

O Discurso Jornalístico em Pauta: Mais Notícias, Melhores Notícias?¹

Milena Ferreira Hygino NUNES²

Carlos Henrique Medeiros de SOUZA³

Analice de Oliveira MARTINS⁴

Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Campos, RJ

Resumo

Com o intuito de verificar se a dinâmica de produção de notícias no meio on-line interfere na qualidade do discurso jornalístico, tomou-se como objeto de análise a cobertura feita pelo portal de notícias G1 e pelo jornal O Globo sobre o incêndio na boate Kiss (ocorrido em Santa Maria (RS), em janeiro de 2013). Com base em Felipe Pena (2008), Pollyana Ferrari, Pierre Lévy (1999), Patrick Charaudeau (2009), Dominique Maingueneau (2008), entre outros, fez-se um breve arcabouço teórico acerca das peculiaridades do jornalismo on-line, em comparação ao impresso, e analisou-se o discurso jornalístico, sobretudo quanto à precisão das notícias. Ao final, verificou-se que as condições de produção do discurso jornalístico no ciberespaço colaboram para que as notícias sejam geradas de forma prematura, sem a devida apuração, prejudicando, assim, a qualidade do que é veiculado.

Palavras-chave: jornalismo on-line; análise do discurso; discurso jornalístico.

Introdução

O rápido avanço das tecnologias tem provocado mudanças bruscas no setor das comunicações. Esse cenário dominado pela internet, com inúmeros recursos tecnológicos e redes sociais, alterou, de forma significativa, as rotinas de produção e veiculação jornalísticas. Os processos passaram a ser mais flexíveis, rápidos e dinâmicos, o que resultou em maiores possibilidades de apuração, processamento e publicação em um período de tempo bem menor. Mas que notícia é essa que vem sendo produzida no meio on-line?

No jornalismo on-line, as formas de apuração e verificação de informações passam pela própria internet, o que possibilita um jornalismo muito mais ágil, porém, de certa forma, arriscado, porque pode se transformar em superficial, impreciso, sem qualidade e, conseqüentemente, sem credibilidade. É importante avaliar até que ponto o ciberespaço e as

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Curso de Cognição e Linguagem da UENF, email: milena.hygino@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor associado e coordenador do Programa de Pós-graduação em Cognição e Linguagem da UENF, email: chmsouza@gmail.com.

⁴ Coorientadora do trabalho. Professora colaboradora do Programa de Pós-graduação em Cognição e Linguagem da UENF e coordenadora da Licenciatura em Letras do Instituto Federal Fluminense, email: analice.martins@terra.com.br.

suas características intrínsecas, principalmente a questão da atualidade, colaboram com o exercício do jornalismo, sem atrapalhar o resultado de um trabalho bem elaborado e criterioso, com a verdadeira apuração dos fatos, evitando, assim, que sejam geradas notícias “prematuras” nos veículos on-line, decorrentes da pressa própria do meio e da disputa acirrada pelos internautas. É o que se pretende neste artigo.

O Jornalismo no Ciberespaço

As mudanças na produção e na veiculação de notícias, possibilitadas pelo ambiente virtual, são nítidas. Pierre Lévy (1999) explica que “[...] esse novo meio [*ciberespaço*] tem a vocação de colocar em sinergia e interfacear todos os dispositivos de criação de informação, de gravação, de comunicação e de simulação” (LÉVY, 1999, p. 95) e aposta que “[...] a perspectiva da digitalização geral das informações provavelmente tornará o ciberespaço o principal canal de comunicação e suporte de memória da humanidade a partir do início do próximo século” (LÉVY, 1999, p. 95). Porém, é preciso ver essas mudanças com ressalvas.

Ferrari (2008) afirma que, no caso específico das redações on-line, a produção deixou de ser um item do exercício do jornalismo, porque

[...] adotou-se apenas a produção de notícias, ou, como se diz no jargão jornalístico, de “empacotamento” da notícia. Empacotar significa receber um material produzido, na maioria das vezes, por uma agência de notícias conveniada, e mudar o título, a abertura, transformar alguns parágrafos em outra matéria para ser usada como link correlato, adicionar foto ou vídeo, e por aí afora (FERRARI, 2008, p. 44).

Essa prática de empacotamento ocorre, certamente, pela necessidade de atualização constante imposta pelo meio, o que acaba resultando em imprecisões e erros.

Por trazer mudanças profundas,

[...] não podemos encará-la [*a internet*] apenas como uma mídia que surgiu para viabilizar a convergência entre rádio, jornal e televisão. A internet é outra coisa, uma outra verdade e conseqüentemente uma outra mídia, muito ligada à tecnologia e com particularidades únicas (FERRARI, 2008, p. 45).

