

A Qualidade da Informação do Jornalismo Online

Renato Martins de Lima*

Índice

1 O Surgimento da Internet e a Criação do Jornalismo Online	1
2 Conceitos de qualidade no Jornalismo Online	4
3 Análise do Jornalismo Online de Mato Grosso do Sul a partir dos Sites Campo Grande News e Mídiamax News	6
4 Resultados Obtidos	7
5 Conclusão	9
6 Referências Bibliográficas	11

Resumo

A internet dividiu a humanidade em antes e depois do advento. No jornalismo não ocorreu de maneira diferente. No Brasil, o Comitê Gestor da Internet registrou a chegada da internet comercial (www) em meados da década de 1990, desde então, o jornalismo online criou um novo e irreversível universo na indústria da notícia. Os predicados da tecnologia tornaram a concorrência entre os veículos online disputada minuto a minuto. A equação: maior quantidade de notícias publicadas no menor período de tempo coloca em julgamento a qualidade dessa informação disponibilizada

*Jornalista Graduado em 2006 pela Uniderp, email: renato.mart@gmail.com

para o receptor. O presente artigo faz um confronto da qualidade da informação em relação ao tempo de atualização praticados nos dois maiores sites de notícias de Mato Grosso do Sul, Campo Grande News e Mídiamax News.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; internet; qualidade; velocidade.

1 O Surgimento da Internet e a Criação do Jornalismo Online

A busca da humanidade por uma maior facilidade de comunicação e, conseqüentemente por informação, gerou um fenômeno revolucionário: a Internet. O advento que engloba os recursos de todos os outros meios de comunicação (telefone, televisão, rádio, impresso, etc), reafirma-se a cada dia como um dos grandes espaços de interação social.

A comunicação “todos-todos” e as ofertas na vitrine da *Word Wide Web* (www) estão cada vez mais apelativas e gratuitas no ciberespaço¹, reestruturando a teoria linear de Lasswell². Todos são emissores e receptores, nesse novo canal (virtual), onde o

¹“Para o filósofo Pierre Lévy ciberespaço é o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores” (LELY, 1997, p. 92)

² Harold Lasswell (1902-1978), psicólogo e investigador nas áreas de política e das ciências sociais, é bastante conhecido pelo seu modelo de comunicação:

código ainda em construção apresenta constantes variações.

No universo da internet, faz-se necessário segmentar o conteúdo, uma vez que todo o produto virtual é considerado informação: cores, imagens, vídeos, textos, sites, blogs, entre outros. No âmbito da informação noticiosa, o advento inseriu na profissão e na função jornalística um novo conceito, criando vocabulário, manual de redação e estilo e sistemática de trabalho.

O marco inédito e irrevogável neste jornalismo ainda não maturado já apresenta importante papel social e na agenda setting. Seguindo o pensamento do teórico Marshall McLuhan³, a internet seria hoje a maior extensão do homem. Extensão que no Brasil ainda não atingiu a maioria e no mundo, vem de uma origem duvidosa.

“O computador foi concebido entre o outono de 1944 e o verão de 1945 (data não coincidente) em meio a Segunda Guerra Mundial os engenheiros Mauchly e Eckert haviam construído o ENIAC, um enorme calculador financiado pelo exército e destinado a calcular as tábuas de tiro balísticas [...] O computador foi pensado para fins militares, seu maior desenvolvimento foi no período da Guerra Fria” (BRETON e PROULX, 2002, p. 76).

Para o cientista Von Neumann, o modelo explícito para conceber o computador foi o

quem diz o quê a quem, por que canal e com que efeito.

³O pensador Hebert Marshal Mcluhan, é autor da obra “Os meios como a extensão do homem” nasceu no Canadá em 1911 e faleceu em 1980, um ano depois de sofrer uma trombose que o deixou incapaz de falar, ler ou escrever.

cérebro humano. Quem compreendesse as sinapses e os neurônios do cérebro natural seria capaz de construir um “cérebro artificial” (o computador). Ultrapassando as fronteiras bélicas, o computador foi ganhando espaço na pesquisa e comunicação. A internet, que no princípio interligava poucas máquinas através de um cabo, servia apenas para transferência de dados.

