

O novo *media* na imprensa: as notícias sobre a Internet no jornal *Público**

Sergio Denicoli dos Santos

2005

Índice

| | | |
|---|--|----|
| 1 | Introdução | 2 |
| 2 | Fontes jornalísticas: como se constrói a notícia | 3 |
| 3 | A Internet representada nas notícias sobre os <i>media</i> : o caso do jornal <i>Público</i> | 7 |
| 4 | A Internet como fonte e o futuro do jornalismo | 16 |
| 5 | Conclusão | 18 |
| 6 | Bibliografia | 20 |

*Trabalho referente à disciplina “Sociologia das Fontes Jornalísticas” do Mestrado em Informação e Jornalismo, Universidade do Minho.

1 Introdução

Este estudo visa analisar quais são as fontes que o jornal Público utiliza em suas páginas para retratar o *media* Internet, e como esse novo meio está alterando a forma de se fazer jornalismo, com base nas relações que envolvem os jornalistas, as fontes e os leitores.

Para isso foram analisadas as notícias veiculadas no Público, durante todo o ano de 2004, que estão na base de dados do projeto Mediascópio - uma iniciativa da Universidade do Minho que recolhe e analisa reportagens que falam sobre os *media*, veiculadas nos principais jornais portugueses.

O Público foi escolhido como referência por ser um dos mais conceituados diários de Portugal, tendo sido publicado pela primeira vez em 5 de Março de 1990.

É um jornal que apresenta uma estreita ligação com a Internet. Desde 1995 está presente na Web¹ e, de acordo com uma pesquisa publicada em 2005, se tornou o site mais visitado pelos portugueses, entre os jornais do País que disponibilizam seus conteúdos em versão *on-line*.²

Além disso, no início de 2005 o Público lançou seu segundo Livro de Estilo, escrito também com a ajuda da Internet. A Web permitiu uma interatividade com os leitores, que puderam contribuir com a edição da obra, conforme destacou o diretor do Público, José Manuel Fernandes, no prefácio do livro: “Há ainda que referir a colaboração de inúmeros leitores, que enviaram através da Internet (versão “on-line” do “Livro de Estilo”) críticas e sugestões de alterações.”³

Toda a análise dos dados empíricos foi feita com base no trabalho de autores que se preocuparam em observar as mudanças que estão se processando no mundo das comunicações com o ad-

¹ www.publico.pt

² CARDOSO, Gustavo; et al. – *A Sociedade em Rede em Portugal*. Porto: Campo das Letras, 2005. Detalhes sobre a pesquisa que chegou a esse dado serão mostrados nas páginas a seguir.

³ Disponível no endereço <http://www.publico.clix.pt/homepage/site/livroDeEstilo/default.asp>, acessado em 28 de Junho de 2005.

vento da Internet, e o conseqüente surgimento de novas ferramentas de trabalho do jornalismo.

Dessa forma torna-se possível analisar se a lógica de construção da notícia que retrata o novo *media* é a mesma dos outros meios, ou se possui uma dinâmica própria, além de permitir perceber a influência da Internet nos padrões entendidos como fontes.

2 Fontes jornalísticas: como se constrói a notícia

“Não há informação sem procura de fontes, não há informação verídica sem rigor no tratamento dessas mesmas fontes” (Daniel Cornu, 1994:76,77)

O que é notícia e qual o papel dos jornalistas? Para Traquina (2004:95), “segundo a ideologia jornalística, o jornalista capta, reproduz ou retransmite o acontecimento. Segundo a metáfora dominante no campo jornalístico, o jornalista é um espelho da realidade. O jornalista é simplesmente um mediador.”

Seria então o profissional responsável por levar a um receptor a visão de um acontecimento, com base em *valores-notícia*⁴.

Wolf (1987) descreve o estudo de Kurt Lewin, feito em 1947, que criou o conceito do *gatekeeper*. O estudo focava-se, principalmente na questão das mudanças de hábitos alimentares. Lewin concluiu que em comportamentos relativos a um determinado tema, existem algumas forças que podem funcionar como “cancela”, ou como “porteiro”. “Isso sucede não só com os canais de alimentação, mas também como a sequência de uma informação, dada através dos canais comunicativos, num grupo” (Lewin, 1947 citado por Wolf, 1987:160)

Wolf (1987), cita ainda que o conceito proposto por Lewin foi utilizado por White, em 1950, numa análise sobre o fluxo de notícias nos órgãos de informação. Foi um estudo de caso feito com