A seguir, serão analisadas as peculiaridades do jornalismo on-line:

Multimedialidade

Também chamada de convergência de mídias, caracteriza-se pela combinação de diversos formatos dos meios de comunicação tradicionais – jornal, rádio e televisão – para o relato do fato jornalístico. Aguiar (2009) explica que, no meio on-line, há “[...] a inter-

relação entre texto, imagem e som, não sendo apenas uma soma dessas três matrizes midiáticas, e sim uma produção discursiva disponibilizada de forma integrada e complementar pelo suporte web” (AGUIAR, 2009, p. 169).

Canavilhas (2003) defende que, ao poder utilizar um recurso multimídia como o vídeo, mais do que citar, o jornal on-line pode oferecer o som original do citado, caminhando assim para um jornalismo mais objetivo (CANAVILHAS, 2003). Na visão do autor, “[...] o vídeo [...] empresta um caráter legitimador à informação veiculada no texto” (CANAVILHAS, 2003, p. 69).

Deve-se levar em consideração, porém, que, se uma notícia é passível de desconfiança, independe o formato em que esteja – texto, vídeo, áudio, foto –, porque todos estão sujeitos à edição e, portanto, ao recorte do que interessa para o veículo jornalístico ser mostrado.

O aspecto multimídia do jornalismo on-line afetou também os profissionais, suas funções e hábitos nas redações. Outra grande mudança ocorreu no processo de apuração, que passou a ser feito majoritariamente pela internet, seja pela abrangência do meio, seja pela falta de tempo para uma apuração mais criteriosa em outras fontes.

Os veículos impressos também utilizam a internet para recolher informação atualmente. O problema do on-line é que, como o tempo de apuração, produção da notícia e veiculação é curto – diferentemente do impresso, que tem até 24 horas – muitas vezes a informação não é confirmada. E então são geradas imprecisões, que prejudicam a qualidade e a credibilidade do que é noticiado.

Hipertextualidade

Possibilita a interconexão de diferentes blocos informativos – textos, vídeos, áudio, fotos – através de *links* (AGUIAR, 2009). Ao utilizar *links*, um jornal on-line permite que o leitor decida e avance sua leitura do modo como quiser, sem ser obrigado a seguir uma ordem linear. “Na internet, não nos comportamos como se estivéssemos lendo um livro, com começo, meio e fim [*ou seja, fazendo uma leitura linear*]. Saltamos de um lugar para outro – seja na mesma página, em páginas diferentes, línguas distintas, países distantes etc.” (FERRARI, 2008, p. 42).

Pierre Lévy (1999) antecipa o pensamento de Ferrari (2008), ao considerar

[...] um hipertexto como um espaço de percurso para leituras possíveis, um texto aparece como uma leitura particular de um hipertexto. O navegador participa, portanto, da redação do texto que lê. Tudo se dá como se o autor de um hipertexto

constituísse uma matriz de textos potenciais, o papel dos navegantes sendo o de realizar alguns desses textos colocando em jogo, cada qual à sua maneira, a combinatoria entre os nós (LÉVY, 1999, p. 57).

É preciso esclarecer, porém, que também em um suporte impresso – seja livro, seja jornal – é possível fazer leitura não-linear, consultando o sumário ou o índice remissivo, ou pulando de uma matéria a outra, de uma página a outra, no jornal impresso. Entretanto, o suporte digital traz uma diferença considerável: a passagem de um nó [*link*] a outro é feita, no computador, com grande rapidez, da ordem de alguns segundos (LÉVY, 1999).

Interatividade

A multimídia e a hipertextualidade pressupõem interatividade, ao proporcionar ao leitor a possibilidade de ler as matérias do jornal on-line “na ordem que desejar” (FERRARI, 2008). Segundo Ferrari (2008), “[...] todo leitor web consegue reconfigurar a informação de acordo com suas preferências e hábitos de leitura” (FERRARI, 2008, p. 43), tornando-se um escritor enquanto lê.

Maingueneau (2008) concorda com Ferrari (2008), chamando atenção para o meio on-line, que proporciona essa interatividade, ao contrário do veículo impresso:

O monitor de um computador [...] conectado à internet oferece um texto heterogêneo e em perpétua reconfiguração, em função das decisões de seu ‘leitor’, [...] podendo o ‘leitor’ navegar quase sem barreiras em um emaranhado de enunciados que ele faz aparecer ou desaparecer (MAINGUENEAU, 2008, p. 82).

Porém, é importante destacar que o “poder de decisão” e de “navegação livre” do leitor tem ressalvas. É “quase” sem barreiras, como afirmou Maingueneau na citação acima, mas, mesmo que poucas, elas existem e limitam o leitor. Pena (2008) explica que

[...] os emissores criam ícones e percursos de leitura e o usuário acredita que decide por onde navegar. O que poderia ser até viável, se não levássemos em conta que os links são preestabelecidos e podem nos levar a ‘caminhar’ em círculos, sempre de acordo com o interesse do produtor da mensagem (PENA, 2008, p. 100).

