



**Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Comunicação e Expressão
Programa de Pós-Graduação em Jornalismo**

*Apuração na Internet: Definição e Características. Um Estudo de caso
com jornalistas de rádio, televisão, jornal e internet do Grupo RBS em
Florianópolis*

Vivian de Azevedo Virissimo

Florianópolis, novembro de 2009.

Vivian de Azevedo Virissimo

Apuração na Internet: Definição e Características. Um Estudo de caso com jornalistas de rádio, televisão, jornal e internet do Grupo RBS de Florianópolis

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Linha de Pesquisa: Processos e Produtos
Jornalísticos

Orientador da Dissertação: Prof. Dr. Elias Machado

Florianópolis, novembro de 2009.

Vivian de Azevedo Virissimo

Apuração na Internet: Definição e Características. Um Estudo de caso com jornalistas de rádio, televisão, jornal e internet do Grupo RBS em Florianópolis

Dissertação aprovada como requisito parcial para a obtenção do grau de mestre em jornalismo. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, pela seguinte banca examinadora: Dissertação aprovada como requisito parcial para a obtenção do grau de mestre em jornalismo. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, pela seguinte banca examinadora:

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr. Elias Machado (UFSC)
(Presidente/Orientador)

Prof. Pós-Dr. Marcos Palacios (UFBA)

Prof. Dr. Fernando Crócomo (UFSC)

Prof. Dr. Eduardo Meditsch (UFSC)
(Suplente)

Dedico este trabalho a todos aqueles que estudam, praticam e pesquisam o Jornalismo.

Quero reconhecer, nestas poucas linhas,
minha gratidão a todos que
contribuíram para a elaboração deste
trabalho.
Aos professores e colegas do Mestrado em
Jornalismo
pelos momentos de aprendizado;
aos colegas do grupo de pesquisa Lapjor
pelos debates dos encontros mensais.
Ao meu orientador Elias Machado,
com quem tive verdadeiras aulas em cada
uma de nossas reuniões.
Aos jornalistas do Grupo RBS pela
contribuição à pesquisa
e pela disposição de serem “observados”;
À Capes,
pela bolsa de estudos que possibilitou a
dedicação exclusiva.
À minha família,
pela compreensão nesses dois anos afastada
de Passo Fundo
ao querido Luiz
pelas críticas e debates que travamos em
torno do Jornalismo.

No fim das contas
ninguém pode captar nas coisas,
incluídos os livros,
mais do que ele mesmo já sabe.
Para aquilo que a gente não alcança através
da vivência,
a gente não tem ouvidos.
F. Nietzsche, Ecce Homo

RESUMO

Esta pesquisa examina as implicações na prática jornalística da disseminação de informação on-line em circulação no ciberespaço em diferentes esferas e discute as mudanças no processo de produção informativa nas empresas jornalísticas multimídia em termos de integração redacional e convergência de conteúdos. O objetivo geral desta dissertação encontra-se em identificar o uso que os jornalistas fazem dos diferentes tipos de informações que circulam na rede para promover uma cobertura jornalística consistente e socialmente responsável, contemplando ideias, conceitos e opiniões dos mais variados matizes. Para alcançar esta meta principal, utilizamos como metodologia a revisão da literatura de referência sobre o objeto e realizamos um estudo de caso em diferentes suportes do *Grupo RBS* em Florianópolis: as versões impressa e on-line do jornal *Diário Catarinense*, a rádio *CBN/Diário* e a *RBS TV*.

Palavras-chave: Jornalismo; Jornalismo digital; Apuração Jornalística; Processos e produtos jornalísticos; Internet.

ABSTRACT

This study examines the implications of the dissemination of on-line information in cyberspace in different spheres of the journalism practice and discusses changes in the process of informative production in companies with multimedia journalism in terms of integration newsrooms and convergence of contents. The general objective of this study is to identifying the different kinds of information that circulate in the web that journalists make use of in order to promote consisted and socially responsible news coverage, thus, comprising ideas, definitions and and opinions of sources. In order to reach this main objective, the literature review as a reference on the object was used and a case study in different departaments the RBS Group in Florianópolis was carried out: the printed and on-line versions of the *Diário Catarinense* newspaper, the *CBN/Diário* radio and the *RBS TV*.

KEY WORDS: Journalism, Digital Journalism, News-gathering, Processes and Journalistic Products, Internet.

RESUMEN

Esta investigación busca examinar las implicaciones para la práctica periodística de la difusión de información *on-line* en diferentes ámbitos en el ciberespacio. En este trabajo se reflexiona sobre los cambios en el proceso de producción de información en la prensa en términos de convergencia multimedia y el contenido editorial. El objetivo general de esta disertación es identificar el uso que los periodistas hacen de los diferentes tipos de información que circula en la red para promover una estrategia coherente y socialmente responsable en la cobertura de noticias, incluidas las ideas, conceptos y opiniones de los más variados matices. Para alcanzar este objetivo principal, los procedimientos incluyen una revisión metódica de la literatura de referencia sobre el tema y llevar a cabo un estudio de caso en diferentes medios de comunicación del Grupo RBS en Florianópolis: una versión impresa y *on-line* del periódico *Diário Catarinense*, la radio *CBN/Diário* y *RBS TV*.

Palabras llave: Periodismo; Periodismo digital; Búsqueda Periodística; Procesos y productos periodísticos; Internet.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Distribuição dos jornalistas por meios do <i>Grupo RBS</i>	14
Figura 2 – Importância da Internet para Apuração.....	25
Figura 3 – Uso de redes sociais como fontes.....	28
Figura 4 – Treinamento para Apuração no <i>Grupo RBS</i>	65
Figura 5 - Uso de blogues como fonte.....	88
Figura 6 – Credibilidade da Wikipedia como fonte.....	92

RELAÇÃO DE ANEXOS

Anexo 1 – Questionário Modelo.....	113
Anexo 2 – Entrevista Fabiano Melato (<i>diario.com.br</i>).....	118
Anexo 3 – Carlos Alberto Ferreira (<i>CBN/Diário</i>).....	125
Anexo 4 – Márcia Calegari (RBS Notícias).....	131
Anexo 5 – Cláudio Thomas (<i>Diário Catarinense</i>).....	140
Anexo 6 – Protocolo do estudo de caso.....	143

SUMÁRIO

Introdução	
1. Apresentação do tema apuração.....	1
2. Delimitação do tema apuração na internet.....	3
3. Objetivos.....	6
4. Hipótese.....	7
5. Metodologia.....	7
5.1 Referencial teórico.....	7
5.2 Procedimentos.....	10
5.3 Casos estudados.....	11
6. Estrutura da dissertação.....	14
CAP. 1 DOS MEIOS CONVENCIONAIS AOS CIBERMEIOS..	16
1.1 A pesquisa em Jornalismo sobre apuração na internet.....	16
1.2 A diversificação das fontes no processo produtivo.....	24
1.3 Apuração na internet versus apuração convencional.....	32
1.4 Desafios para uma apuração de qualidade.....	36
CAP. 2 APURAÇÃO EM TEMPOS DE CONVERGÊNCIA.....	40
2.1 A apropriação de tecnologias no Jornalismo.....	40
2.2 Convergência no <i>Grupo RBS</i>	46
2.3 A centralização da apuração: fontes oficiais.....	50
2.4 A centralização do processo de apuração por meio das intranets..	55
2.5 Limitações da centralização da apuração: a contextualização.....	65
CAP.3 DESCENTRALIZAÇÃO DA APURAÇÃO.....	71
3.1 O potencial da internet no aprimoramento do jornalismo.....	71
3.2 Descentralização do processo de apuração: Meta-apuração.....	75
3.3 O papel da audiência: Apuração Participativa.....	80
Conclusões.....	94
Referências Bibliográficas.....	103
Anexos.....	113

INTRODUÇÃO

1. Apresentação do tema apuração

Em quinze anos de estudos em Jornalismo digital, diferentes matrizes teóricas têm investigado diversos aspectos da realidade no cotidiano do trabalho de profissionais que atuam em meios de comunicação em setores especializados em Jornalismo, com relação à inserção da rede nos processos de apuração (Reddick, 1995; Houston, 1996; Paul, 1999; Callahan, 2003; Masip, 2008; Gomes, 2009). No caso específico desta dissertação, o objetivo central é verificar o uso que os jornalistas fazem dos diferentes tipos de informações que circulam na internet para a produção de conteúdos de natureza jornalística, no sentido de apresentar não só os fatos, mas a contextualização dos eventos cobertos pelo jornalismo, em nível local, nacional ou mundial.

O recorte que se faz nos estudos de Jornalismo digital, com relação à convergência de redações, é a questão da *apuração jornalística na internet*. Este é um dos elementos para a efetivação de um jornalismo integrado ou convergente em empresas multimídia. (Quinn, 2002; 2005). Entende-se que o trabalho rigoroso de apuração dos fatos pode produzir um jornalismo qualificado, que reconheça a complexidade da sociedade; um jornalismo que prime por informações exatas, verificadas, apresentadas de modo equânime, com a exposição de opiniões divergentes. (Kovach; Rosenstiel, 2003).

A inserção da internet no cotidiano dos jornalistas suscita diversos debates em torno de suas implicações para a atividade com relação à grande quantidade de dados em circulação no ciberespaço. (Garrison, 2003; De Wolk, 2001). O processo de apuração reúne uma série de práticas e procedimentos que vêm sendo construídos ao longo de décadas, influenciado, principalmente, pela caracterização informativa das notícias em detrimento da tradição de cunho opinativo. No início das atividades jornalísticas no século XVII a imprensa constituía-se principalmente de artigos de opiniões, diferentemente das matérias jornalísticas que preponderam atualmente (Machado, 2000)

A apuração jornalística é uma das etapas do processo de produção da notícia, que engloba a coleta e busca de informações por meio de variadas técnicas jornalísticas, como a entrevista. À medida

que o jornalismo foi se tornando de cunho mais informativo do que opinativo, a apuração passou a ocupar um papel central para essa mudança de paradigma. (Pereira Júnior, 2006)

Bahia (1990, p.40) sintetiza:

A apuração é o mais importante para a notícia, da mesma forma como a notícia é o mais importante para o jornalismo. Elemento essencial no processo da informação, a apuração em jornalismo quer dizer o completo levantamento dos dados de um acontecimento para se escrever a notícia. É o processo que antecede a notícia e que leva à formulação final do texto.

A carência de trabalhos científicos específicos sobre o uso das informações on-line pelos jornalistas revela a falta não só de teorização sobre esse procedimentos como também de sistematização dessas técnicas. Conforme Gomes (2009, p.11), “é notório o caráter exíguo e limitativo de estudos que objectivem a importância da rede no relacionamento dos jornalistas com as fontes de informação”.

Mesmo assim, existem paradigmas norteadores da apuração que são compartilhados por jornalistas atuantes nos diferentes meios de comunicação quanto ao processo de coleta e busca de informações digitais. Executada de maneiras diferentes, dependendo da cobertura, a apuração centra-se na prática de checagem e verificação dos dados disponíveis para composição de matérias jornalísticas.

O levantamento de informações implica o rigor da apuração e dependerá do comprometimento do repórter com a visão plural de cada fenômeno ocorrido. Como aponta Pereira Junior (2006, p. 73), “na apuração de informações, a investigação é a pedra de toque da imprensa, seu álibi, a condição que faz um relato impresso ser jornalismo, não literatura. É a espinha dorsal do trabalho jornalístico.”

Puccinin (s/d, on-line)¹ sustenta que na base de todo o trabalho jornalístico está a apuração de informações, sobre a qual se assenta toda a formação e prática jornalística. “Toda essa nova infra-estrutura que serve à qualificação da notícia, pode não resultar exatamente num jorna-

1 Disponível em www.bocc.ubi.pt. Acesso 25.07.2008

lismo de mais qualidade”. Para Puccinin, a tecnologia pode ser considerada uma via de mão dupla, pois, ao mesmo tempo em que oferece possibilidades, impõe novos condicionamentos à atividade jornalística.

De acordo com Koch (1991, p.320), sem um conhecimento prévio dos fatos não há possibilidade de fazer um relato jornalístico completo e relevante para o público. Localizar os limites e, sobretudo, os antecedentes de determinado evento e inseri-lo em qualquer contexto, ou questionar a indicação, opinião ou posição das fontes constitui-se numa tarefa que exige o uso de especializados procedimentos jornalísticos. Este autor explica que “o que foi dito’ torna-se ‘o que significa’, ‘o que aconteceu, ‘por que isso ocorreu’ e ‘quem deve ser responsável’. (Koch, 1991, p.321). Esta concepção considera que não basta referir em uma matéria jornalística apenas “quem, o que, quando e onde”, mas, mais importante, é indicar “como e por que” tais fatos ocorreram.

A posição sustentada por Koch encontra-se em consonância com a de Abramo (1988, p.191), para quem “o jornalista deve ter uma atitude cética diante das coisas, deve duvidar, às vezes, do que ouve e o que vê, não pode encarar as coisas de maneira simples, pois elas nunca são apenas como se apresentam, são mais complexas”.

Para Breed (1998, p.153), a apuração é uma norma jornalística tanto técnica quanto ética. É um processo eminentemente técnico, porque envolve a operação de recolha de dados para produção da notícia e uma norma ética no que diz respeito à obrigação do jornalista para com sua audiência e seus pares, no sentido de fornecer informações com exatidão.

2. Delimitação do tema apuração na Internet

Este tema de pesquisa começa a ser desenvolvido com a inserção dos computadores nas redações e rudimentares sistemas de informação on-line principalmente nos Estados Unidos e na Europa, nos anos 1970. Autores como Morgaine (1972) começam, pioneiramente, a tratar contextualmente das mudanças tecnológicas que se difundiam de forma sistemática em países economicamente desenvolvidos. Em seguida, Smith (1980) discutiu as principais transformações e implicações da digitalização das informações e as possibilidades do extinto teletexto para o Jornalismo. Em outra perspectiva, Meyer (1975) apontava há

mais de trinta anos a necessidade de novas ferramentas e de métodos familiarizados com programas de computador que fornecessem dados estatísticos para o Jornalismo interpretar e descrever fatos de interesse jornalístico.

