. Disponível em <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>

MORAES, Dênis de. Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: a contribuição de Gramsci. *Revista Debates*, Porto Alegre, v.4, n.1, p. 54-77, jan.-jun. 2010.

MOROZOV, Evgeny. *Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política*. São Paulo: Ubu, 2018.

MUSSALIM, Fernanda. Análise do Discurso. In: MUSSALIM, Fernanda; BENTES, Anna Christina (Orgs.) *Introdução à Linguística - domínios e fronteiras*. São Paulo: Cortez, 2009.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. Michel Pêcheux e a Análise do Discurso. *Estudos da Língua(gem)*. Vitória da Conquista, n.1, p. 9-13, junho de 2005.

PÊCHEUX, Michel. Papel da memória. In: ACHARD, Pierre et al. *Papel da memória*. Tradução José Horta Nunes. Campinas: Pontes, 1999. p. 49-57.

PYTHAN, Liana Heygert; KALSING, Janaína; GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. Demissões em massa e métricas de audiência: sintomas da gestão gerencialista nas empresas jornalísticas. 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Anais... São Paulo, 2019. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2019/paper/viewFile/1947/1252>. Acesso em: 10 mar. 2021.



SILVA, Naiana Rodrigues da. O homem atrás da máquina: um estudo de caso sobre a reconstrução da identidade do jornalista de impresso diante do uso das novas mídias. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Ceará, 2011.

SINDJORCE. Nota oficial: Sindjorce e FENAJ lamentam fim da edição impressa do Diário do Nordeste. Sindicato dos Jornalistas no Ceará. Fortaleza, 18 fev. 2021. Disponível em . Acesso em 20 mar. 2021.

USHER, Nikki. Re-thinking Trust in the News: A material approach through "Objects of Journalism". Journalism studies, v. 19, n. 4, p. 564-578, 2018.

SUBMISSÃO: 21/03/2023

APROVAÇÃO: 07/06/2023