Hoje, a rede virtual interliga o mundo (e sem fio). No Brasil, o Comitê Gestor da Internet registrou a chegada da internet comercial (www) em meados da década de 1990. Atualmente mais de 35 milhões de brasileiros são internautas, 13,5 milhões navegavam em computadores de suas próprias casas, isso corresponde a um aumento de 10% entre o primeiro e o terceiro trimestre de 2005 (de julho a setembro), os dados têm como base um estudo trimestral do Ibope//NetRatings⁴.

Em Mato Grosso do Sul, mais de 80 mil domicílios tem computador conectado na rede, são mais de 320 mil pessoas que acessam a internet de suas casas, segundo dados da PNAD/IBGE,2004⁵. Sem contar as pessoas que se conectam no trabalho, escola, faculdade e nas Lan Houses⁶ e Cybercafés.

⁴O Ibope/NetRatings é uma joint-venture entre o Grupo Ibope e a Nielsen NetRatings, líder mundial em aferição de audiência na web. A medição Ibope//NetRatings, tem como base números coletados por um software instalado no micro de internautas. O programa, que indica quanto tempo essas pessoas passam on-line, monitora 220 mil usuários em 11 diferentes países .

⁵ PNAD é a Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílio, realizada anualmente pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

⁶ “LAN – Local Area Network – é uma rede que pode se restringir aos limites de uma empresa, como pode abranger um raio de até 25 Km, com sua comu-

Essa população de consumidores de internet e, também de informação, foram moldadas pelas características do meio. Assim como a internet oferece a possibilidade de interatividade, agilidade, atualizações em tempo real, recursos audiovisuais e velocidade para disponibilizar a informação. Os receptores alimentados pelo jornalismo online, tornaram-se acostumados a consumir informação nesse mesmo ritmo.

De acordo com o Sociólogo Manuel Castells, a tecnologia molda a sociedade, mas é também moldada e modificada pelos sujeitos que as utilizam. (CASTELLS, 1999)⁷. O filósofo Pierre Lévy, que denominou este momento de Revolução Virtual, para o mesmo assunto que Castells chama de revolução das tecnologias da informação. De acordo com Lévy, as tecnologias digitais vêm sendo absorvidas pelas culturas, sociedades e indivíduos.

Na prática, a realidade das redações dos sites de notícias hoje revela alguns efeitos colaterais não previstos na construção do jornalismo online. Ao passo que os recursos tecnológicos facilitam a construção da notícia, permitindo ao jornalista desfrutar das possibilidades (já apresentadas) que o advento oferece, dificulta, por outro lado, a execução de princípios básicos do jornalismo como a apuração *in-loco*, a captação de informações por meio da comunicação não-verbal, observação direta e limitam o olhar jornalístico fora das redações, onde a notícia está. Assim, a maioria das reportagens

que saem das redações de sites de notícias é gerada por releases, a essa prática o autor Gerson Moreira LIMA denominou: Release-mania.

Em Mato Grosso do Sul existem aproximadamente 50 sites de notícias, o levantamento é da Contexto Mídia, agência de comunicação integrada em Campo Grande, que há nove anos realiza serviço de clipping para diversas empresas do Estado e possui uma lista atualizada de sites de notícias. Em comum, todas apresentam dificuldades operacionais de enviar repórteres para as pautas externas. Apenas os sites Campo Grande News e Midiamax News - que são os objetos de estudo deste artigo - apresentam equipes de externa com carro, repórter e fotógrafo, mesmo assim, confessam não conseguir cobrir *in-loco* todos os assuntos desejados. Isso porque a prioridade de todos os sites de notícias é o tempo. Uma das provas mais evidentes da valorização do tempo sobre o conteúdo na notícia é o formato unânime dos sites em sempre postar primeiramente o horário e, só depois o título da notícia.

Sendo a velocidade o novo paradigma, o desafio que cabe, cada vez mais, aos profissionais da comunicação, é tentar vencer os paradoxos deste tempo sem tempo, dos quais o maior talvez seja este apontado por Luís Fernando Veríssimo: “Vivemos num tempo maluco em que a informação é tão rápida que exige explicação instantânea e tão superficial que qualquer explicação serve”. (MOURA, 2002, p. 06)

nicação feita por meio de ondas de rádio, linha telefônica fibra óptica, etc” (BIANCHI, 2001, p. 157)

⁷ Castells utiliza esta nomenclatura ao longo de sua obra, A Sociedade em Rede (1999), para dissertar sobre as transformações que as tecnologias digitais vêm trazendo para a contemporaneidade.