Com a criação e disseminação da web nos anos 90 do século passado, as redações passaram a receber conteúdos digitalizados de diferentes naturezas para a produção de notícias. A partir de então, diversos pesquisadores, principalmente nos Estados Unidos, passaram a investigar as diferentes possibilidades advindas do que passou a se chamar jornalismo assistido por computador (Paul, 1999) ou reportagem assistida por computador (RAC).

Para Nora Paul (1999, p.3-4), o jornalismo assistido por computador pode ser sintetizado em quatro possibilidades: reportagem, pesquisa, referências e encontros. Segundo a autora, as principais técnicas de reportagem jornalística podem ser potencializadas com o uso dos computadores na localização de fontes especializadas para entrevistas. A pesquisa engloba a investigação e busca de dados, ou fontes secundárias, que forneçam contexto e profundidade. A busca por referência ajuda na verificação de detalhes essenciais para reportagem, como datas, nomes, localizações exatas em enciclopédias ou dicionários, disponíveis em abundância na web. E, por último, o encontro é proporcionado através das redes sociais, citados pela autora já no fim da década de 1990: em listas de e-mails, fóruns e chats.

Brant Houston (1996, p.6-7) afirma que, basicamente, quatro ferramentas são básicas para implementação da reportagem assistida por computador: (1) softwares de planilhas para análises de números, (2) gestor de bases de dados para organizar fontes, (3) softwares para gerar estatísticas para prover análises mais detalhadas nas matérias e, por último, (4) as fontes on-line em circulação na web tanto pelo correio eletrônico, com por grupos de discussão, bibliotecas on-line, entre outros. Sobre o último ponto cabe acrescentar que em 1996 a internet ainda não estava completamente incorporada nas organizações jornalísticas.

Um dos pioneiros a refletir sobre o tema da apuração na internet, Garrison (1997, on-line) avaliou as novas formas de apuração digital na remodelação dos princípios do Jornalismo. O autor estudou justamente o momento da inserção de tecnologias de serviços on-line de pesquisa não só em grandes jornais dos EUA como também em jornais

de pequeno e médio porte. O método utilizado para testar suas hipóteses foi um censo nacional conduzido por e-mail com jornalistas de 510 jornais diários, cujo critério para entrar neste universo pesquisado era possuir circulação superior a 20 mil exemplares aos domingos.

Nos últimos anos, autores como Stephen Quinn, Pere Masip e Rui Gomes passaram a realizar análises mais abrangentes sobre a utilização de computadores no processo de apuração. Quinn (2002, p.36) aborda o desenvolvimento e uso da rede interna das organizações jornalísticas como um fator inovador para o processo de apuração. Masip (2008, p.50) contribui ao averiguar o uso da internet em diferentes suportes jornalísticos. Gomes (2009, p.70) também busca compreender o modo como o processo de pesquisa e recolha de informações mudou com o advento da web e seus respectivos efeitos na construção noticiosa. Para este autor:

Os procedimentos de recolha de informação não são os mesmos dos primórdios do jornalismo. O jornalista viu o seu trabalho drasticamente facilitado. O jornalista consegue obter informações díspares, mas ao mesmo tempo, complementares, sobre determinado conteúdo ou temática com enorme comodidade. (Gomes, 2009, p.70)

Depois de mais de uma década dessas pioneiras sistematizações sobre a utilização de computadores para apuração jornalística, adotaremos nesta dissertação a definição operacional de apuração jornalística na internet como a pesquisa de informações tanto na rede mundial de computadores, a internet, quanto na rede interna de empresas multimídia para produção de matérias jornalísticas. (Quinn, 2002). As buscas na rede mundial englobam não só os *sites* de órgãos institucionais e oficiais, mas também as novas fontes do ciberespaço: os usuários independentes em redes sociais ou blogues e também em bancos de dados. A apuração jornalística ocorre tanto de forma tradicional (em páginas de outros meios de comunicação e páginas dos governos) como por novos canais, agilizando o processo de incorporação de outras fontes e favorecendo a pluralidade de opiniões. Essas formas inovadoras tencionam a mudança gradativa da hegemonia da agenda oficial que seguem os meios, para incentivar a investigação de enquadramentos exclusivos e inéditos para assuntos que possuem visibilidade em determinados momentos.

A adoção de mecanismos descentralizados de apuração pode contribuir para romper com o tipo de jornalismo tradicionalmente executado em empresas jornalísticas. Uma das principais inovações desta nova modalidade de apuração é a descentralização da apuração auxiliada pela audiência. A postura mais ativa do público em relação à produção de notícias alarga o conceito de apuração, uma vez que a internet possibilita aos usuários o contato com os jornalistas no processo de produção das informações. (Gomes, 2009, p.44). Este é mais um elemento que complexifica a definição do que significa o processo de apuração jornalística com a inserção da internet nos dias atuais e no futuro do cotidiano dos jornalistas e das audiências.

3. Objetivos

Nesta dissertação trabalhamos com o objetivo geral que perpassou todas as fases desta pesquisa, que foi de identificar o uso que os jornalistas fazem dos diferentes tipos de informações que circulam na internet para a produção de conteúdos de natureza jornalística, e com três objetivos específicos que nortearam os três capítulos em que se divide este trabalho.

O primeiro objetivo específico, abordado no capítulo “Dos meios convencionais aos cibermeios”, buscou analisar o impacto da disseminação da internet nas redações. Neste capítulo abordamos as alterações detectadas no Jornalismo como consequência da incorporação da internet nas redações e o surgimento da nova mídia.

O segundo objetivo específico esteve direcionado a investigar em que medida a internet contribuiu para a apuração de informações, no sentido de se identificar o lugar ocupado pela informação on-line no processo produtivo, no que tange aos métodos centralizados de apuração em redes internas e em páginas de fontes oficiais. O terceiro objetivo específico, tratado no capítulo “Descentralização dos Processos de Apuração”, buscou averiguar a percepção e disponibilidade dos jornalistas para pesquisas nos meios de comunicação on-line, em redes sociais e por meio das ferramentas participativas da internet.

4. Hipótese

O Jornalismo praticado na contemporaneidade está estruturado em torno da tecnologia, numa conjuntura marcada pela superabundância

de informação. Se utilizada com rigor, a informação on-line pode auxiliar na checagem dos fatos e na identificação das fontes para oferecer um jornalismo contextualizado, que exige observação, crítica e reflexão.

A hipótese desta dissertação é que o diferencial da apuração na internet consiste, sobretudo, no fornecimento de informação contextualizada. (Koch, 1991). Isso implica uma transição para modelos de produção de conteúdos em que se passa a privilegiar a qualidade do conteúdo jornalístico.

Esse é um paradigma emergente que estamos analisando em duplo sentido nesta dissertação. Primeiramente, pelo viés da *centralização* da apuração nas organizações jornalísticas, com a produção coletiva de produtos para múltiplas plataformas pelo domínio das técnicas de recuperação de dados sistematizados nas redes internas e externas. Posteriormente, por meio dos diferentes graus de *descentralização* da apuração: através da participação da audiência e dos dados livremente disponíveis na internet.

5. Metodologia

5.1 Referencial teórico

Esta pesquisa não só tratará das teorias do jornalismo relacionadas com a apuração jornalística na internet e das implicações do uso da tecnologia no âmbito das redações jornalísticas convergentes, como também apresentará dados provenientes de estudo de caso desenvolvido junto ao *Grupo RBS* em Florianópolis. A sistemática de exposição dessas informações será realizado ao longo do trabalho com o objetivo de ilustrar a parte teórica, aliando dados recolhidos durante a pesquisa empírica.

Como destaca Yin (2005, p.48), as questões da pesquisa precisam estar rigorosamente definidas para se desenvolver um estudo de caso satisfatório. A precisão na formulação das questões exige, por consequência, a revisão da literatura já escrita sobre o tópico. (Koch, 1991, Houston, 1996, Paul, 1999, Masip, 2008, Garrison, 2003). A elaboração de questões mais objetivas sobre os tópicos investigados é pressuposto para uma pesquisa que siga procedimentos sistemáticos, que evitem evidências equivocadas. Essas distorções se devem, em parte, à escassez de textos metodológicos explicativos a respeito de estudos de

caso. (Yin, 2005, p.55)

A elaboração de um questionário criterioso e a construção de um protocolo de observação bem estruturado contribuem em grande medida para as análises do material coletado e sua posterior generalização conceitual. Torna-se pertinente destacar que, conforme Yin (2005, p.30), “estudos de caso são generalizáveis a proposições teóricas e não a populações ou universos”. O autor prossegue explicando que “o estudo de caso não representa uma amostragem, e, ao fazer isso, seu objetivo é expandir e generalizar teorias (generalização analítica) e não enumerar frequências (generalização estatística)”. (2005, p.30). Pois como afirma Genro Filho, para quem a generalização é a base da ciência, “na prática é que a teoria comprova a efetividade e sua realidade”. (2007, p.80). De acordo com este autor, a teoria é importante e indispensável porque só ela fornece um tipo de conhecimento profundo capaz de direcionar a prática. (Genro Filho, 2007, p.80).

Por este motivo, generalizar analiticamente permite expandir a pesquisa para outros contextos, uma vez que as generalizações decorrentes de um estudo de caso podem extrapolar os ambientes visitados para dar conta dos processos de produção da notícia de outros veículos. Neste trabalho, os resultados quantitativos coletados por meio do questionário ou das observações não representam a principal meta desta pesquisa. Quantificar o fenômeno não é nossa preocupação central, visto que o tempo dedicado a esta pesquisa empírica e o número de pessoas e de veículos são restritos.

Trabalhando nessa perspectiva, busca-se fugir das descrições tradicionais de pesquisas empíricas, pois o foco não está nas respostas dos entrevistados ou nas quantificações dos questionários. Essa parte é importante, mas a principal meta é, por um lado, detectar na realidade pesquisada as similitudes e incongruências da bibliografia de referência e, por outro, identificar as especificidades desta etapa do trabalho jornalístico.

Um ponto a ser comentado em termos metodológicos são as diferenças que marcam outros métodos de coleta de dados em pesquisas científicas. Levantamentos de estágio exploratório, estudo etnográfico, observação participante são exemplos destas outras estratégias. (Yin, 2005, 84). Esta dissertação difere metodologicamente das estratégias citadas, por não ter havido participação nas atividades jornalísticas da pesquisadora no *Grupo RBS*, apenas observação. Pode-se exemplificar

este tipo de método com dois trabalhos bem conhecidos na literatura em Jornalismo brasileira, ambos resultados de teses de doutorado. O primeiro é a obra de Jorge Cláudio Ribeiro (1996) em que o autor atua como jornalista e pesquisador nas duas principais redações de jornal do Brasil: *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*². Outro estudo em que o pesquisador participa do processo estudado foi elaborado por Carlos Eduardo Lins da Silva (1998), no qual relata sua vivência como coordenador das mudanças editoriais do jornal *Folha de S. Paulo*.

Nesta dissertação incorporamos ainda na metodologia a elaboração sistemática do diário de campo, que, segundo Ribeiro, auxilia para “identificar conexões relevantes, registrar regras implícitas e iluminar significados dentro do fenômeno jornalístico, em suas dimensões milimétricas”. (1994, p.15). Conforme Víctora, o diário de campo é “um registro fiel e detalhado de cada visita a campo, independente do fato de terem sido usadas outras técnicas de pesquisa como entrevistas, coleta de história de vida, etc”. (2000, p.73). Para complementar as observações, Ribeiro colheu depoimentos de profissionais de diferentes escalões dentro da hierarquia dos dois jornais. Nesta pesquisa, apenas relatos de editores foram colhidos formalmente.

De acordo com Traquina (2005, p. 120), o avanço notável do estudo do jornalismo na década de 1970 está relacionado diretamente com as inovações metodológicas, como no caso da abordagem etnometodológica, quando pesquisadores começaram a investigar nos locais de produção, reconhecendo os constrangimentos organizacionais sofridos pelos jornalistas. (Tuchman, 1978; Fishman, 1980; Travancas, 1993). A opção por se trabalhar com esta metodologia híbrida que pressupõe a revisão de literatura de referência e estudo de caso para ilustração e refutação de hipóteses de pesquisa se deve, principalmente, ao caráter contextual proporcionado por esta modalidade de pesquisa. (Machado e Palacios, 2007, p.201-7) O fenômeno estudado, a apuração jornalística na internet, tem muita validade em si para a atividade jornalística e para a pesquisa da área. Investigamos empiricamente o uso da internet pelos profissionais dos meios impresso, on-line, televisivo e rádio, salientando o modo como *Grupo RBS* trabalha a integração dos seus veículos por

2 Do ponto de vista ético, esta tese gerou uma série de debates, pois os trabalhos de campo ocorreram sem o conhecimento dos seus pares dentro das redações, fato que o deixou em um lugar privilegiado para as análises teóricas.

meio da rede interna da empresa, a ferramenta *WiNews*.

5.2 Procedimentos

A pesquisa iniciou-se com a realização concomitante de um estudo preliminar dos quatro objetos analisados e de levantamento da bibliografia de referência durante o período que antecedeu a defesa do projeto de qualificação, entre julho e setembro de 2008. A investigação do histórico e dos procedimentos revelou as especificidades de cada suporte estudado, auxiliando nas dinâmicas locais dos veículos catarinenses.

O estudo de caso ocorreu nas redações de março a abril de 2009, guiado por um protocolo, uma espécie de agenda padronizada para a linha de investigação. (Yin, 2005, p. 66) O acompanhamento diário foi iniciado em 9 de março no cibermeio *diario.com.br* e terminou em 13 de março, totalizando cinco dias. O segundo veículo visitado foi o *Diário Catarinense*, que se localiza no mesmo prédio do cibermeio, com início no dia 16 de março até o dia 20 do mesmo mês. O estudo de caso na rádio *CBN/Diário* começou no dia 1º de abril e transcorreu até o dia 3. O acompanhamento na *RBS TV*, especificamente do programa *RBS Notícias*, ocorreu de 7 a 9 de abril. As visitas diárias totalizaram 16 dias, dez dias no prédio do *Grupo RBS* na Grande Florianópolis, na av. Desembargador Pedro Silva, e seis dias na rádio e na televisão, em Florianópolis, na rua General Rosinha, no Morro da Cruz.

