

Uma análise da cobertura jornalística do portal G1 na operação “Carne Fraca”¹

Larissa Furtado HUMMEL²

Taiane Oliveira VOLCAN³

Universidade da Região da Campanha, Bagé, RS

RESUMO

Na era digital em que vivemos, uma pessoa com acesso a internet pode receber notícias de muitos veículos ao mesmo tempo. Isso acaba gerando uma competição de cliques entre os portais. Com isso, uma das formas para atrair leitores é a publicação de muitas notícias com possíveis “desdobramentos” ou sequências de fatos do mesmo acontecimento. No jornalismo, quando um fato ganha repercussão, usa-se o “suíte” para retomar o que foi dado na matéria principal ou anterior. No entanto, o que acontece na maioria dos portais é o excesso de publicações e poucos fatos inéditos. Desta forma, o presente trabalho busca analisar como a operação “Carne Fraca” é apresentada pelo portal de notícias G1, nos primeiros três dias após o seu anúncio. Avaliaremos se houve falta ou excessos na cobertura, o número de notícias veiculadas no período, o intervalo de tempo entre as publicações, repetição de informações e repetição de recursos multimídia.

PALAVRAS-CHAVE: Portal G1; Jornalismo Online; Operação Carne Fraca; Comunicação.

INTRODUÇÃO

Segundo Lage (2011), cabe ao jornalista realizar funções de pesquisa, seleção e tratamento de fatos, notícias e opiniões. Notícias essas que sejam relevantes à sociedade, de modo imparcial e legítimo. Na era digital em que vivemos, uma pessoa com acesso a internet pode receber notícias de muitos veículos ao mesmo tempo. Isso acaba gerando uma competição de cliques entre os portais. Essa democratização da comunicação através das mídias digitais proporcionou a perda de um único emissor de mensagem. O privilégio passa a ser de qualquer indivíduo que tenha uma conta em

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

² Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da URCAMP, e-mail: larissafh@hotmail.com

³ Professora do curso de Comunicação Social na Universidade da Região da Campanha – URCAMP. Formada em Jornalismo, Mestre em Letras e Doutoranda pela Universidade Católica de Pelotas. E-mail: taianevolcan@gmail.com

qualquer site. A legitimidade e a credibilidade do jornalista deixam de serem apenas competições entre veículos concorrentes e passa a ser, também, com os internautas.

Já que o furo jornalístico passou a ser escasso, os portais buscaram novas formas de atrair leitores. Uma das formas encontradas – não só na plataforma online – é o grande número de notícias publicadas no mesmo dia com possíveis “desdobramentos” ou sequências de fatos do mesmo acontecimento. No jornalismo, quando um fato ganha repercussão, usa-se o “suíte” para retomar o que foi dado na matéria principal ou anterior. É considerado suíte, um texto complementar para situar o leitor sobre o assunto. “Essa repetição constará de um parágrafo (ou mais), colocado após o lead. Trata-se do elemento de ligação que será tanto maior quanto mais tempo decorrer entre o fato novo e o acontecimento inicial” (ERBOLADO, 2006, p.74).

Mas o que acontece na maioria dos portais é o excesso de novas publicações e poucos fatos novos. Fazendo com que o fato principal esteja sempre em destaque, mas na verdade a notícia é um suíte da publicação principal com o acréscimo de apenas um fato relevante. Ou uma nova publicação do mesmo acontecimento sem nenhuma informação inédita. Desta forma, o presente trabalho busca analisar como a operação “Carne Fraca” é apresentada pelo portal de notícias G1, nos primeiros três dias após o seu anúncio. Para isso, foram analisados: o número de notícias veiculadas no período, o intervalo de tempo entre as publicações, repetição de informações, repetição de recursos multimídia e, também, repetições nos títulos das reportagens.

O QUE É JORNALISMO

O jornalismo é a profissão que envolve funções de pesquisa, seleção e tratamento de fatos, notícias ou opiniões. O conteúdo pode ser veiculado através de texto, imagem e divulgados pela imprensa, por agência noticiosa, pela rádio, pela televisão ou por outra forma de difusão eletrônica, conforme o Estatuto do Jornalista. Para Gradim (2007, p.91), “dar notícias, comunicar, partilhar informações ou opiniões, contar histórias, é algo que todos podemos fazer, e fazêmo-lo muito. Fazer disso profissão e modo de vida, é ser jornalista.”