⁴ TRAQUINA (2004) e WOLF (1987) apresentam consistentes estudos sobre os valores-notícia.

um jornalista, o “Mr. Gates”, que tinha 25 anos de profissão e trabalhava numa cidade com 100 mil habitantes. Tinha a função de seleccionar as notícias que seriam publicadas no jornal, entre uma grande quantidade de informação que chegava até a redação diariamente. Houve 1333 explicações para notícias que teriam sido recusadas. Entre essas explicações estavam a falta de espaço, a sobreposição de histórias já seleccionadas, a falta de interesse jornalístico, a falta de qualidade da escrita, e ainda, acontecimentos em áreas geográficas distantes da redação do jornal. Esse artigo suscitou diversos outros estudos sobre a seleção, filtragem e veiculação das notícias.

Mas, apesar da ideia do jornalista poder funcionar como *gate-keeper*, ele depende de um fator determinante que influencia ativamente a produção de informação pelos *media*: as fontes. “É na fonte que o repórter colhe o relato, o testemunho, a opinião, os ais e uis com que compõe a narrativa do cotidiano, sua arte maior.” (Chaparro, 2001:43).

Pinto (2000:280) diz que:

“As fontes procuram todos ou, pelo menos, alguns dos seguintes objectivos:

1. a visibilidade e atenção dos media;
2. a marcação da agenda pública e a imposição de certos temas como foco da atenção colectiva;
3. a angariação de apoio ou adesão a ideias ou a produtos e serviços;
4. a prevenção ou reparação de prejuízos e malefícios;
5. a neutralização de interesses de concorrentes ou adversários;
6. a criação de uma imagem pública positiva.

Por sua vez os jornalistas buscariam:

1. a obtenção de informação inédita;
2. a confirmação ou desmentido para informações obtidas noutras fontes;
3. a dissipação de dúvidas e desenvolvimento de matérias;
4. o lançamento de ideias e debates;
5. o fornecimento de avaliações e recomendações de peritos;
6. a atribuição de credibilidade e de legitimidade a informações directamente recolhidas pelo repórter.”

A relação jornalista-fonte pode ser considerada uma relação de “luta de poderes”. As fontes se esforçam para divulgar uma informação conveniente a elas, enquanto os jornalistas buscam as fontes para tentar tirar delas as informações que os interessa. (Gans, 1979).

Nessa relação alguns critérios determinam a credibilidade da fonte e o peso dela para a composição de determinada notícia.

Sigal (1986), definiu três canais de informação: Os “canais de rotina” seriam os acontecimentos oficiais, comunicados e relatórios, os *press-releases*; os “canais informais” seriam os encontros reservados, fugas de informação; e os “canais de iniciativa” seriam as entrevistas solicitadas pelo jornalista, acontecimentos espontâneos, pesquisas independentes e análises dos próprios jornalistas. As fontes autorizadas pelo governo seriam as mais importantes, numericamente. Santos (2003:19), avalia que Sigal “concluiu que o jornalista prefere conhecidos a desconhecidos quando se trata de escolher uma pessoa, e, se não houver conhecidos, ele cria-os. Só arranja um desconhecido como fonte quando há um desvio, quebra de rotina, acidente ou acção espectacular.”

Santos (2003) cita também estudos de Edie Goldenberg, que mostram que os grupos de fracos recursos têm mais dificuldade

em noticiabilidade. “Isto porque as fontes oficiais têm elementos de relações públicas, que lançam comunicados e convocam conferências de imprensa e reuniões, e geram publicidade positiva, traduzível em oportunidades frequentes de notícias.” (Santos, 2003:19,20)

Segundo Sigal (1986), as fontes oficiais seriam os governantes, agentes responsáveis de serviços públicos, administradores de empresas, que representam autoridade, que o que dizem têm um peso informativo. As pessoas desconhecidas têm mais dificuldade de acesso ao jornalista, pois são marginais às instituições ou grupos reconhecidos.

Para Fidalgo (2000:333) “o jornalista não é um mero “correio” entre uma fonte que lhe fornece determinados dados e um público a quem ele, diligentemente, a transmite”. Ele seria o responsável pela informação que torna pública, não devendo transferir essa responsabilidade para uma fonte, pois, se o jornalista a ouviu e deu a ela publicidade, é porque a considerou credível.