2 Conceitos de qualidade no Jornalismo Online

No jornalismo, o veículo serve, e deve servir, apenas como canal. Seja na televisão, rádio, revista, periódico e até mesmo na internet, é preciso esclarecer que quando se fala em jornalismo alguns conceitos referentes ao exercício da profissão de reportar a notícia devem-se manter íntegros e estratificados. É permitida adaptação da linguagem, do código e até do formato, porém sem alterar a estrutura jornalística de tratar a notícia.

Sendo assim, conceitos como objetividade, imparcialidade, apuração, transparência, credibilidade, isenção, busca pela verdade, ouvir todos os lados (fontes), investigar, entre outros, são alguns requisitos universais que sustentam o bom jornalismo desde os primórdios e permeiam a qualidade da informação. No jornalismo, os adjetivos descritos acima descrevem um conceito básico e universal de qualidade.

De acordo com o dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, o conceito puro de qualidade data do século XIV. O substantivo feminino é a “propriedade que determina a essência ou a natureza de um ser ou coisa”. Também apresentada como “característica inerente”. Definições mais genéricas apontam para “grau negativo ou positivo de excelência”.

Já no sentido absoluto, qualidade, ainda segundo o dicionário é a característica superior ou atributo distintivo positivo que faz alguém ou algo sobressair em relação a outros.

Segundo CARVALHO (2000), qualidade é um termo que pode ser definido de várias formas, para cada conceito existem vários níveis de abstração; na visão popular pode

ser diferente do seu uso profissional, porém em todas as definições a essência é preservada.

“A origem da palavra qualidade vem do latim “Qualitas” que significa diferença de itens, ou quão bom ou ruim é um produto. Na visão chinesa, o caractere é o mesmo usado para definir “alta classe” ou “precioso”. Muitas definições de qualidade são usadas em setores diferentes em ciências diferentes. Não existe um conceito único de qualidade. Várias ciências (filosofia, economia, marketing, produção) elaboraram conceitos sobre qualidade, cada uma delas enfatizando aspectos que lhe são próprios (CASTELLI, 1998). Para Juran (1979), qualidade é “adequação ao uso”, satisfazendo as necessidades do usuário. A qualidade não basta existir, ela deve ser reconhecida pelo cliente. A certificação de qualidade oficial é emitida com base em um padrão. Certificados: selo do SIF (produtos agropecuários); selo da ABIC (café); classificação em estrelas dos hotéis; os certificados de qualidade da série ISO 9000 (padrão de qualidade)”. (CARVALHO, 2000)

Os exemplos de selos de qualidade citados acima evidenciam o respeito social e a credibilidade sobre o produto, além de oferecer segurança ao consumidor. No jornalismo não existe um selo de qualidade em nível nacional ou internacional, mas desde a criação da profissão padrões de qualidade vem sendo desenvolvidos, pensando também em oferecer ao consumidor da notícia, segurança, respeito e credibilidade.

De acordo com KUNCZIC (1997) a qualidade da informação – o modo como se se-

lecionam as notícias – começou com estudos acadêmicos sobre a comunicação na década de 1960, porém o assunto já vem de longa tradição, alguns postulados sobre qualidade e valores informativos publicados na Alemanha, datam do século XVII.

“Daniel Hartnack, em 1688 tratou o problema de seleção de notícias enfatizando a importância dos fatos. Reconhecendo o fato de que o aparecimento periódico de jornais produz uma demanda de notícias que não depende do que acontece no mundo, ou seja, vislumbrou o problema da construção da realidade pelos meios de comunicação de massa. Em 1690, Tobias Peucer apresenta a primeira dissertação sobre a publicação de jornais na Alemanha. Afirma ele que, como se deve escolher entre fatos quase inumeráveis, aquilo que merece ser lembrado e conhecido para a publicação: prodígios estranhos, monstruosidades, obras ou produtos excepcionais da natureza e da arte, novos inventos ou descobrimentos, os diversos tipos de Estado, mudanças de governo, esforços de guerra e de paz, novas leis, sentenças pronunciadas, nascimento e falecimento de príncipes e outros assuntos. Os assuntos indiferentes ou enfadonhos, segundo implica a lista não merecem ser noticiados. Entre esses Peucer inclui “as atividades diárias das pessoas, que mudam com as estações e se parecem com as freqüentes tempestades do ar”, as vidas particulares da aristocracia, execução de criminosos, especulação sobre assunto de Estado ainda desconhecidos. [...] Kaspar Stieler (1695) pensava que os redatores jornalísticos deviam ser pessoas capazes

de distinguir entre o que é importante e de grande envergadura e o que é trivial”. (KUNCZIK, 1997, p.241)