Não é papel do jornalista apenas informar, como já citado pelos autores. Lima (2012, p.335-336) destaca que “o Jornalismo carrega instrumentos que possibilitam a reflexão e a compreensão dos fatos e da própria história, consolidando-se como fonte de conhecimento.” É o profissional responsável por interpretar e “traduzir” os

acontecimentos de maneira que o receptor possa entender, refletir, e ainda criar sua opinião sobre a informação. “Ao transmitir a informação, o jornalista auxilia no processo de formação do sujeito receptor, cidadão de uma sociedade democrática, que precisa de subsídios para conhecer a realidade em que vive e sentir-se parte dela” ainda de acordo com a autora. Para Faggion (2001, p.30), “isso deveria gerar uma preocupação ainda maior na formação de profissionais preparados para serem críticos (construtivos) da sociedade. Talvez mais do que caçadores-coletores de notícias, filtros de informação”.

Imparcialidade e veracidade são quesitos levados em conta ao transmitir a informação. O profissional deve se preocupar em verificar e selecionar informações de maneira que ambos os lados dos fatos sejam expostos. São tarefas e deveres do jornalista que se aplicam em todos os meios desde seu princípio nos veículos impressos, até os dias de hoje através do jornalismo online.

Em um mundo com um tanto de informação amplamente maior do que se pode processar, jornalistas são os mais importantes processadores que nós temos. Eles nos ajudam a filtrar as informações sem pendermos na direção de uma ou outra empresa. Ainda, porque a sociedade se tornou fragmentada, é o jornalista que provê a cola para manter-nos pelo menos parcialmente intactos como uma unidade comum (SHENK apud FAGGION, 2001, p. 31).

JORNALISTA COMO FORMADOR DE OPINIÃO

De acordo com a Teoria do Agendamento de Maxwell McCombs e Donald Shaw, além de informar, a mídia tem o potencial de pautar socialmente os assuntos que serão discutidos no cotidiano da comunidade. Devido à ampla audiência e comunicação unidirecional e instantânea, os jornalistas podem ser os responsáveis pela formação da opinião pública. Até os dias de hoje, o conceito de “opinião pública” não tem uma definição. Figueiredo e Cervellini (1995) apresentam o texto de Pierre Bordieu onde o autor defende a tese de que a opinião pública não existe, com base em três argumentos contestatórios. Primeiro, as pesquisas de opiniões não podem resultar em opiniões públicas, uma vez que “nós pesquisadores partiríamos da errônea premissa de que a produção de opinião esteja ao alcance de qualquer indivíduo.” Segundo, é errado avaliar todas as opiniões da mesma forma. Por último, Bordieu acredita que nessas pesquisas, os assuntos escolhidos são importantes para quem às realiza, sem base da importância para quem as responde.

Os meios de comunicação, embora não sejam capazes de impor o que pensar em relação a um determinado tema, são capazes de, a médio e longo prazo, influenciar sobre o que pensar e falar. Ou seja, dependendo dos assuntos que venham a ser abordados – agendados – pela mídia, o público termina, a médio e longo prazos, por incluí-los igualmente em suas preocupações. Assim, a agenda da mídia termina por se constituir também na agenda individual e mesmo na agenda social. (HOHLFELDT, 1997, p. 44)

Pessoas “comunicam juízos sobre temas, fatos, personalidades ou valores a ampla parcela da população ou a um grupo específico”, como Cruz (2011, p.37) definiu. O autor apresenta, também, a teoria de formadores de opinião de Rubens Figueiredo. Existem os formadores de opinião “verticais”. São intelectuais, jornalistas, professores, empresários, lideranças comunitárias, enfim, “pessoas que têm grande poder de verbalização e oportunidade de dizer o que pensam para um grupo expressivo de pessoas”. São esses “verticais”, capazes influir no receptor, ideias, valores e informações que o a população absorve sem maiores críticas ou decodificações.

Para Christofletti (2008, p.30), o vínculo entre mídia e receptor é tão grande que seus sentidos são voltados aos meios de comunicação “como se estes funcionassem como extensão de nossos próprios corpos.” Ou seja, as câmeras tornam-se os olhos, o microfones e gravadores tornam-se os ouvidos do espectador. “Consciente ou inconscientemente, firmamos um pacto de confiança com a mídia, porque acreditamos que o jornalismo é uma forma de narrativa do presente que tem correspondência com o que entendemos por realidade”.

“Por ter um *status* considerado diferenciado das demais profissões, e por ter recebido da sociedade o direito e a responsabilidade na fiscalização das instituições, a imprensa recebeu o título de ‘Quarto Poder’”, de acordo com Lima (2012, p.343). A expressão foi atribuída ao exercício do jornalismo que funcionasse como voz para os cidadãos, defendendo seus direitos e protegendo-os de eventuais abusos do executivo, legislativo ou judiciário. Assim, o presente trabalho pretende discutir, também, sobre a omissão de fatos e a ênfase de outros, que seriam mais relevantes para gerar mais notícia.