Já Manuel Chaparro⁵, diz que o poder de decisão e escolha de notícias, que antes estava presente nas redações, se perdeu. Ele acredita que as fontes fazem as notícias de forma tal, que não podem deixar de ser divulgadas. Assim o conteúdo deixou de ser produzido dentro das redações para ser feito fora, pois, segundo ele, o que importa em um determinado acontecimento é o que ele significa como notícia. É um saber que as fontes adquiriram que, para o autor, levou à uma crise da profissão jornalista.

Além das fontes até agora aqui comentadas, as agências de notícias também pode ser consideradas fontes de notícias, pois fazem parte do ciclo de produção de informações cotidianas que circulam nos *media*. Apesar de muitas vezes não serem mencionadas pelos veículos, as agências estão presentes em grande parte dos noticiários. E, como acontece em relação às outras fontes, as agências também estão dentro de critérios definidos pelos jorna-

⁵ Entrevista publicada em: PORTUGAL. Universidade do Minho - In *Comunicação e Sociedade n.º 5: O Ensino do Jornalismo*. V. N. de Famalicão: Campo das Letras, 2004

listas. Elas usufruem de “crédito” nas redações, de credibilidade. (Wolf, 1987).

Num sentido mais amplo, são os *media* retratando o que os *media* dizem. Tal fenómeno coloca luz também sobre outro aspecto: os *media* despertam interesse jornalístico, mas não apenas como vendedores de notícia, como acontece com as agências que vêem seu trabalho divulgado, mas também como produto, como gerador de interesse informativo, seja enquanto empresas dentro de um contexto económico, enquanto agentes de combate à desinformação, ou como instrumento de grande importância dentro da “sociedade da informação”.

Segundo Manuel Pinto⁶ :

“A atenção aos media nos próprios media tem vindo a crescer nos últimos anos (...). Um olhar atento ao que é objecto de atenção jornalística sugere, porém, que, além de um discurso público pouco expressivo, os media são tratados de uma forma limitada, desequilibrada, enfatizando certas vertentes e deixando outras na sombra.”

Se há ou não uma insuficiência sobre o que os *media* divulgam a respeito dos *media* é um tema que necessita de uma ampla e específica análise, o que não é a pretensão deste estudo. No entanto, o fato dos *media* estarem presentes retratados nos jornais desperta interesse no contexto da construção crítica que se deseja fazer.

3 A Internet representada nas notícias sobre os *media*: o caso do jornal *Público*

Desde 2002 a Universidade do Minho desenvolve o projeto Mediascópio, que funciona como um grande banco de dados de notí-

⁶ PORTUGAL. Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho - *A Comunicação e os Media em Portugal: Cronologia e Leitura de Tendências*. Braga: Barbosa & Xavier, 2000

cias da imprensa que falam sobre os *media*, e é utilizado para gerar conhecimento sobre essa vasta área das ciências sociais.

Os objetivos são⁷:

1. Reunir, sistematizar, analisar e difundir informação relativa à esfera dos *media* e da comunicação na atualidade.
2. Criar uma base de dados permanentemente atualizada relativamente aos acontecimentos relacionados com os *media* e a comunicação, com especial incidência em Portugal.
3. Analisar criticamente o desenvolvimento de tendências e de novos fenómenos nessas áreas.
4. Aprofundar questões ou casos que, pela sua natureza e alcance teórico e empírico, sejam susceptíveis de tratamento específico.

Para isso o Mediascópio recolhe e arquiva diariamente informações sobre os *media*, publicadas nos jornais mais importantes de Portugal. São eles: Correio da Manhã, Diário Económico, Diário de Notícias, Expresso, Jornal de Notícias e Público. Eventualmente são recolhidas também notícias de importantes jornais internacionais.

As notícias recolhidas são as que saíram nas respectivas edições impressas, no entanto, a recolha é feita dos sites das publicações e inclui o universo dos suportes (imprensa, rádio, televisão, cinema, publicidade, Internet e novos *media*), das empresas e grupos, das mensagens, dos profissionais, das audiências, das políticas de comunicação, da investigação e ensino, das instituições e associações do setor. Engloba ainda a atividade publicitária, a comunicação organizacional, o multimédia e as telecomunicações, nas vertentes com incidência no domínio informativo e comunicacional.

⁷ PINTO, Manuel. Anotações pessoais. Obtidas a partir de apresentação feita durante o Mestrado em Informação e Jornalismo da Universidade do Minho, em 2005, em Braga, Portugal.

