

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Jornalismo e Tecnologia – O uso da internet no processo de produção de  
notícias

Juiz de Fora

Novembro de 2008

Evie Saramella de Resende

Jornalismo e Tecnologia – O uso da internet no processo de produção de notícias

Trabalho de Conclusão de Curso  
Apresentado como requisito para obtenção de  
grau de Bacharel em Comunicação Social  
na Faculdade de Comunicação Social da UFJF

Orientadora: Iluska Maria da Silva Coutinho

Juiz de Fora

Novembro de 2008

Evie Saramella de Resende

Jornalismo e Tecnologia – O uso da internet no processo de produção de notícias

Trabalho de Conclusão de Curso Apresentado como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social na Faculdade de Comunicação Social da UFJF

Orientadora: Iluska Maria da Silva Coutinho

Trabalho de Conclusão de Curso/ Dissertação aprovado (a) em 28/11/2008 pela banca composta pelos seguintes membros:

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Iluska Maria da Silva Coutinho (UFJF) – Orientadora

---

Prof<sup>a</sup>. Ms. Diana Paula de Souza (UFJF) – Convidada

---

Prof. Ms. Jorge Felz (UFJF) – Convidado

Conceito Obtido: \_\_\_\_\_

Juiz de Fora  
Novembro de 2008

A Dário Teixeira de Rezende (*in memoriam*), pelo amor, confiança e apoio incondicionais.

### **Agradecimentos**

Palavras às vezes não são suficientes para expressar gratidão. Por isso, estes agradecimentos são apenas uma tentativa de lembrar os nomes de algumas pessoas a quem sou grata por participarem da minha vida ao longo destes anos.

Não poderia deixar de agradecer a Deus, pois acredito que é Dele que vem a força nos momentos mais difíceis, quando já nos sentimos cansados e sem coragem para continuar. Tão grande quanto a força que vem de Deus é o apoio recebido da família. Por isso, agradeço, de coração, aos meus pais, Aparecida e Antonio Carlos, e à minha irmã, Stefania, que sempre estiveram ao meu lado e, muitas vezes, toleraram minhas “crises” ao longo desses cinco anos de faculdade.

Agradeço também aos meus avós, Maria da Glória, José e Luzia, que sempre torceram por mim e me ajudaram de diversas formas. Faço, ainda, um agradecimento especial ao meu avô Dário, que, embora não tenha tido a oportunidade de me ver chegar ao final da faculdade, sempre esteve comigo e foi fundamental para que eu chegasse até aqui.

Aos meus tios e primos, sou grata por todo tipo de incentivo que me ofereceram. Gostaria de citar o nome de todos, mas não o farei para não me estender demais e também para não correr o risco de cometer alguma injustiça.

Uma das coisas que considero mais importantes na vida é poder contar com amizades verdadeiras. Por isso, me sinto particularmente feliz em agradecer aos meus amigos, por todo o apoio que me deram. Agradeço aos amigos de infância, Thiago e Vanessa, que sempre estiveram e ainda estão presentes em tudo que faço. Às amigas e amigos queridos da época de escola, e que ainda hoje me acompanham, gostaria de deixar registrada a minha gratidão. Embora não possa citar todos aqui, serei eternamente grata pelo companheirismo de tantos anos. Não posso, no entanto, deixar de agradecer às minhas “miguxas” queridas da Facom – Fernanda, Thaiene, Adriely e Nathália – com as quais dividi praticamente todos os momentos da faculdade. Sem a amizade e o carinho de vocês, eu certamente não teria chegado ao final deste curso.

Por fim, quero agradecer a todos os professores da Facom, que tanto me ensinaram ao longo desses anos. Agradeço, especialmente, à minha orientadora, Iluska Coutinho, pela atenção, pelas correções precisas e sugestões tão valiosas; e aos professores Diana Paula de Souza e Jorge Felz, que gentilmente aceitaram meu convite para compor a banca de avaliação deste trabalho. Faço, ainda, um agradecimento especial à Diana, pelo apoio e incentivo na reta final da faculdade.

Enfim, agradeço a todos que, citados aqui ou não, fizeram parte da minha vida de alguma forma e contribuíram para meu crescimento pessoal.

## **RESUMO**

Este trabalho de conclusão de curso aborda a relação entre algumas tecnologias recentes e o jornalismo. Desde a introdução dos computadores nas redações, o processo de produção e divulgação de notícias sofreu modificações profundas. Tais modificações foram acentuadas quando estas máquinas foram ligadas à internet. O impacto dessas tecnologias é constante na prática jornalística, visto que se verificam novas formas de apuração, produção e publicação de conteúdos à medida que estas ferramentas se desenvolvem. A utilização dos computadores e da web trouxe mobilidade e velocidade ao jornalismo, proporcionando maiores possibilidades de edição e publicação. No entanto, o uso dessas tecnologias nem sempre é vantajoso em termos de qualidade das matérias produzidas. O principal aspecto a ser questionado neste contexto é o uso da internet no processo de apuração de informações, uma vez que neste ambiente qualquer usuário é também um potencial produtor de conteúdos. Com isso, a credibilidade das informações disponíveis na rede torna-se questionável e as implicações éticas de sua utilização devem ser consideradas.

## **PALAVRAS-CHAVE**

Jornalismo. Tecnologia. Internet.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	9
<b>2 A REVOLUÇÃO DOS COMPUTADORES</b>	12
2.1 O COMPUTADOR NAS REDAÇÕES	13
2.2 O PIONEIRISMO NORTE-AMERICANO E O USO DA CAR	18
2.2.1 <b>Estudo e difusão da Reportagem Assistida por Computador</b>	22
2.3 MUITO ALÉM DOS COMPUTADORES: O USO DE TECNOLOGIAS PORTÁTEIS NO JORNALISMO	24
<b>3 INTERNET: A GRANDE REDE</b>	27
3.1 A INTERNET NO BRASIL E NO MUNDO: EVOLUÇÃO E ACESSO CADA VEZ MAIORES	30

	8
3.2 INTERNET NO JORNALISMO: A BUSCA DE INFORMAÇÕES	31
3.2.1 Técnicas de pesquisa na internet	34
3.3 JORNALISMO NA INTERNET: A PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS	37
3.3.1 Webjornalismo participativo	43
<b>4 CREDIBILIDADE: ASPECTO FUNDAMENTAL NO JORNALISMO</b>	48
4.1 O JORNALISMO ONLINE E A QUESTÃO DA CREDIBILIDADE	51
4.1.1 Confiabilidade das informações online	53
4.2 A NATUREZA DAS FONTES NO CIBERESPAÇO	56
4.3 INTERNET: É POSSÍVEL FALAR EM ÉTICA	57
<b>5 O USO DE CONTEÚDOS PESSOAIS NA PRODUÇÃO JORNALÍSTICA ATUAL</b>	61
5.1 O CASO ISABELLA: ORKUT COMO FONTE PARA PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS	62
5.2 APURAÇÃO NA INTERNET: FONTE DE ERROS	70
<b>6 CONCLUSÃO</b>	74
<b>7 REFERÊNCIAS</b>	76



## **1 INTRODUÇÃO**

O jornalismo sempre sofreu transformações condicionadas pelo surgimento de novas tecnologias e novas formas de organização social. Desde a invenção de Gutenberg até a chegada dos computadores e da internet, o fazer jornalístico passou por diversas mudanças. A informatização e o uso das redes telemáticas foram alterações tecnológicas que provocaram grande impacto em todo o processo de produção de notícias.

A introdução dos computadores trouxe mais velocidade e maiores possibilidades de edição ao jornalismo. Com isso, o próprio perfil dos profissionais mudou. A internet, por sua vez, oferece, hoje, numerosas possibilidades aos jornalistas. Além da publicação de

conteúdos, a pesquisa de informações é uma das principais ferramentas utilizadas por estes profissionais. Hoje, pode-se dizer que a maioria das matérias jornalísticas não começa sem uma pesquisa em sites de busca ou mesmo em bancos de dados.

Portanto, nesse trabalho de conclusão de curso, buscamos analisar as modificações produzidas no jornalismo com a introdução dessas tecnologias. De certa forma, podemos dizer que a chegada dos computadores é vista com bons olhos por especialistas e profissionais do campo da Comunicação. Poucos são os que apontam desvantagens no uso dessas ferramentas no jornalismo. Por outro lado, a utilização da internet como espaço para a apuração de informações divide a opinião de estudiosos. Ao mesmo tempo em que oferece velocidade de pesquisa e grande volume de informações, o uso da web, principalmente para a apuração de notícias, traz à tona uma série de questionamentos sobre a ética profissional e a credibilidade dos conteúdos oferecidos, visto que, na grande rede, todo usuário é, potencialmente, receptor e produtor. Na verdade, o próprio modelo de comunicação descrito a partir desses dois pólos é questionado nesse novo ambiente.

Para cumprir o objetivo proposto, além de pesquisa bibliográfica, analisamos casos recentes de utilização da internet para a apuração de matérias no jornalismo brasileiro. Também foram analisadas as características da produção jornalística desenvolvida para a web e as especificidades de um novo tipo de produção, o chamado webjornalismo participativo, caracterizado pela publicação de conteúdos produzidos por usuários da rede. Com isso, buscamos avaliar as possíveis vantagens e desvantagens, bem como as implicações éticas da utilização da internet no jornalismo.

Ao iniciar este trabalho, apresentamos no primeiro capítulo um breve histórico do processo de informatização das redações até chegarmos à utilização que se faz dos computadores no jornalismo contemporâneo. Também é apresentada a técnica conhecida

como CAR (*Computer Assisted Reporting*), além da utilização de dispositivos portáteis para a produção de conteúdos jornalísticos.

No capítulo seguinte, abordamos, de fato, a internet e seu uso na produção de notícias, que constitui nosso foco principal de análise. Depois de contextualizar a criação da rede mundial de computadores e sua evolução no Brasil e no mundo, passamos a tratar de sua utilização no jornalismo. Analisamos, então, o uso da rede para a busca de informações pelos jornalistas e a produção jornalística desenvolvida especificamente para a web, tanto por profissionais quanto por usuários.

A partir daí, buscamos, no capítulo de número quatro, analisar a credibilidade das informações disponíveis na internet e, principalmente, as implicações éticas da utilização desses conteúdos para a produção de matérias jornalísticas. Para isso, analisamos o próprio conceito de credibilidade no jornalismo, além da natureza das fontes utilizadas nas apurações via web. Apresentamos, ainda, alguns critérios que podem ser adotados para melhorar a confiabilidade dos dados obtidos por meio de pesquisas realizadas na rede.

Por fim, realizamos no último capítulo um estudo de caso para ilustrar a utilização da internet na apuração de conteúdos jornalísticos. Analisamos matérias referentes ao caso Isabella, que tiveram a web como fonte de informação e de recursos visuais. O material analisado neste trabalho foi publicado após a morte da menina e teve como fonte de informação principal o perfil do Orkut de Ana Carolina de Oliveira, mãe de Isabella Nardoni. Discutimos, então, até que ponto conteúdos como estes são relevantes e, ao mesmo tempo, confiáveis para que se produzam notícias a partir deles. Além deste caso, também são apresentados outros exemplos em que a utilização de conteúdos disponíveis em sites pessoais e a publicação de materiais produzidos por usuários da rede geraram erros, tanto em publicações na internet como em outras mídias.

## **2 A REVOLUÇÃO DOS COMPUTADORES**

De acordo com Walter Lima Junior (2008b), a invenção do computador, idealizado por John Von Neumann em meados dos anos 1940, é um marco da passagem da Sociedade Industrial, que se caracterizava por objetivar a maior produção e padronização, para a Sociedade da Informação, na qual as informações desempenham papel fundamental enquanto produtoras de conhecimento. Para o autor, ao transformar sinais analógicos em digitais, os computadores proporcionaram transformações econômicas e sociais em todos os setores da sociedade, alterando formas de trabalho e produção.

O microcomputador foi inventado em 1975. Segundo Manuel Castells (1999), o primeiro produto comercial de sucesso, o *Apple II*, foi introduzido no mercado em abril de 1977. Desde então, essas máquinas já evoluíram muito e continuam a evoluir a cada dia. Hoje, os computadores estão presentes no cotidiano de grande parte da população mundial, seja para uso pessoal ou no trabalho.

Uma pesquisa divulgada no portal **G1**<sup>1</sup>, da Globo.com, em junho deste ano, revela que o número de computadores em uso no mundo ultrapassa 1 bilhão e que essa quantidade deve duplicar até o ano de 2014. (NÚMERO..., 2008). No Brasil, dados da Pnad 2007 (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios), divulgados pela **Folha Online**, em setembro de 2008, mostram que cerca de 15 milhões de domicílios brasileiros tinham pelo menos um microcomputador, o que corresponde a 27% do total de domicílios do país. (MAIS DE..., 2008).

Dados como estes indicam que a presença dos computadores torna-se cada vez mais marcante em nossa sociedade. É importante ressaltar que a informatização trouxe modificações profundas para todas as áreas de conhecimento e continua transformando as mais diversas atividades do homem. O campo da Comunicação é apenas uma dessas áreas. De acordo com Nilson Lage (2001, p. 155), “a informática penetrou na gestão de empresas e governos de tal forma que altera relações sociais importantes para a mídia.” Dessa forma, ela altera não só a maneira de fazer jornalismo, mas também a gama de informações a ser veiculada. O autor afirma ainda que o processo de mudanças provocado pela introdução dos computadores na prática jornalística está longe de chegar ao fim e que, na verdade, promete tornar-se permanente.

---

<sup>1</sup> <http://g1.globo.com>

## 2.1 O COMPUTADOR NAS REDAÇÕES

Ao longo de toda sua existência, diversas tecnologias modificaram o fazer jornalístico. Entre elas podemos citar a introdução da diagramação, a substituição da impressão tipográfica pelo *off set*<sup>2</sup>, além de alterações no planejamento das matérias e edições. De todas essas mudanças, faz-se necessário ressaltar o processo de informatização das redações. No texto intitulado **Apontamentos sobre o uso do computador e o cotidiano dos jornalistas**, Maria José Baldessar desenvolve este tema, mostrando como a introdução dos computadores transformou, de forma gradual, o trabalho dos jornalistas. Ao caracterizar um primeiro momento do processo de informatização, a autora minimiza os impactos dessas tecnologias sobre a prática da profissão.

A adoção de novos instrumentos de trabalho e as formas de utilizá-los tem metamorfoseado o cotidiano dos jornalistas sem, no entanto, mudá-lo radicalmente. Recebido primeiro com medo, depois cede lugar ao encantamento. O computador facilita a execução das tarefas e inegavelmente, melhora o ambiente de trabalho. (BALDESSAR, 2008, p. 1).

Passado este primeiro momento em que os computadores apenas substituíram as máquinas de escrever, a informatização das redações evoluiu juntamente com o desenvolvimento da informática, possibilitando mudanças mais profundas no cotidiano dos jornalistas. Com isso, a introdução dos computadores passou a ser caracterizada por alguns autores como a maior de todas as mudanças inseridas no jornalismo. Lima Junior (2008b, p. 4) ressalta que as diversas tecnologias introduzidas nas redações sempre modificaram o

---

<sup>2</sup> Sistema de impressão que substituiu a impressão tipográfica, após o fim da Segunda Guerra Mundial. O método tipográfico consiste num processo de transferência de tinta ao papel. É passada uma camada de tinta nas áreas em relevo que, por sua vez, são transferidas diretamente para o papel por meio de pressão. Já o método de impressão offset é um método planográfico, ou seja, todas as áreas estão no mesmo plano (matriz), tanto as áreas que serão impressas como as que não serão. A impressão consiste na não miscibilidade da água e da tinta, isto é, as áreas sem imagem são receptivas à água e repelem a tinta, por outro lado, as zonas de imagem repelem a água e atraem a tinta.

trabalho dos jornalistas, mas, em sua opinião, nenhuma delas se compara à chegada dos computadores.

Seja incorporando tecnologias que não foram produzidas para o jornalismo como aquelas que são desenvolvidas especialmente para ele, todas as tecnologias introduzidas no processo do fazer jornalístico produziram seu devido impacto. Porém, a chegada dos bites e bytes através do computador revolucionou todo o processo, como nunca havia acontecido.

Nessa mesma linha de pensamento, Elias Machado (2003, p. 8, p. 11) também destaca a introdução dos computadores como uma das maiores transformações no campo do jornalismo.

A digitalização não é simplesmente mais uma tecnologia ou ferramenta com a qual os jornalistas estão tendo que se adaptar, através da leitura de um manual de instruções ou de um curso rápido de atualização num final de semana. A digitalização é uma espécie de meta-tecnologia, que afeta todas as tecnologias e, principalmente, redefine e produz formas do existir social. [...] Mais que uma ferramenta que otimiza o trabalho do profissional, a tecnologia digital funda um entorno social distinto, dando origem a um novo modelo econômico e a uma nova divisão social do trabalho.

Machado (2003) afirma que todas as etapas do processo de produção jornalística sofreram alterações com a chegada dos computadores, especialmente quando estes foram ligados a redes internas e ao ciberespaço. Atualmente, desde a elaboração da pauta até a publicação das matérias, o computador está presente na rotina dos jornalistas de todos os meios de comunicação. Se antes se chegou a pensar em um modelo de divisão do trabalho jornalístico, semelhante ao *taylorismo*<sup>3</sup>, no qual os repórteres seriam responsáveis pela apuração, os redatores pela redação, os diagramadores pela montagem das páginas e assim por diante, hoje, com os computadores, a responsabilidade dos repórteres aumenta e se diversifica: além de apurar bem, eles devem redigir seu texto e participar de todas as tarefas

---

<sup>3</sup> O Taylorismo foi um modo de produção idealizado pelo engenheiro norte-americano Frederick W. Taylor, em 1911. Taylor propunha uma intensificação da divisão do trabalho, ou seja, o fracionamento das etapas do processo produtivo de modo que o trabalhador desenvolvesse tarefas ultra-especializadas e repetitivas, diferenciando o trabalho intelectual do trabalho manual e exercendo um controle sobre o tempo gasto em cada tarefa para que, num esforço de racionalização, a tarefa fosse executada num prazo mínimo. Portanto, o trabalhador que produzisse mais em menos tempo receberia prêmios como incentivos.

de edição. Para Nilson Lage, essa estrutura de produção se compara ao modelo *toyotista*<sup>4</sup>, que chegou à indústria ocidental na década de 1970, no qual o operário deve ser versátil e interessado por todas as etapas do processo de produção. (LAGE, 2001, p. 20-21). Maria José Baldessar reforça essa opinião, afirmando que nessa realidade o jornalista é um trabalhador diferente. “Esse jornalista é polivalente, capaz de apurar, redigir, revisar e diagramar [...]” (BALDESSAR, 2008, p. 6).