Se é *link*, se conduz o leitor – em vez de somente sugerir um caminho –, é algo predeterminado, formatado, limitado. Hernandez (2012) complementa: “Um portal não é um texto sem limites. O caminho hipertextual realizado pelo internauta também é consequência de uma estratégia enunciativa” (HERNANDES, 2012, p. 244).

A interatividade também abarca a oportunidade de maior interação entre leitor e jornal, por meio de comentários sobre os fatos noticiados; participação em *chats* com jornalistas e entrevistados; troca de e-mails; presença nos fóruns de discussão; atuação como “repórter-cidadão” nas páginas de jornalismo colaborativo.

Canavilhas (2003) defende essa característica própria do meio on-line como uma grande vantagem sobre o impresso, que não a tem.

Sabe-se, entretanto, que também no meio on-line a participação é moderada, ainda que menos que no impresso. Nem todos os comentários enviados ao jornal on-line sobre determinada matéria, por exemplo, aparecem na página do veículo. E, quando sim, não ocorre imediatamente após o envio. O que não se pode negar é que, no on-line, a interatividade entre leitor e jornal é potencialmente maior, seja pela dinâmica do meio – é mais rápido, acessível e prático –, seja também pelo espaço quase infinito disponível para publicação de comentários.

Atualidade

Essa característica, também chamada de instantaneidade, é definida por Aguiar (2009) como “[...] a capacidade de transmissão imediata e contínua de informações atualizadas sucessivamente” (AGUIAR, 2009, p. 171), sendo muito forte nos veículos on-line, pela dinâmica mesma do meio, principalmente nos portais, como explica Hernandes (2012):

Qualquer jornal precisa fazer seu consumidor acreditar que as notícias divulgadas são atuais. [...] O “ineditismo” de um fato é um valor mais importante no portal do que em outros meios de comunicação. Serve para gerar o efeito de proximidade temporal entre enunciador e enunciatário (HERNANDES, 2012, p. 253).

Comparando os veículos impresso e o on-line, enquanto o primeiro tem uma atualização (ou periodicidade) de 24 horas - uma vez que o jornal tem uma edição por dia -, o outro tem uma atualização constante, medida em minutos.

A necessidade de se veicular a notícia o mais rápido possível, numa busca incessante pela atualização da informação, gera consequências preocupantes, uma vez que “[...] a velocidade é consumida como fetiche, pois ‘chegar na frente’ torna-se mais importante do que ‘dizer a verdade’” (MORETZSOHN, 2002, p. 120). Moretzsohn (2002) cita algumas delas:

Obriga o repórter a divulgar informações sobre as quais não tem certeza; reduz, quando não anula, a possibilidade de reflexão no processo de produção da notícia, o que não apenas aumenta a probabilidade de erro como, principalmente e mais grave, limita a possibilidade de matérias com ângulos diferenciados de abordagem, capazes de provocar questionamentos no leitor; e, talvez mais importante, praticamente impossibilita a ampliação do repertório de fontes, que poderiam proporcionar essa diversidade (MORETZSOHN, 2002, p. 70).

Para compensar o curto espaço de tempo para apuração e produção das notícias, o computador torna-se a grande fonte de informações. Sobre isso, Pena (2008) faz um alerta pertinente: ao mesmo tempo em que o computador “[...] é capaz de, quase instantaneamente, fornecer ao editor de um jornal tudo que já foi publicado sobre determinado assunto, a diversidade das fontes torna o resultado final pouco confiável” (PENA, 2008, p. 60).

Castilho (2005) também critica o uso do computador como fonte primária, ao afirmar que “[...] a notícia deixa de ser um produto acabado para se transformar num processo contínuo de recombinação informativa” (CASTILHO, 2005, p. 234). Isso ocorre porque “[...] as inovações tecnológicas na informática [...] permitiram [...] que a notícia pudesse ser modificada infinitamente e de forma imediata” (CASTILHO, 2005, p. 240), trazendo como consequências a imprecisão nas informações divulgadas e, ao mesmo tempo, o excesso de informação – uma vez que o tempo de apuração é curto, por conta da necessidade de atualização constante no meio on-line, o que colabora para que sejam geradas notícias superficiais e perecíveis, e também porque é fácil modificá-las; além do apagamento de notícias, principalmente as que contêm erros.