No jornalismo online, além da qualidade da notícia inerente ao bom jornalismo, deve-se avaliar também a qualidade do veículo (canal), pois não adianta produzir uma boa mensagem direcionada ao receptor, com código adequado, se houver ruídos nessa comunicação. No caso do jornalismo online os ruídos podem vir do meio/canal, ou seja, o site de notícias.

Para sanar esses problemas de comunicação que interferem diretamente na qualidade, o veículo em questão deve oferecer uma configuração mínima para que seja “aberto” (lido) em diferentes configurações de computadores, com diferentes velocidades de internet, ou seja, o site deve ser leve (em kbytes), a resolução das imagens não pode ocupar muito espaço, os recursos de vídeos devem ser postados com extensão popular e tamanho que facilite o download e o internauta executá-lo no computador pessoal. Dessa forma, a qualidade do site de notícias depende também de questões técnicas para que o veículo seja democrático e eclético, sendo acessado de maneira fácil e eficiente. Qualquer fato seja técnico, tecnológico, real ou virtual, no site de notícia que dificulte a informação chegar até o receptor, é, também, um problema de qualidade.

Em caso de falha de conexão de servidor e provedor, ou outro problema, que deixe o site fora do ar, deve-se eticamente, informar o leitor do ocorrido e lacunar o tempo offline, dessa forma respeitando o leitor, informando do que houve e justificando o período em que ficou sem postagens. E não lançar mão de

recursos antiéticos como atrasar notícias no intuito de “furar” o concorrente e encobrir o problema.

Como toda empresa de mídia com conteúdo jornalístico, os sites também possuem receita gerada pela venda de anúncios publicitários, neste caso os anúncios são colocados em forma de *banner* dentro na notícia. Porém se faz necessário evidenciar a independências entre os departamentos de jornalismo e comercial. Recentemente a notícia da queda no IPI (Imposto sobre Produto Industrializado) foi repercutida de forma positiva por toda a imprensa. Nos sites de notícias de Campo Grande, ao acessar o título da matéria para ler sobre o assunto o internauta se deparava com *banners* de concessionárias de veículos anunciando promoções de carros com o IPI reduzido. Por mais que não haja nenhuma intenção proposital de “casar” a reportagem com o anúncio, o leitor fica exposto a uma indução comercial, o que macula o princípio da isenção.

3 Análise do Jornalismo Online de Mato Grosso do Sul a partir dos Sites Campo Grande News e Mídiamax News

Para analisar com maior clareza o jornalismo online de Mato Grosso do Sul foram escolhidos os dois maiores e mais importantes sites de notícias do Estado, o Campo Grande News e o Mídiamax News. A partir desta análise será possível um levantamento de informações com maior lucidez e precisão.

O ponto de partida foi escolher um dia sem evento pré-programado, de forma espontânea - no caso o dia 28 de outubro de 2009 - e, de forma espontânea analisar a rotina do

site, observando o total de notícias postadas durante o dia, a velocidade de atualização de notícias (relação quantidade por tempo), a produtividade dos jornalistas e as fontes utilizadas. Em outro momento, foi realizada uma análise em busca de erros existentes nos dois sites e sua relação com o tempo de atualização e qualidade da informação.

Este estudo reflete uma amostragem empírica apenas, não possui nenhuma metodologia científica, porém reflete a realidade de um dia dos maiores sites, Campo Grande News e Mídiamax News.