No aspecto econômico, os computadores também causaram impactos no jornalismo. Lage (2001, p. 155) afirma que:

[...] A revolução cibernética baixou custos na indústria jornalística, viabilizando expansão notável de informação especializada, quer por assunto, quer pelo perfil do leitor, quer pela intenção política. Não há precedentes para a dimensão que hoje atingem a imprensa sindical, os veículos de empresas (house organs e news letters), as publicações para adolescentes, crianças e pessoas da terceira idade, apreciadores de temas tão variados quanto a pornografia, a numismática ou a decoração de interiores – em impressos, audiovisuais ou na Internet.

Segundo Lima Junior (2008b, p. 7-8), a informatização das redações de jornais ocorreu de forma gradual. “Primeiro, repórteres, individualmente, adquiriram os seus próprios computadores. Mais tarde, as organizações compraram para uso dos próprios profissionais.” Inicialmente, os microcomputadores foram usados apenas para processar textos, substituindo as máquinas de escrever. Contudo, ganharam relevância quando foram conectados em redes internas que possibilitavam o acesso a bancos de dados. Posteriormente, veio a conexão à internet<sup>5</sup>, o que tornou o uso dessas máquinas ainda mais abrangente. Hoje, é impossível pensar o jornalismo sem a utilização dos computadores em todas as suas fases de produção.

---

<sup>4</sup> Originário do Japão, o Toyotismo é um modo de organização da produção capitalista. Criado na fábrica da Toyota, por Taiichi Ohno, o modelo toyotista de produção é baseado na multifuncionalização da mão-de-obra, ou seja, o desempenho de várias funções por um mesmo trabalhador, em detrimento da especialização em uma única função.

<sup>5</sup> Não há um consenso entre os autores sobre a utilização de termos como internet, web e online. Por isso, ao longo deste trabalho, utilizaremos essas palavras grafadas em minúsculas. Contudo, em algumas citações, elas poderão ser encontradas com grafias diferentes.



Ainda de acordo com o autor, as primeiras organizações midiáticas que perceberam nos computadores a oportunidade de melhorar sua produção foram aquelas ligadas à área de distribuição de notícias.

Coube à Reuters, em 1968, ser a pioneira entre as agências a utilizar os computadores em rede interna para gerenciar a demanda de notícias recebidas. Esse se tornou o sistema referencial pelo qual outras agências adotaram modelos semelhantes. Sistemas computadorizados foram adotados em 1971, pela UPI, em 1972 pela AP e entre 1973 e 1976 pela AFP. (UFPE apud LIMA JUNIOR, 2008b, p. 3).

No Brasil, os primeiros projetos de informatização das redações começaram a ser pensados no final dos anos 1960, mas, de acordo com Baldessar (2008), os computadores só passaram a ser usados, de fato, na década de 1980.

O jornal Folha de S. Paulo foi o primeiro no Brasil a introduzir terminais de computador em suas redações, projeto que vinha sendo elaborado desde 1968 e foi efetivado em 1983. Os terminais de vídeo na redação da Folha vêm abolir definitivamente a máquina de escrever. [...] A exemplo da pioneira Folha, os jornais O Globo, o Diário Catarinense, A Tribuna, o Zero Hora, o NH e O Estado de S. Paulo procuraram adaptar-se à nova era do jornalismo através da informática. (VIANNA, 1992, p. 24 apud LIMA JUNIOR, 2008b, p. 12).

A introdução dos computadores não revolucionou as redações brasileiras da noite para o dia, mas, segundo Baldessar (2008), os jornalistas tiveram que se adaptar a uma nova realidade profissional, com a exigência de maior qualificação, a especialização crescente dos ofícios e as modificações nas condições de trabalho. Em seu texto, a autora cita um artigo publicado na Revista Imprensa, em 1987, que trata do processo de informatização do Jornal O Globo. O texto descreve, de forma bem exemplificada, as principais mudanças no ambiente daquela redação, traçando um paralelo entre a redação do passado e a atual:

"Uma louca sinfonia de gritos, gargalhadas, telefones, campanhas reverberavam impunemente (...) as Olivetti e Remington que não sofriam de arritmia eram disputadas no tapa (...) e o impiedoso papel carbono tingia mesas, paletós, mangas de camisa, dedos, mãos e rostos menos atentos (...) montanhas de laudas se formavam para qualquer lado que se olhasse (...) hoje as persianas amarrotadas foram substituídas por um moderno sistema de iluminação que inclui um requinte inimaginável: calhas especialmente desenhadas, cujos focos de luz só iluminam as mesas dos terminais, sem reflexos nos olhos ou nas telas (...) um sistema de ar condicionado central acabou com o clima tropical que sufocava (...) e a sinfonia das

pretinhas deu lugar a um silêncio cibernético, propiciado pelos 140 terminais e suas 138 teclas (...) e a limpeza, nada de montanhas de papel". (BALDESSAR, 2008, p. 2)

Em oposição a todos os benefícios trazidos para as redações através dos computadores, Baldessar também cita alguns prejuízos causados por essas máquinas. “O computador acaba com o matraquear das máquinas de escrever, trazendo silêncio e limpeza. Em contraposição ao silêncio e ao conforto do ar-condicionado, o novo instrumento acentua a ocorrência de doenças do trabalho, especialmente as conhecidas lesões por esforço repetitivo.” (IBIDEM, p. 1-2).

Ainda segundo a autora, as mudanças nas redações foram percebidas pelos jornalistas de diversas formas. Além das mudanças no ambiente e na estrutura física, foi estabelecida uma nova relação com o texto, em termos de mobilidade e rapidez, devido às possibilidades de processamento e arquivamento proporcionadas pelo computador. Com isso, também cresce a produtividade dos jornalistas e o controle de rentabilidade torna-se perceptível através do horário de fechamento dos jornais. A tecnologia possibilita que o jornal chegue mais cedo à banca (IBIDEM, p. 2).

De acordo com Lage (2001, p. 154), a informatização estabelece diferenciais entre o jornalista que domina a máquina e aquele que não domina. Contudo, o uso de computadores no jornalismo é irreversível e tende a crescer cada vez mais.

Inicialmente, foram os programas de produção: editores de texto, softwares de editoração, processamento de fotografias e gráficos. Agora, os editores não-lineares de som e vídeo e, especificamente para a reportagem, os usos da Internet, as planilhas de cálculo, os gerenciadores de bancos de dados, o acesso a métodos avançados de pesquisa.

## 2.2 O PIONEIRISMO NORTE-AMERICANO E O USO DA CAR

A sociedade norte-americana foi a precursora do uso de computadores em todas as atividades e foi, por isso, aquela que primeiro sofreu impactos pela introdução da tecnologia digital. Também nos Estados Unidos teve início a técnica conhecida como CAR (*Computer Assisted Reporting*), também chamada de RAC (Reportagem Assistida por Computador) no Brasil.

O primeiro grande uso do computador, nos EUA, foi para ajudar na velocidade da apuração dos resultados, isso em 1950. Em 1952, o computador foi utilizado na eleição presidencial, envolvendo os candidatos Dwight Eisenhower e Adlai Stevenson. Esse fato introduz a era das reportagens assistidas por computador (CAR). (LIMA JUNIOR, 2005 apud LIMA JUNIOR, 2008b, p. 5).

Philip Meyer, professor da Universidade da Carolina do Norte, foi um dos precursores do uso do computador no jornalismo. Utilizando um *IBM 360 mainframe*, ele conduziu uma pesquisa entre afro-americanos durante os distúrbios raciais em Detroit, em 1967. Essa matéria, na qual instituiu o conceito de *Computer Assisted Reporting*, rendeu a Meyer o Prêmio Pulitzer<sup>6</sup>.

No início da CAR, outro exemplo do uso do computador na prática jornalística ocorreu em 1973. O jornalista David Burnham, do New York Times, usou a tecnologia para analisar registros do Departamento de Polícia de Nova Iorque e, a partir daí, produzir uma matéria que abordava uma questão racial. O objetivo da reportagem era descobrir a relação entre o medo das classes média e alta, compostas por indivíduos da raça branca, e a probabilidade de serem vítimas de crimes praticados por pessoas da raça negra. Utilizando o computador para analisar registros de testemunhas e relatos de prisões, Burnham chegou a

---

6

O Prêmio Pulitzer é oferecido a pessoas que realizem trabalhos de excelência nas áreas de jornalismo, literatura e música. A premiação foi criada em 1917, por Joseph Pulitzer, e hoje é administrada pela Universidade de Colúmbia em Nova Iorque. Os indicados ao prêmio são escolhidos por uma banca independente e concorrem em 21 categorias.

uma constatação surpreendente: em Nova Iorque, ao contrário do que se pensava, uma pessoa negra tinha oito vezes mais probabilidade de ser morta do que uma pessoa branca.

Elliot Jaspin, do *The Providence (RI) Journal*, do estado de Massachusetts (EUA), também se tornou um expoente do uso de computadores no jornalismo americano. Em 1985, ele noticiou que, em um período de seis meses, três crianças morreram atropeladas ao descerem do ônibus da escola. O diferencial da apuração de Jaspin foi o cruzamento de informações de dois bancos de dados. Ele analisou bancos de dados dos motoristas e das violações de trânsito e também comparou registros desses profissionais com registros de testemunhos, encontrando, inclusive, motoristas que foram traficantes de drogas. O resultado da reportagem fez com que o Estado revisse os procedimentos de licença para motoristas de ônibus escolares.

Com o desenvolvimento da informática, aliado ao sucesso destas e de outras experiências de jornalistas no mundo da reportagem assistida por computador, os microcomputadores tornaram-se lugar comum nas redações americanas ainda nos anos 80 do século passado. Essa disseminação foi muito facilitada pela miniaturização dos computadores, que começou em 1971, com a invenção do microprocessador por Ted Hoff, da Intel Corporation. Foi a partir desta época que a sociedade americana começou a perceber as potencialidades do uso do microcomputador, disseminando sua utilização para outros setores, como escolas, governos e negócios.

No campo da comunicação, a utilização de computadores no processo de apuração jornalística não representa apenas um auxílio para o processamento e edição de textos. A reportagem assistida por computador vai além. De acordo com Lage (2001, p. 159),

A RAC baseia-se no emprego de técnicas instrumentais: a navegação e busca na Internet, a utilização de planilhas de cálculo e de bancos de dados. Trata-se de colher e processar informação primária ou, pelo menos, intermediária entre a constatação empírica da realidade e a produção de mensagens compreensíveis para o público.

Lima Junior utiliza uma definição mais genérica ao afirmar que “o conceito de *Computer Assisted Reporting* (CAR) é bastante amplo. Ele compreende qualquer coisa que usa o computador para ajudar no processo de obtenção de notícias, como softwares, banco de dados ou redes.” (LIMA JUNIOR, 2008b, p. 9, grifo do autor).

Paulo Rebêlo confirma a definição destes autores e acentua, ainda, a importância da manutenção de um arquivo pessoal por parte dos jornalistas. O autor afirma que a reportagem assistida por computador envolve “[...] a aplicação de técnicas mais avançadas, como uso de banco de dados e planilhas eletrônicas, nas reportagens. Evidentemente, também inclui a manutenção de um arquivo próprio para consulta offline, utilizando as mesmas ferramentas.” (REBÊLO, 2008b).

O uso das técnicas de CAR provocou inúmeras mudanças no fazer jornalístico. A maioria dos estudiosos da área acredita que sua utilização trouxe mais benefícios do que prejuízos aos jornalistas. Segundo Lima Junior (2008b, p. 11), “a importância da introdução do CAR no processo de produção do jornalismo denota-se na melhoria da qualidade do material produzido pelos veículos de comunicação, principalmente no quesito precisão.”

Com o computador, especialmente quando este se encontra conectado ao ciberespaço, os jornalistas têm mais facilidade para encontrar informações e economizam tempo e dinheiro ao deixar, por exemplo, de ter que se deslocar para outros lugares para realizar determinadas apurações.

O uso dos computadores facilita bastante o trabalho de coleta de dados dos repórteres. Assim, não têm mais que ir à sede da Prefeitura para conferir a taxa dos recolhimentos que estão sendo pagos, encontrar os dados sobre eleitores inscritos no Tribunal Eleitoral, procurar pessoalmente por informações no Departamento de Veículos ou deslocar-se até o Departamento de Polícia para saber sobre as estatísticas dos crimes, por exemplo. Da mesma forma, os repórteres também não precisam mais ficar na dependência das difíceis e furtivas fontes de informação sobre a máquina burocrática. (SQUIRRA, 2007 apud LIMA JUNIOR, 2008b, p. 11).

Os críticos do uso do computador no jornalismo apontam, no entanto, algumas desvantagens dessa prática. De acordo com Lima Junior, o principal fator desfavorável apontado por eles é o relaxamento dos jornalistas no cumprimento de suas tarefas básicas, como o contato pessoal com a fonte, por exemplo. Contudo, o autor rebate essas críticas esclarecendo que o uso da CAR não pode ser considerado jornalismo por completo, mas sim uma ferramenta para realizar um bom trabalho de coleta, produção e distribuição de conteúdos. Lima Junior acredita que os diversos tipos de fontes digitais proporcionam melhorias qualitativas ao jornalismo, contribuindo para o embasamento das matérias.

Desde o acesso a um arquivo de planilhas eletrônicas, tipo Excel, até a utilização do banco de dados do Senado Federal ou do Banco Central, passando por um CD-ROM ou DVD, todos esses sistemas de obtenção de informação digital são fundamentais para dar corpo a uma matéria jornalística. (LIMA JUNIOR, 2008b, p. 13).

Contudo, a prática de criar um arquivo pessoal para consulta não é uma tradição entre os jornalistas. Segundo Paulo Rebêlo, “são poucos os profissionais conscientes da importância de manter um arquivo pessoal de notícias, seja em banco de dados, planilha eletrônica ou, simplesmente, arquivos e pastas dentro de outras subpastas aleatórias no computador”. (REBÊLO, 2008a). Na opinião do autor, ter um arquivo pessoal para consulta *offline* é muito útil, principalmente para jornalistas *free-lancers*, que não trabalham em redações e agências plugadas à internet, ou para situações em que não se tem acesso a conexões em banda larga. “É recompensador encontrar, em fração de segundos, uma estatística, reportagem, pesquisa ou entrevista importante na hora de fechar uma matéria ou de preparar uma suíte para uso posterior.” (IBIDEM).

Além de contribuir para contextualizar as informações, a técnica da reportagem assistida por computador permite pesquisas mais avançadas, através de métodos que até pouco tempo atrás eram conhecidos e disponíveis apenas para pesquisadores acadêmicos e

planejadores, tanto no setor público quanto nas empresas privadas. Por isso, Nilson Lage acredita que “onde a RAC parece mais promissora é na produção de matérias mais analíticas e profundas – isto é, mais críticas e consistentes.” (LAGE, 2001, p. 161).

É importante, entretanto, salientar que as técnicas de utilização de computadores no jornalismo não melhoram, por si só, a qualidade da produção. Citando o repórter americano Elliot Jaspin, Brant Houston afirma que “o computador não transforma um jornalista ruim num bom jornalista. [...] Transforma, isso sim, um bom jornalista num melhor ainda.” (JORNALISTAS..., 2008).

### 2.2.1 Estudo e difusão da Reportagem Assistida por Computador

Hoje, a utilização de computadores no jornalismo é um fato irrefutável. As técnicas de reportagem assistida por computador (RAC), no entanto, não são uma realidade em todas as redações. Para Nilson Lage (2001, p.162), o próprio perfil do jornalista que utiliza essas técnicas é bem diferente da imagem que temos habitualmente desses profissionais.

A idéia de um repórter que navega pelo ciberespaço sem limites, para fora de sua base de atuação, consulta arquivos variados por todo o mundo e constrói seu próprio acervo de informações privilegiadas pode estar muito distante da imagem tradicional do fofoqueiro, do libertário ou do contestador, com seu caderninho de notas e um brutal e crescente ceticismo diante do poder – qualquer poder. Mas a ela que nos conduz a RAC, reportagem assistida por computador – tradução de CAR, ou *computer assisted reporting*. (grifo do autor).

Ainda segundo o autor, a difusão da RAC é intensa nos Estados Unidos, onde existe uma entidade especializada no ensino das técnicas de reportagem assistida por computador, o National Institute for Computer-Assisted Reporting, ou Instituto Nacional para Reportagem Assistida por Computador (NICAR). Até o início de 1999, o NICAR havia

treinado cerca de 12 mil repórteres em técnicas de apuração computadorizadas. (LAGE, 2001, p. 162). O instituto foi criado em 1989, pela Investigative Reporters and Editors (IRE) para reunir e aperfeiçoar jornalistas que usam o computador para apurar reportagens. (JORNALISTAS..., 2008). O instituto funciona na Universidade de Missouri e compete nessa tarefa de treinamento com uma série de outras organizações e empresas jornalísticas.

Existem iniciativas semelhantes em outras partes do mundo. Segundo informações disponíveis no site da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (**Abraji**)<sup>7</sup>, em pelo menos dois outros países são encontradas entidades correspondentes ao NICAR. É o caso da DICAR, na Dinamarca, e da RICARC, no Canadá. Podemos citar ainda o Knight Center, que pertence à Faculdade de Jornalismo da Universidade do Texas, em Austin. O Centro Knight para o Jornalismo nas Américas foi criado em agosto de 2002 e seu principal objetivo é ajudar os jornalistas a desenvolverem programas auto-sustentáveis de treinamento e capacitação destinados a elevar os padrões éticos e profissionais do jornalismo. (JORNALISTAS..., 2008).

No Brasil, a principal entidade incentivadora das técnicas de RAC é a Abraji. Através de parcerias com jornais, como o Diário de São Paulo e Folha de São Paulo, e outras entidades, como o próprio Centro Knight, a Abraji já ofereceu alguns cursos para promover a RAC entre os jornalistas brasileiros. “No curso de RAC, ensina-se onde encontrar e como trabalhar com bases de dados, como usar o Excel para processar grandes quantidades de informação e outras técnicas que podem agilizar significativamente a apuração de uma reportagem”. (DIÁRIO..., 2008).

---

<sup>7</sup> <http://www.abraji.org.br>



### 2.3 MUITO ALÉM DOS COMPUTADORES: O USO DE TECNOLOGIAS PORTÁTEIS NO JORNALISMO

A partir do final do século XX, o jornalismo se apoderou das mais diversas tecnologias para atingir um elevado nível de rapidez e eficiência. Segundo Fernando Firmino da Silva (2008a),

O jornalismo contemporâneo cada vez mais se alimenta de plataformas móveis tanto para a produção quanto para a difusão de conteúdo digital. Essa tendência está sendo chamada de jornalismo móvel e se caracteriza pelo uso de dispositivos portáteis digitais como celulares, smartphones, PDAs, pendrive, notebooks, câmeras e gravadores digitais e a utilização de conexões sem fio como Wi-Fi, WiMAX, Bluetooth, GPRS, GPS e outros.