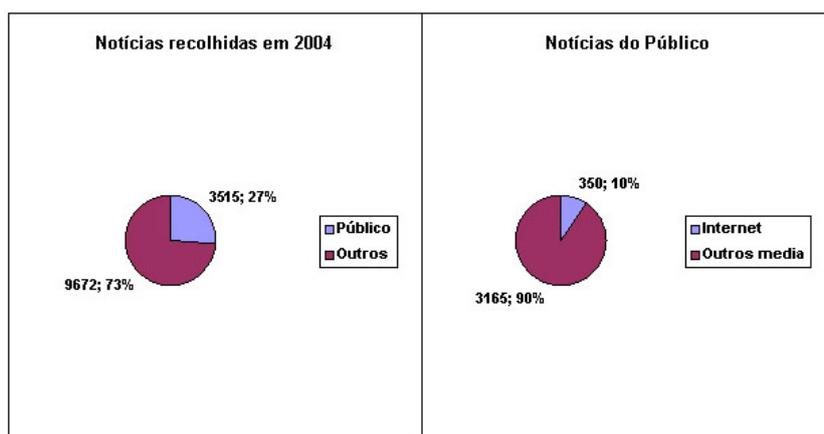
O material que está na base de dados do Projeto é utilizado por pesquisadores na elaboração de diversos estudos sobre o mundo que envolve os *media*.

Foi no âmbito do Mediascópio que foi retirado todo o material empírico que será analisado neste estudo.

É importante ressaltar que o trabalho de recolha é feito por pesquisadores conhecedores do universo jornalístico, que lêem diariamente as edições em questão, mas que não estão livres de, devido ao grande número de informações avaliada a cada dia, deixar de recolher alguma informação que possa ter passado despercebida, apesar da recolha ser feita com toda a atenção e rigor. Portanto é possível que não esteja representado aqui o universo absoluto das notícias que são alvo do estudo, no entanto, como o Mediascópio é concebido dentro dos padrões académicos, sendo inclusive financiado pela FCT - Fundação para a Ciência e a Tecnologia de Portugal⁸, é correto afirmar que a amostra necessária a qualquer análise científica está presente dentro dos critérios e rotinas de trabalho estabelecidos pelo Projeto.

Das 13 mil 187 notícias recolhidas pelo Mediascópio em 2004, 3 mil 515 (27%) eram do jornal Público. A análise em questão concentra-se nas notícias recolhidas sobre a Internet, veiculadas na publicação, que somaram 350 (10%).

⁸ A FCT, iniciou suas atividades em 1997. É ligada ao Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior. Mais informações no site www.fct.mct.pt (acessado em Junho de 2005)

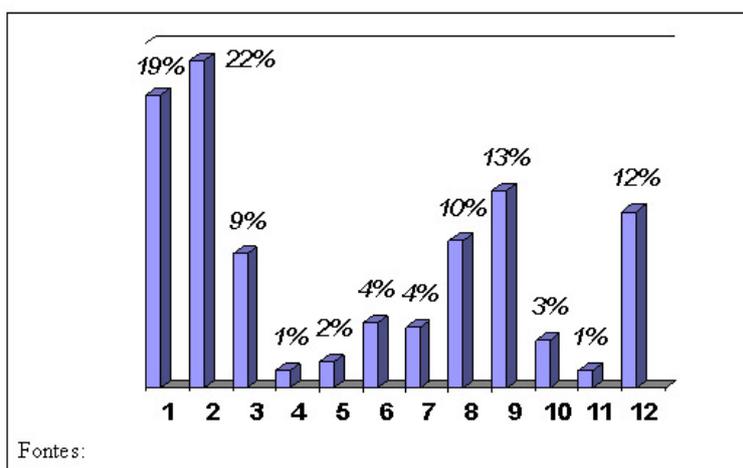


Não foi verificada uma grande diferença, em termos percentuais, das notícias publicadas em cada mês do ano, por isso optou-se por utilizar aqui os dados gerais de 2004.