Personalização

Outra grande diferença entre a mídia tradicional – especificamente a impressa – e a on-line é que esta parte de um grupo grande para um grupo pequeno, e, por fim, para o indivíduo, enquanto a tradicional tem como objetivo falar com uma grande quantidade de pessoas (FERRARI, 2008). A mídia on-line, graças aos avanços tecnológicos e à solidificação da era da informação, consegue atingir o indivíduo digital, que está habituado

[...] a janelas que se abrem para outros conteúdos, multitarefas, interatividade de sistemas e *softwares* cada vez mais amigáveis – todos os recursos que facilitam a propagação da nova mídia de massa, que já nasceu com forte apelo visual e concebida para ser direta, objetiva e sucinta. É um leitor que raramente lê jornal impresso (FERRARI, 2008, p. 53).

Aguiar (2009) explica que a personalização, também chamada de customização ou individualização do conteúdo, refere-se à opção feita pelo usuário para escolher e configurar os produtos jornalísticos de acordo com o seu interesse, fazendo com que se sinta parte do processo de produção da informação. “A tecnologia permite que o usuário realize a seleção e a hierarquização das notícias, criando páginas personalizadas de acordo com sua disposição para o consumo de notícias” (AGUIAR, 2009, p. 170). Assim, “[...] o webjournal transforma-se num informativo pessoal que, embora disponibilize a informação

mais importante a cada momento, garante uma primeira página onde se destaquem as áreas de interesse do utilizador” (CANAVILHAS, 2003, p. 71).

Mas, como bem alerta Serra (2003),

[...] o que se costuma chamar um “acesso personalizado à informação” não passa, na maior parte dos casos, ou da escolha mais ou menos aleatória de um determinado percurso hipertextual, [...] ou, então, de um percurso que segue um itinerário definido previamente à web, e em função de critérios também eles definidos exterior e previamente à rede (SERRA, 2003, p. 45).

A crítica de Serra é que a personalização de conteúdo, ao destacar as supostas preferências de leitura do usuário numa rede de *hiperlinks*, não é nada mais do que uma forma de tolher a liberdade de acesso “vendido” como quase infinito que o ciberespaço possibilita ao leitor.

Arquivamento

Chamada também de armazenamento ou memória, a acumulação de informações é mais viável técnica e economicamente na web do que em outras mídias. Aguiar (2009) explica:

[...] a tecnologia digital, por admitir ilimitada capacidade de memória, além de garantir a perenidade e a rápida acessibilidade, permite a disponibilização on-line de todas as notícias produzidas, que passam a ser armazenadas em bancos de dados com métodos sofisticados de indexação e recuperação da informação (AGUIAR, 2009, p. 170).

Fidalgo (2003), na afirmação a seguir, corrobora a facilidade de acesso do arquivo digital:

O arquivo de jornal era de algum modo um arquivo inerte, arquivo que só o jornal do dia podia de certa maneira ressuscitar também por um dia. Ora, o online e o hipertexto permitem o acesso aos jornais do arquivo como se de jornais do próprio dia se tratassem. Há aqui uma nova esfera do jornalismo, a ligação ao arquivo, possibilitada pelo online (FIDALGO, 2003, p. 2).

Porém, mesmo com toda a facilidade de armazenamento, acesso e espaço disponível, ainda assim o arquivamento de todas as notícias dos jornais on-line não é total, porque, quando erros muito graves são veiculados, matérias que os contêm são rapidamente excluídas do arquivo ou atualizadas. Mesmo que se tenha o *link* da matéria original, não se consegue entrar. Na parte da análise, este assunto será abordado com maior profundidade e exemplificado com objetos de análise.

Outro problema no arquivamento de jornal on-line é, como destaca Babo (2004), “[...] esta volatilização do papel a que se segue uma constante atualização dos documentos

na rede simultânea com uma certa precarização do acesso a sítios [sites], que desaparecem ou se desativam frequentemente” (BABO, 2004, p. 104).

Observa-se que o avanço tecnológico e os benefícios trazidos por ele, como a facilidade de acesso às notícias, a personalização do conteúdo e a superação dos limites de espaço e tempo proporcionadas pela internet, não garantem “[...] uma melhor qualidade do produto jornalístico, pois o privilégio dado para a instantaneidade e a quantidade de notícias ocorre em detrimento do aprofundamento do noticiário” (AGUIAR, 2009, p. 171).

O Discurso Jornalístico como Construção da Realidade

Apesar de o discurso jornalístico, segundo Maingueneau (2008), ser “[...] de certa forma antecipadamente legitimado, uma vez que foi o próprio leitor que o comprou” (MAINGUENEAU, 2008, p. 40), é preciso refletir sobre o que é noticiado, já que, assim como todo discurso, o “[...] jornalismo não é o *discurso da realidade* (como diz ser), mas *um discurso sobre a realidade*” (MORETZSOHN, 2002, p. 79), como defende a teoria do *newsmaking*, como explica Pena (2008):

É no trabalho de enunciação que os jornalistas produzem os discursos, que, submetidos a uma série de operações e pressões sociais, constituem o que o senso comum das redações chama de notícia. Assim, a imprensa não reflete a realidade, mas ajuda a construí-la. Esses pressupostos estão incluídos no modelo teórico do *newsmaking* (PENA, 2008, p. 149).