Com todos esses aparatos, o repórter tem a possibilidade de trabalhar à distância com acesso remoto à Internet e fazer o *upload*<sup>8</sup> em tempo real de qualquer material produzido, tais como textos, áudio, vídeos ou fotos, para postagem em um site jornalístico ou em outro meio de comunicação. Isso só se tornou possível a partir de 1990, com o desenvolvimento de tecnologias portáteis, capazes de substituir os computadores de mesa e oferecer ao repórter condições de mobilidade pelo espaço físico. Assim, ele pode exercer suas atividades de coleta de informações e de produção diretamente no local onde está acontecendo o fato, sem que precise se deslocar para uma redação. Atualmente, softwares

---

<sup>8</sup> Upload é a transferência de dados de um computador local para um servidor, que pode estar em uma rede interna ou na internet. Trata-se de um processo inverso ao download, pois ao invés de carregar arquivos para uma máquina, o usuário os envia para um servidor.

como o Farcast Reporter e o Mobile Reporter, apropriados para cobertura móvel, vêm sendo desenvolvidos para facilitar o trabalho de apuração/produção/publicação dos repórteres.

Em seu artigo, intitulado **Jornalismo reconfigurado: tecnologias móveis e conexão sem fio na reportagem de campo**, Silva afirma que há um crescente número de experiências de produção jornalística a partir do uso de dispositivos portáteis, tanto no Brasil quanto no exterior. Segundo o autor,

A experiência mais representativa do jornalismo móvel em nível internacional foi introduzida pela agência de notícias *Reuters* em outubro de 2007 com a criação do projeto “Reuters Mobile Journalism”. Repórteres da agência espalhados pelo mundo estão utilizando um kit composto por um celular Nokia N95, um teclado sem fio *bluetooth*, um microfone externo para a gravação com mais qualidade das entrevistas e um tripé para auxiliar na estabilização das imagens e vídeos gravados, além de aplicativos de edição embutidos no aparelho celular. Com este kit o repórter produz suas reportagens em formatos distintos (áudio, vídeo, imagens, textos) para distribuição através de diversas plataformas da agência de notícias. (SILVA, 2008b, p. 8-9, grifo do autor).

No Brasil, o Sistema Jornal do Commercio, de Recife, foi o primeiro a utilizar tecnologia de terceira geração (3G) e celulares para gerar vídeos e fotos para a programação de um canal de TV e para um portal de notícias, o JC Online<sup>9</sup>. A partir de novembro de 2007, repórteres, fotógrafos e cinegrafistas passaram a utilizar celulares para registrar situações do cotidiano de Recife, como acidentes, incêndios, previsão do tempo nas praias, entre outros. O material produzido é exibido na programação jornalística da TV Jornal e disponibilizado no portal JC Online. (IBIDEM, p. 10).

Não podemos deixar de considerar que com a expansão das tecnologias móveis, como o celular e as câmeras digitais, disponíveis fora dos limites das empresas de comunicação, a produção de conteúdos passa a emergir também dos leitores/internautas, constituindo o que se costuma chamar de jornalismo participativo (ou ainda jornalismo cidadão, colaborativo, *open source*). Essa tendência é incentivada pela maioria dos portais de

---

<sup>9</sup> <http://jc.uol.com.br>

notícias e até por jornais impressos, que criam seções específicas para a participação do público. Dentre essas iniciativas, podemos citar o Eu Repórter<sup>10</sup>, do Globo OnLine; o FotoRepórter<sup>11</sup>, do Estadão; o I, Report<sup>12</sup>, da CNN e o Yo, Periodista<sup>13</sup>, do El País.

Devido ao tipo de tecnologia utilizada, principalmente celulares e câmeras digitais, os conteúdos produzidos pelo público são, em sua maioria, constituídos por fotos e vídeos. Alguns exemplos conhecidos do uso desses instrumentos podem ser citados, como as gravações da execução de Saddam Hussein, em 2006, e dos atentados terroristas em Madri e Londres, em março de 2004 e julho de 2005, respectivamente. No Brasil, o principal exemplo de produção de fotos e vídeos amadores ocorreu com o acidente do voo JJ 3054, da TAM, em julho de 2007. Contudo, o uso de conteúdos baseados em imagens não é exclusividade dos amadores. Jornalistas profissionais também têm utilizado a tecnologia 3G para produzir e transmitir conteúdos através de celulares. Segundo Fernando Firmino da Silva (2008b), o portal Jornal NH<sup>14</sup>, de Novo Hamburgo, no Rio Grande do Sul, foi o primeiro a utilizar essa tecnologia, em maio de 2008. Também neste ano, o jornalismo da TV Band, de São Paulo, passou a utilizar essa tecnologia para produzir vídeos com qualidade próxima à do DVD.

Outras questões relativas à combinação entre jornalismo, tecnologias móveis e mobilidade devem ser ressaltadas, especificamente em relação ao seu impacto sobre as rotinas produtivas dos jornalistas. De acordo com Silva (2008a),

Há uma nítida convergência de funções. A pauta, a foto, a pesquisa, a edição e publicação da notícia pode se concentrar num único profissional: o repórter móvel, que agora absorve uma série de atividades que antes (ou ainda) se distribuía entre pauteiros, fotógrafos, editores. Outro aspecto é que o *dead line* desaparece. A noção do tempo para o fechamento da matéria é o tempo real. (grifo do autor).

---

<sup>10</sup> <http://oglobo.globo.com/participe>

<sup>11</sup> [http://www.estadao.com.br/ext/fotoreporter/foto\\_imagens.htm](http://www.estadao.com.br/ext/fotoreporter/foto_imagens.htm)

<sup>12</sup> <http://www.cnn.com/ireport>

<sup>13</sup> <http://www.elpais.com/yoperiodista>

<sup>14</sup> <http://www.ziptop.com.br/jornalnh/principal/capa.asp>

Dessa forma, instala-se no jornalismo um novo ritmo de cobertura, caracterizada por alguns autores, como veremos no próximo capítulo, como uma espécie de cobertura continuada, na qual o repórter concentra várias funções a serem realizadas em curtos espaços de tempo.

### **3 INTERNET: A GRANDE REDE**

A internet pode ser definida de diferentes maneiras. A ligação de computadores em uma rede que possibilita a transmissão de informações em escala mundial é vista por alguns autores, entre eles Bernardo Kucinski (2004), como uma das maiores inovações tecnológicas no campo da Comunicação. Nilson Lage (2001), por sua vez, define a internet de maneira um tanto pessimista, ao caracterizá-la como uma espécie de depósito de dados: “A Internet é uma rede mundial de computadores ligados por linhas telefônicas ou qualquer outro dispositivo na qual se deposita um acervo enorme – imensurável, crescente – de dados que alguém decidiu levar a público.” (LAGE, 2001, p. 156).

Segundo Castells (1999), a criação e o desenvolvimento da internet nas três últimas décadas do século XX foram conseqüências de uma fusão de estratégia militar, cooperação científica, iniciativa tecnológica e inovação contracultural. As origens da internet estão na ARPANET, a primeira rede de computadores, estabelecida pela ARPA (Advanced

Research Projects Agency), instituição que pertencia ao Departamento de Defesa dos Estados Unidos.

A ARPANET começou a ser desenvolvida após o lançamento do primeiro *Sputnik*, pela União Soviética, em 1957. A rede entrou em funcionamento em 1º de setembro de 1969 e seus quatro primeiros nós<sup>15</sup> ficavam na Universidade da Califórnia em Los Angeles, no Stanford Research Institute, na Universidade da Califórnia em Santa Bárbara e na Universidade de Utah. O objetivo de seus idealizadores era criar um sistema de comunicação invulnerável a ataques nucleares, no qual a rede fosse independente de centros de comando e controle.

No entanto, o que possibilitou a abrangência mundial da internet foi o desenvolvimento da *world wide web*, ou WWW. Trata-se de uma interface gráfica para partilhar informação, criada em 1990 pelo programador inglês Tim Berners-Lee. De acordo com Castells (2003, p. 33),

[...] em meados dos anos 90, a Internet estava já privatizada e a sua arquitectura técnica aberta permitia a ligação em rede de todas as redes informáticas de qualquer ponto do planeta, a *world wide web* podia funcionar com o *software* adequado e havia vários *browsers* de fácil utilização à disposição dos utilizadores. (grifo do autor).

Ainda segundo o autor, a popularização da internet se deu a partir de 1995, quando a rede mundial de computadores passou a ser utilizada por pessoas e empresas de todos os setores da sociedade.

Apesar de acreditar que é no ambiente de trabalho que se dá o maior uso da internet e, especificamente, da comunicação global mediada por computador (CMC), possibilitada pela grande rede, Castells (1999, p. 447) acentua que

---

<sup>15</sup> Quando se refere à internet, a palavra “nós” assume um significado diferente. Em “internetês”, linguagem própria deste ambiente, o vocábulo nó remete aos centros que geram conteúdos para a rede.

Além do desempenho de tarefas profissionais, os usos da CMC já alcançam toda a esfera de atividades sociais. O telebanco vem sendo imposto aos clientes, tanto por incentivos quanto por penalidades dos bancos. As compras on-line estão explodindo, não por imposição dos *shopping centers*, mas vinculadas a eles, embora algumas lojas tradicionais (por exemplo, livrarias, lojas de discos, talvez revendas de automóveis) desaparecerão ou serão transformadas pela concorrência *on-line*. As universidades estão, devagar e sempre, entrando numa era de articulação entre a interface pessoal e o ensino *on-line*. As comunicações pessoais por correio eletrônico, atividade de CMC mais comum fora do trabalho, está crescendo exponencialmente. (grifo do autor).

Diferentemente de Castells, que fala da web em termos globais, Bernardo Kucinski (2004) aborda a internet na realidade dos jornalistas. Em seu livro **Jornalismo na era virtual – ensaios sobre o colapso da razão ética**, o autor fala sobre os usos que os internautas, principalmente os profissionais de comunicação, fazem da rede, afirmando que a internet desempenha quatro funções diferentes. A primeira delas é a de transmissão de dados, uma vez que a web amplia, e às vezes suplanta, as possibilidades de transmissão já existentes, tais como a utilização do telefone, do telégrafo e do fax. A segunda função é a de mídia, pois a internet constitui, para Kucinski, a mais nova mídia desde a invenção da TV, na década de 1950. Além dessas funções, a rede mundial de computadores é também uma ferramenta de trabalho, na medida em que permite a execução de tarefas como acesso a bancos de dados, leitura de jornais e publicações e realização de conferências e entrevistas, por exemplo. A quarta função diz respeito ao que o autor caracteriza como memória da produção. Segundo Kucinski, a internet armazena todo tipo de produção intelectual, artística e científica, na forma de arquivos digitalizados, acessíveis de qualquer parte do mundo. Além disso, o autor ainda ressalta que a grande rede exerce funções acessórias importantes no campo político, como articuladora de movimentos sociais.

Em termos de transmissão de informações, Kucinski (2004, p. 72) acredita que a internet aliada a outras tecnologias, portáteis ou não, constitui a maior inovação no campo das comunicações.

É enorme, quase sem limites, a quantidade de informações que podem ser processadas. Ao mesmo tempo, a combinação da digitalização com os satélites de comunicação e a telefonia celular permite que cada homem, em qualquer parte do planeta, esteja acoplado a uma rede mundial de comunicações públicas e pessoais. É a maior revolução nas comunicações desde a invenção de Gutenberg.

Sem dúvida, uma das maiores revoluções possibilitadas pela internet foi a estruturação da narrativa a partir de seu caráter hipertextual. Com o advento do hipertexto, caracterizado por Sabine Righetti e Ruy Quadros (2007) como um texto em formato não linear que permite ao internauta conduzir sua própria leitura, criou-se uma gama quase infinita de possibilidades de navegação. Assim, cada usuário pode decidir seu percurso de leitura e, através de links<sup>16</sup>, criar uma espécie de texto próprio, ou seja, seguir por um caminho único de acordo com suas preferências.

### 3.1 A INTERNET NO BRASIL E NO MUNDO: EVOLUÇÃO E ACESSO CADA VEZ MAIORES

Ao longo das últimas décadas, a internet evoluiu e se desenvolveu para chegar ao alcance e importância atuais. A cada ano, mais pessoas têm acesso à rede e a tendência de crescimento é visível. Segundo dados divulgados em junho de 2008 pela **Folha Online**, o número de usuários da internet vai chegar a 1,8 bilhões de pessoas no ano de 2012, o que corresponderia a um quarto da população mundial. A pesquisa realizada pela JupiterResearch ainda revela que o crescimento de 44% em relação aos dados de 2007 será alavancado, principalmente, por economias emergentes, como Brasil, Rússia, Índia e China. (UM QUARTO..., 2008).

---

<sup>16</sup> Também chamado de hiperlink, o link corresponde a uma referência presente em um documento capaz de ligá-lo a outro documento ou a outros recursos disponíveis na web, tais como imagens, áudios ou vídeos. A palavra inglesa link entrou na língua portuguesa por via de redes de computadores, em especial a Internet, servindo de forma curta para designar as hiperligações do hipertexto. O seu significado é "atalho", "caminho" ou "ligação". Através dos links é possível produzir arquivos não lineares ou simplesmente inserir ilustrações em um arquivo de texto.

Confirmando esta tendência, o número de internautas brasileiros tem crescido significativamente. Um levantamento do Ibope//NetRatings, divulgado pelo portal **G1** em 24 de julho de 2008, mostrou que o número de pessoas com acesso à internet em casa dobrou em três anos. Conforme a pesquisa, em junho de 2005, eram 18,3 milhões os brasileiros com acesso residencial à web, número que em junho de 2008 saltou para 35,5 milhões. (EM TRÊS..., 2008). Considerando outros ambientes, o acesso à rede também é grande. “De acordo com dados relativos ao primeiro trimestre de 2008 do Global Internet Trends-GNetN, pouco mais de 41 milhões de brasileiros com 16 anos ou mais declaram ter acesso à Internet em qualquer ambiente (casa, trabalho, escola, cybercafés, bibliotecas e outros locais).” (ACESSO..., 2008). O Brasil também se destaca em relação ao tempo de navegação na web. Dados do Ibope//NetRatings, divulgados em agosto de 2008, revelam que, em julho deste ano, os usuários residenciais passaram, em média, 24 horas e 54 minutos conectados. Esses números colocam o internauta brasileiro em primeiro lugar em tempo de navegação, entre nove países acompanhados pelo Ibope//NetRatings. A Alemanha, com 21 horas e 06 minutos por mês, e os Estados Unidos, com 20 horas e 50 minutos por mês, ocupam, respectivamente, a segunda e a terceira posições desse ranking. (ACESSO..., 2008).

Segundo Santos, Pugas e D’Andréa, a internet surgiu no Brasil em meados dos anos 80 e ganhou relevância em 1988, a partir da implantação do projeto de rede RNP (Rede Nacional de Pesquisa), que interligava institutos e universidades pelo Brasil e exterior. Contudo, a rede mundial de computadores foi aberta ao público em caráter comercial em 1995. Os autores ainda afirmam que a apropriação das ferramentas da internet pelos brasileiros possui especificidades relevantes.

Programas de mensagens instantâneas como o MSN, da Microsoft, são muito procurados pelo usuário brasileiro. Destaca-se também o alto grau de uso de sites de redes sociais, também denominados sites de relacionamentos, especialmente pelo público jovem, um dos que mais cresce no uso da internet no Brasil. (SANTOS; PUGAS; D’ANDRÉIA, 2008, p. 5-6)



Entre os sites de relacionamento, o grande destaque é o Orkut, que atrai principalmente o público entre 12 e 24 anos de idade. Segundo dados divulgados pelo Ministério da Cultura em julho de 2008, 40 milhões de brasileiros fazem parte do site, o que corresponde a 54% do total de usuários dessa rede social. (ORKUT..., 2008).

### 3.2 INTERNET NO JORNALISMO: A BUSCA DE INFORMAÇÕES

As formas de coletar informações, de produzir e difundir notícias foram profundamente alteradas pela popularização da internet. A rede afetou os veículos de comunicação tradicionais, que, além de utilizá-la em pesquisas, também buscaram marcar presença nesse novo território, através da criação de seus próprios sites. Jornais, revistas, emissoras de rádio e TV hoje estão presentes na web, disseminando variados conteúdos, e os repórteres utilizam os computadores conectados à rede para fazer entrevistas, pesquisar informações e analisar dados.

Conforme Elias Machado (2003, p. 22),

Um diagnóstico do sistema de produção do jornalismo nas sociedades contemporâneas revela a existência de dois tipos diferentes de uso das redes telemáticas. No primeiro, as redes são concebidas como ferramenta auxiliar para a elaboração de conteúdos para os meios clássicos, ainda abastecidos com meios clássicos de coleta de dados, enquanto que, no segundo, todas as etapas do sistema jornalístico de produção – desde a pesquisa e apuração até a circulação dos conteúdos – estão circunscritas às fronteiras do ciberespaço.

A utilização da internet, tanto para obtenção como para difusão de informações por parte dos jornalistas, é uma tendência que, apesar de ter ganhado destaque nos últimos anos, já vem sendo estudada há algum tempo por especialistas como Tom Koch. Neste

cenário, destacam-se principalmente as especificidades do processo de apuração baseada na web.

Enquanto nos modelos de pesquisa e apuração nos meios convencionais a apuração parte de fatos que podem ser localizados com facilidade, factóides isolados de uma determinada região e, mais freqüentemente, de declarações, Koch acentua que, no modelo eletrônico para apuração jornalística, os fatos são substituídos pela necessidade de uma frase de busca que defina a questão ou problema pautado. (IBIDEM, p. 24).

Se antes os jornalistas não dispensavam o telefone e a apuração nas ruas, pode-se dizer que agora quase ninguém começa uma reportagem sem realizar uma pesquisa online. Parece não haver assunto que não possa ser encontrado através de palavras, ou mesmo de uma frase adequada, digitadas num site de busca.

Contudo, as especificidades do ciberespaço também trazem consigo mudanças na relação entre usuários (receptores) e conteúdos, na medida em que nesse ambiente todos podem ser produtores. “Agora, com um computador em casa conectado à rede, uma pessoa é capaz de se tornar produtora de informação sem capacitação e sem passar por um ‘filtro’ editorial identificado pelo leitor.” (RIGHETTI; QUADROS, 2008, p. 6). Nesse contexto, o grande volume de informações pode ser um problema para jornalistas e a credibilidade das fontes também é posta em dúvida.

O surgimento da internet no seu modo gráfico (www) e a possibilidade da busca de URLs e arquivos por programas como o Google, por exemplo, facilitaram muito o trabalho do jornalista na busca de mais informações. Mas existem as questões da imprecisão dos dados, credibilidade das fontes e a enorme quantidade de informações não-solicitadas que aparecem na tela do computador quando é realizada uma pesquisa em mecanismos de busca. (LIMA JÚNIOR, 2008a, p. 6).

Lima Junior afirma que o grande volume de informações coletadas e armazenadas através da internet ultrapassa a capacidade humana, principalmente a do jornalista, diante da tarefa de levantar dados e realizar o cruzamento de informações para análises posteriores. Segundo o autor, apesar da aparente facilidade de utilização de mecanismos de busca, o

jornalista vê seu trabalho de pesquisa se tornar cada vez mais complexo na tentativa de se obter informações consolidadas e contextualizadas. (IBIDEM, p. 3).