Como o foco da análise são as fontes utilizadas nas matérias sobre Internet, observou-se a principal fonte de cada notícia e fez-se uma classificação livre, que identificou 12 tipos de fontes presentes nas 350 notícias. São elas:

1. Empresas virtuais, de softwares e provedores de acesso à Internet (68 notícias)
2. Agentes do serviço público e políticos (76 notícias)
3. Consultorias e pesquisas (31 notícias)
4. Associações da sociedade civil (4 notícias)
5. Agências de notícias (6 notícias)
6. Analistas (colunas de opinião) (15 notícias)
7. Blogs, usuários da Internet e sites pessoais (14 notícias)
8. Sites diversos da Internet (Coluna “Ponto Media”, escrita pelo jornalista António Granado) (34 notícias)

9. Empresas em geral, que não atuam diretamente no setor de informática (46 notícias)
10. Anacom - Autoridade Nacional das Comunicações (11 notícias)
11. Juristas (4 notícias)
12. Pesquisadores académicos e universidades (41 notícias)



No caso da Anacom, mesmo sendo uma entidade de direito público⁹, optou-se por criar uma classificação própria por ela apresentar informações específicas, que não poderiam ser enquadradas dentro de uma generalização.

Já a classificação “sites diversos da Internet”, refere-se exclusivamente à coluna “Ponto Media”, do jornalista António Gradado. Optou-se por tratar a coluna toda como uma única notícia, seguindo o mesmo critério em que está arquivada no banco de dados do Projeto Mediascópio, com o objetivo de tornar mais claro o estudo.

⁹ Mais informações em www.icp.pt (acessado em 28 de Junho de 2005)

A seguir faz-se uma análise de cada uma das fontes encontradas.

Como constata a pesquisa, são as fontes oficiais públicas as que mais geraram notícias sobre Internet nas páginas que trouxeram informação sobre os *media* em 2004.

Em uma notícia publicada no dia 16 de Março, com o título “*Ministério da Educação Inaugura Primeira Sala de Tecnologias*”, o jornal informou que

“o ministro da Educação, David Justino, inaugurou a primeira ‘sala TIC’, ou seja, um espaço onde os alunos têm acesso às Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC). Foi no Porto, na Escola Secundária Oliveira Martins. O ministério já tinha previsto, para o próximo ano lectivo, a criação de mil salas de aula para o ensino das TIC, mas serão mais. A tutela prepara-se para apetrechar 1072 escolas, 1220 salas de aula, abrangendo cerca de 183 mil alunos de 9º e 10º ano.”

Na grande maioria das notícias oriundas de governos, que correspondem a 22% do total, políticos e agentes do setor público falam de investimentos na Internet, de medidas de inclusão digital e de disponibilização de informações sobre as administrações públicas. Mostra claramente uma tentativa dos órgãos de modernizar a máquina administrativa, incluindo as administrações no mundo digital. Muitas dessas notícias foram geradas por declarações de políticos ou de anúncios de um investimento futuro.

O peso das declarações que se transformam em notícias no Público vão ao encontro da classificação de Sigal (1986), já descrita anteriormente, sobre as fontes oficiais, que representam autoridade.

As empresas ligadas à área de informática estiveram presentes em 19% das notícias. Algumas possuem termos muito técnicos que impedem um leitor que não tenha conhecimento na área de compreender o que está sendo dito.

Um exemplo é a notícia “*Net a 200 Mbps no Fio Eléctrico*”, publicada no dia 22 de Março com o seguinte *lead*:

“A DS2, empresa espanhola com sede em Valência, fabrica ‘chipssets’ para modems usados nas chamadas “power line communications”(PLC), que é o nome dado à tecnologia de rede de dados e de acesso à Internet através da rede de distribuição eléctrica. O facto, por si só, não é novidade, pois a DS2 existe desde 1998 e sempre se dedicou a essa tecnologia. No entanto, neste ano, a empresa aproveitou a CeBIT para explicar as vantagens do PLC e anunciar que, em Julho, vai lançar no mercado um novo ‘chipset’, o DSS900X, capaz de proporcionar débitos de 200 megabits por segundo (Mbps).”

A fonte utilizada pelo jornal foi o diretor da DS2, Jorge Blasco. Em momento algum a reportagem explicou os termos técnicos utilizados e a utilidade das ferramentas citadas. É como se o jornalista tivesse transferido para as páginas do Público informações chegadas a ele por meio da assessoria de imprensa da empresa.

As notícias que tiveram como fontes empresas que não trabalham diretamente com informática, que representaram 13% da amostra, foram em sua maioria informações positivas, de interesse dos grupos privados, que ganharam espaço para divulgar o que lhes interessava. Por exemplo:

“A Lufthansa iniciou esta semana a ligação de banda larga à Internet em alta velocidade nos seus voos intercontinentais. O acesso, sem restrições, é feito através de terminais móveis via LAN sem fios (WLAN). Usando a ligação de satélite instalada pela Connexion by Boeing, os passageiros da Lufthansa podem surfar na Web, enviar correio electrónico com anexos ou iniciar uma ligação de dados segura através de uma rede privada virtual - Virtual Private Network

(VPN) - à Intranet da sua empresa ou ao servidor de correio.”