E também a AD, como se constata na afirmação de Charaudeau (2009) a seguir:

Não há captura da realidade empírica que não passe pelo filtro de um ponto de vista particular, o qual constrói um objeto particular que é dado como um fragmento do real. Sempre que tentamos dar conta da realidade, empírica, estamos às voltas com um real construído, e não com a própria realidade (CHARAUDEAU, 2009, p. 131).

A mídia, ao reconstruir “[...] o acontecimento na operação jornalística, [...] junto com ela, vende a crença de que a montagem não interfere na construção da realidade” (PENA, 2008, p. 160). É o que Charaudeau (2009) chama de “efeito de verdade”, baseado na convicção: “[...] o efeito de verdade está mais para o lado do ‘acredito ser verdadeiro’ do que para o do ‘ser verdadeiro’” (CHARAUDEAU, 2009, p. 49).

Castilho (2005) acredita que isso ocorra porque

[...] a imprensa sempre se apresentou como uma instituição acima de qualquer suspeita, ou seja, preocupada basicamente em transmitir a verdade aos integrantes das comunidades às quais ela se dirige. Trata-se de uma credibilidade auto-assumida, adquirida junto com o título de posse do veículo (CASTILHO, 2005, p. 247).

Porém, levando-se em consideração o discurso jornalístico como construção da realidade, essa insuspeição da posição da imprensa deve ser reavaliada, o que será feito na parte da análise, neste trabalho.

Os Objetos de Análise

Como objetos de pesquisa, têm-se as matérias sobre o incêndio na boate Kiss, em Santa Maria (RS), ocorrido em 27 de janeiro de 2013. As matérias analisadas foram noticiadas no jornal impresso *O Globo* e no portal de notícias *GI*, ambos os veículos pertencentes às *Organizações Globo*.

Levou-se em consideração, na escolha dos veículos, a preocupação para que não houvesse discordância de fatores externos que poderia, de alguma forma, interferir na política editorial do veículo e, conseqüentemente, no trabalho de análise. Por isso, ambos os veículos analisados são da mesma empresa.

Pelo fato de o universo da pesquisa ser amplo (11 páginas internas do jornal *O Globo*, totalizando 19 matérias, e 120 matérias do portal *GI*), foi necessário fazer um recorte dos objetos de análise. Selecionou-se uma amostra não probabilística das matérias veiculadas pelo *Globo* na edição do dia 28 de janeiro de 2013 e das matérias publicadas pelo *GI*, em um período de 24 horas (das 3 horas da manhã do dia 27/01/2013 – horário do incêndio – às 3 horas da manhã do dia 28/01/2013).

O critério de escolha das matérias deu-se pelo conteúdo mais informativo do que opinativo. Assim, foram selecionadas as que relataram efetivamente o acidente na boate Kiss e foram desconsideradas matérias mais subjetivas. Sendo assim, os objetos de análise restringiram-se a seis páginas (3, 5, 8, 12, 13 e 15) do jornal *O Globo*, totalizando nove matérias, e 18 matérias do *GI*, além da capa de ambos os veículos.

Análise da Cobertura do Globo e do G1

Em se tratando de um veículo on-line, atualizar significa publicar a notícia o mais rápido possível, em tempo quase real, porque a tecnologia colabora para isso. Comparando as matérias do jornal *O Globo* e as do portal de notícias *GI* sobre o incêndio em Santa Maria (RS), em um período de 24 horas (das 3 horas da manhã do dia 27/01/2013 – horário do incêndio – às 3 horas da manhã do dia 28/01/2013), vê-se que a instantaneidade é muito mais forte no veículo on-line. Enquanto *O Globo* teve apenas uma edição nesse intervalo de tempo, com 11 páginas internas mais capa inteira sobre o ocorrido, o *GI*, no mesmo

período, publicou 120 matérias relacionadas ao incêndio, o que equivale, aproximadamente, a uma atualização a cada 12 minutos. É importante deixar claro que se levou em consideração, nesta contabilização, apenas as matérias com assinatura do *GI* e de agências de notícias nacionais ou internacionais, todas veiculadas no site do *GI*. Assim, não foram contabilizadas matérias veiculadas no site do *GI* neste mesmo espaço de tempo (das 3 horas do dia 27/01/2013 às 3 horas do dia 28/01/2013) com assinaturas de outros programas e veículos das *Organizações Globo* (como *Fantástico*, rede *RBS*, *Globo News*), por se tratar de reprodução.