Além da busca de informações, a internet possibilita o contato dos jornalistas com as fontes, muitas das quais não seriam acessíveis por outros meios. Nesta situação, o e-mail é uma das principais ferramentas para os profissionais da área jornalística, que se valem de sua rapidez e baixo custo para realizar diversas atividades.

O e-mail substitui efetivamente o fax, uma vez que é mais rápido, mais confiável, personalizado e não necessita de papel. Os jornalistas observaram que o e-mail pode ser usado de maneira eficiente para responder a questões de rotina e verificação de fatos. Pode ser, com frequência, o único método disponível para contatar fontes em locais remotos ou em horários díspares. (GARRISON, 2007, p. 29).

No entanto, o uso do e-mail ainda enfrenta certa desconfiança no meio jornalístico, principalmente em relação à autoria e veracidade das informações enviadas. Segundo Garrison (2007), uma pesquisa realizada com jornalistas de mídia impressa nos Estados Unidos, no ano de 2001, mostrou que 75,1% dos profissionais utilizavam o e-mail para trocar informações com fontes. Contudo, apenas 6,5% das entrevistas eram conduzidas através de mensagens eletrônicas, enquanto 51,3% eram realizadas por telefone e 41,7% pessoalmente. Dados como esses revelam que o papel do e-mail no processo de apuração de notícias não está definido e ainda precisa ser legitimado pelos profissionais da área.

No Brasil, a utilização de tecnologias como e-mail e programas de mensagens instantâneas é bastante comum entre jornalistas, principalmente nas assessorias de imprensa. De acordo com Pollyana Ferrari (2007, p. 38-39), o uso de ferramentas como correio eletrônico, SMS, MSN, ICQ e Orkut<sup>17</sup> tem modificado o trabalho dos jornalistas e assessores,

<sup>17</sup> Os comunicadores instantâneos, como MSN e ICQ, permitem a troca de mensagens que podem ser lidas instantaneamente por pessoas conectadas à internet. A utilização dessas ferramentas permite que os jornalistas se comuniquem com colegas de trabalho e ainda realizem entrevistas para a apuração de matérias. Já as mensagens do tipo SMS, enviadas por celular, podem ser úteis para o envio de informações curtas e urgentes, como em situações em que o repórter já se encontra no local da apuração. A utilização do Orkut, por sua vez, se dá de diversas formas, principalmente através da cópia de textos, fotos e vídeos para posterior publicação. Esta prática será abordada com mais detalhes no último capítulo deste trabalho.

uma vez que possibilitam a transmissão dos mais variados tipos de conteúdos e tornam o trabalho mais ágil, reduzindo o tempo de realização das tarefas.

### 3.2.1 Técnicas de pesquisa na internet

Como já foi ressaltado anteriormente, um dos principais problemas enfrentados pelos jornalistas durante a pesquisa na internet diz respeito ao volume de informações disponíveis, uma vez que grande parte desse conteúdo não dispõe de credibilidade e contextualização. Diante deste contexto, alguns pesquisadores desenvolveram técnicas de busca para auxiliar o trabalho destes profissionais.

O jornalista Julio Tognolli criou uma técnica de pesquisa na internet a qual denomina Livres Associações. “A técnica de Tognolli se baseia em sempre começar procurando pelo Google Imagens e nunca pelo Google Texto, pois segundo o jornalista, o mecanismo fornece um ‘substrato caótico’ de imagens mais interessante do que o outro.” (LIMA JUNIOR, 2008a, p. 7). Assim, utilizando seu repertório pessoal, o jornalista pode pesquisar a vida de determinada pessoa na internet através de associações livres entre o nome dela e alguns termos. Os vocábulos associados podem ser quaisquer palavras, tais como crime, carro, polícia, música, entre outros. As associações dependem única e exclusivamente da visão particular do jornalista sobre a pessoa a ser pesquisada e, conseqüentemente, do tipo de informação que ele deseja obter.

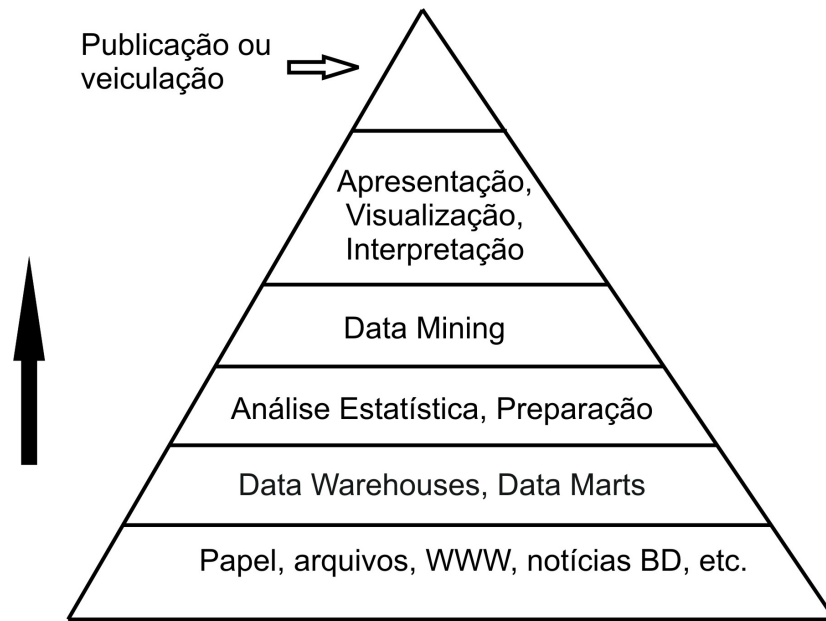
Além de técnicas criadas especialmente para uso dos jornalistas, alguns autores sugerem a adaptação de outros mecanismos de busca ao jornalismo. Esse é o caso de Lima Junior, que sugere a adoção de um método conhecido como Data Mining. Utilizado em outras áreas de conhecimento, principalmente no setor econômico, este método serve para trabalhar

com grandes quantidades de dados, constituindo-se como um processo de complexidade mais elevada. “A técnica é uma ferramenta para mineração de dados e descoberta de conexões complexas, que são quase impossíveis de serem encontradas em um mar de informações, por exemplo, utilizando apenas buscas na Internet ou técnicas como a CAR<sup>18</sup>.” (IBIDEM, p. 3). Segundo o autor, o Data Mining pode ser útil no jornalismo desde que os bancos de dados sejam precisos e tenham uma certa inteligência artificial para lidar com as modificações semânticas das palavras. Tal inteligência seria a capacidade de se adaptar às mudanças que ocorrem ao longo do tempo nos significados de alguns termos. Um exemplo simples dessas mudanças é o que ocorreu no Brasil com o significado da palavra “Lula”. Até meados da década de 1960, esta palavra tinha apenas um significado, referindo-se a um animal marinho, ao passo que hoje o termo tem mais de um sentido, sendo utilizado, principalmente, para designar o Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva.

Enquanto processo de mineração de dados, o Data Mining permite uma seleção cada vez mais refinada de informações ao longo da pesquisa. Para isso, é necessário que se perca uma parte dos dados para que seja conservada apenas a essência da informação. (IBIDEM, p. 10). Lima Junior (2008a, p. 12) apresenta um esquema gráfico para melhor visualização do processo.

---

<sup>18</sup> A técnica conhecida como CAR – *Computer Assisted Reporting* – foi apresentada no capítulo anterior e consiste, basicamente, na utilização de computadores no processo de produção de notícias, principalmente através do uso de *softwares* e de técnicas avançadas de pesquisa em bancos de dados e redes.



Fonte: Walter Lima Junior

Embora o autor não forneça uma explicação detalhada do esquema, podemos perceber que, à medida que se avança pelas etapas do processo, as informações vão sendo selecionadas e filtradas, até que se chegue a um resultado satisfatório, ou seja, à informação a ser publicada. A primeira etapa é a busca de conteúdos em arquivos pessoais e na internet, passando, em seguida, pela pesquisa em bancos de dados mais específicos, como os *data warehouses*, que armazenam informações de empresas e não oferecem a possibilidade de alterações nos dados, e os *data marts*, que abrigam dados sobre setores específicos de uma determinada organização. Tanto os *data warehouses* quanto os *data marts*, disponíveis em redes internas ou na web, são bancos de dados de difícil utilização, exigindo, muitas vezes, o uso de *softwares* específicos para a busca das informações. Depois da análise e preparação do material encontrado, acontece, de fato, o Data Mining, entendido como um processo de seleção de dados para a descoberta de conexões mais complexas entre as informações. Então, passa-se à etapa de interpretação do material coletado para, enfim, chegar à veiculação ou publicação da matéria.

### 3.3 JORNALISMO NA INTERNET: A PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS

Com o desenvolvimento da internet, os veículos de comunicação passaram a vislumbrar nesse meio uma possibilidade de expansão. De acordo com Luciana Mielniczuk (2008), a rede já era utilizada para divulgação de informações jornalísticas antes da invenção da *world wide web* (WWW). Contudo, a internet passou a atender finalidades jornalísticas de forma mais expressiva a partir de sua utilização comercial, no início dos anos 1990. Assim, a partir da segunda metade daquela década, empresas de jornalismo impresso, rádio e TV começaram a marcar presença na rede através da criação de seus próprios websites. No Brasil, segundo Righetti e Quadros (2008), a internet foi vista pelos grupos de mídia como uma inovação tecnológica incerta e promissora, o que fez com ela fosse incorporada pelas empresas sem estratégias definidas, numa situação de risco.

A incorporação da internet pelas empresas jornalísticas resultou em uma nova prática jornalística. No entanto, não há um consenso entre os autores sobre a denominação do jornalismo desenvolvido na web. Os termos mais comuns são: jornalismo eletrônico, jornalismo digital ou multimídia, jornalismo online, jornalismo hipertextual ou ainda ciberjornalismo e webjornalismo. A partir de diferentes autores, Mielniczuk (2003) sistematiza a denominação<sup>19</sup> desse tipo de prática jornalística levando em consideração os meios tecnológicos através dos quais as informações são tratadas.

Dessa forma, a autora caracteriza o jornalismo eletrônico como aquele em que são utilizados equipamentos eletrônicos, seja para a captura ou para a divulgação de informações.

---

<sup>19</sup> Embora apresentemos aqui a sistematização proposta por Luciana Mielniczuk, as denominações utilizadas por outros autores ao longo deste trabalho podem não corresponder às nomenclaturas definidas pela autora. Dessa forma, termos como jornalismo online ou webjornalismo poderão ser utilizados algumas vezes como sinônimos, referindo-se, de maneira genérica, ao jornalismo desenvolvido na internet.

O jornalismo digital ou multimídia seria aquele em que se emprega a tecnologia digital, isto é, qualquer procedimento jornalístico que implica no tratamento de dados digitalizados em forma de bits. A denominação multimídia refere-se à natureza desses dados, que podem ser textos, sons ou imagens. O ciberjornalismo, por sua vez, é caracterizado pela autora como aquele que envolve tecnologias que utilizam o ciberespaço. Tal denominação nos remete, de maneira genérica, ao jornalismo realizado com o auxílio de possibilidades tecnológicas oferecidas pela cibernética ou ao jornalismo praticado no ciberespaço. Ainda segundo Mielniczuk (2003), o jornalismo online é aquele que se desenvolve através da utilização de tecnologias de transmissão de dados em rede e em tempo real. Já o webjornalismo remete, de acordo com a autora, à utilização da *world wide web*, ou apenas web, identificada não como sinônimo de internet, mas como uma parte específica da mesma, ou seja, uma interface gráfica da rede.

De maneira geral, não levando em conta as diferentes denominações dadas a essa recente prática jornalística, mas considerando as características de tal produção, vários autores oferecem definições para o jornalismo praticado na internet. Nas palavras de Righetti e Quadros (2008, p. 6), por exemplo, “o jornalismo *online* se baseia na idéia de cobertura em ‘tempo real’ em que, em geral, os fatos vão sendo narrados continuamente, em textos curtos, à medida que vão acontecendo.” (grifo dos autores). Os autores também ressaltam que esse tipo de jornalismo é baseado ainda na narrativa hipertextual, caracterizada como aquela em que o internauta conduz sua própria leitura através dos links de sua escolha.

Para Kucinski (2004, p. 77) o chamado jornalismo online é um conceito-fetice, na medida em que não explica o que mudou ou não na prática jornalística em função da internet. O autor compara esse tipo de jornalismo ao produzido pelas agências de notícias.

Esse jornalismo não se distingue do serviço tradicional de agências de notícias sob o aspecto da atualidade da informação, mas definiu-se um novo ritmo de



abastecimento de notícias, no qual os fatos vão sendo narrados continuamente, em textos curtos e pouco acabados, à medida que vão acontecendo, e não depois que aconteceram. Esse jornalismo on line funciona como uma agência de notícias provisória, que pauta os outros meios de comunicação, ao mesmo tempo que funciona como leitura final para o usuário da internet.

Confirmando em parte essa opinião, Machado aponta que, através da produção de conteúdos no ciberespaço, o jornalista assume cada vez mais o papel de fonte, pois o material produzido por ele serve como pauta e como fonte de informações para seus próprios colegas de profissão. Com isso, “[...] a produção de conteúdos ganha uma etapa a mais em que o profissional, a um só tempo, organiza a informação para uso do público em geral e dos membros das redes de circulação de notícias em particular.” (MACHADO, 2003, p. 14).

Apesar da proximidade com o ritmo e com o tipo de produção das agências de notícias, o jornalismo online tem características específicas que o diferenciam destas empresas. Segundo Kucinski (2004), seriam três características essenciais: o público, a primazia da velocidade sobre outros atributos da informação e o uso que os veículos fazem de seus conteúdos.

Em relação ao público, Kucinski (2004, p. 97) afirma que ele é constituído, principalmente, por especuladores e instituições financeiras.

Há um público de pessoas comuns que acompanham o jornalismo on line em seus locais de trabalho ou como parte do leque de opções oferecidas pela internet aos internautas. Mas esse não é o público principal, aquele para o qual o serviço do jornalismo on line se organiza. O jornalismo on line se dirige aos usuários que atribuem à notícia um valor monetário imediato.

Outra característica do jornalismo desenvolvido para a web, segundo Kucinski, é a prevalência da velocidade sobre outros aspectos da informação, tais como precisão, contextualização e interpretação. Ainda de acordo com o autor, esses atributos são sacrificados em nome da velocidade. “No jornalismo on line as informações são enviadas continuamente, aos pedaços, ao mesmo tempo em que os fatos estão acontecendo. [...] É um

jornalismo que não espera o resultado da batalha. Informa cada troca de tiros.” (IBIDEM, p. 98).

A terceira característica do jornalismo online em relação ao praticado pelas agências de notícias diz respeito ao uso que os veículos fazem de seus conteúdos. Kucinski afirma que o material fornecido pelas agências ainda é utilizado como produto final pelos jornalistas, sendo publicado apenas com leves adaptações, ao passo que o noticiário online é usado como pauta para a cobertura feita pelos próprios jornalistas desses veículos.

Dessa forma, transportou-se para o fazer jornalístico o ritmo frenético da cobertura continuada on line. O repórter, mesmo que esteja em campo, recebe por intermédio de seu celular novas ordens de trabalho, inspiradas em fatos que seu chefe acabou de ler no jornalismo on line das telas da internet. (IBIDEM, p. 98).

Para além destas características, é preciso ressaltar que o jornalismo desenvolvido na web já foi realizado de diferentes maneiras. De acordo com Mielniczuk (2008), é possível identificar três fases distintas desse tipo de produção. Num primeiro momento, o jornalismo na web é caracterizado por um modelo transpositivo, no qual os conteúdos publicados são, em sua maioria, reproduções de partes dos grandes jornais impressos. Nesta fase, o que se publicava na internet correspondia à digitalização dos principais textos das edições impressas. Esse material era atualizado a cada 24 horas, de acordo com o fechamento daqueles jornais.

Segundo Mielniczuk (2008), uma segunda fase pode ser identificada a partir do aperfeiçoamento e desenvolvimento da estrutura técnica da internet. Nesta fase, conhecida como a da metáfora, os produtos jornalísticos disponibilizados na rede começam a explorar as características oferecidas neste ambiente. Assim, embora ainda utilizando transposições de conteúdos publicados no jornalismo impresso, os chamados webjornais passam a oferecer outras possibilidades aos leitores.

[...] Começam a surgir secções ou editorias para abrigar notícias de fatos que acontecem no período entre as edições (chamadas de "Plantão" ou "Últimas Notícias"); o e-mail passa a ser utilizado

como uma possibilidade de comunicação entre jornalista e leitor ou entre os leitores, através de fóruns de debates; a elaboração das notícias passa a explorar, ainda que de forma limitada, os recursos oferecidos pelo hipertexto. (MIELNICZUK, 2008, p. 2).

A autora ressalta, no entanto, que o cenário começa a se modificar realmente com o surgimento de iniciativas empresariais e editoriais destinadas exclusivamente à internet. Surgem, assim, sites jornalísticos desenvolvidos especificamente para a web, extrapolando a idéia de uma versão de jornal impresso criada para este ambiente. Segundo Mielniczuk, um exemplo bem sucedido desse tipo de iniciativa seria o site MSNBC<sup>20</sup>, criado em 1996 a partir de uma fusão entre a Microsoft e a NBC, uma empresa de informática e uma empresa jornalística de televisão, respectivamente. É neste terceiro e atual momento que, de acordo com a autora, existe, de fato, o webjornalismo. Neste estágio ocorre, em maior intensidade, o desenvolvimento das redes telemáticas e dos microcomputadores, permitindo, a transmissão mais rápida de sons e imagens, que passam a ser utilizados em maior escala no webjornalismo.

A partir dessa terceira fase, o jornalismo desenvolvido na web assume características próprias deste ambiente, que o diferenciam do jornalismo praticado em outras mídias. De acordo com Marcos Palacios (2008), seriam seis as características gerais do webjornalismo: Multimedialidade/Convergência, Interatividade, Hipertextualidade, Customização do Conteúdo/Personalização, Memória e Instantaneidade/Atualização Contínua.

---

<sup>20</sup> <http://www.msnbc.com>

Em seu texto **Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o Lugar da Memória**, o autor explica, de forma simplificada, cada uma dessas características. A multimídia refere-se à convergência dos formatos das mídias tradicionais, como imagem, texto e som, para a narração do fato jornalístico. A interatividade é a característica das produções disponíveis no ciberespaço que possibilita a participação do leitor/usuário, seja através da troca de e-mails com os jornalistas ou através de fóruns de discussão, por exemplo. Palacios ainda destaca que, segundo Machado Gonçalves, a interatividade também ocorre no âmbito da própria notícia, pois a navegação pelo hipertexto pode ser classificada como uma situação interativa. Já a hipertextualidade, enquanto característica do jornalismo online, é descrita por Palacios como uma ferramenta que possibilita a interconexão de textos através de links. A customização do conteúdo ou personalização é uma opção oferecida ao usuário para configurar os produtos jornalísticos de acordo com seus interesses particulares. Assim, ele pode selecionar, por exemplo, o assunto que será mostrado na página de abertura do site jornalístico de sua preferência. A memória, por sua vez, é a acumulação de informações no ciberespaço. Um site jornalístico pode oferecer ao usuário um grande volume de informações anteriormente produzidas através de arquivos disponíveis para acesso direto, por qualquer pessoa em qualquer situação. Por fim, a instantaneidade ou atualização contínua refere-se à extrema agilidade de atualização do material nos jornais da web, o que possibilita o acompanhamento contínuo de fatos ou assuntos de maior interesse.