PAUTA SUÍTE

É de suma importância, para a presente pesquisa, explicar os tipos de pautas existentes nas redações jornalísticas. De acordo com Lage (2011, p.39) todos os veículos de comunicação exigem o planejamento das edições, por isso a importância da

pauta nos jornais diários. Nela, é possível encontrar o que o editor quer de cada matéria ou reportagem. Otimiza o trabalho do repórter, pois tem informações como fontes, hora e local dos eventos. Para o autor, as pautas incluem: eventos programados ou sazonais; eventos continuados; desdobramentos de fatos geradores de interesse (suíte) ou fatos constatados por observação.

Interessa-nos saber mais sobre pautas a partir de desdobramentos de fatos geradores de interesse para o leitor. Erbolato (2006, p.74), explica que suíte é a sequência que se dá a um assunto nas próximas edições. Dessa forma, o leitor tem conhecimento do que foi publicado a respeito, a fim de evitar repetições desnecessárias. O autor explica que o repórter “é obrigado a escrever resumidamente o enfoque principal do que já se divulgou. Deve mostrar fatos novos e também resumir a notícia em si”. Para Lage (2011, p.39), “não se trata apenas de acompanhar o desdobramento de um evento, mas de explorar suas implicações, levantar antecedentes – em suma, investigar e interpretar”.

Outra característica importante, evidenciada por Erbolato (2006, p.74) é de que “essa repetição constará de um parágrafo (ou mais), colocado após o lead. Trata-se do elemento de ligação que será tanto maior quanto mais tempo decorrer entre o fato novo e o acontecimento inicial”.

No âmbito online, o jornalismo permite que essa repetição seja substituída por hiperlinks, ou seja, links dispostos entre o texto que levem a notícias anteriores ou relacionadas. Permitindo ao leitor, o poder de escolher se quer ler sobre o fato inicial novamente ou não.

JORNALISMO ONLINE

Com o advento da internet como propagador de informações, os profissionais ligados à comunicação sofreram um impacto quanto a adaptações. Os leitores, que anteriormente tinham acesso às notícias apenas pelo meio impresso, televisivo ou pelo rádio, podem agora acessar as mesmas notícias em tempo real e onde estiverem pela internet. Além da instantaneidade que o online possibilita, há a interação entre repórter e espectador.

Palacios (2003, p.2) cita mais quatro características (além da instantaneidade e interatividade já citadas) que diferenciam o jornalismo online dos outros veículos. A

multimídia permite a união entre todos os formatos das mídias tradicionais: imagem, texto, som e infográficos. A hipertextualidade possibilita a interconexão de textos através de links que direcionam a notícias já publicadas sobre o mesmo assunto. Se o internauta lê uma notícia que teve uma continuação ou atualização, pode acompanhar através dos links que geralmente são posicionados no meio do texto. Os links permitem também a ligação com itens complementares como fotos, sons, vídeos, etc. A customização de conteúdo/personalização consiste na seleção do usuário do tema que deseja ler no portal. “Há sites noticiosos que permitem a pré-seleção dos assuntos, bem como a sua hierarquização e escolha de formato de apresentação visual (diagramação)”. A última característica que o autor apresenta é a memória. Para ele, a Web é a forma mais econômica e viavelmente técnica para a acumulação de informações. “Acresce-se o fato de que na web a memória torna-se coletiva, através do processo de hiperligação entre os diversos nós que a compõem.”

Gradim (2007, p.86) destaca a internet como ferramenta indispensável para o jornalismo. Seja na confirmação e apuração de dados em sites oficiais, contato das fontes, participação de fóruns sobre temas específicos, e até produção de pautas. A autora cita três fases do “webjornalismo” citados por Plavik. Na primeira fase, o conteúdo online são os mesmos já publicados nas versões tradicionais do veículo. Na segunda fase, os conteúdos são unicamente produzidos para a versão online, com hiperligações, aplicações interativas e, alguns casos, fotos, vídeos ou sons. E na terceira fase, “Conteúdos desenvolvidos exclusivamente para a web, tirando partido de todas as suas características.” Sendo as duas últimas consideradas as principais para Gradim.

PORTAIS

Percebendo o poder da internet, emissoras, jornais impressos e até o rádio, migraram seu conteúdo para o meio online⁴. É possível encontrar páginas na internet de qualquer veículo de comunicação com notícias atualizadas ou conteúdo exclusivo. Após a criação da versão online do Jornal do Brasil em maio de 1995, o jornal O Globo também aderiu à nova mídia. No entanto, essas empresas apenas reproduziam o conteúdo dos jornais impressos, sem nenhuma alteração ou adaptação do texto para a internet. Por isso não podem ser chamados de portais.