Essa busca incessante pela atualização, muito característica do meio on-line, faz com que, por causa da pressa, não se dedique tempo suficiente para uma apuração mais criteriosa e para a confirmação das informações e, assim, sejam cometidas imprecisões nas publicações. Isso ocorre porque, no jornalismo on-line, ao mesmo tempo em que o acontecimento é apurado, a matéria é produzida e imediatamente publicada.

Um indício forte dessa rotina de produção e publicação instantânea do G1, enquanto o acontecimento ocorre, é o uso de alguns verbos no tempo presente não só nos títulos, subtítulos e legendas das matérias – aceitável por serem vistos como o resumo, a parte comentadora da história, que solicita a atenção do leitor –, mas também ao longo do texto, geralmente acompanhado de advérbios ou locuções adverbiais como **já**, **ainda**, **neste momento**, ou do gerúndio, que indica uma ação contínua, que está em andamento.

Observa-se que, das 18 matérias do *GI* selecionadas como objetos de análise, nove apresentam, até mais de uma vez, verbos no presente, totalizando 16 fragmentos, enquanto *O Globo* apresenta apenas dois fragmentos, em duas matérias diferentes.

A quantidade de vezes que o uso do verbo no presente aparece nas matérias do *GI*, comparada com a do *Globo*, ratifica a ideia de que a matéria, no veículo on-line, desenvolve-se junto com o acontecimento, por causa da dinâmica mesma do ciberespaço, que colabora para que os modos de produção e de veiculação sejam mais rápidos. Porém, a aceleração do processo traz como consequência a imprecisão das informações veiculadas.

Um aspecto marcante na cobertura do G1 sobre o incêndio na boate Kiss foi a divulgação do número de mortes no acidente, que exemplifica bem a imprecisão e também a busca incessante pela atualização no meio on-line. O G1 atualizou esse dado com doze números diferentes (sem contar as diversas vezes em que os mesmos números foram trocados eventualmente), como pode ser visto nos títulos presentes na Tabela 1:

Tabela 1 - Números de mortos no incêndio na boate Kiss (RS) publicados pelo G1 no período de 24 horas logo após o acidente.

Item	Título	Mortos	Publicação
1	Incêndio em boate no Rio Grande do Sul mata ao menos 90 pessoas	90	27/01/2013, às 09h03
2	Fogo em boate deixa dezenas de mortos no Rio Grande do Sul	Dezenas	27/01/2013, às 09h09
3	Incêndio em discoteca no Rio Grande do Sul deixa mais de cem mortos	+ de 100	27/01/2013, às 09h24
4	Incêndio em boate no Rio Grande do Sul mata ao menos 159 pessoas	159	27/01/2013, às 09h33
5	Incêndio em discoteca de Santa Maria deixa pelo menos 120 mortos	120	27/01/2013, às 09h51
6	Número de mortos em incêndio em Santa Maria chega a 180, diz polícia	180	27/01/2013, às 09h52
7	Número de mortes após incêndio em boate já chega a 245, afirma polícia	245	27/01/2013, às 11h23
8	Número de mortes após incêndio em boate já chega a 232, afirma polícia	232	27/01/2013, às 11h23
9	Incêndio mata mais de 230, deixa 117 feridos em boate no RS	+ de 230	27/01/2013, às 18h12
10	Incêndio deixa 233 mortos em boate no Rio Grande do Sul	233	27/01/2013, às 22h09
11	Incêndio em boate no Rio Grande do Sul deixa mais de 200 mortos	+ de 200	27/01/2013, às 22h27
12	Número de mortos em tragédia em boate no RS é revisado para 231	231	27/01/2013, às 23h43

Vê-se que o *G1* chegou a noticiar a quantidade exorbitante de 245 mortos que, até hoje, não foi atingida. A última vítima fatal foi a 242^{a5}, ocorrida no dia 19 de maio de 2013. Passadas 24 horas do incêndio, o número de mortes noticiado no jornal *O Globo* e no portal *G1* coincidia (231), sem que o jornal impresso cometesse nenhuma imprecisão, uma vez que os processos de apuração, produção e veiculação, mais demorados no meio impresso, permitem que o fato seja averiguado mais vezes.

Não se pode deixar de notar que a possibilidade e a facilidade de atualização de uma matéria de forma infinita e imediata em um site colaboram para que ocorra essa quantidade de atualizações e, por outro lado, para que se perca o “histórico” do que foi noticiado, uma vez que há o costume da utilização de um mesmo *link* para acrescentar, ou mesmo mudar, informações sobre determinado acontecimento. Como exemplo, tem-se o *link*

⁵ ORGANIZAÇÕES GLOBO. Morre no RS a vítima de número 242 do incêndio na boate Kiss. In: *G1*, 19 mai. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2013/05/morre-no-rs-vitima-de-numero-242-do-incendio-na-boate-kiss.html>> Data do acesso: 30 jul. 2013.