Os horários de observação direta dos objetos ocorreram de forma aleatória, sempre com a preocupação de acompanhar distintas fases dos processos de produção da redação. Às vezes, chegava-se no início do expediente; outros dias, em horário intermediário e também no fechamento das edições - o que também variava de acordo com cada suporte. Por exemplo, as produções no rádio concentravam-se na manhã, ao passo que no jornal e TV as produções ocorriam à tarde. As visitas não ultrapassavam mais do que três horas. Os questionários eram entregues no segundo dia de visitas e recolhidos até o último dia. Dos 62 questionários distribuídos, apenas nove não retornaram, o que corresponde a um universo de 53 respondentes, que se soma ao diário de campo e às entrevistas como evidências de pesquisa.

Conforme Kornhauser e Sheatsley (1977, p.613), os dados

colhidos por meio de questionário podem exprimir relatos de fatos e opiniões, sentimentos, etc. “Cada classe de conteúdo de questionário pode sugerir dois tipos nitidamente diversos de item – os que pedem, *explicitamente*, a informação desejada, e aqueles em que a informação desejada é *inferida* de respostas voltadas para outros assuntos.” (1977, p.615). Os autores prosseguem afirmando que o pesquisador precisa verificar até que ponto os dados desejados por meio do questionário são inéditos e específicos, ou seja, não serão encontrados em outras pesquisas, por exemplo. As entrevistas em profundidade foram realizadas com os editores de cada um dos suportes jornalísticos. O primeiro entrevistado foi o jornalista Fabiano Melato, responsável pelo *diario.com.br*, seguido da editora-chefe do *RBS Notícias*, Márcia Calegari. Ainda foram entrevistados o jornalista Carlos Alberto Ferreira da *CBN/Diário* e o editor-chefe do *Diário Catarinense*, Cláudio Thomas. Destas quatro entrevistas, apenas a última foi realizada por e-mail.

O processo de análise e interpretação dos dados coletados deu-se após a transcrição das entrevistas e tabulação dos dados dos questionários no programa *SPSS* (Statistical Package for the Social Sciences), para geração de análises de cruzamento de variáveis, obtenção de frequências apresentadas em forma de estatísticas descritivas e gráficos. De acordo com Cunha (2007, p.171), “para a definição e codificação de variáveis é necessário um conhecimento aprofundado do tema e do *corpus* pesquisado, enquanto que para a otimização das bases de dados em *SPSS* os conhecimentos estatísticos são fundamentais”.

5.3 Casos estudados

Delimitou-se o estudo em quatro suportes específicos do *Grupo RBS* (Rede Brasil Sul), uma empresa multimídia com atuação no sul do Brasil que, ao lado dos grupos *Globo* e *Folha de S. Paulo*, é considerada pioneira em termos de convergência no Brasil. (Quinn, p. 26, 2005). Fundada em 31 de agosto de 1957 por Mauricio Sirotski Sobrinho, a empresa passou a atuar em Florianópolis em 1979 com a *TV Catarinense*; em 1981, com a filial da rádio *Atlântida* e com a aquisição da rádio *Diário da Manhã AM*, uma das mais tradicionais da capital catarinense em 1982, atual *CBN/Diário*. O lançamento do *Diário Catarinense* ocorreu em 5 de maio 1986; uma década depois foi

lançado o *diario.com.br*.

A partir das entrevistas se teve acesso aos dados de audiência desses veículos. O *Diário Catarinense* possui tiragem de cerca de 45 mil exemplares de segunda a sábado e mais de 60 mil no domingo. O *diario.com.br* registrou, em março, 1,8 milhão de audiência. O último levantamento indica que o telejornal *RBS Notícias* teve 74% de audiência em março. A rádio all news *CBN/Diário* abrange toda a região da Grande Florianópolis.

O sítio web institucional da empresa informa que, atualmente, 5,7 mil trabalhadores atuam no *Grupo RBS*, que possui escritórios comerciais e sucursais multimídia no Paraná, em São Paulo, no Rio de Janeiro, no Distrito Federal, em Minas Gerais e no Mato Grosso do Sul. Em entrevista, o presidente da empresa, Nelson Pacheco Sirotski, afirmou que o *Grupo RBS* só emprega menos que a Globo, em termos de empresas de comunicação no Brasil.³

A escolha do *Grupo RBS* em Florianópolis como a empresa jornalística a ser pesquisada devem-se à inserção que seus veículos possuem nas sociedades gaúcha e catarinense e sua consequente responsabilidade em fornecer produtos jornalísticos de alta qualidade, principalmente nas concessões públicas de rádio e TV. Não se pode comparar o *Grupo RBS* em termos de meios de comunicação, funcionários empregados, lucros anuais e audiência, com outras empresas. (Mosiman, 2007, p.66) Outro ponto central da análise refere-se à atuação multimídia da empresa e ao papel pioneiro na convergência em termos de compartilhamento de conteúdos editoriais entre os distintos suportes, não só de Florianópolis, mas também do interior, como são os casos dos jornais *A Notícia* e *Jornal de Santa Catarina* e as praças da *RBS TV* em Joinville, Chapecó, Blume-nau, Joaçaba, Lages, Itajaí.

Não há outra empresa que seja equivalente ao *Grupo RBS* em Santa Catarina, configurando em alguns suportes o monopólio, como é o caso do *Diário Catarinense*, que não possui concorrente estadual, o *diario.com.br*, que não possui cibermeio concorrente e a *CBN/Diário* que é a única rádio all news. Apenas a *RBS TV*, afiliada da *Rede Globo* possui concorrência consolidada, a *RIC (Rede Independência de Comunicação)*, afiliada da *Rede Record* e *TV BV (Barriga Verde)*,

3 Disponível em: <http://www.jornalistasecia.com.br/protagonista06.htm> Acesso em 25.04.2009

afiliada da *Bandeirantes*.

De acordo com o site *Coletiva.net*⁴, o lucro só dos jornais do *Grupo RBS* em 2008 aumentou em 50% com relação ao mesmo período de 2007, totalizando a receita líquida de R\$ 22. 297, 475 milhões. O grupo de comunicação é formado por 18 emissoras de televisão aberta (afiliadas à *Rede Globo*), duas emissoras de televisão local, *Canal Rural*, 25 emissoras de rádio, oito jornais, dois portais na internet (*ClicRBS* e *Hagah*), uma editora (*RBS Publicações*), uma gravadora (*Orbeat Music*), uma empresa de logística (*ViaLog*), uma empresa de marketing e relacionamento com o público jovem (*Kzuka*) e a Fundação *Maurício Sirotsky Sobrinho*. A *RBS Comunicações S/A* é a maior rede de comunicação do sul do Brasil, cujos resultados operacionais totais em 2008 ficaram em torno de R\$ 280 milhões.

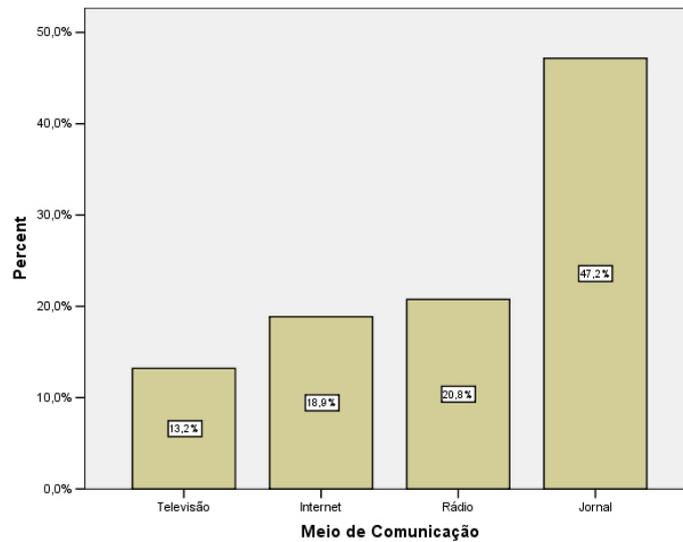


Figura 1: Distribuição dos jornalistas por meios do *Grupo RBS*

4 Disponível em: <http://www.coletiva.net> Acesso em 15.06.2009

6. A estrutura da dissertação

O presente trabalho sobre apuração jornalística na internet está dividido em cinco partes, incluindo introdução e conclusões, tendo a intenção de responder a objetivos específicos estipulados no projeto de pesquisa. A dissertação aborda desde as implicações do conteúdo on-line na apuração jornalística na internet, passando pelas formas inovadoras de apuração na Web, principalmente relacionadas à convergência em organizações multimídia.

O primeiro capítulo da dissertação, “Apuração em tempos de convergência”, trata das diferentes formas de apuração postas em prática pelos jornalistas, tendo o objetivo específico de avaliar o potencial da internet como fonte para os jornalistas, considerando a incorporação de procedimentos da apuração na internet. Este capítulo aborda a exigência de novas habilidades com o uso de novas tecnologias pelos jornalistas, com relação a navegação, técnicas de recuperação da informação.

O segundo capítulo, “Dos meios convencionais aos cibermeios” analisa o momento de transição com o impacto das novas tecnologias no processo de apuração, propiciando, como se definiu: uma *Apuração Diversa* em contraste com a *Apuração Restrita*. A partir deste ponto, avalia-se a tradição de uso de fontes oficiais e sua potencialização com a profissionalização e disseminação de dados oficiais na rede, por meio da categoria *acesso às fontes oficiais*. Também se aborda a categoria de *acesso à rede interna*, a qual trata da tecnologia das redes internas das empresas jornalísticas e seu respectivo impacto na apuração das matérias de forma coletiva. Este capítulo tem o objetivo específico de investigar em que medida a internet contribui para a apuração de informações, no sentido de distinguir os métodos de coleta de informações on-line e tradicionais.

O terceiro capítulo, “A descentralização dos processos de apuração” busca identificar tipos que sintetizem as diferentes formas de descentralização da apuração ocasionadas pelas novas tecnologias. Nesta parte são abordados os desafios dessas novas práticas, que utilizam dados coletados por jornalistas de formas inovadoras, abrangendo, principalmente, a participação das fontes em diferentes graus. Essas evi-

dências foram categorizadas em duas direções: a *Meta-Apuração*, executada nos jornais brasileiros e internacionais, e a *Apuração Participativa*, sistematizada em todos os âmbitos em que a interatividade da internet proporciona a possibilidade de os jornalistas apurarem novos dados. Este capítulo possui o objetivo específico de avaliar o potencial da internet como fonte para os jornalistas, percebendo a viabilidade de incorporação de fontes que tradicionalmente não são consultadas pelos jornalistas, em contraposição às fontes oficiais.

As conclusões do trabalho, em primeiro lugar, revisam os principais aspectos estudados em cada capítulo desta dissertação, relacionados com os objetivos. Nela se apontam algumas perspectivas futuras para o Jornalismo no que concerne à apuração jornalística na internet, além da proposição de aspectos que devem ser aprofundados nas próximas pesquisas.

CAPÍTULO UM

Dos meios convencionais aos cibermeios

1.1 A pesquisa em Jornalismo sobre apuração na internet

O termo apuração, segundo verbete do dicionário Houaiss⁵, remonta ao século XIV e seu sentido etimológico vem de a + puro + ar, possuindo quatorze acepções diferentes, levando em consideração os regionalismos e as rubricas. Dessas distintas acepções, uma refere-se ao Jornalismo, no sentido da “apuração da matéria jornalística”. As outras acepções apontam também para o ato de tornar puro e se livrar de impurezas. Inclusive, indicam a qualidade de tornar-se melhor, aperfeiçoar-se, esmerar-se, aprimorar-se, podendo determinar o ato de escolher cuidadosamente, selecionar e examinar minuciosamente, averiguar. Essas últimas definições enquadram-se na tarefa de apuração de informações na internet, com relação à dificuldade de encontrar informações confiáveis, e tendo em vista o verdadeiro impasse jornalístico no momento de aplicar critérios de credibilidade. (Paul, 1999, p.139;

5 Disponível em: <http://houaiss.uol.com.br/busca.jhtm?verbeta=apurar&styp=k>. Acesso em: 15.07.2009

Reddick; King, 2001, p.145).

Apuração é uma palavra comumente utilizada em momentos cruciais, de extrema importância, em que rigorosidade e credibilidade são imprescindíveis. Por isso adequa-se ao Jornalismo, que, em tese deve se guiar eticamente em todas as etapas, desde a apuração até a edição das matérias, alicerçando a credibilidade do processo comunicativo. Conforme Tunstall (1971, p.148), jornalistas podem ser definidos como especialistas em apuração de notícias, embora esta não seja sua única atividade. O autor descreve, em trabalho realizado no começo dos anos 1970, como técnicas de apuração a coletiva de imprensa, a entre-vista pessoal e por telefone, atividades dominantes dos especialistas em apuração. Na sua observação de jornalistas correspondentes em Westminster, Tunstall (1971, p.30) define dois tipos de jornalista: o que procura a informação junto às fontes (*gatherer*) e o que trabalha na redação, orientado para as audiências (*processor*).

A apuração jornalística pode ser, portanto, associada ao ato de descobrir a verdade dos fatos. A verdade ou falsidade de uma fonte ou informação é central para a apuração exercida no ciberespaço, onde o ato de selecionar determinadas informações em detrimento de outras contribui para a construção da veracidade e da credibilidade do discurso jornalístico. Indagar e procurar conhecer a realidade dos fatos são duas das principais preocupações da atividade jornalística. Cabe destacar que, embora os jornalistas busquem a exatidão dos dados para elaboração dos relatos jornalísticos, as notícias não refletem a realidade como um espelho. Nesse sentido, Santos explica:

A analogia do espelho dominou o jornalismo na primeira metade do século XX, com os jornalistas a mostrarem-se como profissionais neutros e para além dos interesses e lutas políticas. Mas, as notícias que lemos ou vemos são o produto dos processos organizacionais e da interação humana, moldam-se nos métodos usados pelos jornalistas na recolha de notícias, fontes que contactam, exigências organizacionais, recursos e políticas das organizações em que trabalham, gêneros noticiosos e suas convenções. (2003, p. 14).