A credibilidade de pesquisadores e universidades como fontes jornalísticas está em 12% das informações. Além da divulgação de estudos universitários de resultados de análises de especialistas, o jornal também veiculou entrevistas com académicos. Aliás no caso da entrevista com Kerckhove, publicada no dia 13 de Junho, o repórter Abel Coentrão apresentou a matéria aos leitores como “idéias do académico Derrick De Kerckhove”.

A coluna Ponto Media, que utiliza sites diversos da Internet como fonte corresponde a 10% das notícias. Nela o jornalista António Granado comenta informações e indica *links* de sites que lhe parecem interessantes aos leitores. No dia 27 de Março ele escreveu:

“Ninguém é dono do jornalismo: JAY ROSEN, professor de jornalismo da New York University, tem um artigo indispensável no seu weblog: ‘No One Owns Journalism’. ¹⁰”

As notas sempre indicam o endereço do site onde ele buscou a informação, para que, se o leitor tiver interesse, poder buscar mais detalhes na Internet, numa lógica de interatividade típica da Web, pois ela só funciona se a pessoa tiver acesso à Rede.

Em 9% das notícias selecionadas a fonte era uma pesquisa, ou uma consultoria, que apresentou dados estatísticos sobre a Internet, como foi publicado no dia 17 de agosto:

“Maioria dos Utilizadores Procura Informação Diária na Internet: Ler as notícias, ver a previsão meteorológica ou procurar uma localidade no mapa são algumas das tarefas mais realizadas pelos utilizadores de Internet nos Estados Unidos. Num universo

¹⁰http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2004/03/25/con_prep.html

de cerca de 2000 entrevistados, 92 por cento afirmaram que este é um bom meio para obter a informação de que necessitam diariamente, e 85% consideram-na uma boa forma de interacção com outras pessoas. Este dados constam de um estudo publicado na semana passada pelo Pew Internet & American Life Project.”

Os blogs, usuários da Internet e sites pessoais serviram como fontes em 4% das notícias. Em 29 de Dezembro o Público escreveu:

“Os blogs destinados a divulgar notícias feitas pelo próprio utilizador comum começam a ser, também, uma realidade. Luís Moreira, por exemplo, é autor e editor do "Porto do Infante", um "blog" nascido em Novembro do ano passado. Até à data, foram trabalhadas e colocadas no blog cerca de 313 notícias, de vários campos, sobre a cidade do Porto”.

As colunas de opinião que falavam sobre a rede mundial de computadores somaram 4% das notícias.

A Anacom foi citada em 3% das informações colhidas, em assuntos ligados principalmente à regulamentação de preços e serviços de acesso à Internet.

Notícias vinda de agências, do tipo:

“Um vídeo de um sistema de vigilância que mostrava um homem a suicidar-se surgiu, mais tarde, num sítio pornográfico da Web. O suicídio verificara-se na entrada de um prédio num bairro pobre de Nova Iorque, nos EUA (...). As imagens deste caso referiam-se ao suicídio, com um tiro na cabeça, de Paris Lane, um jovem de 22 anos que sofria de perturbações psicológicas. Segundo a agência Reuters, o vídeo foi registado por um sistema de vigilância montado pela polícia local.”

Os juristas foram fontes em 1% das notícias, sempre falando do campo do direito que envolve o que está *online*.

As associações da sociedade civil, como a Associação de Cegos e Amblíopes de Portugal (Acapo), também foram fontes em 1% das notícias, sempre tecendo críticas ou comentários, sob o foco do usuário.

Podemos observar com os resultados que a Internet é vista como um *media* em formação, que gera notícias pelo simples fato de estar sendo mais acessado, ou ter chagado a algum sítio que não estava ligado à rede. Ao mesmo tempo os progressos técnicos que permitem uma melhor acessibilidade também ganham destaque. Mas algumas fontes estão dentro da própria rede, como forma de conteúdo, e dão um novo caráter à Web: o de produtora de informação, que merece repercussão nos *media* tradicionais.