<<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2013/01/numero-de-mortes-em-incendio-de-boate-ja-chega-245-diz-policia.html>>, utilizado em dois títulos diferentes.

Na primeira vez em que foi usado, às 11h23 do dia 27/01/2013, a matéria tinha como título “Número de mortes após incêndio em boate já chega a 245, afirma polícia”. Às 14h22, a matéria foi modificada, passando a ter o título “Número de mortes após incêndio em boate já chega a 232, afirma polícia”. Assim, muitas imprecisões cometidas por jornalistas são literalmente apagadas. E, na maioria das vezes, passam despercebidas pelos leitores.

Voltando à análise do uso dos tempos verbais, enquanto as matérias do *Globo* são constituídas, majoritariamente, por verbos no pretérito perfeito, que “[...] indica uma ação definida no tempo e exprime uma certeza de quem fala em relação ao conteúdo de sua comunicação” (CUNHA, 2013, p. 25), as matérias do *G1* mesclam verbos no futuro do pretérito – que expressa dúvida, hipótese, ou seja, imprecisão –, com discurso indireto, o que sugere que “[...] o orador não se compromete, não assume a responsabilidade pelo que enuncia; quem faz a afirmação é ‘alguém’, alguma fonte autorizada” (CUNHA, 2013, p. 24), como se vê abaixo:

*O Globo*⁶: Eram 2h30m quando a banda Gurizada Fandangueira, após subir ao palco, acionou um efeito pirotécnico. Como o teto era baixo, a chama atingiu o isolamento acústico, iniciando o incêndio. O fogo se alastrou rapidamente. Na confusão, todos fugiram desesperados para o mesmo local.

*G1*⁷: Conforme informações da polícia, o incêndio teria começado por volta das 2h30, depois que o vocalista da banda que se apresentava teria feito uma espécie de show pirotécnico, usando sinalizador. As faíscas teriam atingido a espuma de isolamento acústico no teto da boate e (teria) iniciado o fogo, que se espalhou em poucos minutos.

Comparando os dois exemplos, vê-se que se trata das mesmas informações. Mas alguns aspectos as diferenciam pela maior ou menor precisão que transmitem ao leitor, como mostra a Tabela 2 a seguir:

Tabela 2 - Maior ou menor precisão transmitida pelo *G1* e *O Globo*.

O Globo	G1
eram 2h30m	por volta das 2h30
a banda Gurizada Fandangueira	a banda que se apresentava
acionou um efeito pirotécnico	teria feito uma espécie de show pirotécnico
a chama atingiu	as faíscas teriam atingido

⁶ Jornal O Globo, p. 3.

⁷ G1, matéria “Alvará de boate incendiada estava vencido desde agosto, diz bombeiro”.

iniciando o incêndio	[teria] iniciado o fogo
-----------------------------	--------------------------------

O fragmento retirado do jornal impresso, ao utilizar os verbos no pretérito perfeito, passa segurança, certeza do que está informando e, conseqüentemente, a notícia parece ter mais credibilidade do que a do *GI*, que faz uso do futuro do pretérito, tempo verbal que expressa probabilidade a ser confirmada e, no caso, também marca o não comprometimento do jornalista com a verdade do relato, pelas condições de produção do meio on-line.

Além do tempo verbal, há outros detalhes no fragmento extraído do *GI* que enfraquecem o seu discurso, quando comparado ao que publicou *O Globo*. A locução adverbial de tempo **por volta** transmite incerteza quanto à hora em que começou o incêndio, ratificando a sensação de imprecisão no discurso do veículo on-line. *O Globo*, ao contrário, transmite certeza quanto à hora em que ocorreu o acidente, apesar de o inquérito policial ter chegado à conclusão, meses depois, de que o incêndio começou aproximadamente às 3h da manhã. O fato de *O Globo* ter nomeado a banda que se apresentava no momento do incêndio, enquanto o *GI* não a especificou, também transmite maior precisão e assertividade do *Globo*.

Considerando todas as matérias analisadas, o *GI* apresentou 24 fragmentos que revelam imprecisões, como: advérbios e locuções adverbiais que transmitem inexatidão, como **por volta, pelo menos, ao menos, em torno, cerca de**; e operadores enunciativos, que “comentam”, de alguma forma, a própria enunciação, como o advérbio **aparentemente**, apontando baixo grau de certeza do jornalista em relação ao enunciado.