O termo “portal”, com o significado de “porta de entrada”, começou a ser usado

⁴ Emissora Globo: www.g1.globo.com

Jornal Folha de São Paulo: www1.folha.uol.com.br

Rádio Gaúcha: gaucha.clicrbs.com.br

em 1997, de acordo com Ferrari (2010, p.17). Neste ano, sites que antes serviam apenas como provedores para acessar o e-mail, como Yahoo e IG, começaram a aderir conteúdos noticiosos em suas páginas de abertura. Com isso, ganharam destaque, aumentaram as visualizações e se diferenciavam dos demais, pois além de checar o e-mail o usuário podia ler as últimas notícias em poucos cliques.

Camargo e Becker apud Faggion (2001, p.19) definem portal como páginas da web que centralizam serviços de forma gratuita como informações gerais, e-mail, chats e lojas virtuais.

Além dos velhos mecanismos de busca, ganharam manchetes com o que consideram as principais notícias do dia, segundo os grandes veículos de comunicação principalmente dos EUA e Europa, cotações de ações, meteorologia, placar de esportes, viagens e turismo, entrada para salas de bate-papo, bibliotecas virtuais etc. (FAGGION, 2001, p. 27)

Em 18 de setembro de 2006 a emissora Globo lançou o G1 estreando com cobertura especial das eleições daquele ano. O G1 é portal de notícias das Organizações Globo que dá acesso a todo o conteúdo da TV em um só endereço, como o jornalismo da Globo, a Globo News, as rádios Globo e CBN, os jornais O Globo e Diário de São Paulo, das revistas Época, entre outros. Além das filiadas e afiliadas regionais.

OPERAÇÃO CARNE FRACA

A Operação Carne Fraca foi deflagrada pela Polícia Federal em 17 de março de 2017. 40 empresas de produtos alimentícios que distribuíam para todo o país e o exterior, estão sendo investigadas de adulteração de carnes. Segundo o delegado Maurício Moscardi Grilo, o esquema incluía o uso de substâncias cancerígenas em quantidades cinco vezes maiores que o permitido para disfarçar o cheiro de podre. Além disso, injetavam água para que o produto ficasse maior e mais pesado. A proteína da carne era trocada por soja e fécula de mandioca, que são mais baratos.

Fiscais do Ministério da Agricultura recebiam benesses em troca de fiscalizações irregulares nos frigoríficos e liberação de falsas licenças. Estão envolvidas grandes empresas como a JBS que controla a Friboi e a Seara; e a BRF, que controla a Sadia e a Perdigão. A operação é a maior já realizada pela PF. Foram mais de 300 mandados cumpridos por mais de mil policiais federais. As investigações tiveram início há dois anos, depois da denúncia de um dos fiscais que se recusou a participar do esquema.

O esquema seria comandado pelo superintendente regional do Ministério da Agricultura, Daniel Gonçalves Filho, e pela chefe do Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal, Maria do Róscio Nascimento. Durante as buscas, os policiais apreenderam R\$ 65 mil na casa do atual superintendente regional, Gil Bueno. Ainda de acordo com o delegado, há indícios de que parte do dinheiro tenha sido destinado a campanhas políticas.

METODOLOGIA

A pesquisa quali-quantitativa busca analisar durante o período de 17 a 19 de março as 44 notícias publicadas relacionadas à operação Carne Fraca no Portal G1. Sendo 20 no primeiro dia, 19 no segundo e cinco no terceiro. Foi analisado o intervalo de tempo entre as publicações, repetição de informações, repetição de recursos multimídia e, até mesmo, repetições nos títulos das reportagens.

Para isso será realizada uma análise de conteúdo de acordo com Bardin (1997). A autora explica que a metodologia consiste em um conjunto de técnicas de análise das comunicações que tem como objetivo ultrapassar as incertezas e enriquecer a leitura dos dados coletados. Este processo de análise passa por várias etapas até encontrar o resultado dos dados coletados, o qual a autora organiza em três partes:

1) pré-análise é a fase em que se estabelece o material a ser analisado com o objetivo de torná-lo operacional, sistematizando as ideias iniciais. Trata-se da organização através de quatro etapas: (a) leitura flutuante, que é o estabelecimento de contato com os documentos da coleta de dados, neste momento em que se começa a conhecer o texto; (b) escolha dos documentos, que consiste na demarcação do que será analisado; (c) formulação das hipóteses e dos objetivos; (d) referenciação dos índices e elaboração de indicadores, que envolve a determinação de indicadores por meio de recortes de texto nos documentos de análise.