4 A Internet como fonte e o futuro do jornalismo

De acordo com a obra “A Sociedade em Rede em Portugal, “sem dúvida que o surgimento e utilização da Internet estão a provocar alterações substanciais nas práticas comunicacionais, nos meios de comunicação, nos conteúdos disponíveis (...)” (Cardoso (et al, 2005:199). O livro constata, segundo pesquisa, que 94% dos internautas portugueses lêem jornal. Entre eles 21,8% disseram que buscam ler o conteúdo dos jornais tradicionais na Internet, sendo o site do Público o mais acessado, atingindo um índice de 18,8% entre os jornais portugueses que também estão na Web. Talvez isso explique o percentual de 10% das notícias sobre os *media* no Público serem acerca de informações sobre a Internet. Os resultados mostraram ainda que, entre os utilizadores da Internet, 73,5% confiam nas informações que encontram na rede.

Já na pesquisa realizada com base nas matérias do Público, se somarmos as notícias da coluna “Toda Media” com as notícias que utilizaram como fonte blogs, usuários da Internet e sites pessoais, chegamos a um índice de 14%. Ou seja, das 350 notícias

analisadas, 48 tinham como fonte principal informações colhidas diretamente da Web, que já estavam disponíveis online.

Hélder Bastos (2000), ao escrever sobre o advento da Internet na redação do Jornal de Notícias, um importante diário de Portugal, disse que os jornalistas passaram a buscar na Web material de apoio ao que estavam escrevendo. O autor não citou quais sites eram pesquisados, mas chegou a narrar o caso de um jornalista que estava terminando um curso de comunicação social e “para a preparação da dissertação final, sobre jornalismo internacional, recorreu, de forma intensiva às páginas da World Wide Web, onde encontrou conteúdos que, como ele próprio admitiu, jamais encontraria em bibliotecas ou livrarias portuguesas.” (Bastos, 2000:184). Isso mostra a importância que os jornalistas passaram a dar à Internet.

Dan Gillmor (2005) vai além e entra no contexto do usuário como produtor de informação. Fala que Internet abre espaço para que os leitores possam também fazer notícias. O autor destaca que o número de leitores é muito maior do que o de jornalistas e, por isso, eles teriam mais informações a passar. E a Internet, segundo Gillmor, é o primeiro meio de comunicação que deu voz ao público.

Assim o cidadão-repórter torna-se fonte e participante de sua própria notícia, como aconteceu em dezembro de 2003 quando milhares de iraquianos foram às ruas protestar contra a violência que estava vitimando civis, só que o fato foi ignorado por grandes órgãos de comunicação dos Estados Unidos. “Mas isso não aconteceu com vários bloguistas locais. Dias antes do evento começaram a promover manifestações a favor da democracia. Os blogues se revelaram a melhor maneira de conseguir informações sobre aquele importante acontecimento.” (Gillmor 2005:141).

Chaparro (2001) acredita que a Internet é um meio aberto, fora do controle dos jornalistas, mas que está definitivamente integrado aos processos jornalísticos, pois divulga informação que está ao alcance do teclado, não importando quem a escreveu.

O estudante de sociologia Marco Campos¹¹, ao ser questionado sobre como utiliza a Internet para obter informações, disse que pesquisa o que o interessa por meio dos instrumentos de busca da Web e forma uma opinião embasada naquilo que encontra, independente do site onde estava a notícia ser jornalístico ou não. “Uma informação tirada da Internet segue os critérios de credibilidade de cada um e dependendo do que leio posso até mesmo mudar minha opinião, formada com base no que vi em outro meio de comunicação”, disse. O estudante afirmou também que não observa a fonte da notícia, mas sim o conteúdo da informação.

Será esse o futuro do jornalismo? Um emaranhado de informações disponibilizado em rede, feito com base em fontes diversas, credíveis ou não, ao sabor das convenções próprias de cada usuário? Uma fonte construída em torno de inúmeros computadores que serve como referência até mesmo para outros *media*?

A resposta ainda não é clara, mas o certo é que esse novo meio está presente nas esferas de produção e também de consumo de notícias, obtendo um espaço cada vez maior. Cabe às empresas e aos profissionais focados na ética e na boa prática do jornalismo encontrarem um espaço distinto que permita garantir a credibilidade necessária para a boa divulgação e análise dos acontecimentos.

Como escreveu Chaparro (2001:43), “No jornalismo, até ao mais brilhante contador de histórias de pouco servirá a arte de escrever se não souber onde estão as boas fontes e como lidar com elas.”

5 Conclusão

A Internet como fonte jornalística é uma realidade, no entanto ainda não é possível traçar um diagnóstico sobre as normas usadas pelos jornalistas e demais envolvidos com a produção de informação, no que diz respeito à confiabilidade dos sites onde esses agentes buscam conteúdo.