Ainda segundo Palacios (2008), cada site jornalístico aposta na maximização de uma ou de algumas destas características do jornalismo online. O autor cita, por exemplo, os jornais Último Segundo<sup>21</sup>, do Portal iG, e Ao Vivo<sup>22</sup>, do Portal Terra, como modelos de maior

---

<sup>21</sup> <http://www.ig.com.br>

<sup>22</sup> <http://www.terra.com.br>

utilização da atualização contínua de seus conteúdos. Já a multimídia – que consiste no uso de diferentes recursos, tais como imagens, áudios e vídeos – e o maior aprofundamento de assuntos através da disponibilização de bancos de dados visuais e sonoros são encontrados em sites como o MSNBC<sup>23</sup> e na versão online da revista Veja<sup>24</sup>. O site Akademia<sup>25</sup>, produzido pelo Laboratório Multimedia da Universidade da Beira Interior, de Portugal, é citado pelo autor como exemplo de utilização da interatividade, pois possibilita um jornalismo aberto, no qual todos os leitores podem disponibilizar livremente suas contribuições. Outro exemplo deste tipo de página é a Wikipedia<sup>26</sup>, uma espécie de enciclopédia online livre. Trata-se de um site composto de forma colaborativa, no qual todos podem inserir, transcrever ou modificar conteúdos sobre os mais variados assuntos. De acordo com informações fornecidas pelo próprio site, em 15 de novembro de 2008, a Wkipedia está disponível em 257 idiomas e contém, aproximadamente, 7,5 milhões de artigos<sup>27</sup>.

### 3.3.1 Webjornalismo participativo

O desenvolvimento da informática e o acesso cada vez maior aos computadores e à internet têm possibilitado novas formas de produção de conteúdos e, neste contexto, surgem também novos produtores. Atualmente, qualquer pessoa que use um computador conectado à web pode publicar os mais variados tipos de informação, utilizando, para isso, diversos formatos, tais como textos, imagens, áudio ou vídeo.

---

<sup>23</sup> <http://www.msnbc.com>

<sup>24</sup> <http://www.veja.com.br>

<sup>25</sup> <http://www.akademia.ubi.pt/html/index.php>

<sup>26</sup> <http://pt.wikipedia.org>

<sup>27</sup> É importante ressaltar que, por seu caráter colaborativo, a Wikipedia muitas vezes fornece conteúdos pouco credíveis ou de cunho publicitário, fato que diminui a confiabilidade das informações disponibilizadas no site.

Os blogs são uma das principais ferramentas utilizadas pelos internautas para a publicação de conteúdos, sejam eles jornalísticos ou não. De acordo com Marcelo Träsel (2008, p. 7-8),

Weblogs, ou blogs, são sites de autoria individual ou coletiva em que se publicam pequenos blocos de texto (*posts*), fotos ou outros tipos de hipermídia organizados de forma cronológica, em geral decrescente, e no mais das vezes com fartura de links para sites considerados interessantes pelo autor. [...] Nem todo blog tem caráter jornalístico. É apenas uma ferramenta que permite a publicação rápida de textos sem necessidade de um *expertise* em programação. Assim pode ser usada tanto para escrever um diário confessional, quanto para publicar notícias ou análise. (grifo do autor)

Alguns autores ressaltam a utilização cada vez maior dos blogs para distribuição de informações de interesse público. Ana Redig, por exemplo, afirma que “um blog, até pouco tempo atrás, podia ser definido como uma espécie de ‘diário’ eletrônico. Mas esta ferramenta vem ganhando mais e mais recursos e, em alguns casos, pode mesmo ser chamado de veículo de comunicação.” (REDIG, 2008).

A participação do público no jornalismo disponível na internet é cada vez maior, tanto por meio da colaboração em sites especializados como através da produção de conteúdos próprios. Hoje, é possível comentar matérias, sugerir temas e até mesmo apontar erros nos materiais publicados pela maioria dos sites jornalísticos em todo o mundo. Da mesma forma, é possível publicar conteúdos próprios em espaços reservados nestes sites ou mesmo em sites pessoais. Surge, assim, o que se pode chamar de uma nova modalidade de jornalismo. Nas palavras de Träsel (2008, p. 3),

Quando o público passa a produzir notícias no contexto do ciberespaço, emerge o **webjornalismo participativo**. "Trata-se daquelas práticas desenvolvidas em seções ou na totalidade de um site em que a participação do público é essencial para a produção do texto informativo" (PRIMO e TRÄSEL, 2006). Em outras palavras, aqueles veículos em que os leitores são também co-autores e têm o papel de comunicar fatos, redigir notícias e outros conteúdos jornalísticos, editá-las, revisá-las ou publicá-las, com ou sem a supervisão de jornalistas profissionais. (grifo do autor).

Muitas vezes, a qualidade e a credibilidade das informações publicadas pelos usuários da rede são questionadas. No entanto, alguns especialistas defendem que, de maneira geral, esse tipo de atuação favorece o jornalismo. De acordo com Redig, a participação dos leitores tem provocado mudanças na postura dos profissionais, antes detentores do monopólio da informação. “Em breve o jornalista não será mais o dono da informação, da fonte, do furo. E quem ganha é a notícia, que passa a ser produzida de forma mais coletiva, adquirindo novos pontos de vista e chegando a lugares e a situações que os meios de comunicação não conseguem chegar.” (REDIG, 2008). A autora descreve a atuação desses leitores/autores ressaltando que, “hoje basta estar na hora certa e no lugar certo, com o celular na mão, para se tornar fotógrafo ou cinegrafista. Em vez de ligar para a redação para avisar de um fato, o leitor ‘apura’ a matéria e a envia pronta.” (IBIDEM).

Marcelo Träsel também defende a participação de usuários não especializados na produção de conteúdos disponibilizados na internet. Segundo o autor,

[...] A abertura de canais de publicação para virtualmente qualquer um no ciberespaço não implica na publicação de notícias sem qualquer controle sobre a precisão dos fatos relatados. Pelo contrário, acredita-se que a possibilidade de intervenção de centenas ou milhares de leitores contribui para a exatidão das informações publicadas e incentiva uma maior variedade de interpretações. (TRÄSEL, 2008, p.1).

Träsel ainda destaca que os sites de jornalismo participativo ocupam um vácuo deixado pela grande mídia, principalmente quando se trata de assuntos mais regionais, que, na maioria das vezes, não recebem a devida atenção por parte da grande imprensa. “O público só toma a reportagem em suas mãos onde os jornalistas deixam espaços vazios.” (IBIDEM, p. 1). De acordo com o autor, “O alcance do webjornalismo participativo ainda é restrito, quando comparado aos webjornais tradicionais, e mais ainda quando comparado à televisão e à imprensa, mas há indícios de que sua importância vem crescendo ao longo dos anos.” (IBIDEM, p. 1). Ainda segundo Träsel, um dos fatores que possibilita este crescimento

é o baixo custo do acesso à internet, assim como também é pequeno o investimento para criação de um blog ou site que exija a manutenção de um servidor, principalmente se comparados aos custos para se produzir e transmitir um programa de televisão, ou imprimir e distribuir um jornal.

Existem muitos exemplos bem sucedidos de sites jornalísticos que se utilizam do webjornalismo participativo, tanto no Brasil como no exterior. Alguns exemplos já foram citados no capítulo anterior, quando abordamos o uso de tecnologias portáteis no jornalismo. Este é o caso do Eu Repórter<sup>28</sup>, do Globo Online; o FotoRepórter<sup>29</sup>, do Estadão; o I, Report<sup>30</sup>, da CNN e o Yo, Periodista<sup>31</sup>, do El País. Além destes, podemos citar ainda o VC Repórter<sup>32</sup>, do portal Terra; e o site Minha Notícia<sup>33</sup>, do portal iG. Em Juiz de Fora, o portal Acessa.com também oferece aos internautas a opção de publicar conteúdos através da página intitulada Sua Notícia<sup>34</sup>.

Uma visita ao VC Repórter, por exemplo, pode servir para ilustrar a participação dos internautas na produção de notícias. O site exige que os usuários sejam cadastrados para que possam publicar conteúdos e, além disso, existe um pequeno texto no final da página informando que todo o material recebido será analisado e que as informações serão confirmadas pela equipe editorial do Terra antes da publicação. Após essa análise, as notícias são publicadas em diferentes editorias do portal, todas devidamente identificadas com a expressão “vc repórter” no título e a identificação do autor, ao final do texto, como internauta que enviou aquele conteúdo através do canal de jornalismo participativo do Terra. Dessa forma, a página do VC Repórter contém apenas chamadas para as notícias. Ao clicar nos links

---

<sup>28</sup> <http://oglobo.globo.com/participe>

<sup>29</sup> [http://www.estadao.com.br/ext/fotoreporter/foto\\_imagens.htm](http://www.estadao.com.br/ext/fotoreporter/foto_imagens.htm)

<sup>30</sup> <http://www.cnn.com/ireport>

<sup>31</sup> <http://www.elpais.com/yoperiodista>

<sup>32</sup> <http://noticias.terra.com.br/vcreporter>

<sup>33</sup> <http://minhanoticia.ig.com.br>

<sup>34</sup> <http://www.acessa.com/cidade/suanoticia/login.php>



o leitor é direcionado a outras seções do portal. Outro aspecto interessante do site é a existência de uma seção de dicas para ajudar os internautas a produzirem materiais de qualidade, que, portanto, terão mais chance de serem publicados. São oferecidas dicas para a produção de textos que utilizem critérios jornalísticos, como imparcialidade e credibilidade, e ainda que façam uso de uma estrutura básica que responda às tradicionais perguntas “quem” ou “o quê?”, “quando?”, “onde?”, “como?” e “por quê?”. Além das questões referentes ao texto, também são fornecidas orientações para a produção correta de materiais como fotos, áudios e vídeos.

Ao acessar o VC Repórter no dia 15 de novembro de 2008, às 14h, encontrávamos em destaque três matérias produzidas por internautas. A primeira delas, publicada no dia anterior, às 16h28, tratava de um acidente, sem conseqüências, ocorrido com um jipe que praticava uma modalidade esportiva conhecida como *off road*. O texto foi veiculado na seção de automobilismo da editoria Esportes. Outra matéria, publicada na mesma data, às 16h47, fazia parte da editoria Cidades. A notícia abordava os estragos provocadas pelas chuvas em três cidades do Estado do Rio de Janeiro. A terceira matéria em destaque foi publicada na seção de Trânsito, também no dia 14, às 13h22, e noticiava um acidente que provocou a morte de um motociclista. De modo geral, todos os textos eram curtos, com dois ou três parágrafos, e traziam informações superficiais. Os três internautas responsáveis pelas publicações utilizaram apenas fotos como recursos visuais.

#### **4 CREDIBILIDADE: ASPECTO FUNDAMENTAL NO JORNALISMO**

O desenvolvimento da Comunicação e o surgimento de novos tipos de mídia, com alterações também na forma de captação, processamento e oferta de conteúdos, trazem à tona a questão da credibilidade das informações publicadas. De acordo com Paulo Serra (2008), da Universidade da Beira Interior, de Portugal, a credibilidade revela-se hoje como um princípio essencial à seleção de informações pelos receptores. Resta, entretanto, saber quais os critérios utilizados por eles para avaliar se uma informação é ou não credível. Essa questão torna-se

ainda mais relevante no contexto atual, em que muitos jornalistas utilizam essas novas mídias para apurar informações.

Segundo Serra, atestar a importância da credibilidade é uma tarefa mais fácil do que defini-la enquanto conceito. Isso porque a credibilidade não é uma entidade ou uma propriedade qualquer, e sim uma relação, que tem como pólos o produtor/emissor da informação e o receptor. Utilizando uma distinção que remonta à Grécia Antiga, especialmente a Aristóteles, o autor afirma que a credibilidade não é um resultado ou um estado, mas uma atividade, um processo em que um produtor/emissor “A” se torna credível perante um receptor “B” à medida que ganha a confiança deste; e em que, reciprocamente, um receptor “B” ganha confiança em um produtor/emissor “A” à medida que este consegue demonstrar a sua credibilidade. Serra lembra, ainda, que a retórica aristotélica postula que só se pode levar alguém a crer em alguma coisa quando se pode levar esse alguém a crer na pessoa que pretende persuadi-lo.

Transportando essa lógica para o campo da Comunicação, poderíamos dizer que tão importante quanto a informação veiculada é a confiabilidade dos produtores dessa informação, considerando-se como produtores, neste caso, tanto os profissionais quanto as empresas jornalísticas responsáveis pela veiculação de determinada informação.

Outro aspecto que deve ser levado em conta quando tratamos de credibilidade diz respeito à sua relação com os diferentes tipos de mídia. Neste âmbito, destaca-se em função dos propósitos dessa monografia a internet, que se constitui na mais nova mídia existente. De acordo com Demétrio de Azeredo Soster (2008), os conceitos adequados para avaliar a credibilidade dos suportes midiáticos tradicionais, tais como jornais, revistas, rádio e TV, sofrem alterações substanciais quando aplicados a novos veículos, como os webjornais. Para o autor, não se trata, no entanto, de dizer que os webjornais têm mais ou menos credibilidade

do que os veículos tradicionais, e sim que são necessárias novas formas e instrumentos para sua avaliação.

Paulo Serra afirma que a facilidade e a liberdade quase ilimitadas de publicação na web levam a um rompimento do monopólio de produção da informação e, ao mesmo tempo, levantam suspeitas sobre a credibilidade desse meio. Como na internet todos podem se tornar emissores, o controle sobre as informações deixa de se concentrar nas mãos dos profissionais e passa a ser compartilhado com os receptores, que têm a possibilidade de se apropriar dos conteúdos recebidos e utilizá-los de diversas formas, inclusive para a produção e publicação de novos materiais. Para o autor, a despeito das outras mídias, a web ainda se encontra, neste momento, em um processo de credibilização.

Serra destaca que, em pesquisas realizadas com usuários da internet em Portugal, no ano de 2002, alguns critérios comuns aos meios tradicionais foram citados como referência de credibilidade. Entre eles estão, por exemplo, a independência do veículo, a responsabilidade pelos conteúdos publicados, a qualidade da informação, a origem das fontes, a imparcialidade e a clareza das informações. Outros critérios mencionados, no entanto, são específicos do meio, e têm mais relação com as características da internet do que com a qualidade das informações publicadas. Entre esses critérios estão a rapidez de atualização da informação, a política de privacidade do site, o design e estrutura do site e da informação, além da facilidade de navegação e rapidez de carregamento da página.

Outro aspecto também relevante para a maioria dos usuários da internet quando se pretende avaliar a credibilidade de um site é o fato deste pertencer a algum grupo tradicional de mídia, já conhecido fora da web. Assim, informações divulgadas em portais como Globo.com<sup>35</sup> e Folha Online<sup>36</sup>, por exemplo, ligados a organizações já legitimadas no Brasil,

---

<sup>35</sup> <http://www.globo.com>

<sup>36</sup> <http://www.folha.uol.com.br/>

serão mais credíveis do que aquelas publicadas por internautas em seus sites pessoais, ainda que estes sejam profissionais qualificados.

Embora possa parecer uma discussão recente, impulsionada pelo desenvolvimento atual dos grandes portais de comunicação, questões como a credibilidade e as mudanças no papel do jornalista são, há algum tempo, assuntos bastante discutidos quando se aborda as transformações vividas no jornalismo com a digitalização e o surgimento do ciberespaço. Ainda em 1998, Roger Fidler afirmava que “na era da comunicação digital, as características mais valorizadas dos meios do futuro serão a sua credibilidade e os seus laços com as comunidades que servem.” (FIDLER apud AROSO, 2008, p. 5). Quanto ao trabalho dos jornalistas enquanto garantidores da credibilidade de uma informação, Doug Millison já dizia, em 1999, que “agora, mais do que nunca, precisamos de jornalistas profissionais que ajudem a distinguir o trigo de notícias de confiança e opiniões credíveis do joio de rumores e propaganda que abundam na Internet.” (MILLISON, apud AROSO, 2008, p. 5).

#### 4.1 O JORNALISMO ONLINE E A QUESTÃO DA CREDIBILIDADE

O jornalismo online, como já se definiu no capítulo anterior, pode ser caracterizado, de acordo com Elias Machado (2003), como aquele em que todas as etapas de produção estão circunscritas nos limites do ciberespaço. Por se tratar de um formato mais recente, o jornalismo desenvolvido para a web parece não estar, ainda, completamente

legitimado, enfrentando muitas vezes a desconfiança por parte do público e dos próprios profissionais da imprensa.

A apuração dos fatos é uma das questões mais discutidas por estudiosos e profissionais que se dedicam ao jornalismo online, principalmente devido a algumas especificidades desse formato de produção, como a velocidade de publicação e a atualização contínua, que, segundo Bernardo Kucinski (2004), muitas vezes têm primazia sobre os demais aspectos da informação, especialmente a qualidade. De acordo com Fabiana Piccinin (2008), a apuração é a base de todo o trabalho jornalístico e é neste quesito que o jornalismo praticado na web deixa a desejar. “Há nas redações online um trabalho muito mais comumente orientado para o que os editores de Web chamam de agrupamento e sistematização das informações, do que propriamente equipes de reportagem em busca de notícias e produção de grandes reportagens”. (PICCININ, 2008, p. 2). A partir deste raciocínio, a autora questiona a existência do jornalismo propriamente dito na web, pois a tarefa de apenas agrupar e sistematizar informações não condiz com a essência da profissão. Seria preciso responder a questões como: “Existe produção de notícias de fato ou o que se faz dentro da Web é uma readaptação das notícias oriundas das mídias tradicionais?” (IBIDEM, p. 3).

Ainda de acordo com a autora, é sabido que, num primeiro momento, o jornalismo online resumia-se à transposição dos jornais impressos para a internet. Contudo, podemos dizer que hoje a maioria dos portais jornalísticos trabalha com redações próprias. Segundo o jornalista Eduardo Spohr (2008), esse é o caso de empresas como JB Online<sup>37</sup>, Globo.com<sup>38</sup>, Lancenet<sup>39</sup>, New York Times<sup>40</sup> e Wall Street Journal<sup>41</sup>. Esse tipo de estrutura, no

---

<sup>37</sup> <http://jbonline.terra.com.br/>

<sup>38</sup> <http://www.globo.com/>

<sup>39</sup> <http://www.lancenet.com.br/>

<sup>40</sup> <http://www.nytimes.com/>

<sup>41</sup> <http://online.wsj.com/public/us>

entanto, não é sinônimo de uma produção própria dessas empresas, uma vez que parte delas ainda opera com a reprodução de conteúdos produzidos por agências de notícias ou por outros tipos de mídia, o que as aproximaria, ainda, da primeira fase do jornalismo online – a do modelo transpositivo, abordada no capítulo anterior.