Mesmo assim, dentro de suas limitações, os padrões e procedi-

mentos adotados pelos jornalistas geram dependência das fontes de informação para suprir dúvidas quando da produção dos relatos dentro dos processos. Segundo Moretzsohn,

ao perguntar “o que o público quer saber sobre isto”, o jornalismo precisa antes identificar “o que é” ou “como é” isto. Ou seja, precisa estar amparado por algum saber científico prévio para fazer as perguntas que interessariam ao público e respondê-las (quando houver respostas) de maneira inteligível, esclarecedora. (2007, p.132).

Conforme Cornu (1988),

o tratamento das fontes está no coração da atividade jornalística. A prática profissional prevê um recurso que permite, sucessivamente, identificar a fonte, completar a informação e finalmente confrontá-la com as versões de outras fontes, a fim de aproximar-se o mais possível da realidade dos fatos. Em virtude do pouco tempo disponível, muitas vezes o trabalho jornalístico reduz-se às duas primeiras operações. Ele passa a repousar, então, inteiramente sobre a confiabilidade da fonte. (1998, p.66).

O cânone jornalístico de suspeitar e duvidar de tudo e de todos, em todos os instantes do exercício do Jornalismo, muitas vezes é colocado em segundo plano. Christofoleti (2003, p.25) sustenta que é “a desconfiança que leva à confirmação de dados, que impele à busca de outras versões, que, muitas vezes, não permite que a fonte se aproveite do jornalista para obter vantagens, projeção gratuita, prestígio junto à opinião pública”. O autor segue afirmando que esses erros decorrem da pressa de dar o furo, da pressão que a concorrência exerce sobre os profissionais, da falta de critérios na apuração dos casos. (2003, p.26)

Os diversos tipo de fontes, das oficiais às não oficiais, apresentam disparidades no acesso aos jornalistas, de acordo com seu grau de importância. As rotinas produtivas das fontes oficiais encarregadas de contatar permanentemente os jornalistas diferem substancialmente dos métodos de acesso aos jornalistas das fontes com fracos recursos para

alcançar visibilidade. Conforme Santos (2003, p.19) a relação entre jornalista e fonte define-se como uma luta.

Enquanto as fontes se esforçam em divulgar a informação, os jornalistas acedem às fontes a fim de lhes extorquir informações de interesse e que as fontes, eventualmente, escondem. Cada parte gere a outra, o que indica uma relação de negociabilidade na construção da notícia. Esta negociabilidade depende de incentivos, do poder da fonte de informação, da proximidade social, geográfica face aos jornalistas e do fornecimento de informações credíveis. (2003, p.25).

Como já se mencionou, a introdução de tecnologias contribuiu para a modificação das práticas jornalísticas e seus processos de produção (Morgaine, 1972; Smith, 1980). Essa tendência pode ser percebida quando inovações tecnológicas como a fotocomposição ou off-set e o telégrafo começaram a ser incorporadas na atividade jornalística. Comparar o uso do telefone para fins jornalísticos com a inserção da internet como ferramenta de apuração serve para ilustrar a resistência e dificuldade de tais mudanças no cotidiano jornalístico. Segundo Franciscato (2005, p.52), no início houve resistência por parte dos jornalistas pois poucas fontes utilizavam esses aparelhos e usar telefones era entendido como uma forma de frouxidão e preguiça dos repórteres, por não quere-rem se deslocar aos locais de entrevista e apuração. Mesmo com a disseminação das tecnologias digitais, que não só descentralizam a produção⁶ como também possibilitam o armazenamento de grande quantidade de informações, nota-se uma certa resistência por parte de alguns profissionais na adoção dessas ferramentas para a prática do jornalismo.

Com a universalização do uso de redes digitais no Jornalismo, todas as etapas do processo jornalístico sentiram efeitos, com maior ou menor intensidade, em todos os suportes jornalísticos, de acordo com suas especificidades. Para Traquina (2005, p.53), “o impacto tecnológico marcou o Jornalismo do século XIX como iria marcar toda a história do

6 A inserção do telefone na prática jornalística estimulou a divisão do trabalho: “a possibilidade de enviar informações fragmentadas por telefone tornou repórteres e correspondentes especialistas na apuração de dados (*news gatherers*), enquanto a função de escrever as notícias tornou-se tarefa de outro profissional (*news writers*)” (Franciscato, 2005, p.52)

jornalismo ao longo do século XX até o presente, apertando cada vez mais a pressão das horas-de-fechamento, permitindo a realização de um valor central da cultura jornalística – o imediatismo”.

A apuração jornalística na internet constitui-se como um objeto de estudo recente, cujas transformações ainda se encontram em curso. Dessa forma, uma pesquisa desta etapa jornalística deve levar em consideração o Jornalismo como uma fenômeno social inserido num contexto histórico, pois, como aponta Park (2008, p.33), em texto originalmente publicado no *The American Journal of Sociology* em 1923, para entender a imprensa precisamos vê-la dentro de sua perspectiva histórica⁷.

A contribuição do fator tecnológico para o aumento da rapidez dos processos jornalísticos está no cerne da apuração na internet desempenhada por jornalistas em empresas multimídia ao redor do mundo. (De Wolk, 2001, p.111). A apuração jornalística pode ser considerada uma das etapas elementares do trabalho jornalístico que possui como parâmetros a importância da diversificação das fontes de informação, bem como a sua checagem. A verificação da informação, assim como a objetividade, são pressupostos que dão legitimidade à atividade jornalística. Como afirma Traquina (2005, p.208), “não é possível reduzir as notícias a uma simples mercadoria, e ignorar a existência dos ideais mais nobres do Jornalismo, que fornecem uma manta de legitimidade ao negócio”.

As pesquisas que têm como objeto especificamente a apuração jornalística na internet começaram a ser desenvolvidas nos Estados Unidos em 1994, com a coleta sistemática de dados por Steve Ross e Dan Middleberg, então professores da Universidade de Colúmbia, em Nova York, por meio de questionários anualmente revisados e enviados para jornalistas em nível nacional. Lambie e Quinn (2008, p.3) relatam que Steve Ross notou que a web e o e-mail estavam se tornando a alma no processo de apuração da notícia. Nove das dez pessoas que responderam à pesquisa de opinião nacional coordenada por esses pesquisadores disseram que a internet mudara fundamentalmente o modo como trabalhavam. Mais de 92% acreditavam que as novas tecnologias e a internet tinham tornado seus trabalhos mais fáceis e contribuíam para que os jornalistas fossem mais produtivos.

7 PARK, Robert E. The natural history of newspaper. *The American Journal of Sociology*, 29 (3), p.273-289.

Também em 1994, o pesquisador Bruce Garrison (1999, 2001, 2003, 2007), da Universidade de Miami, na Flórida, deu início a pesquisas similares, aplicando *surveys* nacionais aos jornalistas estadunidenses. Os estudos destes pesquisadores coincidem na afirmação de que o uso dos recursos on-line por jornalistas cresceu com a expansão da web, que contribuiu para que a internet pudesse transpor os muros das universidades e dos centros de pesquisas.

Fora dos Estados Unidos, a informação disponível sobre o uso da internet é escassa e dispersa, habitualmente proveniente de trabalhos de caráter pontual sem uma vocação longitudinal e de natureza mais quantitativa do que qualitativa. Na revisão da bibliografia, Masip (2008) verifica que, com diferentes graus de extensão e profundidade, em outros países os pesquisadores vêm dedicando atenção ao uso da internet pelos jornalistas, como David Nicholas, na Grã Bretanha, Helder Bastos, em Portugal e Ari Hainonen, na Finlândia.

O trabalho de Masip (2008) tem o mérito de, com base nesses estudos prévios, fazer o balanço das pesquisas publicadas ao longo deste tempo nos Estados Unidos, na Europa e Oceania⁸, avaliando as projeções realizadas pelos pesquisadores em seus devidos contextos. O autor percebe que as visões começaram a mudar a partir da entrada do novo milênio, quando os trabalhos passaram a realizar análises de novas perspectivas, mais concretas, criticando a grande distância dos ideais anunciados para a realidade (2008, p.19). Autor da tese de doutorado⁹, Masip examina o uso da internet na apuração de informação no Jornalismo praticado na atualidade. Até o momento sem tradução para o português, o livro de autoria do pesquisador catalão Pere Masip da Universidade Ramon Llull, em Barcelona, centra-se no estudo das características do processo de difusão da rede e sua incorporação nas redações.

A apuração jornalística na internet consiste na concepção de um tema para desenvolvimento de uma matéria e na localização de informações via entrevista, pesquisa on-line, entre outras. (Lamble; Quinn, 2008, p.15). Para estes autores, os furos jornalísticos podem ocorrer por

⁸ Embora este livro tenha sido publicado em 2008, a tese de doutorado que deu origem a este trabalho foi defendida em 2006.

⁹ Masip, Pere. Presència i ús d'Internet a les redaccions. Periodistes, rutines professionals i tecnologia: el cas de La Vanguardia, Catalunya Ràdio i Televisió de Catalunya. Barcelona: Universitat Ramon Llull, 2005. Tesis doctoral.

meio da apuração da informação em circulação na rede, sobretudo porque a maioria dos veículos baseia-se inteiramente na agenda oficial. (Lamble; Quinn, p.2008, p.141)

Para compreender esse processo de digitalização em que estão inseridos os jornalistas, Gomes (2009, p.43) avalia o papel da internet na procura e contato com novas fontes de informação no contexto português, no sentido de averiguar o aumento ou não da democratização no acesso ao campo jornalístico por parte das fontes menos poderosas, graças à rede. Conforme o autor, fontes oficiais cedem as informações quando entendem ser pertinente e escolhem o jornalista e os órgãos noticiosos que mais convêm a sua estrutura, geralmente em razão de critérios associados ao prestígio do jornalista e do meio noticioso. “No fundo, é preocupação da fonte oficial que o processo de cedência de informações seja positivo para os seus interesses, daí a necessidade de escolher adequadamente o meio e o jornalista mais benéficos para a sua estratégia.” (Gomes, 2009, p.43). Manning (2001, p.121) constata que “as fontes noticiosas com mais recursos produzem maior acesso aos jornalistas do que as organizações menores ou politicamente marginalizadas”. Fontcuberta (1998) explica que:

há fontes exclusivas e fontes compartilhadas. As primeiras são as mais valorizadas pelos meios, já que fornecem informação privilegiada, mas também são as mais difíceis de obter. As fontes compartilhadas são as que garantem um volume de informação homogêneo para todos os meios, em quantidade e qualidade, a partir do qual podem oferecer a audiência as notícias que consideram indispensáveis, ainda que valorizadas de maneiras diferentes. As fontes compartilhadas são as agências de notícias, as assessorias de imprensa, os comunicados públicos, as conferências informativas, etc. (1998, p.59)¹⁰

¹⁰ Livre tradução: Hay fuentes exclusivas y fuentes compartidas. Las primeras son las más valoradas por los medios, ya que aportan información privilegiada, pero también son las más difíciles de obtener. Las fuentes compartidas son las que garantizan un volumen de información homogéneo para todos los medios, en cantidad y calidad, a partir del cual pueden ofrecer a la audiencia las noticias que se consideran indispensables, aunque valoradas de manera diferente. Las fuentes compartidas son las agencias de noticias, los

Atualmente, a internet configura-se como espaço de acesso a informações de variadas qualidades, o que contribui para a descentralização de fontes. Desde a disseminação dos computadores e das redes, a internet sempre esteve em constante aperfeiçoamento, assim como o uso que as pessoas passaram a fazer dela. (Reddick; King, 2001, p.11).

Para Ribeiro (1994),

a informatização das redações tem sido importante ferramenta na divisão entre planejamento e execução das tarefas. A utilização dos computadores, no entanto, depende da filosofia administrativa das direções. Os computadores tanto podem ampliar o poder de controle da chefia e reduzir as tarefas à sua expressão mais simples, como podem colaborar para uma atuação mais complexa. (1994, p.183)

Os jornalistas já enfrentaram diversas fases no processo de adoção da internet: passaram do desconhecimento da tecnologia para o deslumbramento das suas possibilidades, até chegar a um uso mais pragmático, marcado pelo uso moderado do ciberespaço e pela utilização somente de fontes confiáveis, capazes de oferecer dados com exatidão. (Masip, 2008, p.88).

No ciberespaço os jornalistas, que possuem como matéria-prima da sua atividade a informação, podem percorrer caminhos ou rotas alternativas das agendas oficiais para realizar seu ofício com mais profundidade e responsabilidade, elaborando notícias com estratégias de pesquisa e reportagem cada vez mais exatas. (Houston, 1996, p.186). Na rede estão disponíveis para acesso de jornalistas diversas fontes, que poderiam contribuir com informações para matérias, tais como bancos de dados de instituições públicas em nível federal, estadual e municipal (Houston, 1996, p.110-114), enciclopédias construídas coletivamente, como o Wikipedia (Lamble e Quinn, 2008, p.37), dicionários de todas as

gabinetes de prensa, los comunicados públicos, las conferencias informativas, etc.

línguas, páginas da maioria das instituições públicas e privadas (Paul, 1999, p.68-79) ou artigos acadêmicos. (De Wolk, 2001, p.69)

A partir do uso do ciberespaço para investigação e apuração das informações, o jornalista (dentro dos constrangimentos organizacionais enfrentados nos processos produtivos) pode utilizar a internet como um instrumento de auxílio para contrastação de informações ao construir as narrativas jornalísticas. (Palomo Torres, 2004, p.40). A seguir descrevem-se algumas alterações profundas detectadas no Jornalismo como consequência da incorporação da internet nas redações.