2) A segunda fase é a exploração do material. A codificação, a classificação e a categorização são básicas nesta fase. Consiste na exploração do material com a definição de categorias (sistemas de codificação) e a identificação das unidades de registro e das unidades de contexto. Esta etapa é importante porque possibilita ou não a riqueza das interpretações e inferências. Esta é a fase da descrição analítica, a qual diz respeito ao corpus (qualquer material textual selecionado) submetido a um estudo aprofundado, orientado pelas hipóteses e referenciais teóricos.

3) A última fase é o tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Esta etapa é destinada ao tratamento dos resultados; ocorre nela a condensação e o destaque das informações para análise, culminando nas interpretações inferenciais; é o momento da intuição, da análise reflexiva e crítica (Bardin, 1997).

ESTUDO DO CASO

Durante os dias 17, 18 e 19 de março foram publicadas 44 notícias sobre a operação “Carne Fraca” no portal de notícias G1. A maioria das notícias eram publicadas em um intervalo de 15 a 40 minutos como é possível analisar nos gráficos abaixo.

Gráfico 1 - 17/03

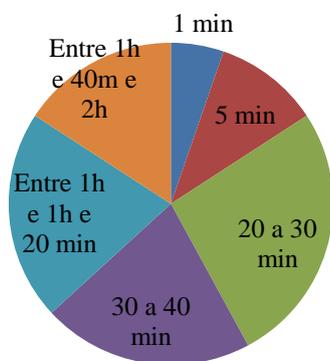


Gráfico 2 - 18/03

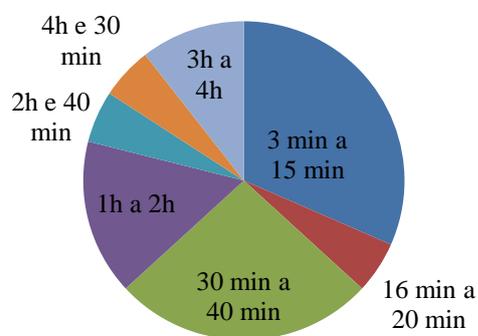


Gráfico 3 - 19/03

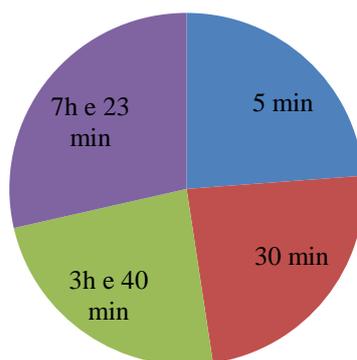


Gráfico 1: Intervalo de tempo entre as postagens das notícias no dia 17 de março de 2017.

Gráfico 2: Intervalo de tempo entre as postagens das notícias no dia 18 de março de 2017.

Gráfico 3: Intervalo de tempo entre as postagens das notícias no dia 19 de março de 2017.

Quanto à repetição de informações, a primeira notícia publicada às 6h e 41min gerou uma nova publicação às 8h e 04 min sem nenhuma informação inédita. Apenas a transcrição dos áudios divulgados na notícia anterior. Logo em seguida, às 8h e 39 min, uma nova publicação com o mesmo título, lead e recursos multimídia das notícias anteriores, houve o acréscimo de dois fatos importantes sobre as substâncias que eram injetadas nas carnes e sobre o envolvimento de alguns fiscais que geraram apenas dois períodos, ou seja, o conteúdo dos outros 16 períodos da notícia eram informações já enunciadas nas notícias anteriores. O suíte não foi apresentado de acordo com a definição dos autores Erbolato (2006) e Lage (2011).

A quarta notícia do dia, “Ação da PF cumpre mandados em Goiás contra venda ilegal de carnes” apresenta o líder das fraudes, Dinis Lourenço, e uma nota da JBS. Contém um vídeo com reportagem que explica a operação da emissora filial QVT de Goiânia. Das três fotos apresentadas, uma delas é a mesma das notícias anteriores. É considerada uma nova notícia, mas também não contém a suíte da forma adequada.

Às 10h e 24 min a notícia “Produtos químicos eram usados para 'maquiar' carnes vencidas, diz polícia” apresentou a falta de proteína nas carnes, as empresas alvo de investigação, a nota da Central de Carnes Paranaenses e E.H Constantino e um vídeo do Jornal Hoje explicando a operação. O suíte também não é identificado e os recursos multimídia utilizados já haviam sido usados nas notícias anteriores. Inclusive a transcrição de uma conversa do ministro da justiça já mencionado na segunda e na terceira notícia.