Diferentemente dos veículos online, as mídias tradicionais, como jornais impressos, revistas, rádio e televisão, já conquistaram, em grande parte, a confiança do público e dos profissionais ligados à comunicação. De acordo com Demétrio de Azeredo Soster (2008, p. 3),

A experiência permite observar que, se a notícia é veiculada a partir de um boletim de rádio ou televisão, a tendência é os pauteiros, editores e repórteres confiarem imediatamente no que estão vendo/ouvindo e moverem seus esforços naquela direção. Caso a informação surja a partir de um jornal impresso concorrente, seja por meio de edição extra ou normal, a aceitação do que está sendo divulgado tende a ser ainda maior.

No entanto, ainda segundo o autor, o mesmo não se verifica em relação aos webjornais e, portanto, à grande parte das informações disponíveis na internet. Isso acontece porque os webjornais operam predominantemente em uma lógica auto-referencial, buscando em si mesmos as referências que necessitam. Com isso, interrompem a lógica da referencialidade externa, que se constitui em um dos componentes da credibilidade jornalística.

Apesar da desconfiança que muitas vezes cerca os conteúdos disponibilizados no ciberespaço, alguns especialistas acreditam que a credibilidade tem evoluído no jornalismo online. Eduardo Spohr, que é editor do portal Click 21<sup>42</sup> e redator do site Jornalistas da Web, enfatiza que, embora seja um fenômeno recente, o jornalismo online, assim como a maioria dos movimentos no ambiente digital, tem se transformado de forma veloz. Para ele, a credibilidade é o ponto central que mais tem evoluído nos últimos anos, fazendo com que, em

---

<sup>42</sup> <http://www.click21.com.br>

um caminho inverso ao que se fazia no início do jornalismo digital, os veículos tradicionais passem a usar o conteúdo publicado pelos webjornais. Ainda em 2006, o jornalista confirmava esta opinião, apoiado em sua própria experiência de trabalho.

Trabalho desde 1999 em redação de portais de jornalismo e me lembro que, há 5 anos, ninguém levava muito a sério o que se lia na web. A internet era muito mais um tablóide de notícias bizarras e de entretenimento do que um veículo de *hard news* – não que já tenhamos superado isso totalmente. Mas hoje já é possível ver um telejornal divulgando reportagens baseadas em informações ‘da versão eletrônica’ de algum periódico internacional [...] (SPOHR, 2008, grifo do autor).

Hoje, no ciberespaço, mais do que em qualquer ambiente, a verificação rigorosa dos fatos se faz necessária e pode contribuir decisivamente para trazer credibilidade ao jornalismo desenvolvido neste meio. A maioria dos autores defende que, assim como na prática do jornalismo nas chamadas mídias massivas, a apuração e edição das informações devem ser criteriosas. Nessa linha de pensamento, Leah Gentry ressalta que, embora haja no webjornalismo a preocupação de se publicar uma notícia o mais rápido possível, a correta apuração dos fatos não deve ser deixada de lado.

Todas as regras habituais do jornalismo devem ser aplicadas: a pesquisa e a edição devem ser sólidas, os fatos têm que ser verificados e re-verificados. Assim, não deve haver publicação instantânea: ninguém deve colocar on-line um texto que não tenha passado pelo processo de edição. (GENTRY apud AROSO, 2008, p. 2).

#### **4.1.1 Confiabilidade das informações online**

Devido à facilidade oferecida para a publicação de conteúdos, a internet torna-se um ambiente no qual é preciso verificar cuidadosamente cada informação. Para isso, alguns autores propõem a adoção de determinados critérios para avaliar a confiabilidade dos sites acessados.



Em um texto disponível no site de Ciberjornalismo<sup>43</sup> do Curso de Ciências da Comunicação, da Universidade Nova de Lisboa, o professor António Granado apresenta, por exemplo, o teste do link. Esse teste é indicado para verificar se uma página possui algum reconhecimento, ou seja, se ela é mencionada por outros autores ou organizações, o que seria um sinal de credibilidade. Para fazer o teste, basta recorrer ao motor de busca AltaVista<sup>44</sup> e digitar na janela de pesquisa a palavra “link”, seguida por dois pontos e o endereço do site a ser verificado. O resultado da busca é o número de páginas que possuem link para o site pesquisado. Assim, se pesquisarmos, a título de ilustração, o site Globo.com, digitando link:globo.com, encontraremos, aproximadamente, 3.290 páginas com links para o site mencionado.

Segundo Granado (2008), existem vários métodos para se avaliar a confiabilidade das informações disponíveis na internet. Ele destaca, no entanto, os principais critérios de avaliação expostos por Jan Alexander e Marsha Ann Tate no site Evaluating Web Resources<sup>45</sup>. De acordo com eles, seriam cinco critérios a serem considerados: autoridade, precisão, objetividade, atualidade e cobertura.

O critério a que esses estudiosos chamam de autoridade diz respeito à autoria das informações. Em relação a este aspecto, é preciso observar se está claro quem é o responsável pelos conteúdos da página, se existem formas de identificar seu patrocinador e se o autor do material pode ser facilmente identificado, inclusive se estão explícitas suas qualificações.

Quanto à precisão das informações, é necessário verificar se as fontes estão bem indicadas, se o texto não possui erros gramaticais, ortográficos ou tipográficos e se as tabelas e gráficos são de fácil leitura.

---

<sup>43</sup> <http://www2.fcsh.unl.pt/cadeiras/ciberjornalismo/default.htm>

<sup>44</sup> <http://br.altavista.com/>

<sup>45</sup> [http://www3.widener.edu/Academics/Libraries/Wolfgram\\_Memorial\\_Library/Evaluate\\_Web\\_Pages/659](http://www3.widener.edu/Academics/Libraries/Wolfgram_Memorial_Library/Evaluate_Web_Pages/659)

Em relação à objetividade, os autores ressaltam que é preciso observar se a informação é oferecida como serviço público e se está livre de publicidades. Caso haja anúncios publicitários, deve-se observar se eles estão claramente identificados, não se misturando ao conteúdo informativo.

O critério atualidade, por sua vez, refere-se à publicação das informações. As principais questões a serem respondidas são: É possível verificar a data em que a página foi escrita e quando as informações foram publicadas e atualizadas? Há indicações de que o material é atualizado com frequência? Se a informação é publicada em diferentes edições, é possível saber de qual edição se trata?

Por último, em relação ao critério cobertura, é preciso observar se há alguma indicação de que a página está terminada e não se encontra ainda em construção e, caso o material tenha partido de uma obra escrita há algum tempo, se houve algum tipo de atualização. Outro aspecto que deve ser analisado é se, caso exista um texto impresso equivalente à página na web, há indicação clara de que a versão na internet está completa ou corresponde a apenas uma parte do material.

A análise de todos esses critérios permite avaliar, de forma satisfatória, a credibilidade das informações acessadas. Não se trata, no entanto, de garantir a veracidade e a qualidade do material, mas de evitar a utilização de conteúdos disponibilizados sem qualquer controle por usuários não qualificados, algo que pode ser fatal para jornalistas.

## 4.2 A NATUREZA DAS FONTES NO CIBERESPAÇO

De maneira geral, o trabalho de apuração jornalística passa pelo testemunho de fontes, estejam elas direta ou indiretamente ligadas ao fato narrado. Tal procedimento pode ser considerado como uma espécie de regra, utilizada para garantir a legitimidade das informações. A maioria dos autores, dentre eles Nilson Lage e Elias Machado, classificam as fontes de informação como oficiais, oficiosas e independentes. Nas palavras de Lage (2001, p. 63),

Fontes oficiais são mantidas pelo Estado; por instituições que preservam algum poder de Estado, como as juntas comerciais e os cartórios de ofício; e por empresas e organizações, como sindicatos, associações, fundações etc. Fontes oficiosas são aquelas que, reconhecidamente ligadas a uma entidade ou indivíduo, não estão, porém, autorizadas a falar em nome dela ou dele, o que significa que o que disserem poderá ser desmentido. Fontes independentes são aquelas desvinculadas de uma relação de poder ou interesse específico em cada caso.

De acordo com Machado (2003), existe uma preferência por fontes oficiais no jornalismo tradicional. Tal característica seria uma estratégia dos profissionais para obter informações fidedignas junto a personalidades reconhecidas e respaldadas pelo exercício de uma função pública. Ocorre, no entanto, que, com o surgimento da possibilidade de apuração no ciberespaço, há um aumento significativo do número de fontes, uma vez que neste ambiente qualquer pessoa é, potencialmente, produtora de conteúdos e, portanto, fonte de informação. Neste contexto, o autor ressalta que

[...] A multiplicação das fontes provocada pela facilidade de obtenção de dados armazenados nas páginas individuais, nos bancos de dados públicos e nas redes de circulação de notícias aumenta a chance de ocorrer um deslocamento do lugar das fontes da esfera do oficial ou do oficioso para o domínio público. (MACHADO, 2003, p. 28).

Através de seus blogs, sites pessoais ou por meio de informações disponibilizadas em sites como o Wikipedia, os internautas disseminam variados tipos de conteúdos, podendo, dessa forma, alterar o processo de apuração jornalística. Ainda segundo Machado (2003), há no ciberespaço uma multiplicação de fontes sem tradição especializada no tratamento de

notícias, o que modifica o trabalho dos jornalistas, na medida em que eles passam a contar com a possibilidade de apurar informações junto a essas fontes.

No entanto, a facilidade de publicação de conteúdos na web levanta dúvidas em relação à credibilidade e veracidade das fontes e informações disponibilizadas. Helder Bastos chama a atenção para a necessidade de maior verificação desses materiais.

Muita informação ‘oficial’ que circula pela internet deve ser verificada com atenção redobrada. Informação de qualidade, fiável e credível coexiste com grandes quantidades de informação falsa ou pouco rigorosa. A informação online é uma mistura e deve ser tratada da mesma forma que os jornalistas tratam outra informação que encontram no decorrer da reportagem. A boa e a fiável edição e filtragem da informação tornam-se ainda mais importantes na Web, onde qualquer usuário pode publicar qualquer coisa fazendo-a parecer substancial. (BASTOS, 2000 apud LIMA JUNIOR, 2008b, p. 13).

Além de provocar mudanças no processo de apuração jornalística, o ciberespaço altera a relação de forças entre os diversos tipos de fontes existentes, já que concede a todos os internautas o status de fontes potenciais. Na opinião de Elias Machado (2003, p. 28), ocorre, também, uma diluição do papel dos jornalistas.

Se cada indivíduo ou instituição, desde que munido das condições técnicas adequadas, pode inserir conteúdos no ciberespaço devido a facilidade de domínio de áreas cada vez mais vastas, fica evidenciada tanto uma certa diluição do papel do jornalista como único intermediário para filtrar as mensagens autorizadas a entrar na esfera pública, quanto das fontes profissionais como detentoras do quase monopólio do acesso aos jornalistas.

#### 4.3 INTERNET: É POSSÍVEL FALAR EM ÉTICA?

Devido a características já mencionadas, como liberdade e facilidade para publicação de conteúdos, além da possibilidade de usar o anonimato e de copiar conteúdos indiscriminadamente, a internet constitui um território perigoso em termos de ética. Segundo Lílian Rose (2008), tais características fazem com que na web seja estabelecida a ética mais “aética” que já se viveu. Isso porque, neste ambiente, é comum recorrer a conceitos como a

liberdade de expressão e a condenação à censura para amparar o anonimato e, com isso, garantir a impunidade de crimes praticados na rede, tais como falsidade ideológica, racismo, discriminação contra homossexuais, pedofilia, entre outros.

Outro fator que levanta questionamentos sobre a ética existente na internet é a transformação dos usuários da rede em fontes de informação para os jornalistas. Elias Machado (2003) considera que a multiplicação de fontes no ciberespaço amplia as possibilidades de apuração de informações, ao mesmo tempo em que exige que o jornalista conheça bem a rede e sua lógica de funcionamento para que, assim, possa garantir a confiabilidade dessa apuração. De acordo com o autor, há neste contexto uma diversificação das fontes e os usuários passam a figurar como elementos estruturais tão importantes quanto as fontes oficiais ou oficiosas, até então largamente utilizadas. Além disso, outra questão importante é ressaltada em relação a essas novas fontes.

A inclusão dos usuários como fontes coloca na agenda da pesquisa sobre o campo jornalístico um aspecto até agora negligenciado pelos códigos de ética do jornalismo convencional: as responsabilidades dos usuários das redes como fontes para os jornalistas. (PINTO, 2000 apud MACHADO, 2003, p. 29).

Diante disso, Machado defende a atualização dos códigos de ética profissional para definir os direitos e deveres dos usuários enquanto fontes jornalísticas. O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros foi atualizado em 2007. No entanto, a atuação dos usuários da internet como fonte não é mencionada. A única atualização referente às tecnologias digitais diz respeito à manipulação de materiais como imagens e áudio. De acordo com o texto do Art. 11, inciso V, o jornalista deve rejeitar alterações que deturpem a realidade e informar ao público o uso de recursos como fotomontagem, edição de imagens, reconstituição de áudio ou quaisquer outras manipulações. (FENAJ..., 2008).

É difícil imaginar se seria viável a aplicação de um código que regulasse a atividade dos usuários da rede, visto que a ética diz respeito à conduta de profissionais.

Igualmente complexo é pensar se medidas desse tipo seriam eficazes, uma vez que os próprios jornalistas não costumam seguir à risca seus códigos. Em seu livro **Sobre ética e imprensa**, Eugênio Bucci (2000, p. 205) questiona a necessidade desses documentos para se fazer bom jornalismo.

Os princípios, os valores e as condutas do jornalismo se sedimentam mais pelos costumes do que pelas normas explícitas, grafadas em letras grandes e penduradas na parede da sala do chefe. Para a educação dos profissionais, um código de ética pronto e fechado não adianta muito. Na verdade, não vale quase nada.

Nilson Lage (2001) também questiona a validade dos códigos de ética na prática jornalística. Segundo o autor, os jornalistas têm códigos de ética parecidos, em quase todos os países do mundo. No entanto, esse tipo de regulamentação não seria eficiente, pois “a ética, por seu conteúdo instável e complexo, não pode ser integralmente generalizada em mandamentos.” (LAGE, 2001, p. 91). Se a ética é um assunto complexo até mesmo para os profissionais, parece inviável a aplicação de um código que regule a atuação dos usuários da rede enquanto fontes de informação.

De acordo com Bernardo Kucinski (2004), além das questões relacionadas ao papel dos usuários, com a internet se reabrem discussões clássicas sobre ética, tais como o conflito entre o público e o privado e entre responsabilidade e liberdade. Segundo o autor, a rede tem se mostrado também como um espaço de boatos e fofocas, ideal para a disseminação de falsidades, pois aceita qualquer mensagem, sem que esta precise ser certificada, tanto em relação à sua autoria quanto à sua veracidade. Uma vez publicadas na web, tais mensagens se espalham rapidamente e, algumas vezes, ganham não só o status de verdade, mas assumem a condição de verdade que os meios convencionais quiseram esconder. O autor ressalta ainda outra questão importante em relação às informações publicadas e à falta de controle sobre as mesmas.

Quando os meios convencionais de informação falseiam, caluniam ou difamam, podem ser acionadas as leis de imprensa. Mas não há ainda uma lei de imprensa para a internet, e talvez nunca possa haver. Se uma mensagem difamatória é enviada a dois destinatários apenas e esses destinatários fazem dela uma comunicação social, reenviando-a para centenas de pessoas, cabe aplicar a lei de imprensa? A lei de imprensa tem sido aplicada apenas em alguns casos, em que a informação falsa, difamatória ou caluniosa foi disseminada por um veículo de comunicação eletrônica devidamente registrado, no caso uma *newsletter*. Mas e se a mensagem ofensiva foi disseminada por uma comunicação interpessoal que se disseminou pelo mecanismo forward (encaminhar)? Pode-se aplicar uma lei de imprensa? (KUCINSKI, 2004, p. 85, grifo do autor).

Debates como esses estão longe de um final, mas o fato é que a atuação dos jornalistas passa por transformações profundas com o desenvolvimento do ciberespaço, tanto em relação a aspectos técnicos quanto em termos éticos. Dessa forma, faz-se necessária a adoção de novos parâmetros que atendam às especificidades do meio e sejam condizentes com a realidade atual. Machado (2003, p. 119) aponta que, hoje, os padrões éticos estabelecidos pelos códigos não são suficientes.

Numa fase de transição moral como a nossa, os antigos deveres prescritos nos códigos não são suficientes para as tomadas de posição dos profissionais e tampouco existem novos parâmetros deontológicos para enquadrar as particularidades da prática e a variedade de funções dos produtores de conteúdos jornalísticos nas redes digitais.

Uma vez que os códigos de ética atuais não condizem com as especificidades da produção voltada para a web, também se faz necessário observar as questões éticas da utilização da internet para a apuração de informações. Por isso, no capítulo seguinte analisaremos alguns casos recentes desse tipo de prática no jornalismo brasileiro.

## 5 O USO DE CONTEÚDOS PESSOAIS NA PRODUÇÃO JORNALÍSTICA ATUAL

Através de seus *blogs*, *websites* e, principalmente, de seus perfis no Orkut<sup>46</sup>, os internautas divulgam todo tipo de informações, sejam elas de ordem pessoal ou profissional. Apesar das políticas de privacidade adotadas recentemente pelo citado site de relacionamento, fotos, mensagens e vídeos ainda circulam com facilidade pela rede, podendo ser acessados por um grande número de pessoas.

Não haveria grandes problemas se esse tipo de conteúdo tivesse um uso exclusivamente pessoal<sup>47</sup>. O que ocorre, no entanto, é a utilização cada vez maior desses materiais como fontes de informação jornalística. Está se tornando comum a elaboração de matérias baseadas em informações divulgadas em sites pessoais como o Orkut. A cada crime ou mesmo acidente de grande repercussão na mídia, as vítimas têm seus perfis vasculhados por jornalistas, que extraem deles o máximo de informação possível. Dessa forma, fotos, vídeos, textos e até comunidades das quais essas pessoas fazem parte passam a ser divulgados em jornais, revistas e, principalmente, na TV e na própria internet.

---

<sup>46</sup> <http://www.orkut.com.br/>

<sup>47</sup> Há que se considerar aqui a discussão do que seria pessoal em uma rede aberta como a internet. Alguns autores, como Bernardo Kucinski (2004), consideram que, neste ambiente, foi derrubada a demarcação entre comunicação pessoal e coletiva e, portanto, entre os conceitos de público e privado. Kucinski acredita, ainda, que a internet “destrói”, na prática, o conceito de direito autoral e de autoria, uma vez que permite a cópia indiscriminada de materiais. Em alguns países, como os Estados Unidos, por exemplo, há uma espécie de consenso sobre as informações disponíveis na internet. A partir da publicação na rede, elas são consideradas de domínio público, saindo, portanto, da esfera do privado ou pessoal. Contudo, no Brasil ainda não há uma definição sobre este assunto. Dessa forma, informações como as que os internautas divulgam em seus perfis no Orkut ainda podem ser consideradas de ordem estritamente pessoal.