1.2 A diversificação das fontes no processo produtivo

Com a complexificação da sociedade, o Jornalismo tem buscado desenvolver formas inovadoras de realizar o trabalho de apuração, elaboração e difusão de informações. (Salaverría, 2005, p.40) Em contextos cada vez mais complexos, o jornalista precisa buscar formas mais específicas e precisas para descrever e interpretar a sociedade, pois é através do testemunho do Jornalismo que se toma conhecimento dos acontecimentos que ocorrem no mundo em escala local, estadual, nacional e mundial. (Gomis, 1991, p.26).

Desde que a troca de informações se tornou possível por meio da internet, o jornalismo tem modificado práticas seculares de apuração, produção e difusão de notícias. (Paul, 1999, p.ix). Portanto, descrever e explicar as alterações provocadas por este novo meio de comunicação pode contribuir substancialmente para o aprimoramento das notícias difundidas em todos os suportes. (Masip, 2008, p.33).

Como apontam Lamble e Quinn (2008, p.ix), “presume-se que o básico do Jornalismo não mudou: ainda precisamos coletar boa informação, escrever sucintamente, de forma clara, e para uma audiência específica e conduzir-nos eticamente”¹¹. Os autores prosseguem afirmando que nos anos futuros o critério de perfeição de uma matéria não será julgado pelo cumprimento de um dado prazo final, mas pelo número de

¹¹ Livre tradução: Granted, the basics of journalism do not change. We still need to collect good information, write succinctly, clearly and for a specific audience, and conduct ourselves ethically.

fontes relevantes consultadas e pela habilidade do repórter de apurar boa informação. (2008, p.149)

Masip constatou em sua pesquisa no território espanhol que a rede oferece possibilidades impossíveis anos atrás, com pesquisas de informações que permitem elaborar, em princípio, melhores trabalhos, mais contextualizados e com pontos de vista diversos. (2008, p.171). No contexto brasileiro, 47,2% dos jornalistas do *Grupo RBS* responderam que a internet é essencial nas suas atividades, independentemente da pauta, enquanto que 45,3% avaliaram que a matéria determina a importância da informação disponível na internet.

O gráfico da figura 2 revela que um pouco menos da metade dos jornalistas (45,3%) considera que a internet não contribui para a totalidade de pautas jornalísticas, pois apenas certos assuntos possuem dados disponíveis na rede; outros, não.

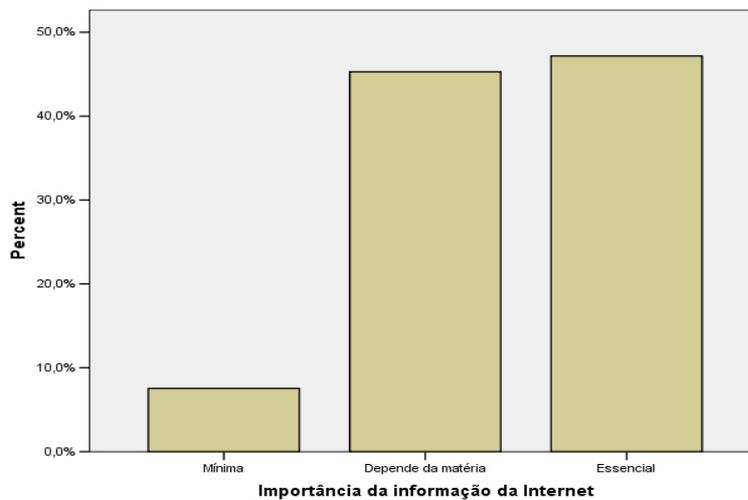


Figura 2 – Importância da internet para Apuração

Ao mesmo tempo em que a rede oferece essas novas oportunidades, o que se observa, tanto na revisão da bibliografia, quanto no estudo no *Grupo RBS*, é que os jornalistas continuam consultando as mesmas fontes oficiais por um canal diferente que o contato face a face

ou telefônico. Os blogues, por exemplo, não possuem importância informativa segundo os jornalistas do *Grupo RBS* (52,8%). Isso pode ser comprovado com a afirmação de um dos pressupostos teóricos da pesquisa, por exemplo, relacionados ao tipo de informações consultadas com mais frequência pelos jornalistas: as fontes oficiais. Masip também constatou que os jornalistas tendem a usar a informação eletrônica de forma mais seletiva, proveniente de fontes contrastadas e de confiança, fundamentalmente de outros meios e de organismos públicos (2008, p.39). Essa tendência também foi comprovada na pesquisa empírica em Florianópolis. Entre as fontes mais citadas estão o Governo do Estado de Santa Catarina, Polícia Federal e Municipal, órgãos estatais, entre outras. Mais detalhes sobre as fontes oficiais mais utilizadas pelos jornalistas do *Grupo RBS* serão apresentados no próximo capítulo. Conforme Santos, “os meios jornalísticos não criam as notícias mas dependem de assuntos fornecidos por fontes oficiais institucionais regulares e credíveis”. (2003, p.29). A prática jornalística ao favorecer as fontes oficiais demonstram a preferência por fontes que possuem autoridade e peso, especialmente as que se situam no interior do aparelho governamental e do Estado. (Santos, 2003, p.38)

Este sentimento de receio com relação à insegurança de publicação de dados falsos que estão em circulação na rede levou a que os profissionais avaliassem fontes alternativas como blogues e redes sociais com critérios equivalentes aos utilizados para avaliar um meio de comunicação tradicionalmente reconhecido fora do ciberespaço. Esse comportamento desconsidera as lógicas distintas de cada um destes espaços virtuais, provocando o descarte de informações que poderiam complementar matérias. Com relação a fontes alternativas, tais como redes sociais, constatou-se que os jornalistas possuem, em geral, uma postura conservadora no *Grupo RBS* em Florianópolis. Em estudo sobre produção de conteúdos no Grupo RBS, Machado, Kerber e Manini (2008, p.1) apontam que “o *Diario.com.br*, cibermeio mantido pelo *Diario Catarinense (DC)*, o principal jornal impresso de Santa Catarina, revela um alto grau de dependência dos sistemas apuração e produção de informações consagrados pelos meios convencionais”.

Os processos de apuração são apenas uma parte do processo de produção jornalística, ocorrendo variações de acordo com o enquadramento da matéria. Na web estão disponíveis dados para complementar as informações jornalísticas, de acordo com a pauta

estabelecida. Cabe ressaltar que a apuração na internet não ocorre apenas para coletar dados para serem incluídos nas matérias, mas, principalmente, como levantamento para elaboração de pautas de que o jornalista possui pouco ou nenhum conhecimento prévio, auxiliando substancialmente para o desenvolvimento de roteiros de entrevistas com especialistas, políticos, movimentos sociais, etc. (Koch, 1991, p.77). Além disso, fontes não oficiais podem ser facilmente encontradas em listas ou grupos de discussões.

Porém, as fontes não oficiais, constituídas por associações ou empresas de pequena dimensão, grupos cívicos e organizações não governamentais, têm menor acesso ao campo jornalístico e frequentemente menor credibilidade. Para Gomes (2009, p.44), “as fontes não oficiais tem conseguido criar agendas próprias alargando o seu campo de ação na arena mediática, conferindo maior importância a organizações não governamentais, movimentos sociais e grupos de pressão e entidades organizativas marcados por lideranças próprias”.

Ao mesmo tempo em que novas possibilidades se abrem ao jornalista, torna-se cada vez mais complexo aplicar critérios ao se decidir pela confiabilidade de determinadas fontes ou dados em circulação na internet. Machado (2003, p.25) assinala que “a estrutura descentralizada do ciberespaço complica o trabalho de apuração dos jornalistas nas redes devido a multiplicação das fontes sem tradição especializada no tratamento de notícias, espalhadas agora em escala mundial”.

Autores como Paul (1999) e Callahan (2003) vêm se dedicando, desde meados dos anos 90, a sistematizar estratégias e critérios para determinar a credibilidade dos dados on-line. Para Paul, a avaliação rigorosa dos vastos recursos on-line exige um treinamento por parte dos jornalistas, para detectar indicativos de plágios ou informações equivocadas (1999, p.139-141). Callahan afirma que um dos principais critérios para avaliação da informação é a decodificação do endereço da página. Segundo o autor, a procedência de um endereço eletrônico pode ser assegurada por meio dos sufixos de cada página, que podem indicar *sites* do governo federal, estadual e municipal, instituições de ensino, de outros países, de empresas comerciais. (Callahan, 2003, p.10). Para Gunter (2003, p.95):

Jornalistas podem ter dificuldades, como outros usuários da Web, em separar informações de alta

qualidade daquelas que são me-nos valiosas. Isto ocorre devido a um número de fatores: a) designers que procuram disfarçar a qualidade da informação; b) treinamento inadequado dos jornalistas c) devido aos processos de verificação que envolvem o conteúdo online. Isto pode ser significativo porque a Web poderia eventualmente se transformar num substituto para outras fontes de informação¹².

Um dos espaços virtuais que mais geram dúvidas a respeito da identidade e autoria de mensagens são as redes sociais, como *Orkut*, *Facebook* e *Twitter*. No estudo de caso no *Grupo RBS*, os jornalistas de rádio demonstraram o comportamento mais conservador com relação aos usuários de redes sociais como fontes de entrevista. Nenhum deles afirmou localizar fontes com regularidade, tanto que, dos onze respondentes, sete declararam nunca terem utilizado este mecanismo.

		Redes sociais para localizar fontes		
		Frequentemente	Raramente	Nunca
Meio de Comunicação	Televisão	1	3	3
	Internet	3	5	2
	Rádio	0	4	7
	Jornal	4	13	8
Total		8	25	20

Figura 3: Uso de redes sociais como fonte

¹² Livre tradução: Journalist may have difficulty, just like others users of the Web, in separating high-quality information from that which is less valuable. This is due to a number of factors: a) web designers who seek to disguise information quality, b) inadequate training of journalists using the Web, c) the verification processes involving online content. This may be significant because the Web could eventually become a substitute for other sources of information.

Essa tendência pode ser confirmada ainda por outra pergunta mais específica do questionário respondido pelos jornalistas do *Grupo RBS*. Dos cinquenta e três participantes da pesquisa, apenas 15,1% localizam fontes para matérias em redes sociais como o *Orkut* (www.orkut.br).

Por meio da observação direta e das entrevistas, constatou-se que o acesso ao *Orkut* é proibido aos jornalistas do *Grupo RBS*. Um dos profissionais que trabalha no *Diário Catarinense* comentou no questionário que usaria o *Orkut* para localizar fontes se o acesso não fosse proibido. Esta informação foi confirmada pelo editor Cláudio Thomas, cuja afirmação atesta que alguns locais da rede tem acesso proibido aos jornalistas, como é o caso do *Orkut* (Thomas, 2009). Apenas o uso do *Twitter* (<http://twitter.com>) era permitido e alguns jornalistas acessavam com certa frequência este microblogue, mas somente no *Diário Catarinense* e no *diario.com.br*, que também marca presença com coberturas e destaques no *Twitter*. Nos outros dois veículos não foi constatada a utilização desta ferramenta.

De acordo com Paul (1999, p.31), para alcançar novas fontes e versões para tópicos particulares, as informações disponíveis na rede podem ser úteis para monitorar locais onde a maioria dos jornalistas não costumam navegar na rede. Pautas inovadoras e pouco convencionais podem ser encontradas na agenda extraoficial dos fóruns, chats e listas de discussões. Lambie e Quinn afirmam que “é importante enfatizar que tecnologia é apenas o começo. A tecnologia ajudará a encontrar idéias para matérias, mas os jornalistas também precisam sair a campo para falar com os contatos face a face para completar tais matérias”¹³. (2008, p.16).

As listas ou grupos reúnem pessoas com interesses variados em comum. Atualmente existem listas sobre muitos assuntos, os quais podem estar na pauta de jornalistas. (Reddick; King, 2001, p.84) Para localizar essas listas de discussão existem buscadores específicos, geralmente fornecidos pelos servidores que as hospedam. Os endereços para acesso de grupos são: *Google Groups* (<http://groups.google.br>) e *Yahoo Grupos* (<http://br.groups.yahoo.br>). Uma vez localizada a lista de inte-

13 It is important here to emphasize that technology is only the start. The technologies listed below will help you find story ideas, but journalists also need to wear out shoe leather walking the beat and talking to contacts face to face to get a complet story.

resse para o jornalista, envia-se uma mensagem por e-mail pedindo a subscrição que será encaminhada para os administradores da lista. Assim, matérias sobre assuntos como aborto, com 4.106 membros, e educação à distância, com 3.041 participantes, podem ser trabalhadas em contato com usuários que estão diretamente envolvidos com a pauta. As listas contribuem para o aprendizado sobre o assunto e, sobretudo, na preparação para entrevistas.

Dos 53 jornalistas do *Grupo RBS* em Florianópolis que participaram da pesquisa respondendo ao questionário, apenas 12 afirmaram que utilizam o correio eletrônico para receber comentários e informações provenientes de listas ou grupos de e-mail. Nesta pergunta de múltipla escolha, foi questionado o tipo de informações que circulam nos correios eletrônicos: (1) *Release* de assessorias, (2) Material de agências, (3) Conteúdo de outros jornais, (4) Conteúdo de outros jornais do Grupo, (5) Comunicados oficiais do governo, além dos (6) Comentários e informações provenientes de listas ou grupos de e-mail, já referidos anteriormente.

Descobriu-se que a ferramenta correio eletrônico é mais utilizada para ter acesso a *releases* de assessorias de imprensa. Nos quatro suportes estudados, esta é a opção que 38 jornalistas assinalaram como mensagens mais utilizadas na atividade jornalística recebidas por e-mail. Material de agências de notícias são recebidos por 24; conteúdo de outros jornais ou newsletter recebidas por e-mail contabilizam 17 respondentes; conteúdo de outros jornais do *Grupo RBS* são recebidos por e-mail por 28 jornalistas e comunicados oficiais do governo são utilizados na produção de matérias por 24 jornalistas.

Em qualquer uma das ferramentas disponíveis para apuração na internet, torna-se inevitável o retorno ao tema da pluralidade de fontes. Esta é uma das principais contribuições das informações sistematizadas no ciberespaço (Houston, 1996, p.136), representando uma das mais importantes condições para a consolidação da credibilidade dos discursos jornalísticos. Não basta somente a sistematização de informações digitalizadas, em tese acessível para todos; deve haver também a conscientização e profissionalismo dos jornalistas para que não ignorem tais dados (Callahan, 2003, p.3).