A sexta notícia é “Ações da JBS e BRF lideram baixas na Bovespa; bolsa chega a cair mais de 2%” da editoria Mercado. É uma notícia inédita, o tema não havia sido abordado anteriormente e o suíte encontra-se adequadamente.

A sétima notícia tem o título “PF cumpre mandados na Serra do RS durante operação Carne Fraca” publicada às 12h 55min apresenta 10 períodos com informações já mencionadas. A informação inédita, além do título, é que os alvos dos mandados não foram encontrados. “Policiais visitaram endereços em Gramado e Bento Gonçalves para o cumprimento dos mandados de condução coercitiva e de prisão, mas ninguém foi encontrado nos locais.” A foto utilizada é a mesma de quatro notícias anteriores. O vídeo do Jornal Hoje explicando a operação é utilizado novamente e o áudio transcrito nas notícias anteriores também. O conteúdo dos períodos restantes não são novidade. Assim como as duas próximas notícias que contém o mesmo teor de informação com o

acréscimo do que já se apresenta no título, são elas: “Ministro da Justiça é citado na Operação Carne Fraca” e “Parte da propina era revertida para PP e PMDB, diz PF sobre fraude em carne” publicada 13h 05min. Os recursos multimídia também se repetem. Por haver informações inéditas poderia ser considerada uma nova notícia, no entanto o critério do presente artigo busca analisar o excesso de publicações e é o que encontramos nas notícias citadas anteriormente. Elas têm um intervalo de 10 minutos entre a primeira e a última. As novas informações poderiam ter sido melhor apuradas e publicadas mais tarde em uma única notícia. Mas o portal opta por postar várias notícias mesmo que haja repetição de informação.

Em seguida, duas publicações inéditas nos editoriais Economia e Política são elas: “JBS e BRF admitem investigação da PF, mas negam adulteração de produtos” e “Após Carne Fraca, ministro suspende licença e diz que afastou envolvidos”. Desdobramentos da operação que não foram abordados anteriormente.

A 12ª notícia publicada às 14h e 21 min “PF prende ao menos 20 funcionários públicos envolvidos na 'Carne Fraca” é considerada uma notícia inédita por conter maior número de novas informações e suíte adequado. Porém os recursos multimídia não vai além dos já utilizados. O vídeo do Jornal Hoje com explicação da operação é o mesmo da 5ª e da 7ª notícia. A foto vinculada é a mesma de seis notícias anteriores.

As próximas cinco notícias são de editoriais de Economia e Mundo. São elas: “Ministério anuncia afastamento de 33 servidores envolvidos na Carne Fraca”, “Ações da JBS caem mais de 10% nesta sexta e as da BRF, mais de 7%”, “Imprensa internacional repercute operação Carne Fraca no Brasil”, “Veja o que se sabe sobre os 3 frigoríficos interditados pelo Ministério da Agricultura” e “Escritório de advocacia dos EUA prepara ações contra BRF e JBS após operação Carne Fraca”. Sendo todas notícias inéditas com desdobramento da operação.

A próxima notícia é a transcrição da reportagem do Jornal Nacional. “Ministério da Agricultura afasta 33 funcionários devido à investigação”. O fato abordado é o mesmo já mencionado no editorial de economia sem informações diferentes.

As duas últimas notícias possuem fatos inéditos, são elas: “Frigorífico usava notas falsas para regularizar carne podre, diz polícia” e “Imagens mostram fiscal recebendo caixas em frigorífico no PR, diz polícia”. A primeira apresenta o mesmo infográfico explicativo sobre a operação e um vídeo com reportagem do Jornal Nacional. As novas informações são sobre as notas fiscais e sobre o possível papelão no frango, com a

resposta da BRF sobre o assunto. Já na segunda notícia, as imagens das câmeras de segurança não haviam sido abordadas anteriormente.

No segundo dia analisado, a notícia “Ministro da Agricultura pede reunião para defender a carne brasileira” foi publicada à 1h e 5 min. Nela há uma transcrição de parte da reportagem do Jornal da Globo que foi ao ar minutos antes. A segunda notícia foi publicada às 6h e 5 min e é considerada uma nova notícia, pois apresenta a entrevista com o fiscal que denunciou a operação. No entanto, a foto utilizada já havia sido usada em sete notícias do dia anterior. Um infográfico foi criado para ilustrar as irregularidades segundo o auditor.

Na sequência foram publicadas cinco novas notícias nos editoriais de Economia, Política, Rio de Janeiro e São Paulo. São fatos que não foram abordados novamente ao longo do dia e apresentam o Suíte de acordo com a definição dos autores. São elas: “Vigilância Sanitária do Rio recolhe amostrar de carnes em supermercados”, “Escândalo da carne lança dúvida sobre agronegócio, ‘ pilar’ da economia brasileira, diz ‘NYT’”, “Temer telefonará neste sábado para Donald Trump, informa Planalto”, “Alvo de operação Carne Fraca é preso no aeroporto de Guarulhos” e “Governo tenta reduzir impactos da operação Carne Fraca no mercado”.