Fundado no dia 3 de março de 1999, o Campo Grande News se auto-apresenta como um dos pioneiros do país e o primeiro site de notícias em Mato Grosso do Sul. 0.050980393,0.050980393,0.050980393O site informa ter média de 100 mil acessos diários. Segundo a editora-chefe, Ângela Kempfer, a notícia sobre a morte do proprietário da agência de modelos Casting, ocorrida no dia 6 de novembro de 2009, recebeu 10,7 mil acessos em 24 horas, por exemplo.

O site apresenta um perfil regional, priorizando notícias locais produzidas pelos jornalistas da própria redação. A linha editorial do Campo Grande News é reportar o Estado, com destaque para as editorias de cidades, política e economia. Mesmo com 10 anos no ar, a editora-chefe, Ângela Kempfer, explica que na verdade, ainda está sendo construído o jornalismo de internet. “Tudo é específico. O profissional tem de ter um perfil que até então o mercado não produzia. É tão dinâmico e a estrutura ainda é tão reduzida, que a equipe não tem tempo de parar para discutir. Temos preocupação com o que o jornalismo sério prega”.

O Midiamax News foi oficialmente lançado dia 16 de maio de 2002. O site procura cobrir os principais eventos políticos, noticiar fatos de relevância e interesse público, como ocorrências policiais de vulto e mobilizações sociais. Busca não só dar a notícia, mas acompanhar os desdobramentos dos fatos, repercutir juntos aos agentes envolvidos ou afetados. O perfil das matérias são reportagens mais longas, com depoimentos, declarações, a impressão do repórter sobre o ocorrido. As imagens também seguem a mesma linha, mostrando toda a dimensão do fato.

De acordo com o editor-chefe do site, João Prestes, não há exigência de tempo para postagem de notícias, há o entendimento de que a cada 10 minutos o leitor deve ser brindado com uma informação nova, mas esse tempo pode ser maior caso a elaboração da matéria seja mais demorada, ou podem ser postadas duas, três, até cinco matérias no mesmo minuto.

4 Resultados Obtidos

No dia 28 de outubro de 2009, o site Campo Grande News postou 92 notícias, durante 18 horas de redação online a média de publicação do site foi de uma notícia a cada 11,7 minutos. Já o site MidiamaxNews publicou 117 notícias, ficando 16 horas e 15 minutos com a redação online, a média de postagem foi de 8,6 minutos. As notícias quantitativas foram reunidas em temas principais que surgiram a partir dos próprios assuntos abordados pelos sites. Dessa forma, as notícias foram agrupadas em 13 grandes assuntos, priorizando os fatos regionais. Todas as outras notícias que não tem relação direta com Mato Grosso do Sul, foram classi-

ficadas como Nacional ou Internacional, independente da temática da notícia.

As notícias foram agrupadas nos seguintes temas: **Arte/Cultura:**notícias sobre eventos culturais e shows; **Artigo/Editorial:** a temática foi abordada apenas pelo site Campo Grande News, com a coluna Jogo Aberto; **Clima:**notícias sobre previsão do tempo e mudanças climáticas;**Economia:**informações sobre a economia, impostos e dinheiro; **Esportes:** notícias sobre desporto, campeonatos e atletas; **Eventos:** lançamentos, eventos de agenda e campanhas de associações e ONGs; **Cidades/Geral:** notícias factuais, acidentes, protestos, etc; **Internacional:**fatos que ocorreram fora do Brasil. O tema não faz parte do perfil editorial do site Campo Grande News; **Nacional:** informações que vem de fora de MS, geralmente decisões políticas e econômicas de Brasília e acompanhamento do Campeonato Brasileiro de Futebol, sorteios da Loteria Federal; **Política:**agenda dos políticos, assembleias e reuniões, leis e decretos, campanhas eleitorais; **Polícia:** apreensão e prisões, acompanhamento de casos policiais, investigação, blitz e operações; **Serviços:**notícias de utilidade pública, campanhas solidárias, direito do cidadão;

A tabela abaixo mostra a quantidade de notícias produzida por cada um dos sites analisados por editoria:

A tabela acima serve como exemplo do perfil editorial de cada veículo, o Campo Grande News priorizando notícias regionais e divulgando poucas nacionais e nenhuma internacional, enquanto no MidiamaxNews, 47% das notícias publicadas foram classificadas como nacional e internacional. As reportagens policiais são as mais postadas por

CG News	Assunto	Midiamax
2	CLIMA	1
8	SERVIÇO	4
4	EVENTOS	1
22	POLÍTICA	14
1	ECONOMIA	1
29	POLICIA	24
1	ARTIGO/EDITORIAL	0
2	ARTE/CULTURA	0
12	NACIONAL	50
0	INTERNACIONAL	6
10	GERAL/COTIDIANO	14
1	ESPORTE	2
92	TOTAL	117

ambos os sites, sendo 29 no Campo Grande News e, 24 no MidiamaxNews.