Como fontes potenciais para os jornalistas, os usuários do ciberespaço multiplicam-se na rede, embora ainda haja predominância de fontes oficiais, como assessorias de imprensa e dos grandes atores

sociais em detrimento do usuário independente, ainda considerado de pouca credibilidade pelos jornalistas. (Masip, 2008, p.129). O jornalismo de qualidade pressupõe a diversificação de fontes, promovendo a combinação de fontes oficiais e não oficiais, com o intuito de contrapor os discursos que permeiam os relatos jornalísticos. (Pereira Júnior, 2006, p.73). A longo prazo, como indica Pavlik (2001, p.131), “estas aplicações da nova mídia para o jornalismo produzirão não apenas reportagens melhores, mais contextualizadas mas enfim mais espectadores e cidadãos melhor informados¹⁴”.

Gomes (2009, p.54) busca explicar a hegemonia das fontes oficiais dentro do processo jornalístico: “O tradicionalismo comunicativo presente nos meios impressos, rádio e televisão, tem uma notória preponderância do emissor em relação ao receptor, caracterizando a sua ação pela centralização emissora, algo que as novas tecnologias têm vindo a alterar, apresentando-se como um ponto de ruptura com o modelo mais tradicional de comunicação.”

Conforme Alsina (2005, p.73), conseguir dar o *status* de evento público a um acontecimento é um indicativo de poder, em que três fatores estão em jogo: as fontes, os jornalistas e a audiência. Ainda há que se levar em consideração que existem hierarquias entre as fontes, evidenciando as relações de poder. Desse modo, instituições federais se impõem às de âmbito local, às grandes empresas aos grupos de cidadãos. Assim, outros atores sociais dificilmente entram no circuito informativo. Além disso, destaca-se que a relação fonte e jornalista caracteriza-se por ser pontuada por interesses diversos. A fonte busca tornar-se conhecida e trazer seus pontos de vista à tona; por outro lado, o jornalista percebe na fonte a possibilidade de melhor recontextualizar a notícia com o intuito de explicar fenômenos. Como argumenta Alsina, “os meios não espelham a sociedade, apenas a representam. E nessa representação nem todos os atores sociais recebem o mesmo tratamento, em quantidade e qualidade, jornalístico”¹⁵. (2005, p.73)

A apuração jornalística na internet auxilia o jornalista a alcançar

14 Livre tradução: These new media applications to journalism will produce not just better, more contextualized reporting but ultimately a more well-informed viewer and citizenry.

15 Livre tradução: Los medios no espejan la sociedad, más bien la representan. En esta representación no todos los actores sociales reciben el mismo tratamiento, en cantidad y en calidad, periodístico.

a dita “agenda oficial”, otimizando o tempo para acesso e facilidade na visualização destas informações. Porém, o grande diferencial desta modalidade de captação de informações encontra-se na possibilidade de variar as fontes de informação, alargando o espectro de fontes consultadas pelos jornalistas, favorecendo a diversidade de opiniões e pluralidade de pontos de vista da publicação. Todas as páginas no ciberespaço podem fornecer novas oportunidades de acesso aos jornalistas para as vozes alternativas da sociedade, se entendidas como espaços legítimos para coleta de dados. (Traquina, 2005, p.123).

Karam (1997, p.15) afirma que a diversidade de fontes que expresse a pluralidade social é indispensável para formar a compreensão do presente e permitir a intervenção mais consciente no futuro. O autor compreende que

a defesa do direito social à informação implica argumentar que a informação, ao construir simbolicamente o mundo, deve expressar a diversidade conceitual que ele se forma cotidianamente. Isso envolve o reconhecimento de que, na própria informação, é necessário que as diversas concepções, versões, culturas estejam presentes. (1997, p.15).

É por isso que a pluralidade de fontes é uma das mais importantes condições para a produção de um jornalismo de qualidade, que dê espaço para a opinião das minorias sociais. A internet pode fornecer aos jornalistas o acesso aos especialistas e atores da sociedade civil envolvidos em temáticas variadas, para tratar de forma consistente questões associadas ao interesse público, diversificando as temáticas propostas pelas fontes institucionais na construção das agendas do Jornalismo.

1.3 Apuração na internet *versus* apuração convencional

O Jornalismo vem passando por transformações desde que os computadores pessoais começaram a ser utilizados em empresas jornalísticas possibilitando a conexão por meio das redes internas e externas. A apuração na internet está modificando modos e práticas jornalísticas bem arraigadas na profissão, pois nota-se com os estudos já realizados

que as tecnologias possuem o potencial de alterar o processo de produção instituído (Morgaine, 1972; Smith, 1980; Fidler, 1997).

A consulta à bibliografia de referência indica que é comum que as pesquisas para desenvolvimento de pautas iniciem e acabem em mecanismos de busca pouco específicos, prejudicando a efetividade de acesso e publicação de fontes divergentes e plurais. (Lamble; Quinn, 2008; Masip, 2008). No processo de produção da notícia, jornalistas deparam-se com os milhares de resultados obtidos com uma pesquisa simples num buscador generalista, como o *Google*, que oferece dados com rapidez, sem critérios qualitativos mais precisos. Neste momento, as limitações técnicas dos sistemas de busca geram frustração e sentimento de perda de tempo na maioria destes profissionais, que desconhecem opções de busca avançada e engenharias de busca mais específicas (Masip, 2008, p.132).

Conforme Ferreira, editor da *CBN/Diário*, a internet auxilia a dar qualidade à informação jornalística por ser uma ferramenta importante de consulta. “Ao acessar o *Google* o jornalista tem acesso a dois ou três mil *sites* com a informação desejada. Ela dá suporte, tranquilidade e comodidade. Porém, é um desafio saber escolher o caminho de interpretação destes dados, selecionar o tipo de busca e a ferramenta ideal. Além da necessidade de discernir o que é importante, criando certos filtros.” (Ferreira, 2009).

Lacoba (2007) sustenta que “a rapidez não pode ser equiparada como sinônimo de credibilidade, pois a rapidez com que se transmite a informação pela rede não implica necessariamente que dita informação seja fiável, sensível e de qualidade”. (2007, p.25).¹⁶

Um exemplo emblemático da falta de habilidade para localização de dados concretos ocorreu no desenvolvimento do estudo de caso. Durante uma apuração na internet, constatou-se a dificuldade de um dos profissionais para localizar o telefone do INSS em Florianópolis. Em uma busca simples no *Google*, este profissional não se preocupou em refinar minimamente a sua pesquisa para agilizar o fornecimento dos dados e digitou apenas INSS. A partir dos resultados, clicou no primeiro endereço da lista que o direcionou para o *site* oficial do Ministério

16 Livre tradução: esta immediatez no há de equiparse como sinónimo de credibilidad, puesto que la rapidez com que se transmite la información por la red no implica necesariamente que dicha información sea fiable, sensible y de calidad.

da Previdência do Governo Federal. O jornalista buscou em todo o texto do *site* alguma referência a telefones de Santa Catarina, o que demonstra o desconhecimento da ferramenta básica *Ctrl + F*. (Reddick; King, 2001, p.218). Depois desta primeira tentativa frustrada, o jornalista desistiu e retornou para o *Google*, demonstrando desconhecimento do funcionamento e dinâmica do ciberespaço. A busca demorou aproximadamente cinco minutos até a localização do dado desejado no serviço on-line de *Telelistas* (www.telelista.com.br) de Santa Catarina.

Conforme Lambie e Quinn (2008, p.64), jornalistas precisam conhecer a lógica própria existente por trás dos dados em circulação na internet. Para efetuar uma apuração de qualidade, os profissionais precisam, necessariamente, saber onde estão investigando, ou seja, como funcionam as engenharias de busca. Existem, por exemplo, páginas da web que simplesmente não aparecem nas buscas em razão de fatores que vão desde o tamanho do *web site*, ao modo como está armazenado no servidor, até o modo como foi construído. Esses fatores são muito complexos e sofisticados para buscadores pouco específicos como o *Google*. (Reddick; King, 2001, p.113)

Para Colle (2002, p.18), uma das vantagens mais significativas das tecnologias digitais e do acesso à informação na rede é a possibilidade de poder complementar uma informação inicial com antecedentes por meio dos buscadores. Esta ferramenta converteu-se num elemento imprescindível para localizar dados e contribuir para a prática jornalística. Conforme o autor, como grande consumidor e difusor de informações, “o Jornalismo não deveria ficar à margem dos aportes que estas técnicas poderiam significar para seus analistas e comentaristas; ao contrário, estimamos que não pode ignorar a importância destas para o seu trabalho de agora em diante”¹⁷. (Colle, 2002, p.19).

Os sistemas informatizados de gestão de base de dados e as redes informáticas vêm auxiliando o jornalistas que lidam com grande quantidade de informação, porém há certas limitações, pois o conhecimento para pesquisar em bases de dados não está ao alcance de todos e requer certa familiarização com métodos estatísticos. O desenvolvimento da computação não só tem significado uma maior rapidez no proces-

17 Livre tradução: El periodismo no debería quedar al margen de los aportes que estas técnicas podrían significar para sus analistas y comentaristas; al contrario, estimamos que no puede ignorar la importancia de éstas para su labor de ahora em adelante.

samento de dados, mas também uma gigantesca acumulação e difusão de informação em todo o mundo. (Colle, 2002, p.33).

Os procedimentos de apuração jornalística possuem especificidades distintas na internet e nos modos convencionais, porém são complementares. Mesmo que a apuração na internet se apresente de formas que variam de um suporte para outro, a investigação jornalística realizada fora da redação nunca pode ser deixada de lado. A saída a campo não pode ser descartada, pois a pesquisa no ciberespaço vem somar esforços, não substituir a apuração convencional já consagrada.

Desde que o Jornalismo se difundiu em escala global, o processo que começa na apuração dos fatos, passando pela elaboração das notícias e terminando na difusão dos conteúdos, passou por muitas transformações. (Alsina, 2005). O Jornalismo transforma-se à medida que é apropriado pelas pessoas, e não seria diferente quando o uso de novas tecnologias é inserido no cotidiano do jornalista. (Paul, 1999, p.x). Na sua prática diária, os jornalistas, ao se familiarizarem e enxergarem potencial na esfera virtual, podem realizar a cobertura dos fenômenos de natureza jornalística de forma mais competente e abrangente.

De acordo com Ferreira, “se não existisse internet nosso trabalho seria feito do mesmo jeito, a internet é muito recente. O Jornalismo remonta de longa data, mas a internet vem para ser um mecanismo de consulta de auxílio que facilita bastante e traz velocidade”¹⁸. O jornalista exemplifica relatando o modo de produção do *Plantão* esportivo da rádio, que consistia em acompanhar todos os jogos do Brasil sintonizando rádios de São Paulo e Rio de Janeiro, para monitorar os placares dos jogos. Hoje os resultados estão disponíveis na internet, dando velocidade à produção do Jornalismo.

Com esse depoimento pode-se constatar que para os profissionais envolvidos cotidianamente em processos jornalísticos a velocidade está intimamente ligada ao incremento de qualidade nas notícias. Esse é um dos reflexos dos constrangimentos diários enfrentados pelos jornalistas no que tange à falta de incentivo e espaço dentro das organizações para implementar investigações de cunho jornalístico, a fim de aproveitar as potencialidades da rede não só na agilidade do processo, mas também no aprimoramento da notícia.

Nesses momentos o jornalista terá como auxílio o conteúdo

18 Entrevista concedida à autora.

sistematizado no ciberespaço para poder conhecer a fundo o tema de uma pauta e a tecnologia para expor da maneira mais adequada ao público a informação de natureza jornalística. (Callahan, 2003, p.65).

1.4 Desafios para uma apuração de qualidade na internet

A disseminação de uma tecnologia como a internet, que propicia formas inovadoras não só de apuração, mas também de elaboração e distribuição das notícias, transforma o estudo deste momento de transição das práticas jornalísticas historicamente instauradas num grande desafio para os pesquisadores em jornalismo, uma vez que o campo jornalístico tem se tornado um palco de múltiplas vozes, que procuram aceder aos jornalistas. (Santos, 2003, p.41)

A interpretação da realidade oferecida cotidianamente pelos jornalistas a variados públicos exige deste profissional uma grande capacidade de análise e síntese dos acontecimentos. Esta síntese ocorre num cenário de abundância informativa e, sobretudo, da falta de tempo (Palomo Torres, 2004, p.62). Por isso, é lugar-comum que os jornalistas precisem, para bem informar as audiências, de rigor na apuração e de conhecimento aprofundado sobre os fatos.

O Jornalismo é um dos setores que maneja a maior e mais variada quantidade de informações on-line. (Garrison, 2003, on-line). Com a ampliação da capacidade de processamento de dados dos computadores, este grande volume de informações pode ser transformado tanto em conhecimento retrospectivo (histórico) quanto em conhecimento prospectivo (projeções), além de contribuir para se entenderem os fatores que influenciam determinados acontecimentos. (Colle, 2002, p.89).

Nesse mesmo sentido, Koch (1991) argumenta que o fracasso do Jornalismo contemporâneo estaria em não dar atenção aos porquês, aos fatores históricos que criaram os problemas do fato, ao contexto em detrimento do produto comercial, cuja função é obter lucros. Para o autor, um dos principais mitos da atividade jornalística deve ser contestado: deixar claro que o jornalista serve primeiro à empresa; depois, ao

público. A notícia, segundo Koch, na maioria das vezes serve apenas de adorno para espaços de anúncio. Para o autor, bases de dados poderiam ser utilizadas para aprimorar o trabalho de apuração das matérias, revertendo o quadro de dependência das fontes (Koch, 1991, p.156).

Se utilizada após uma apuração criteriosa, a informação on-line pode auxiliar na checagem dos fatos e na identificação das fontes para oferecer um Jornalismo contextualizado, contribuindo para o desenvolvimento das sociedades. (Garrison, 2003, on-line). Parte-se da premissa de que estes profissionais podem desempenhar papel importante na produção de um Jornalismo qualificado (Quinn, 2002, p.45) se conseguirem dar sentido as informações e opiniões que circulam na rede.