Às 13h e 54 min, a notícia “Após interdição, motoristas ficam parados em fábrica da BRF em Goiás” apresenta fatos inéditos com reportagens em dois vídeos da TV Anhanguera. O suíte também é apresentado da forma correta. As quatro fotos utilizadas já haviam sido publicadas no dia anterior e uma delas no mesmo dia. Às 13h e 57 min, a notícia “Justiça decreta bloqueio de até R\$ 1 bilhão de suspeitos da 'Carne Fraca’”, possui o vídeo da reportagem do Jornal Hoje sobre o assunto, e o infográfico que explica a operação, já utilizado no dia anterior. Além do título, a transcrição de uma conversa gravada do diretor da BRF, é um fato inédito quanto as notícias anteriores. No entanto, o suíte não foi identificado. O conteúdo da notícia é muito semelhante às notícias anteriores apenas com o acréscimo desses dois fatos que não gerou nem metade dos períodos de toda a notícia.

A próxima notícia, publicada às 14h e 17min tem o mesmo título “Justiça decreta bloqueio de até R\$ 1 bi de suspeitos da 'Carne Fraca’”. Apresenta dois vídeos com reportagens do Jornal Hoje, sendo que o primeiro deles é o mesmo vídeo vinculado na notícia anterior. Quanto ao conteúdo da notícia, houve o acréscimo de alguns fatos já mencionados em publicações anteriores, como o nome das empresas envolvidas - que

está no infográfico utilizado na primeira notícia -, o posicionamento dos frigoríficos e a repercussão da operação dentro e fora do país que também já foi publicado. As duas próximas notícias publicadas seguiram a mesma linha da notícia anterior, apresenta conteúdo que já foi abordado em notícias anteriores com o acréscimo de fatos não tão apurados. Gerando poucos períodos de novas informações e sem suíte definido. “Em nota, Ministério da Agricultura diz que denúncias são ‘pontuais’ e inspeções, ‘eficientes’” foi publicado na editoria Economia às 19h e 29min. Pela primeira vez, foi abordado o fato de ser 5 mil unidades produtoras de carne e apenas 21 delas em investigação.

Mais tarde, “Por telefone, Trump e Temer tratam de temas de ‘atualidade regional’, diz Planalto”, foi publicada na editoria Política. Mais um vez, o título “Justiça determina bloqueio de até R\$ 1 bi de investigados na 'Carne Fraca’” aparece no mesmo dia. A notícia foi publicada às 20h e 43 min e segue o mesmo conteúdo das outras notícias com o mesmo título. Mesmo vídeo com reportagem do Jornal Nacional, transcrição da conversa gravada com o diretor da BRF e o posicionamento dos frigoríficos investigados. Em seguida, “Polícia Federal prende 36 pessoas durante a Operação 'Carne Fraca’” não apresenta fatos inéditos, já que a própria informação do título foi mencionada no lead da notícia anterior. O infográfico que explica a operação também foi utilizado novamente. A 19ª notícia é a transcrição da reportagem que foi ao ar no Jornal Nacional e aborda a opinião do consumidor sobre a operação, “Consumidor está cauteloso, mas não deixa de comprar carne”. A próxima notícia, “Ministério da Agricultura afirma que problema é pontual”, é também a transcrição da reportagem do Jornal Nacional, o assunto já foi abordado no mesmo dia no edital de Economia. A última notícia do dia analisado foi às 21h e 54min “Ministério vai fazer auditoria em empresa de Jaraguá do Sul interdita”, é uma notícia inédita pois aborda sobre o frigorífico Peccin Agro Industrial de Jaraguá do Sul e a opinião do consumidor gaúcho sobre a operação.

O último dia analisado foram apenas cinco notícias publicadas entre as editoriais de Economia, Rio de Janeiro e Agro. Por ordem de publicação: “Temer, ministro e produtores se reúnem para discutir medidas contra crise da carne”, “Vigilância sanitária recolhe amostras de embutidos em supermercados do Rio”, “Secretário da Agricultura reúne técnicos antes de encontro de ministro com Temer”, “Papelão e substâncias cancerígenas ou exagero? O que se sabe – e o que é dúvida – na operação Carne Fraca”

e “Ministério da Agricultura diz que ‘não existe risco’ sanitário no país”. Na segunda notícia, “Vigilância sanitária recolhe amostras de embutidos em supermercados do Rio” o tema já havia sido abordado no dia anterior e apresenta o mesmo título, apenas com palavras em ordens diferentes: “Vigilância Sanitária do Rio recolhe amostras de carnes em supermercados”. A última notícia também já foi abordada no dia anterior em notícias como “Ministério da Agricultura afirma que problema é pontual” e “Em nota, Ministério da Agricultura diz que denúncias são 'pontuais' e inspeções, 'eficientes’”. Portanto, foram apenas três notícias que podem ser consideradas com conteúdos inéditos.