¹¹ Comunicação pessoal, obtida em Junho de 2005 em Braga, Portugal.

Observa-se que algumas normas citadas por estudiosos das ciências sociais, no que diz respeito às relações entre jornalistas e fontes, continuam a vigorar, mas elas se adaptam de uma forma menos usual quando as notícias refletem a Internet como produtora de conteúdo. Quando isso acontece os conceitos de credibilidade se alteram, pois entra em questão a ótica dos usuários. E eles são também os jornalistas, que optam pela rede como motor de pesquisa.

A grande novidade nessa relação que envolve a rede mundial de computadores, é que os cidadãos têm ao seu alcance as ferramentas necessárias para disponibilizar as informações que acharem conveniente, seguindo seus próprios princípios, independente do que lhes é oferecido pelos chamados *medias* tradicionais.

Outra possibilidade fornecida pela Internet é que as pessoas podem ler, ouvir e ver o que quiserem, na hora que quiserem, e, dessa forma, os *media* perdem o controle para a sua audiência e perdem também o controle de mediação¹².

Estando então o centro do controle desse novo meio, que influencia os demais, nas mãos de quem antes era apenas um consumidor passivo, subordinado às práticas e logísticas determinadas pelas empresas jornalísticas, o que se percebe é o início de uma mudança da relação jornalista-fonte, pois o conceito de fonte se amplia agregando também os cidadãos.

Cria-se um banco de dados gigantesco, atualizado em tempo real por fontes que poderiam ser consideradas inadequadas para fornecer uma informação relevante para a imprensa, mas que ultrapassam a barreira do veículo e tornam-se disponíveis para quem quiser, inclusive para os próprios *media*, que passam a ver com outros olhos essa poderosa máquina construída a toda hora, em todo planeta.

O processo ainda é inicial, haja vista, conforme constatou-se nas notícias analisadas neste estudo, que a Internet ainda está em

¹² ALVES, Rosental Calmon – Anotações pessoais. Seminário “10 Anos de Jornalismo Digital em Portugal”, realizado na Universidade do Minho, em Braga, em Junho de 2005.

formação e expansão. Mas, se em poucos anos essa rede já começa a desmontar conceitos estabelecidos há décadas, certamente provocará ainda muitas mudanças no jornalismo.

6 Bibliografia

BASTOS, Helder - *Jornalismo Electrónico: Internet e Reconfiguração de Práticas nas Redacções*. Coimbra, 2000

CARDOSO, Gustavo; et al. - *A Sociedade em Rede em Portugal*. Porto: Campo das Letras, 2005

CHAPARRO, Manuel Carlos - *Linguagem dos Conflitos*. Coimbra: MinervaCoimbra, 2002

FIDALGO, Joaquim - A questão das Fontes nos Códigos Deontológicos dos Jornalistas. In *Comunicação e Sociedade, nº 2: Cadernos do Noroeste/ Série Comunicação*. V. N. de Famalicão: Campo das Letras (2000)

GANS, H. - *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. Nova Iorque: Random House, 1979

GILLMOR, Dan - *Nós, os Media*. Lisboa: Editorial Presença, 2005

PINTO, Manuel - Fontes Jornalísticas: Contributos para o Mapeamento do Campo. In *Comunicação e Sociedade, nº 2: Cadernos do Noroeste/ Série Comunicação*. V. N. de Famalicão: Campo das Letras (2000)

PORTUGAL. Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho – *A Comunicação e os Media em Portugal: Cronologia e Leitura de Tendências*. Braga: Barbosa & Xavier, 2000

PORTUGAL. Universidade do Minho - In *Comunicação e Sociedade n.º 5: O Ensino do Jornalismo*. V. N. de Famalicão: Campo das Letras, 2004

SANTOS, Rogério - *Jornalistas e Fontes de Informação*. Coimbra: MinervaCoimbra, 2003

SIGAL, Leon - Who? Sources make the news. In *Manoff e Schudson: Reading The News*. Nova Iorque: Panteon Books (1986)

TRAQUINA, Nelson - *A Tribo Jornalística: Uma Comunidade Transnacional*. Lisboa: Editorial Notícias, 2004

WOLF, Mauro - *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1987

Sites pesquisados:

<http://www.publico.pt>

<http://www.fct.mct.pt>

<http://ciberjornalismo.com/pontomedia.htm>