O uso da tecnologia pelos jornalistas vem sendo retratado em pesquisas desenvolvidas no mundo, pioneiramente, pelos estadunidenses Ross e Middleberg e Garrison em 1994. Em estudo mais recente, Masip (2008, p.19) avalia que boa parte dessa literatura produzida acerca do impacto das inovações é marcada pelo determinismo tecnológico e pela defesa do caráter revolucionário da tecnologia. Segundo o autor, esses discursos representam mais expressões de esperança que o resultado de pesquisas e de observação da realidade. Esse determinismo impediria a aproximação integral da complexidade do fenômeno, tornando menos visíveis fatores como as dinâmicas locais que orientam o processo de adoção e a forma como essas tecnologias são usadas (Masip, 2008, p.19).

Uma das diferenças é que esse contato se dá por um canal diferente que o contato face a face ou telefônico, comumente utilizado pelos jornalistas. O sistema tradicional é mantido, porém ganha mais agilidade. Uma das justificativas para esse comportamento relaciona-se com o tempo necessário à checagem de informações alternativas. (Masip, 2008, p.173). A pesquisa em Jornalismo digital vem desenvolvendo estudos nesse sentido, entendendo-se as tecnologias como otimizadoras do processo produtivo, auxiliando no domínio das técnicas de busca e recuperação da informação. (Paul, 1999, p.82).

Substancialmente, a rede é usada para comprovar informações pontuais e obter dados concretos. A informação da internet não desempenha papel destacado na elaboração da notícia, com impacto fraco no produto final; seu protagonismo é maior quando jornalistas se dedicam a reportagens que demandam mais tempo para elaboração, o que comprova as incertezas associadas ao uso da internet, referentes à superabun-

dância e veracidade dessas informações. (Masip, 2008, p.179)

O debate sobre o acesso a informações públicas torna-se imprescindível para a atuação dos jornalistas na conjuntura atual, na qual grande volume de informações de qualidade encontra-se armazenado em bases de dados. (De Fleur, 1997, p.50). Tais informações se enquadram nos critérios jornalísticos e representam temas de vital importância para a democracia. Entretanto, esses dados se encontram, na maioria das vezes, em estado bruto, ou seja, tais informações necessitam ser processadas por softwares para depois serem interpretadas pelos jornalistas. O acesso a bases de dados públicas favorece um novo modelo de produção de notícia, porque ocorre a variação da divulgação de números fornecidos pelo governo a todos os meios de comunicação para pesquisas exclusivas empreendidas pelos próprios profissionais da redação. A elaboração desses dados resulta em investigações jornalísticas marcadas pelo caráter exclusivo da informação, o furo jornalístico.

Em termos conceituais, é o que se denomina Jornalismo Assistido por Computador (Paul, 1999). Esta modalidade jornalística consiste na aplicação de métodos de busca de informações on-line relevantes para elaboração de matérias. Com a amplitude dos assuntos tratados e elaborados pelos usuários na internet, frequentemente é possível encontrar informações para matérias sobre quase todas as pautas. Daí a importância de se terem noções básicas sobre o funcionamento da internet, além da consciência de que tais dados não são uma benesse dos governos para os jornalistas, mas um direito dos cidadãos.

A possibilidade de incrementar os comunicados oficiais, por exemplo, checando os dados fornecidos e confrontando-os com outros dados que não foram mencionados nestes documentos já apresenta um sinal de distinção importante para o Jornalismo, dando mais contexto e credibilidade às matérias. (Bhatia, 2005, p.119). Outra condição constitui o resgate histórico fornecido pelas estatísticas e dados, que podem adicionar profundidade e extensão à cobertura de determinado fato noticioso. Para Ribeiro (1994, p.205), “o acesso a fontes qualificadas eleva o prestígio do profissional no ranking da empresa, diferencia-o e lhe dá posição de força para reivindicações”.

Esse acesso a dados varia de nação para nação. O pioneiro em divulgação irrestrita de dados e, por conseguinte, de reportagem assistida por computador mais desenvolvida são os Estados Unidos. São exe-

mplos também de acesso irrestrito a Suíça e a Nova Zelândia. (Lamble; Quinn, 2008, p.147) No caso brasileiro, está apenas no início a discussão acerca da definição dos marcos regulatórios sobre o tema. Embora o acesso a dados públicos seja restritivo em muitas instâncias, já há a divulgação de informações pertinentes ao Jornalismo.

Torna-se importante destacar que o Jornalismo investigativo possui distintas técnicas, indo além da apuração na internet. Não só estatísticas em bases de dados fornecem informações para interpretações dos jornalistas, que utilizam entrevistas, análise de documentos e o contato com fontes especializadas ou até pesquisas de opinião para elaborar as matérias. A maioria das análises é feita por planilhas e calculadoras on-line (Houston, 1996, p.23) e o principal programa para cálculos em planilhas é o popular *Excel* da *Microsoft*.

Vive-se um momento histórico diferenciado para apuração jornalística, no qual os profissionais possuem acesso a informações privilegiadas por meio dos computadores conectados à rede. Portanto, faz-se necessário o preparo suficiente para investigar a informação com êxito no âmbito da web. Para ir além da informação factual é necessário reflexão, o que pressupõe tempo e capacidade de contextualização. (Pavlik, 2001, p.4)

Esse debate é central no jornalismo contemporâneo, pois o conteúdo baseado apenas em dados e informação descontextualizados será insuficiente e, principalmente, repetitivo, porque replicará o que se difunde em todos os veículos de comunicação ao mesmo tempo. (Quinn, 2002, p.112). Para que haja uma distinção em termos de qualidade dos conteúdos, os jornalistas necessitam atuar com outra lógica, mais participativa e aberta à pluralidade de fontes. (Karam, 1997, p.15)

Até aqui analisou-se principalmente o impacto das informações digitalizadas em circulação no ciberespaço, a apuração jornalística na internet. O cenário é altamente complexo e dinâmico. Neste capítulo abordaram-se, além dos principais marcos teóricos da pesquisa em Jornalismo sobre apuração na internet, as transformações da apuração jornalística com a inserção da internet no cotidiano dos jornalistas. Veremos no próximo capítulo as implicações dos processos de convergência tecnológica em empresas multimídia para a apuração jornalística.

CAPÍTULO DOIS

Apuração em Tempos de Convergência

2.1 A apropriação de tecnologias no Jornalismo

Este trabalho insere-se em pesquisas de Jornalismo digital, cujos estudos teóricos e empíricos buscam analisar um dos fenômenos mais significativos a partir da metade da década de 1990: a incorporação das novas redes digitais no âmbito do Jornalismo, o que provoca múltiplas transformações nos processos de produção informativa. (Houston, 1996; Paul, 1999; Garrison, 2003; Quinn; 2002, Masip, 2008)

Nesse sentido, concorda-se com Nafziger ao apontar que

o teste do valor de estudos que tentam responder questões [relacionadas ao Jornalismo] é sua praticidade ou utilidade aos meios de comunicação e à sociedade, porque a pesquisa não pode estar separada do seres humanos que operam ou que são afetados pelos meios. O pesquisador deve saber o que ele está fazendo, porque o está fazendo, e como pode ser feito.¹⁹ (1968, p.7)

Em razão da crescente importância que o Jornalismo adquiriu nas sociedades contemporâneas, todas as transformações pelas quais passa essa atividade precisam ser pesquisadas para serem mais bem compreendidas. (Melo, 2006; Sousa, 2002). Faz-se necessário o discernimento sobre as diferentes técnicas, linguagens e teorias nos

¹⁹ Livre tradução: The test of the value of studies that attempt to answer these questions is their practicality or usefulness to the media and to society, for research cannot be separated from the human beings who operate or who are affected by the media. The research worker must know what he is doing, why he is doing it, and how it can be done.

diferentes suportes: jornal, rádio, televisão, jornal, revista, dispositivos móveis e computadores.

Além disso, cada vez mais é necessário refletir sobre “o que é Jornalismo”, pois nem tudo o que circula nos meios de comunicação pode ser caracterizado como Jornalismo; muitas vezes se trata de entretenimento, propaganda ou simplesmente de divulgação de um serviço. Para Genro Filho (1987), Jornalismo é uma forma de conhecimento, baseada na singularidade dos fenômenos, diferente de outras formas de conhecimento como a arte e a ciência. O autor esclarece que “o Jornalismo é uma forma de conhecer o mundo que não tem base na universalidade, mas ao contrário, é uma forma de conhecimento que se cristaliza no oposto da universalidade, que é uma singularidade”. (2007, p.91).

Para Franciscato (2005), antes de mais nada, compreender como o Jornalismo se constitui em uma instituição social privilegia uma discussão que engloba condições sociais, como a “construção e transmissão da cultura, as relações econômicas (o mercado como regulador da circulação), as formas de ação política e as transformações tecnológicas” (2005, p.91), e aspectos históricos do desenvolvimento da imprensa, “seja em seu processo interno de institucionalização de princípios, normas, recursos e técnicas” (2005, p.90).

Pode-se dizer que o Jornalismo contemporâneo está relacionado com a imprensa informativa, diferente daquela posta em prática antes do século XIX, principalmente, de cunho opinativo (Melo, 2006, p.80). Atualmente, o Jornalismo produz informações novas (conhecimento) acerca da realidade e faz a mediação das diversas opiniões sociais que disputam visibilidade na esfera pública. De acordo com Traquina (2005, p.41), o procedimento jornalístico envolve a coleta de dados, ou seja, a apuração e as formas de narração, que devem ser claras e concisas, elaboradas em tempo hábil de serem publicadas. Isto implica o domínio da linguagem jornalística e de suas regras estilísticas (uma sintaxe direta e concisa, as palavras concretas, a voz ativa, a descrição detalhada, a precisão pormenorizada). Esse processo de aprendizado baseia-se no ensino em faculdades de Jornalismo e nas experiências diárias com colegas, fontes, superiores hierárquicos e textos jornalísticos. Por dever ético e eficácia técnica, os jornalistas não expressam sua própria opinião nas notícias e reportagens. (Cornu, 2003, p.67)

Neste estudo se delimitou como área de atuação a primeira etapa do processo jornalístico, a apuração. Como se viu no capítulo um, a

apuração jornalística na internet constitui-se numa das principais transformações em termos do Jornalismo praticado na atualidade, na medida em que os jornalistas passam a dispor de um novo canal informativo, a internet, com suas variadas possibilidades de acesso a informação, sejam essas fontes oficiais, sejam especialistas, usuários do ciberespaço ou documentos.

Nos últimos trinta anos ocorreram mudanças significativas nos processos de produção nas redações, protagonizadas pela evolução tecnológica. Tais transformações foram retratadas em pesquisas desenvolvidas em diversos países, como, por exemplo, pioneiramente por Morgaine (1972) e Smith (1980), que descrevem as diferentes revoluções ou grandes transições vividas pela comunicação, e Fidler (1997: xv), que define esse processo com o conceito de “midiamorfose”: “a transformação dos meios de comunicação, geralmente ocasionada pelo complexo entrecruzamento de necessidades percebidas, pressões políticas e competitivas e inovações sociais e tecnológicas”²⁰.

No caso do Jornalismo, novas formas de estruturação organizacional são assumidas a partir da informatização dos parques gráficos dos jornais, adotada no Brasil pioneiramente pelo *Globo* e pela *Folha de S. Paulo*, em 1982. O jornal *O Estado de S. Paulo* só investiu na informatização da redação em 1989 (Ribeiro, 1994), portanto, três anos após o jornal *Diário Catarinense*, que trabalha de forma integrada com as sucursais do interior do estado desde 1986. (Mosimann, 2007; Golembieski, 2008).

Machado (2000) argumenta que o Jornalismo digital é uma nova prática dentro da tradição do Jornalismo, o que implica a configuração de novos cenários e tendências para os profissionais e organizações jornalísticas, visto que mudanças ocorrerão tanto para a profissão quanto para o ensino da prática. O autor aponta que, “com o predomínio dos computadores nas redações, era de esperar-se que houvesse uma descentralização das tarefas e uma diversificação das fontes, ainda que nos últimos trinta anos o trabalho de busca e recolha dos dados tenha ficado relativamente imutável”²¹ (2000, p.172).

20 Livre tradução: The transformation of communication media, usually brought about by the complex interplay of perceived needs, competitive and political pressures, and social and technological innovations.

21 Livre tradução: Com el predominio de los ordenadores en las redacciones, era de esperarse

Desde que a internet, ou rede mundial de computadores, difundiu-se em escala global, as transformações vêm alcançando diversos setores das sociedades, mudando hábitos arraigados na forma como a cultura organiza-se na contemporaneidade. (Castells, 2003, p.45). Assim como outras tecnologias, a internet modificou processos inscritos tradicionalmente na cultura jornalística de produção de notícias. (Masip, 2008, p.148). Como aponta Salaverría (2005, p.12), “o impacto da internet não se limita aos meios digitais mas alcança a empresa de comunicação na sua totalidade”²².

Nesse novo contexto, autores como Bruns (2005) analisam-se as mudanças que essa nova conjuntura traz para o Jornalismo industrializado com relação a um Jornalismo mais participativo e as suas repercussões nos modelos tradicionais. De acordo com o autor, se um significativo processo de transformação não for colocado em movimento nas organizações jornalísticas, o tradicional *modus operandi* será incapaz de pro-ver um enquadramento suficiente para as necessidades da audiência. (2005, p.307)

O princípio dessas transformações ocorreu quando os computadores pessoais começaram a ser utilizados nas atividades em empresas jornalísticas em substituição à máquina de escrever. (Smith, 1980). A primeira máquina de escrever, por exemplo, entrou no mercado em 1874 e não foi facilmente introduzida na rotina jornalística, pois os repórteres preferiam escrever as matérias a mão. Entretanto, como a rapidez dos linotipos dependia de textos jornalísticos legíveis, tal rejeição às máquinas de escrever teve de ser gradativamente superada. (Franciscato, 2005, p.78). A mesma situação aconteceu com a inserção dos computadores no cotidiano dos jornalistas. (Baldessar, 2003).