O caso mais recente deste tipo de situação aconteceu em outubro de 2008. A adolescente Eloá Cristina Pimentel, de 15 anos, e sua amiga Nayara Silva, também de 15 anos, foram mantidas reféns pelo ex-namorado de Eloá, Lindemberg Alves, de 23 anos, por mais de 100 horas. O fim do seqüestro foi trágico, resultando na morte de Eloá, atingida por dois tiros disparados pelo ex-namorado. O motivo do crime seria o ciúme de Lindemberg, principalmente por causa dos recados recebidos pela ex-namorada no Orkut, além de mensagens que ela trocava com os amigos pelo celular. Durante os dias do seqüestro e após a morte de Eloá, a adolescente teve seu perfil no Orkut vasculhado por jornalistas, que divulgaram suas fotos em várias reportagens, sobretudo na TV. Nayara, que foi atingida por um disparo no rosto e sobreviveu, e os irmãos de Eloá também tiveram detalhes de seus perfis no site de relacionamento divulgados pela mídia.

Apesar de este ser o caso mais recente de utilização do Orkut para a produção de matérias jornalísticas, optamos por analisar nesta monografia a cobertura feita sobre o assassinato de Isabella Nardoni. Tal opção se justifica pelo fato do caso ter pautado a mídia por um período maior de tempo, tendo originado um grande número de matérias. Serão analisados, principalmente, o tipo de informação “apurada” a partir do Orkut para a produção de notícias, além do material retirado deste site, tais como fotos e vídeos, utilizados em diversas matérias veiculadas pela mídia em geral. A partir disso, serão questionadas a relevância das informações divulgadas, bem como as especificidades das apurações realizadas neste ambiente.

## 5.1 O CASO ISABELLA: ORKUT COMO FONTE PARA PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS

Em abril de 2008, pudemos assistir a um exemplo típico da utilização de conteúdos pessoais para produção de matérias jornalísticas. A morte da menina Isabella Nardoni, de cinco anos, chocou o país. Para se ter uma idéia da dimensão que o caso ganhou, basta dizer que o assunto dominou o noticiário brasileiro por quase dois meses, estando presente em todas as mídias. Na televisão, por exemplo, Maria da Conceição de Resende Guedes (2008) afirma que o Jornal Nacional e o Fantástico, ambos da Rede Globo de Televisão, dedicaram 41 dias de cobertura ao caso. O JN veiculou, em 36 edições, 60 matérias, com um total de 3h 57min 12s. Já o Fantástico se dedicou ao caso em sete programas, ao longo dos quais foram apresentadas 25 matérias, totalizando 3h 9min 17s. Na internet, o assassinato da Isabella também foi manchete por vários dias e homenagens se multiplicaram em sites como Orkut e Youtube. Uma pesquisa pelo nome completo da menina, realizada no Orkut em 7 de novembro de 2008, fornecia como resultado mais de mil comunidades. No Google, na mesma data, eram fornecidos, aproximadamente 360.000 registros. Refinando a busca por notícias relacionadas ao caso, constavam 295 matérias.

Isabella Nardoni morreu na noite do dia 29 de março, após ser jogada do sexto andar de um prédio na Zona Norte da capital paulista. Os suspeitos pelo crime são o próprio pai de Isabella, Alexandre Nardoni, e sua madrasta, Anna Carolina Jatobá. Após a morte da menina, o que se viu na imprensa, além da cobertura habitual de um caso com esse, foi um grande número de matérias que tomaram como fonte o perfil do Orkut da mãe de Isabella, Ana Carolina de Oliveira, de 23 anos.

As “notícias” tratavam de vários assuntos, desde o número de recados recebidos por Ana Carolina até as atualizações, ou seja, as modificações feitas por ela em seu perfil. Essas atualizações passaram a pautar a mídia, na medida em que motivaram a realização de diversas matérias. Além disso, o Orkut também funcionou como recurso audiovisual, pois

todas as fotos e vídeos da mãe de Isabella foram copiados do site de relacionamento e se espalharam rapidamente pela internet e demais meios de comunicação, sendo utilizados em várias reportagens. Esse material deu origem, ainda, a diversos vídeos em homenagem à menina, todos feitos através de montagens e divulgados em sites como o Youtube<sup>48</sup>.

Para demonstrar a quantidade de conteúdos produzidos por jornalistas utilizando o perfil de Ana Carolina, vamos analisar as matérias publicadas em um único veículo, o portal **G1**, da Globo.com. A seleção das matérias foi feita algum tempo depois da publicação, através da ferramenta de busca do site. Em uma pesquisa realizada no dia 06 de outubro de 2008, utilizando o nome Isabella Nardoni associado à palavra “orkut”, foram encontradas seis matérias que faziam referência direta ao orkut da mãe de Isabella, inclusive nas manchetes. Os textos foram publicados entre os dias 1º e 24 de abril, sendo quatro na editoria Notícias de São Paulo, e dois na editoria Notícias de Tecnologia.

A primeira notícia, publicada em 1º de abril, às 20h48, na seção de São Paulo, tinha como título: “Mãe de menina que sofreu queda do 6º andar desabafa no Orkut”. Ainda no início das investigações, o texto se referia à mãe da menina assassinada, Ana Carolina de Oliveira, de maneira bem impessoal, sem mencionar seu nome uma única vez, e trazia informações preliminares sobre o caso. Em relação ao Orkut, ganhava destaque uma mensagem em que a mãe de Isabella agradecia o apoio recebido através do site: “Quero agradecer a todas as pessoas que estão me escrevendo e, de uma maneira ou de outra, se solidarizando com o caso. Não tenho condições de respondê-las. Apenas de dizer que são muito importantes. Abraços a todos.” (MÃE DE..., 2008). Outra mensagem era dirigida à

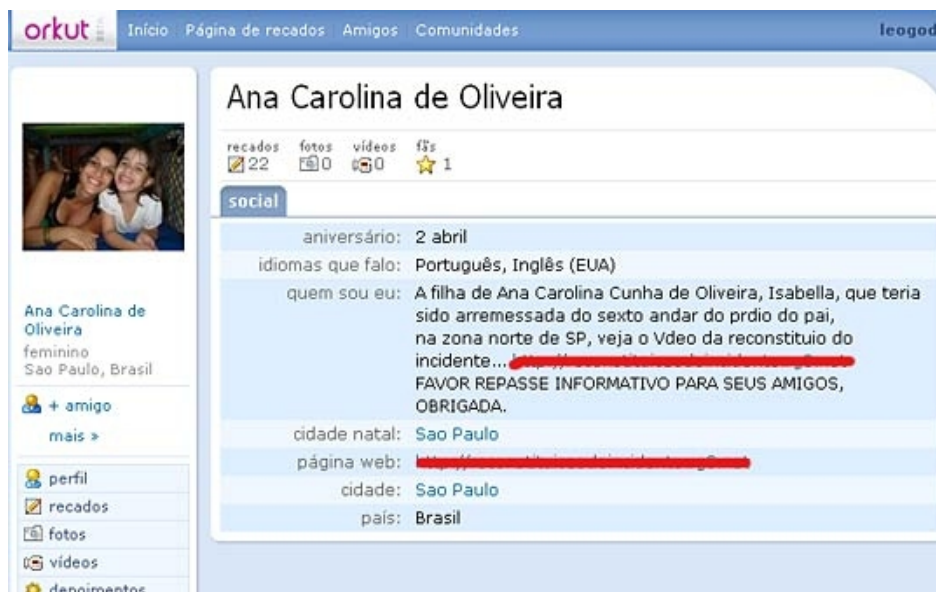
---

<sup>48</sup> Uma pesquisa pelo nome Isabella Nardoni, realizada no Youtube (<http://br.youtube.com/>) em 6 de novembro de 2008, fornecia como resultado 990 vídeos. A maioria deles é caracterizada pelos autores como homenagens à menina, enquanto uma pequena parte corresponde a reportagens divulgadas na TV. O vídeo mais acessado foi publicado no dia 2 de abril de 2008 e, até a data da pesquisa, havia recebido 10.245.787 acessos e 3.955 comentários. O vídeo foi produzido a partir da montagem de fotos copiadas do orkut da mãe de Isabella.

filha: "Filha maravilhosa da minha vida, você será eterna. Lutarei para conquistar tudo nessa vida em 'nosso nome'. Te amarei para sempre!" (IBIDEM).

Em 3 de abril, um novo texto sobre o orkut de Ana Carolina era publicado, às 20h14, na editoria Tecnologia. A matéria falava sobre a criação de perfis falsos<sup>49</sup> que estariam usando o nome de Ana Carolina de Oliveira para espalhar vírus através do site. Com o título “Piratas usam caso Isabella como 'isca' para espalhar vírus no Orkut”, o texto explicava os possíveis danos causados ao internauta que clicasse no link oferecido no perfil e trazia, ainda, uma foto (Figura 1) com a reprodução do falso orkut.

Figura 1



Fonte: G1

<sup>49</sup> Trata-se de perfis baseados em identidades falsas, ou seja, são criados por pessoas que querem se passar por outras. Muitas vezes, os *fakes*, como também são conhecidos os perfis falsos, assumem a identidade de pessoas famosas, como celebridades, ou de pessoas que, por algum motivo, estão em destaque na mídia, usando imagens e informações referentes a elas. A criação de um perfil como esse pode ser considerada como crime de falsidade ideológica, passível, portanto, de condenações na Justiça. Também é comum a criação de “personagens”, isto é, indivíduos que não existem realmente e que, em geral, são criados apenas para acessar perfis alheios sem que sejam reconhecidos. Nestes casos, não há, ainda, registros de problemas com a Justiça.

Outra matéria foi publicada no dia seguinte, 4 de abril, às 10h12, desta vez chamando a atenção dos leitores para o número de recados recebidos por Ana Carolina. A manchete dizia: “Recados solidários a mãe de Isabella chegam a 40 por minuto no Orkut”. O subtítulo acrescentava alguns dados: “Em apenas cinco minutos, foram postadas 201 mensagens nesta sexta-feira (4). O total de recados dirigidos a Ana Carolina de Oliveira já ultrapassa 100 mil”. O texto, publicado na editoria de Notícias de São Paulo, fazia uma breve análise da quantidade e do conteúdo dos recados recebidos pela mãe da menina e, inclusive, reproduzia um deles: “Como você, também sou mãe e estou muito triste por você. Mas Deus, em sua infinita bondade, vai te iluminar.” (RECADOS..., 2008). Além disso, a mensagem citada no dia 1º de abril, na qual Ana Carolina se dirige à filha, foi novamente repetida. Aparece também uma foto das duas (Figura 2), retirada de seu álbum no Orkut. A imagem é acompanhada da seguinte legenda: Fotografia de mãe e filha exibida no Orkut (Foto: Arquivo Pessoal). A matéria traz, ainda, um resumo do caso até o momento da publicação.

Figura 2



*Fonte: G1*

Menos de 24 horas depois, no dia 5 de abril, às 09h30, uma nova matéria sobre o caso era publicada na mesma editoria, fazendo referência ao orkut da mãe de Isabella. O título, “Mãe de Isabella passa primeiro aniversário sem a filha”, não mencionava o site de relacionamentos, mas o subtítulo dizia: “Ana Carolina de Oliveira completa 24 anos neste sábado (5). Em perfil no Orkut, ela recebe cumprimentos e recados de apoio”. Mais uma vez o site exibiu a fotografia tirada do perfil de Ana Carolina (Figura 2), em que mãe e filha aparecem juntas, utilizando a mesma legenda da publicação anterior. Novos recados de solidariedade foram reproduzidos e o texto trazia novamente as informações dadas no dia anterior, inclusive escritas da mesma forma, ou seja, copiadas da página da comunidade de relacionamentos na íntegra. As informações então mais recentes sobre as investigações e alguns depoimentos de parentes e de pessoas que conheciam Isabella também apareciam na notícia.

Mais de dez dias se passaram até que uma nova publicação mencionasse o orkut de Ana Carolina de Oliveira. Às 08h22 do dia 18 de abril, data em que Isabella completaria seis anos, uma matéria foi publicada, novamente na editoria de São Paulo, com o título: “No Orkut, mãe de Isabella faz nova homenagem à filha”. O subtítulo exibiu uma pequena parte da mensagem e repetia informações sobre o perfil da jovem no site de relacionamentos: “‘A morte não é tudo. Não é o final’, diz novo texto publicado por Ana Carolina. Perfil já tem mais de 100 mil recados, que deixam de ser somados pelo site”. A notícia trazia, novamente, a foto usada em publicações anteriores e informações sobre os recados enviados por brasileiros de todas as regiões do país. A mensagem publicada por Ana Carolina foi exibida

na íntegra e a matéria ainda informava que ela passou a usar algumas ferramentas de privacidade<sup>50</sup> oferecidas pelo site, como o bloqueio de fotos e vídeos.

Seis dias depois, em 24 de abril, às 08h32, foi publicada no **G1** a última notícia que fazia referência ao caso Isabella no Orkut. Veiculado na editoria de Tecnologia, o texto trazia o seguinte título: “‘Vampiros’ do Orkut usam caso Isabella para roubar atenção”. O subtítulo explicava melhor a afirmação: “Internautas se passam pela mãe, pai, madrasta e até madrinha da menina. Psiquiatra afirma que usuários podem criar essas páginas para ganhar atenção”. A matéria falava sobre a opção de Ana Carolina, que passou a trancar, ou seja, bloquear os conteúdos de seu perfil para que apenas seus amigos tivessem acesso às suas fotos, vídeos, depoimentos e recados. O texto dizia ainda que ela apagou todas as mensagens recebidas, mas que suas fotos e vídeos já haviam sido copiados há mais tempo, tendo se espalhado pela internet, principalmente através de homenagens feitas à Isabella.

Pela primeira vez, foi mencionada a criação de perfis falsos também para o pai, a madrasta e a madrinha da menina, que também protagonizaram o caso. Além disso, psiquiatras e psicólogos explicaram esse tipo de comportamento por parte dos internautas e foram fornecidas informações sobre as atitudes que se deve tomar para denunciar a clonagem de perfis. Uma imagem (Figura 3) do orkut de Ana Carolina foi exibida, destacando o uso das ferramentas de privacidade, representadas no site por pequenos cadeados. A legenda era a seguinte: Ana Carolina usa ferramentas de privacidade em sua página do Orkut. (Foto: Reprodução/Orkut).

---

<sup>50</sup> As ferramentas de privacidade foram adotadas pelo Orkut em 2007 e permitem que o usuário escolha quem terá acesso a determinadas informações de seu perfil. Assim, é possível optar, por exemplo, por mostrar fotos, vídeos e mensagens apenas para pessoas que fazem parte da sua rede de amigos. Estes recursos possibilitam que o usuário controle, em parte, o acesso a informações que julga pessoais. No entanto, não é possível garantir que os conteúdos não sejam usados indevidamente, uma vez que as próprias pessoas que fazem parte da sua rede de relacionamentos podem se apropriar desses materiais e transmiti-los a quem, teoricamente, não teria acesso aos mesmos.

Figura 3



*Fonte: G1*

De forma geral, além do desenrolar do caso Isabella no Orkut, todas as matérias mencionadas traziam informações resumidas sobre a morte da menina. Muitos links eram oferecidos, direcionando os internautas para as principais notícias referentes ao caso publicadas no portal. Alguns recursos foram utilizados, aparentemente, para conferir seriedade às matérias. Um exemplo disso é o uso de entrevistas com um psiquiatra e uma psicóloga, que forneciam explicações para o comportamento de pessoas que criam falsos perfis no Orkut. Dessa forma, pode-se dizer que a notícia abordava um assunto sério – a análise de determinado tipo de comportamento humano, a partir de um fato sem grande relevância – a criação de perfis falsos das pessoas envolvidas em um caso de assassinato. Essa prática configura o que se pode chamar de criação de um fato para a produção de notícias.

Além dos veículos na internet, os telejornais também utilizaram informações, principalmente imagens, retiradas do Orkut durante a cobertura do caso Isabella. As principais matérias que faziam menção ao site traziam as atualizações realizadas por Ana Carolina de Oliveira em sua página e foram exibidas em datas correspondentes às publicações já mencionadas, feitas na web. No Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão, por



exemplo, a reportagem que mais se utilizou do Orkut foi apresentada no dia 18 de abril. A matéria, que teve duração de 5 minutos e 43 segundos, trazia muitas fotos de Isabella com a mãe, além do texto publicado naquele dia por Ana Carolina em seu perfil. Através de recursos gráficos, a mensagem, inspirada em um poema inglês, foi apresentada na íntegra, com fotos da menina ao fundo. A reportagem, como um todo, tinha um tom apelativo ao abordar as diversas homenagens feitas a Isabella, que completaria seis anos naquele dia.

Diante das informações oferecidas, cabem alguns questionamentos. Qual seria, por exemplo, a relevância de notícias como essas? Haveria interesse público em conteúdos como os que estão disponíveis no Orkut? Que tipo de informações poderiam ser apuradas através deste site? E em que medida essas informações são confiáveis? Respostas para perguntas como essas exigiriam um amplo debate e, certamente, dividiriam opiniões.

No texto **Pensar a Internet**, Dominique Wolton (2001) chama a atenção para a qualidade das informações disponíveis na web. Segundo o autor,

[...] É preciso saber distinguir a informação-valor, que é fator de liberdade individual, da informação-mercadoria que, essa, é padronizada. Da mesma maneira, a qualidade das informações às quais os indivíduos têm acesso deve sempre ser questionada. Não somente em termos de veracidade, mas também em termos da Internet. O grosso das informações acessíveis na Internet não apresenta grande interesse, é preciso ter a honestidade de reconhecê-lo. (WOLTON, 2001, p. 26).

Apesar dos conteúdos disponíveis na internet ainda serem vistos com desconfiança, a sua utilização é cada vez maior no jornalismo, com destaque para o Orkut. O número de matérias pautadas por esse site de relacionamentos parece estar em expansão. Basta assistir ao noticiário na TV e navegar pelos sites jornalísticos para comprovar esta constatação. Uma busca simples pela palavra “orkut” no site **G1**, da Globo.com, em 8 de novembro de 2008, por exemplo, encontrava registros de 1.015 matérias, sobre os mais variados assuntos. A maioria das notícias fazia referência ao site já no título, enquanto outras citavam o Orkut apenas no corpo do texto. Refinando a pesquisa por data, encontramos 452

registros entre 1º de janeiro e 08 de novembro de 2008. No entanto, a relevância dessas notícias é bastante discutível. Esse é o caso da matéria publicada na editoria de Tecnologia, em 9 de outubro de 2008: “No Orkut, internautas refletem ‘desespero’ com crise na bolsa”. O texto apresenta algumas comunidades criadas por usuários do site, tais como "Ações! Bovespa me deixa louco!", "Bovespa: eu torço" e "Só me ferro na Bovespa". Como o Orkut possui um número quase infinito de comunidades, utilizar esse tipo de conteúdo para produzir uma matéria jornalística pode ser uma prática contestável.