CONCLUSÃO

Estudar casos como esse é importante para alertar que, muitas vezes, os veículos de comunicação fazem da notícia uma mercadoria para prender a atenção dos leitores e aumentar a visualização dos portais. Há uma tendência em vender notícias que chamem mais atenção, já que o “furo” não é mais o principal produto dos jornalistas. É possível perceber isso no presente trabalho, uma vez que a informação de que são cinco mil produtores de carne no Brasil e apenas 21 frigoríficos investigados, foi publicada apenas no final do segundo dia. A omissão desse fato gerou um impacto social enorme, causando medo na população e prejudicando a economia brasileira.

É possível perceber que na maioria das publicações, o mesmo assunto já havia sido abordado anteriormente, mas tem o acréscimo de um pequeno novo fato que poderia ser melhor apurado e publicado mais tarde com mais informações inéditas. Outra opção seria publicar a notícia apenas como uma nota e vincular links que levem os leitores para notícias anteriores. Pois quem está acompanhando o caso desde a primeira notícia acaba lendo tudo novamente para encontrar o fato inédito, já que o suíte muitas vezes não é utilizado de maneira correta.

A repetição de títulos e recursos multimídia também é uma questão que chama atenção. Apesar do Jornalismo Online não limitar o tamanho da notícia, percebe-se que a repetição de fotos, vídeos e infográficos, acusa a falta de apuração e a pressa em postar “uma nova notícia” sobre o acontecimento. A repetição da transcrição dos áudios gravados em várias notícias seguidas poderia ser substituída pelo link. Mas, de certa forma, o Portal G1 opta por vincular novamente no corpo do texto para parecer que é uma notícia inédita.

Outro ponto a ser analisado é sobre o título, principal responsável por “vender” a notícia. Somente na 14ª notícia do segundo dia, o fato de serem cinco mil produtores de carne e apenas 21 frigoríficos investigados, foi mencionado. Isso afirma que o portal prefere divulgar o que chamaria mais atenção dos leitores.

O presente trabalho analisou de que forma as notícias são vinculadas no meio online, onde a atenção para leitura se divide com outros links. Os métodos utilizados para conquistar mais cliques no o portal G1 é vender a notícia com os títulos. Dessa forma, o leitor acredita que o veículo possui muitas informações sobre o assunto, quando na verdade é apenas uma repetição.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008

CRUZ, Marcio. **A mídia e os formadores de opinião no processo democrático**, 2011.

ERBOLATO, Mário. **Técnicas de Codificação em Jornalismo** – Redação, captação e edição do jornal diário. 4. Ed., São Paulo: Ática, 2006.

FAGGION, Helber Guthier. **História Digital e Jornalismo On-Line**. São Paulo: Ensaio, 2001.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 4. Ed., São Paulo: Contexto, 2010. (Coleção comunicação).

FIGUEIREDO, Rubens. Cervellini, Silvia. **Contribuições para o conceito de opinião pública. Opinião Pública**. Campinas: vol. III, nº 3, 1995.

GRADIM, Anabela. **WebJornalismo e a Profissão de Jornalista: alguns equívocos sobre a dissolução do 4º Poder**. In: BARBOSA, Suzana (Org). **Jornalismo Digital de Terceira Geração**, 2007.

LAGE, Nilson. **A Reportagem Teoria e Técnica de Entrevista e Pesquisa Jornalística**. 9. Ed., Rio de Janeiro: Record, 2011.

LIMA, Cláudia. **Do Impresso aos blogs: a busca de jornalistas pela liberdade de expressão em novos métodos e processos produtivos**. In: STRELOW, Aline. COUTINHO, Iluska. DE ASSIS, Francisco. DE OLIVEIRA, Elza. PENA, Felipe (Orgs.). **Jornalismo: História, Teoria, Gêneros e Práticas**. São Paulo: Intercom, 2012.

PALACIOS, Marcos. **Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o Lugar da Memória**. In: MACHADO, Elias & PALACIOS, Marcos (Orgs), **Modelos do Jornalismo Digital**, Salvador: Editora Calandra, 2003.