Os dois sites apresentaram, uma vez cada, replicação da mesma notícia. O Campo Grande News publicou a nota “Juiz ameaça soltar presos para acabar com a superlotação”, às 18h06 e 18h59. Já o site Midiamax, publicou a nota “Polícia prende o segundo suspeito de matar membro do AfroReggae”, às 16h43 3 às 17h28. As empresas não souberam informar se foi proposital ou erro do jornalista, mas afirmaram que o ocorrido não é uma prática em ambos os jornais.

Sobre as matérias nacionais, maioria de esporte (campeonato brasileiro de futebol), sorteio da loteria federal, assuntos ligados a política e economia, vindos de Brasília, os sites apresentam um conflito sobre como citar a fonte. O Campo Grande News diz que reedita as matérias nacionais e cita no final do texto a fonte das informações iniciais, no caso as notícias esportivas nacionais aparecem o crédito: “Com informações do site UOL”, entre parênteses. O Midiamax News

cita a fonte da matéria reproduzida na assinatura. (Veja a tabela abaixo).

No dia 28 de outubro de 2009 o site Campo Grande News teve 12 jornalistas assinando matérias. Das 92 matérias do Campo Grande News, 98% das notícias publicadas são assinadas por jornalistas do próprio site. Três jornalistas são responsáveis por 47% da produção. A média de produção é de 7,6 notícias por jornalistas, dentro da carga horária da categoria de cinco horas diárias, segundo a legislação, os jornalistas do Campo Grande News escrevem 1,5 matéria por hora.

No mesmo dia, o site Midiamax News, contou com cinco jornalistas assinando reportagens de autoria própria. Das 117 notícias postadas, 78% são de fontes externas da redação (assinadas por outros sites, portais e agências de notícias). As matérias assinadas pelos jornalistas do site correspondem à 22% das notícias publicadas, com média de 5,2 matérias por jornalista. No mesmo cálculo, os jornalistas do Midiamax News escrevem 1,04 matéria por hora.

As tabelas abaixo mostram a produtividade dos jornalistas de cada veículo e as fontes das notícias publicadas no dia 28 de outubro de 2009. Os nomes foram retirados da assinatura de cada notícia.

O intuito de analisar a qualidade da informação do jornalismo online em relação à velocidade de informação exige que sejam apurados possíveis erros dos sites, como forma de embasar o tema deste artigo científico. Para isso, foi realizada uma leitura sistemática das 209 notícias, referente à soma de todas as notícias postadas pelos sites, Campo Grande News e Midiamax News, no dia 28 de outubro de 2009.

Campo Grande News	
Jornalista	Nº matérias
Da Redação	2
Aline Canassa	2
Hélio de Freitas (DDO)	4
Danúbia Burema	5
Ângela Kempfer	6
Adriany Vital	7
Nadyenka castro	7
Fernanda França	7
Paulo Fernandes	7
Aline Queiroz	9
Fernanda Mathias	10
Edivaldo Bitencourt	12
João Humberto	14
Total	92

Para uma análise mais precisa foram estabelecidos três tipos de erro: **Erro de Digitação**, que considerou uso errôneo da função Caps Lock, erro de grafia mediante tecla digitada erroneamente. Geralmente este tipo de erro é causado pela velocidade da digitação e por dislexia; **Erro de Gramática** que englobam problemas de acentuação, sinalização e concordâncias de verbo e nome; **Erro de Apuração** considerado quando a matéria não responde às perguntas básicas do jornalismo, chamado de lide: Quem? Quando? Como? Porque? Onde? E, O que?

O site Campo Grande News apresentou o total de 65 erros, nas notícias postadas no dia 28 de outubro de 2009, foram 31 erros de digitação, 21 erros de gramática e 13 erros de apuração. Das 92 matérias publicadas no dia, 43 apresentaram algum tipo de erro, o que representa 46,7% de erro sobre o total de matérias.