O Globo, por sua vez, contabilizou nove fragmentos com imprecisões em suas matérias, como: advérbios e locuções adverbiais que transmitem inexatidão, como **pelo menos, ao menos, cerca de**; modalizadores discursivos com base no crer, como as expressões **pode não ter sido, pode ter dado, dando a crer**, assinalando o campo da indeterminação, da incerteza; e também alguns verbos no futuro do pretérito, mas em número bem menor do que o que *GI* apresentou.

Vê-se que o *GI* veiculou muito mais fragmentos contendo imprecisões do que *O Globo*. As condições de produção e veiculação das notícias, muito mais rápidas no meio on-line, e que fazem com que profissionais tenham que cumprir tarefas múltiplas e ainda atualizar a página do veículo constantemente, com pouco tempo para apuração e averiguação das informações, explicam esses dados.

Considerações Finais

Com a análise das matérias selecionadas sobre o incêndio da boate Kiss veiculadas pelos *GI* e *O Globo*, chegou-se à conclusão de que as condições de produção do discurso jornalístico (o tempo maior ou menor de apuração, produção e veiculação das notícias) influenciam na forma como se constrói o discurso jornalístico - já que a produção do jornalismo on-line ocorre essencialmente no próprio ciberespaço, num prazo curto, medido em minutos, com poucas pessoas exercendo múltiplas funções, enquanto a produção do jornalismo impresso tem a internet apenas como mais uma fonte de pesquisa, além de possuir uma equipe bem estruturada e disponibilizar de um prazo de até 24 horas para uma apuração acurada - e, conseqüentemente, afeta a qualidade e a confiabilidade da notícia.

Observou-se que, por causa da necessidade de atualização constante do veículo on-line, são veiculadas matérias imprecisas, especulativas e opinativas, com o objetivo primordial de cumprir o critério de atualidade, em detrimento do compromisso fundamental do jornalista, que é a verdade dos fatos, a precisa apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação, previsto no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, no capítulo II, artigo 4º.

Vê-se, então, que “[...] informar [...] é escolha. Não somente escolha de conteúdos a transmitir, não somente escolha das formas adequadas para estar de acordo com as normas do bem falar e ter clareza, mas [...] escolhas de *estratégias discursivas*” (CHARAUDEAU, 2009, p. 39). E que “[...] todo dispositivo formata a mensagem e, com isso, contribui para lhe conferir um sentido”, sendo o conteúdo dependente da forma e a mensagem dependente do meio que lhe serve de suporte (CHARAUDEAU, 2009, p. 105). E isso é visível na análise dos objetos deste trabalho, considerando as características intrínsecas de cada meio e suas condições de produção.

Referências

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

BABO, Maria Augusta. (2004) O hipertexto como nova forma de escrita. In: SÜSSEKIND, Flora (Org.). **Historiografia literária e as técnicas da escrita: do manuscrito ao hipertexto**. Rio de Janeiro: Vieira e Lent. pp. 104-111.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo. (2003) Considerações gerais sobre jornalismo na web. In: FIDALGO, António; SERRA, Joaquim Paulo (Orgs.). **Informação e Comunicação Online: Jornalismo Online**. vol. 1. pp. 63-73. Covilhã, Portugal: Universidade da Beira Interior. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110829-fidalgo_serra_ico1_jornalismo_online.pdf> Data do acesso: 15 dez. 2013.

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

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

CUNHA, Hélia Coelho Mello. (2013) **A persuasão em discursos da atualidade**. Campos dos Goytacazes: IFF.

FERRARI, Pollyana. (2008) **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto.

FIDALGO, António. (2003) Introdução. In: FIDALGO, António; SERRA, Joaquim Paulo (Orgs.). **Informação e Comunicação Online: Jornalismo Online**. vol. 1. pp. 1-6. Covilhã, Portugal: Universidade da Beira Interior. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110829-fidalgo_serra_ico1_jornalismo_online.pdf> Data do acesso: 15 dez. 2013.

HERNANDES, Nilton. (2012) **A mídia e seus truques: o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público**. 2. ed. São Paulo: Contexto.

INFOGLOBO. (2013) Tragédia em Santa Maria. In: **O Globo**. Rio de Janeiro, 28 jan. pp. 1, 3-8, 12-16.

LÉVY, Pierre. (1999) **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34.

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

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

ORGANIZAÇÕES GLOBO. (2014) **G1**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/>>. Acesso em: 03 jan. 2014.

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

SERRA, Joaquim Paulo. (2003) A transmissão da informação e os novos mediadores. In: FIDALGO, António; SERRA, Joaquim Paulo (Orgs.). **Informação e Comunicação Online: Jornalismo Online**. vol. 1. pp. 13-48. Covilhã, Portugal: Universidade da Beira Interior. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110829-fidalgo_serra_ico1_jornalismo_online.pdf> Data do acesso: 15 dez. 2013.