## 5.2 APURAÇÃO NA INTERNET: FONTE DE ERROS

A utilização de conteúdos disponíveis na web para a produção de matérias jornalísticas pode ser apontada como causa de muitos erros cometidos atualmente no jornalismo brasileiro. Contudo, os erros não se devem ao fato de haver utilização desses materiais, e sim à falta de uma apuração correta e criteriosa. Os equívocos não acontecem apenas nas publicações online, mas também em outras mídias, que, freqüentemente, buscam informações na *world wide web*.

Em maio de 2007, por exemplo, o **Jornal do Brasil** publicou na primeira página uma foto (Figura 4) que retrataria traficantes cariocas exibindo seu poder de fogo através do Orkut. Verificou-se, na verdade, que a foto, retirada do site, mostrava atores do filme **Cidade dos Homens**, ainda inédito. A reportagem também trazia informações apuradas em perfis do Orkut. Esse erro grosseiro sequer foi corrigido, uma vez que o jornal não assumiu sua falha e noticiou no dia seguinte que as imagens dos atores teriam sido usadas por uma organização criminosa, que se promovia através do site. Nem o jornal nem a assessoria dos atores souberam explicar como a foto chegou à rede de relacionamento.

Figura 4



Capa do JB (15/05/2008) Fonte: Marcelo Moutinho

Outro caso aconteceu em julho de 2007, mas desta vez envolvendo a publicação de conteúdos produzidos por internautas para sites jornalísticos. Tal prática configura o chamado webjornalismo participativo, abordado no segundo capítulo deste trabalho. O equívoco aconteceu no auge da cobertura do acidente com o voo JJ 3054 da TAM, no aeroporto de Congonhas, em São Paulo, quando o portal UOL publicou uma imagem (Figura 5) que seria de uma pessoa se jogando do alto do hangar da companhia aérea, em meio às chamas. A foto foi enviada por um internauta para uma sessão específica do portal, chamada **Você manda: a tragédia em Congonhas**. Contudo, vinte e oito minutos após a publicação, outro internauta alertava o UOL para a falsidade da imagem, que não passaria de uma

montagem, um trabalho amador em Photoshop, programa mais conhecido de edição de imagens. O portal assumiu o erro publicamente e retirou a imagem do ar.

Figura 5



*Foto original e foto publicada no UOL. Fonte: Jornalistas da Web*

Ao fazer uma análise deste caso, a jornalista Ana Maria Brambilla chama a atenção para o fato de que a imagem não foi publicada diretamente pelo internauta, mas passou pelas mãos de um jornalista profissional. No texto **Jornalismo colaborativo funciona**, publicado no site Jornalistas da Web<sup>51</sup>, Brambilla afirma, portanto, que faltou “um olhar clínico” por parte da equipe do portal, que não se deu ao trabalho de checar a veracidade da imagem. Tal checagem foi feita apenas a partir da denúncia de outro internauta. Só então

<sup>51</sup> <http://www.jornalistasdawe.com.br/index.php?pag=home&idConteudoTipo=1>

os jornalistas e fotógrafos da empresa foram, por exemplo, procurar imagens semelhantes em outros sites. Nesta busca, encontraram uma foto idêntica à publicada, exceto pela presença da suposta pessoa que se atirava do alto do hangar. Essa pesquisa, realizada tardiamente pelos jornalistas do UOL, mostra que é possível apurar as informações disponíveis na web. A questão é saber por que ela não é feita antes da publicação dos conteúdos, e sim depois que o erro já foi cometido.

Não podemos deixar de considerar que a internet ainda é vista por muitos como um território sem leis, onde o anonimato leva à impunidade. Com isso, as informações disponíveis nesse ambiente precisam ser checadas com cuidado redobrado, principalmente pelos profissionais da informação. Na web, ainda é difícil saber em que e, principalmente, em quem se pode confiar. Neste contexto, a apuração das informações, também para além da rede mundial de computadores, torna-se ainda mais fundamental. Um artigo do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, em vigor desde 1987 e revisado em 2007, resume bem este argumento e dispensa maiores discussões: “Art. 4º - O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, deve pautar seu trabalho na precisa apuração dos acontecimentos e na sua correta divulgação.” (FENAJ..., 2008).

## **6 CONCLUSÃO**

O presente trabalho foi motivado pela necessidade de se pensar a relação entre as tecnologias recentes e o jornalismo. Podemos afirmar que a tecnologia sempre esteve atrelada ao fazer jornalístico. Contudo, desde a invenção dos computadores, o processo de produção e divulgação de conteúdos sofre modificações profundas e constantes.

A chegada dos computadores e da tecnologia digital trouxe mobilidade e velocidade ao jornalismo, especialmente quando essas máquinas foram ligadas à internet, o que possibilitou o acesso a um grande volume de informações sem que fosse necessário qualquer deslocamento físico. Fatores como esses contribuem para que a informação jornalística chegue mais rapidamente ao público. Por outro lado, é possível afirmar que, neste contexto, a busca exagerada pela rapidez de publicação, além da comodidade proporcionada pela pesquisa na web, levam os jornalistas muitas vezes ao erro. Tais erros, no entanto, não podem ser creditados ao uso da internet em si, mas aos profissionais que não realizam corretamente a apuração ou checagem das informações obtidas neste meio e também à crença na web como uma espécie de oráculo contemporâneo, desconsiderando o fato de que nem todas as respostas estão na rede.

Não podemos deixar de considerar que em um ambiente como a internet, no qual todos os usuários tornam-se também potenciais produtores de conteúdos, a credibilidade das informações é bastante questionável. Vimos também que neste ambiente os limites entre público e privado não se encontram bem demarcados, tornando ainda mais difícil a definição do que seria realmente uma informação de interesse público. Nesta situação, é comum que se generalize a desconfiança em relação aos conteúdos disponíveis na web ao próprio meio. Com isso, a internet passa a ser vista por muitos como uma mídia sem credibilidade. Não por acaso, os sites mais confiáveis no Brasil têm ligação com mídias massivas.

O que podemos notar atualmente é que o desenvolvimento de portais jornalísticos na internet, principalmente quando estes pertencem a grupos tradicionais de comunicação, tem contribuído para aumentar a qualidade da produção jornalística neste ambiente. Ainda assim, é preciso que os jornalistas se comprometam mais com seu trabalho e busquem realizá-lo de forma correta. Em termos de apuração e checagem de informações, o jornalismo

desenvolvido para a web não deve diferir daquele praticado em outras mídias. De fato, a internet oferece novas possibilidades para a realização destas etapas do processo de produção de notícias, mas todas elas precisam ser cumpridas com o mesmo rigor que se verifica no chamado jornalismo tradicional. A necessidade de se publicar conteúdos com rapidez e a facilidade de pesquisa na internet não podem servir para justificar a falta de qualidade das informações publicadas. Da mesma forma, as informações apuradas na rede para utilização em outras mídias também precisam ser cuidadosamente checadas, tanto na internet quanto fora dela.

## **7 REFERÊNCIAS**

ACESSO residencial à Internet tem recorde de 23,7 mi em julho. **G1**, São Paulo, 27 ago. 2008. Disponível em:  
<<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL738542-6174,00.html>>. Acesso em: 22 set. 2008.

AROSO, Inês Mendes Moreira. **A Internet e o novo papel do jornalista**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-internet-jornalista.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2008.

BALDESSAR, Maria José. Apontamentos sobre o uso do computador e o cotidiano dos jornalistas. In: INTERCOM, 2001, Campo Grande. **Anais eletrônicos...** Campo Grande: UNIDERP, UCDB e UFMS, 2001. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP2BALDESSAR.PDF>>. Acesso em: 13 out. 2008.

BRAMBILLA, Ana Maria. **Jornalismo colaborativo Funciona**. Disponível em: <<http://www.jornalistasdawe.com.br/index.php?pag=displayConteudo&idConteudoTipo=2&idConteudo=2121>>. Acesso em: 07 out. 2008.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede - A era da informação: economia, sociedade e cultura**; v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

\_\_\_\_\_. **A galáxia Internet: Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2003.

DIÁRIO de S. Paulo conclui segundo curso de RAC em parceria com a Abraji. **Abraji**, São Paulo, 15 fev. 2008. Disponível em: <[http://www.abraji.org.br/?id=90&id\\_noticia=601](http://www.abraji.org.br/?id=90&id_noticia=601)>. Acesso em: 07 out. 2008.

EM TRÊS anos, dobra número de brasileiros com internet em casa. **G1**, São Paulo, 24 jul. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,MUL690707-5601,00EM+TRES+ANOS+DOBRA+NUMERO+DE+BRASILEIROS+COM+INTERNET+EM+CASA.html>>. Acesso em: 22 set. 2008.

FENAJ disponibiliza texto atualizado do Código de Ética. **Fenaj**, Brasília, 17 set. 2007. Disponível em: <<http://www.fenaj.org.br/materia.php?id=1811>>. Acesso em: 13 nov. 2008

GARRISON, Bruce. O uso de e-mail na busca de notícias. In: FERRARI, Pollyana (org.). **Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto, 2007.

GRANADO, António. **Os recursos “online” para jornalistas**. Disponível em: <<http://www2.fcsh.unl.pt/cadeiras/ciberjornalismo/aula12.htm>>. Acesso em: 04 nov. 2008.

GUEDES, Maria da Consolação Resende. Jornal Nacional apresenta em 36 capítulos a novela Isabella Nardoni. In: INTERCOM, 2008, Natal. **Anais eletrônicos...** Natal: UFRN, UnP, UERN, FATERN, 2008. Disponível em:



<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1290-1.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2008.

JORNALISTAS aprendem técnicas de investigação com o uso do computador. **Abraji**, São Paulo, 05 dez. 2003. Disponível em: <[http://www.abraji.org.br/?id=90&id\\_noticia=28](http://www.abraji.org.br/?id=90&id_noticia=28)>. Acesso em: 07 out. 2008.

KUCINSKI, B. **Jornalismo na era virtual** – ensaios sobre o colapso da razão ética. São Paulo: Ed.Perseu Abramo/Ed Unesp, 2004.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LIMA JUNIOR, Walter Teixeira. Jornalismo inteligente (JI) na era do data mining. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2., 2004, Salvador. **Anais eletrônicos...** Salvador: UFBA, 2004. Disponível em: <<http://pesac.incubadora.fapesp.br/portal/Members/digital/paper/II%20SBPJOR%202004%20CC%202%20-%20Walter%20Lima%20Jr.pdf/view>>. Acesso em: 25 abr. 2008a.

\_\_\_\_\_. Primórdios das fontes digitais na produção do jornalismo tradicional. In: INTERCOM, 2007, Santos. **Anais eletrônicos...** Santos: UNISANTOS, UNISANTA, UNIMONTE, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1605-2.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2008b.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003.

MÃE de Isabella passa primeiro aniversário sem a filha. **G1**, São Paulo, 05 abr. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/SaoPaulo/0,,MUL389231-5605,00MAE+DE+ISABELLA+PASSA+PRIMEIRO+ANIVERSARIO+SEM+A+FILHA.html>>. Acesso em: 06 out. 2008.

MÃE de menina que sofreu queda do 6º andar desabafa no Orkut. **G1**, São Paulo, 01 abr. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/SaoPaulo/0,,MUL384490-5605,00.html>>. Acesso em: 06 out. 2008.

MAIS DE 25% das casas no Brasil têm PC, mas acesso ainda é restrito. **Folha Online**, São Paulo, 18 set. 2008. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u446337.shtml>>. Acesso em: 19 out. 2008.

MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conceitos sobre jornalismo na web. In MACHADO, Elias e PALACIOS, Marcos (orgs). **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: Calandra, 2003.

\_\_\_\_\_. **Características e implicações do jornalismo na Web.** Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001\\_mielniczuk\\_caracteristicasimplicacoes.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf)>. Acesso em: 16 nov. 2008.

MOUTINHO, Marcelo. **A ‘barriga’ do JB.** Disponível em: <[http://www.marcelomoutinho.com.br/blog/2007/05/a\\_barriga\\_do\\_jb.php](http://www.marcelomoutinho.com.br/blog/2007/05/a_barriga_do_jb.php)>. Acesso em: 11 ago. 2008.

NO ORKUT mãe de Isabella faz nova homenagem à filha. **G1**, São Paulo, 18 abr. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/SaoPaulo/0,,MUL415803-5605,00NO+ORKUT+MAE+DE+ISABELLA+FAZ+NOVA+HOMENAGEM+A+FILHA.html>>. Acesso em: 06 out. 2008.

NÚMERO de computadores no mundo ultrapassa 1 bilhão. **G1**, São Paulo, 23 jun. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL611041-6174,00.html>>. Acesso em: 22 set. 2008.

ORKUT: as razões para o sucesso da rede social do Google entre brasileiros. **Ministério da Cultura**, Brasília, 10 jul. 2008. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/2008/07/10/orkut-as-razoes-para-o-sucesso-da-rede-social-do-google-entre-brasileiros/>>. Acesso em: 13 out. 2008.

PALACIOS, Marcos. Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o Lugar da Memória. In: MACHADO, Elias e PALACIOS, Marcos (Orgs). **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: Editora Calandra, 2003. Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003\\_palacios\\_olugardamemoria.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003_palacios_olugardamemoria.pdf)>. Acesso em: 16 nov. 2008.

PICCININ, Fabiana. **Jornalismo online e prática profissional:** Questionamentos sobre a apuração e edição de notícias para web. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/puccinin-fabiana-jornalismo-online-pratica-profissional.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2008.

PIRATAS usam caso Isabella como ‘isca’ para espalhar vírus no Orkut. **G1**, São Paulo, 03 abr. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL387508-6174,00PIRATAS+USAM+CASO+ISABELLA+COMO+ISCA+PARA+ESPALHAR+VIRUS+NO+ORKUT.html>>. Acesso em: 06 out. 2008.

REBÊLO, Paulo. **A reportagem auxiliada por computador - RAC.** Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/eno020920032.htm>>. Acesso em: 08 out. 2008a.

\_\_\_\_\_. **A reportagem auxiliada por computador - 2.** Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/eno090920034.htm>>. Acesso em: 08 out. 2008b.

RECADOS solidários a mãe de Isabella chegam a 40 por minuto no Orkut. **G1**, São Paulo, 04 abr. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/SaoPaulo/0,,MUL3879735605,00RECADOS+SOLIDARIOS+A+MAE+DE+ISABELLA+CHEGAM+A+POR+MINUTO+NO+ORKUT.html>>. Acesso em: 06 out. 2008.

REDIG, Ana. **Todo mundo é jornalista?**. Disponível em: <<http://www.jornalistasdawe.com.br/index.php?pag=displayConteudo&idTipoConteudo=todos&idConteudo=923>>. Acesso em: 07 out. 2008.

RIGHETTI, Sabine; QUADROS, Ruy. Inovação tecnológica, formação de competências e diversificação no mercado da comunicação: a introdução da internet em dois grupos brasileiros de mídia impressa. In: INTERCOM, 2007, Santos. **Anais eletrônicos...** Santos: UNISANTOS, UNISANTA, UNIMONTE, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1793-1.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2008.

ROSE, Lilian. A Ética Aética da Internet – Anonimato e Impunidade, Liberdade e Censura. In: INTERCOM, 2007, Santos. **Anais eletrônicos...** Santos: UNISANTOS, UNISANTA, UNIMONTE, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0211-1.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2008.

SANTOS, Aleska Silva dos; PUGAS, Paulo Henrique dos Santos; D'ANDRÉA, Carlos Frederico Brito. Novas tecnologias como meio de interação e fonte de informação: apropriações e percepções dos alunos de graduação em Comunicação de uma faculdade particular. In: INTERCOM, 2006, Brasília. **Anais eletrônicos...** Brasília: UnB, 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0750-1.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2008.

SERRA, Paulo. **O princípio da credibilidade na selecção da informação mediática**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-credibilidade-selecao-informacao.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2008.

SILVA, Fernando Firmino da. **Uso de dispositivos portáteis na produção da notícia**. Disponível em: <<http://www.jornalistasdawe.com.br/index.php?pag=displayConteudo&idConteudoTipo=2&idConteudo=2241>>. Acesso em: 07 out. 2008a.

\_\_\_\_\_. Jornalismo reconfigurado: tecnologias móveis e conexões sem fio na reportagem de campo. In: INTERCOM, 2008, Natal. **Anais eletrônicos...** Natal: UFRN, UnP, UERN, FATERN, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0652-1.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2008b.

SOSTER, Demétrio de Azeredo. Credibilidade jornalística, conceito em transição. In: INTERCOM, 2006, Brasília. **Anais eletrônicos...** Brasília: UnB, 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1400-1.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2008.

SPOHR, Eduardo. **Credibilidade evolui no jornalismo digital**. Disponível em: <<http://www.jornalistasdawe.com.br/index.php?pag=displayConteudo&idConteudoTipo=2&idConteudo=425>>. Acesso em: 07 out. 2008.

TRÄSEL, Marcelo. O papel do webjornalismo participativo. In: 4º Encontro da Sociedade Brasileira de Pesquisa em Jornalismo, 2006, Porto Alegre. **Anais eletrônicos...** Disponível em: <<http://www.scribd.com/doc/3184741/O-papel-do-webjornalismo-participativo>>. Acesso em: 25 out. 2008.

UM QUARTO do mundo terá acesso à internet em 2012, diz consultoria. **Folha Online**, São Paulo, 26 jun. 2008. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u416422.shtml>>. Acesso em: 22 set. 2008.

‘VAMPIROS’ do Orkut usam caso Isabella para roubar atenção. **G1**, São Paulo, 24 abr. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL422783-6174,00VAMPIROS+DO+ORKUT+USAM+CASO+ISABELLA+PARA+ROUBAR+ATENCAO.html>>. Acesso em: 06 out. 2008.

VC REPÓRTER: acidente mata motociclista em SP. **Terra**, Brasil, 14 nov. 2008. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/transito/interna/0,,OI3329335-EI11777,00-vc+reporter+acidente+mata+motociclista+em+SP.html>> Acesso em: 15 nov. 2008.

VC REPÓRTER: chuva provoca estragos em Barra do Piraí. **Terra**, Brasil, 14 nov. 2008. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/brasil/interna/0,,OI3329799-EI8139,00-vc+reporter+deslizamento+mata+crianca+no+Rio.html>> Acesso em: 15 nov. 2008.

VC REPÓRTER: jipe cai em buraco de trilha em SP. **Terra**, Brasil, 14 nov. 2008. Disponível em: <<http://esportes.terra.com.br/interna/0,,OI3329715-EI4677,00-vc+reporter+jipe+cai+em+buraco+de+trilha+em+SP.html>> Acesso em: 15 nov. 2008.

WOLTON, Dominique. **Pensar a internet**. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/15/a02v1n15.pdf>>. Acesso em: 16 nov. 2008.