Midiamax News	
Jornalista/Fonte	Nº matérias
Celso Bejarano*	2
Dourados Informa	2
G1	2
Gazeta News	2
BBC/Brasil	1
Sul News	1
Uniderp	1
Agência Estado	1
Nicanor Coelho (DDO)	1
Reuters	1
TCE/MS	1
CG Notícias	1
Nova News	1
Lancenet	3
Valdelice Bonifácio*	4
Diário Online	4
Notícias MS	4
João Prestes*	5
Sem Assinatura	6
Italo Zikemura*	7
Jaqueline Lopes*	8
Paulo Xavier	11
Estadão	15
Agência Brasil	15
Folha Online	18
Total	117

Já o site Midiamax News, apresentou um total de 51 erros, sendo 36 erros de gramática, 10 erros de digitação e cinco erros de apuração. Das 117 postagens do dia 28 de outubro, 38 apresentaram algum tipo de erro, o que representa 32,4% de erro do total de notícias publicadas.

5 Conclusão

A proposta desde artigo científico nunca foi confrontar os dois sites a fim de eleger o melhor e o pior, muito menos usar os dados para denegrir o trabalho realizado por esses veículos de imprensa, nem tampouco agregar críticas. Mas avaliar uma prática inerente ao jornalismo online que é a disputa entre o relógio e a notícias, causas e consequências. Em outras palavras, este trabalho visou diagnosticar possíveis impactos na qualidade da informação provenientes do vício pelo furo, ou então do desespero em publicar notas no menor intervalo de tempo que o concorrente.

Fato é que desde a formação da sociedade existe uma inimizade entre o homem e o tempo. O assunto já rendeu título de *Best Selles*, temas de filmes, e com certeza, muitas horas de terapia. No jornalismo essa inimizade é uma guerra declarada em qualquer veículo. É como se o jornalista quisesse divulgar a notícia antes da mesma acontecer. Mais um exemplo de objetivos inatingíveis que constroem os paradoxos do jornalismo.

Antes de qualquer conclusão sobre os resultados obtidos com essa pesquisa, vale ponderar e situar o jornalismo online no Brasil e, especialmente em Mato Grosso do Sul, quanto ao tempo de existência. Ambos os sites Campo Grande News e Midia-max News possuem cerca de 10 anos de fundação, o jornalismo online no Brasil pode ter alguns anos a mais, mesmo assim, é muito pouco tempo para a maturação de um veículo de comunicação comparado à televisão que desde Chateaubriand tem cerca de 50 anos, a rádio que chegou ao País na década de 1930, sem falar no impresso que já comemorou dois séculos de circulação no Brasil. O tempo prova que a formação do

“caráter” do veículo é construída gradativamente, adaptando-se às realidades locais. Dessa forma seria imprudência tecer julgamentos sem considerar o processo gerúndio do jornalismo online local.

Em apenas 24 horas de análise dos dois maiores sites de jornalismo online de Mato Grosso do Sul, tomando como base 209 notícias, já é possível apresentar alguns indícios que despertam e até solicitam uma pesquisa mais aprofundada sobre a qualidade da informação no jornalismo online do Estado. Por ora, é possível afirmar que não existe nenhum tipo de normatização, regulação e padronização de qualidade para o jornalismo online de Mato Grosso do Sul. Ambos os sites não possuem um profissional específico que exerce a função de revisor, nem a função chamada no jornalismo impresso de *ombudsman*. Funções estratégicas que minimizariam dois tipos de erros, o de digitação e o de gramática. Também não possuem manual de redação, que norteia o estilo de redação e as práticas gramaticais adotadas pelo site, como existem na maioria das redações.

Ainda sobre o tempo, é fato que a velocidade na digitação abre brechas para a inserção de teclas erradas na palavra. Essa mesma velocidade, o dia a dia da redação, faz com que o jornalista publique a matéria antes de fazer uma leitura final, quando muito dá uma rápida passada de olho eliminando erros mais grosseiros. Isso porque ler a matéria com calma antes de publicar em busca de possíveis correções significa atraso na postagem, o que na disputa pelo furo, torna-se fator de risco menos importante do que publicar antes do concorrente. Ou seja, os argumentos apresentados neste artigo mostram que sim, a velocidade de at-

ualização das notícias comprometem a qualidade da informação no jornalismo online.

Porém vale destacar também, o que vem sendo feito pelos sites analisados para a construção dessa qualidade. O site Campo Grande News apresenta três ferramentas interessantes que auxiliam no processo da construção da qualidade do jornalismo online. A ferramenta **Comentário**, que permite ao leitor participar da construção da matéria, comentando as notícias e, muitas vezes até inserindo informações. A ferramenta **Reportar Erro**, que também permite ao leitor corrigir o repórter/reportagem, incluindo os três tipos de erros mencionados neste artigo. E, o **Relatório de Erros**, ferramenta de controle interno que permite à editoria apurar os erros mais frequentes cometidos pelos profissionais e, assim, poder sanar as dificuldades. Já o site Midiamax News, apresenta uma ferramenta que também colabora para a construção da qualidade da informação no jornalismo online, que é um *feedback* ao leitor quando a matéria foi alterada ou ainda está sendo apurada, as informações utilizadas pelo site no final das reportagens são “apurado até aqui” e, “editado às xxhs para correção”.

6 Referências Bibliográficas

- MOURA, Catarina, Ambivalências de um tempo sem tempo, Universidade da Beira Interior, Portugal, 2002)
- KUNCZIK, Michael, Conceitos de Jornalismo: Manual de Comunicação. Ed Edusp, 1997
- LASSWELL, H.D. The structure and Function of Communication in Society, 1949.
- PALADINI, E. P. Gestão da Qualidade: teoria e prática. Ed. Atlas.
- GARVIN, D.A. Gerenciando a qualidade. Ed. Qualitymark.
- FERRARI, Pollyana. *0.0,0.0,0.5019608Jornalismo Digital*. Editora Contexto, 2003.
- CARVALHO, J. L. M. ; TOLEDO, J. C. . Reestruturação produtiva, programas da qualidade e certificações ISO 9000 e ISO 14000 em empresas brasileiras: pesquisa no setor químico/petroquímico. Polímeros, São Carlos, v. 10, n. 4, p. 179-192, 2000. Prof.
- LIMA, Gerson Moreira. *0.0,0.0,0.5019608Releasmania: uma contribuição para o estudo do 'press release' no Brasil*, 3ª edição. Summus Editorial, 1995.
- RODRIGUESa, Bruno. *0.0,0.0,0.5019608Webwriting: pensando o texto para mídia digital*, 2ª edição. Editora Berkeley, 2001.
- BARRAL, Étiene. Otaku: Filhos do Virtual. Senac, 2001
- BERLO, David. O Processo da Comunicação. São Paulo; Martins Fontes, 2001.
- BRETTON, Philippe. Sociologia da Comunicação. São Paulo; Loyola, 2000.

- CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. São Paulo; Paz e Terra, 1999. Site www.campograndenews.com.br – acessado dia 28 de outubro de 2009
- ROSSI, Terezinha de Jesus. Certificação Digital: Novas Formas de Defesa na Era dos Excessos. Dissertação (mestrado em psicologia da comunicação). Pontífice Universidade Católica, Rio de Janeiro, 2004. Site www.midiamax.com.br – acessado dia 28 de outubro de 2009
- DUMBLEBY, Richard. Mais do que Palavras. São Paulo; Summus, 1996.
- GIOVANI, Giovanini. Evolução na Comunicação: do Sílex ao Silício. São Paulo; Nova Fronteira, 1998.
- HUXLEY, Aldous. Admirável Mundo Novo. Rio de Janeiro; Globo, 1998.
- KURZWEIL, Ray. Ser Humano Versão 2.0. Disponível em <http://www.kurzweilai.net>. Acessado em 29 de maio de 2006.
- LEVY, Pierre. A Conexão Planetária. Belo Horizonte; 34, 1996.
- LEVY, Pierre. O Que é virtual? Belo Horizonte; 34, 1997.
- MONTEIRO, Luis. A Internet como meio de Comunicação: Possibilidades e Limitações. INTERCOM 2001.
- PNAD Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílio_Informática. IBGE, 2004.
- <http://www.bocc.ubi.pt/> Biblioteca online de Ciência da Comunicação Acessos de 28 de outubro entre a 7 de novembro de 2009