Como destaca o editor do *diario.com.br*, “vive-se um momento de transição, similar ao vivido há mais ou menos quinze anos quando a máquina de escrever passou a ser abandonada e o telex começou a ser trocado pelo fax. Hoje as fotos são transformadas em .jpg e enviadas por e-mail. As mudanças tecnológicas e o impacto na produção do jornalismo são muito grandes. O advento da internet nos últimos dez

que hubiera una descentralización de las tareas y una diversificación de las fuentes, aunque los últimos 30 años el trabajo de búsqueda y recogida de datos ha quedado relativamente inmutable.

22 Livre tradução: El impacto de internet no se limita a los medios digitales sino que alcanza a la empresa de comunicación en su totalidad.

anos também tem um impacto profundo nessa relação”. (Melato, 2009)

Atualmente, o exercício do Jornalismo em grandes corporações vêm sendo modificado pela organização de sua produção em torno de bases de dados. Com a digitalização de conteúdos e expansão de sistemas de informação em variados âmbitos da sociedade, os jornalistas atuantes na primeira década deste novo milênio protagonizaram alterações na sua prática de trabalho com relação aos processos de apuração, composição, edição, circulação e comercialização dos produtos jornalísticos, principalmente com a incorporação de redes internas de comunicação nas organizações. (Machado, 2006, p.33).

Hoje em dia percebe-se que a lógica do computador está perpassando toda a cultura (Manovich, 2001, p.32), transformando gradativamente as formas culturais existentes, demandando a elaboração de novas categorias e modelos de pensamento. Isso acontece quando as características de diferentes mídias passam a possuir o mesmo código binário, ou seja, a sonora de uma entrevista, a imagem de um evento noticioso e o texto escrito possuem a mesma representação numérica em formato digital, para ficar apenas em exemplos de linguagens jornalísticas. (Manovich, 2001, p.42)

Em termos de adoção de tecnologias, pode-se afirmar que o jornal *Diário Catarinense* é um dos pioneiros. Foi o primeiro jornal na América Latina a ter uma redação informatizada, com conexão direta com suas sucursais em 1986. “O primeiro sistema de computadores foi utilizado de 1986 a 1999. E depois, o sistema passou por diversas atualizações”, relatou Claudio Thomas, editor do jornal (Thomas, 2009).

De acordo com a editora Marcia Calegaro, a tecnologia ajuda e facilita muito o trabalho da equipe de jornalistas da *RBS TV*, na produção do *RBS Notícias*. A jornalista relata que vivenciou a experiência de fazer Jornalismo bem diferente do praticado atualmente em termos tecnológicos, com o uso de máquinas de escrever, a disponibilidade de apenas um telefone e a inexistência de fax. No final da década de 1980, utilizar o teleprompter demandava utilizar folhas de papel carbono na máquina de escrever. Após, as laudas eram coladas com durex numa espécie de esteira para serem lidas pelo apresentador. (Calegaro, 2009)

Este momento de transição é avaliado por autores como Dizard (2000, p.53) o qual pontua que as mudanças relacionadas às tecnologias vêm ocorrendo há décadas, incitando muitos desafios, visto que os computadores estão remodelando o futuro das indústrias de mídia em

geral e o exercício do jornalismo, particularmente com relação ao acesso às fontes. Gomes (2009, p.50) ressalta que “os jornalistas procuram sempre fontes de informação importantes, geralmente centralizadas, quadros superiores, administradores e amigos, devido aos critérios que utilizam na validação das fontes de informação, procurando, em todo o caso, garantir a fidedignidade das fontes obtidas”.

Nesse sentido, podemos identificar essa tendência entre os editores do *Grupo RBS* como uma das etapas da transformação tecnológica relativa ao processo de apuração. Distinguem-se essas mudanças por meio de duas categorizações:

1) *Apuração Restrita*: que consiste na apuração que se deu anteriormente ao advento da internet, caracterizada por uma produção não só centralizada da notícia dentro dos meios de comunicação como individualizada do ponto de vista do jornalista. Dá-se num contexto limitado tecnologicamente, cujas ferramentas para pesquisa on-line não estão à disposição dos jornalistas, ou eles desconhecem as maneiras de acessar informações digitalizadas ou localizar fontes no ciberespaço.

2) *Apuração Diversa*: marcada pela diversidade de fontes, ocorre em um cenário de convergência de mídia, caracterizado pela revolução tecnológica. Ao contrário da apuração restrita, aqui o processo de produção da notícia possui potencial para trabalhos coletivos e para oferecer um jornalismo diferenciado do praticado num cenário pré-internet.

Como destacam Lambie e Quinn (2008, p.10), atualmente, a atividade jornalística pressupõe a utilização de computadores, não só para escrever as notícias como também para acessar a informação on-line. Ressalta-se que o profissional do jornalismo está em contínua transformação, e o acesso à informação on-line de qualidade, com pontos de vista divergentes e inserção de vozes alternativas, significa um dos maiores desafios da contemporaneidade (Garrison, 2003, on-line).

Para Garrison (1999, on-line), a tecnologia é o coração da maioria das indústrias, particularmente da indústria da informação. Para este autor, nenhuma indústria de informação é mais dependente da tecnologia que os jornais. O *Grupo RBS* é um conglomerado de comunicação regional multimídia que vem tentando introduzir o conceito de empresa multimídia desde o final da década de 1990. (Fonseca, 2006, p.6)

2.2 Convergência no Grupo RBS

Com a digitalização das informações, diversas possibilidades se abrem à prática jornalística, tais como a tecnologia das bases de dados (Garrison, 1998; Colle, 2002; Machado, 2006). Isso proporciona às empresas jornalísticas trabalharem com transformações baseadas no conceito de convergência dos meios. (Quinn, 2002; 2005; Salaverría; Negrodo, 2008). Uma redação convergente convive com o tradicional, mas também requer repórteres para produzir conteúdo digital e original, não só transposto de uma mídia para outra. Como afirma Quinn (2005, p.28), esta forma de Jornalismo é cara e consome tempo.

Nesta dissertação examinamos as implicações na prática jornalística da disseminação de informação on-line em circulação tanto na Internet: nos *blogs*, *e-mails*, páginas da web, redes sociais, entre outros, quanto na rede interna do *Grupo RBS*, que interliga o conteúdo editorial jornalístico dos quatro meios estudados: *RBS TV*, *diario.com.br*, *Diário Catarinense* e *CBN/Diário*. A convergência é uma tendência ou fenômeno que está sendo percebido em vários países do mundo, ainda que nunca de forma idêntica, variando de acordo com as condições sociais, econômicas e culturais dos países ou regiões em que as empresas de comunicação atuam, sendo reconhecida como Jornalismo integrado ou Jornalismo multi-plataforma. (Quinn, 2005, p.6).

De acordo com Quinn, “permitir que a indústria defina convergência produziria uma definição simplista e um escopo limitado” (2005, p.7). Como já detectava Ribeiro (1996, p.121) com relação à incorporação de novas tecnologias nos principais jornais brasileiros, *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, para as empresas a internet representou a possibilidade de reduzir o tempo do fechamento e encolhimento do quadro de funcionários. Nesse sentido, ressalta-se a posição de Quinn (2005) quanto à convergência apenas como solução para economia de despesas, no qual jornalistas se tornam muito ocupados para verificar as informações,

Jornalistas podem tornar-se tão ocupados para prover conteúdos para múltiplas plataformas que eles simplesmente não vão ter tempo para refletir

ou analisar. (2005, p.25)²³

Em análise referente à Espanha, Albornoz (2007, p.178) nota a obsessiva busca de máximos benefícios dos maiores grupos multimídia, que tendem a copiar os mesmos caminhos observados nos grupos transnacionais estadunidenses, japoneses e europeus, sem levar em conta os distintos aspectos culturais, sociais e econômicos. Assim, não se deve conceber um modelo de convergência único para todas as redações no planeta sem levar as condições locais em consideração.

O editor de internet do *Grupo RBS*, em Florianópolis, Fabiano Melato, constatou que não há uma fórmula pronta para que a adoção de determinados modelos se mostre viável em companhias com retrospecto cultural e econômico distintos. Isso denota a crença de que a transposição de modelos não garante sucesso a realidades distintas como a brasileira, que, por sua vez, já é altamente multifacetada. Segundo o editor, a integração dos suportes da empresa é um processo em curso, porém incipiente e embrionário, pois na prática não ocorre totalmente. Melato destaca como obstáculos para a implementação de processos convergentes no *Grupo RBS* a necessidade de “mudar a cultura de produção de notícias”, além da “contratação de novos jornalistas para o impresso com perfil multimídia”, embora confesse que não tem segurança para apontar soluções definitivas para o futuro relacionadas à convergência. O jornalista relata ainda:

Como disse um professor, o grande problema é que nós fazemos jornais da mesma maneira há quarenta anos: uma capa, uma editoria de geral, de política, de mundo, de opinião. A gente segue um modelo muito conservador de produção de notícia, embora o mundo tenha mudado muito neste tempo, especialmente na área de comunicação de massa. Então nós temos uma cultura de produção de notícia para jornal impresso que é antiga, até ousar dizer que ela é arcaica. (Melato, 2009)

Como afirmam Salaverría e Negrodo (2008, p.12), a convergência de redações vem sendo considerada o paradigma para o

23 Livre tradução: Journalists could become so busy providing content for multiple platforms that they simply do not have the time to reflect or analyze.

século XXI, tendo como modelo de referência o *Daily Telegraph* do Reino Unido. Os autores seguem afirmando que uma série de desafios se impõe com essa mudança, incluindo os que têm relação com a mentalidade das pessoas que trabalham em redação. Pesquisas acadêmicas sobre os efeitos das novas tecnologias no Jornalismo indicam que as transformações estruturais, como o fenômeno da convergência, terão importantes implicações na atividade profissional. (Salaverría, 2005, p.13) As possibilidades da inovação tecnológica tanto para o público quanto para os jornalistas sinalizam formas de interatividade nos processos de produção das notícias. (Cabrera, 2005, p.332).

Essa mudança de paradigma nas grandes corporações jornalísticas está associada às sucessivas crises financeiras pelas quais passa esta indústria, como, por exemplo, com o encolhimento de audiência e sua conseqüente queda nos lucros. (Quinn, 2005, p.21) A nova conjuntura da sociedade contemporânea vem transformando os cenários em que as empresas de comunicação atuam, porque as bases de seus antigos modelos de negócio sofrem a cada ano abalos sistemáticos, impulsionando formas diferentes de fazer Jornalismo e organizar a empresa. Dessa forma, a solução apontada por muitos encontra-se assentada nas múltiplas acepções que o conceito de convergência oferece para os meios de comunicação. (Quinn, 2005, p.27).

Em termos de mudanças no processo de produção informativa, a convergência está associada aos sistemas informatizados que, de certa forma, radicalizaram a atividade jornalística em virtude da possibilidade de integração redacional, ou seja, novas formas de organizar o espaço físico das redações com o objetivo de melhorar a comunicação entre os jornalistas e o aproveitamento de conteúdos (Salaverría e Negredo, 2008, p.11). De acordo com Fabiano Melato, no caso específico do prédio do *Diário Catarinense* impresso e on-line, há fisicamente a impossibilidade de integrar mais as redações. “É uma redação *sui generis*, ela está num caracol.” (Melato, 2009). A disposição das redações no prédio do *Grupo RBS* em Florianópolis inviabiliza a opção de estruturar um novo espaço, que incentive mais a colaboração. É um prédio em que a rampa que leva aos outros andares é em espiral, deixando todos os setores da redação à vista, pelo vidro transparente. Assim, para ter acesso às salas das editorias é necessário subir uma rampa, na qual a ordem das editorias é a seguinte: *Esportes*, *Variedades*, *Economia*, a redação do *diario.com.br*, a sala do editor Cláudio Thomas

(no centro), diagramação e *Geral*. Em seguida encontram-se a redação do jornal popular *Hora de Santa Catarina* e, posteriormente, a equipe do portal *ClicRBS*. Com isso nota-se um certo distanciamento das redações off-line e on-line - como os próprios jornalistas designam-se -, o que evidencia uma demarcação de identidade. Para Melato, o plano de integração do núcleo do *diario.com.br* com o portal de serviços e notícias *ClicRBS* já pode ser considerado um grande avanço, levando-se em consideração as possibilidades reduzidas de transformar o espaço redacional deste prédio do *Grupo RBS*.

A proposta editorial do *Diário Catarinense* como suporte do *Grupo RBS* é ser o jornal com circulação estadual, que faça a integração entre todas as regiões de Santa Catarina. A proposta do *diario.com.br* é ser o portal de últimas notícias do *Diário Catarinense* em Santa Catarina, criar a interface na internet para um veículo impresso. “O *diario.com.br* é considerado uma editoria do *Diário Catarinense*.” (Melato, 2009).

As reuniões de pauta acontecem conjuntamente entre editores e subeditores dos dois veículos, das 11h às 12h30min às segunda-feiras e das 14h às 15h nos demais dias, além de uma reunião rápida de fechamento a partir das 18h. Definidas pelas equipes de cada meio, as manchetes são disponibilizadas na rede interna da empresa por meio da ferramenta *WiNews*, para possíveis colaborações entre os profissionais de outros meios. Thomas descreve esta ferramenta como “um grande facilitador do trabalho na integração entre todas as redações, principalmente nos jornais” (Thomas, 2009). Para o editor, a convergência na *RBS* está sempre em constante aperfeiçoamento e cada jornal tem a sua identidade editorial, porém com integração no aproveitamento de conteúdos. Há preocupação permanente de estreitar ainda mais o contato entre as duas redações a on-line e off-line do *Diário Catarinense*. “O *diario.com.br* e o DC impresso têm os mesmos conceitos: credibilidade nas informações e a preocupação é sempre a mesma: qualidade da informação.” (Thomas, 2009).

2.3 A centralização da apuração: fontes oficiais

O estudo de caso no *Grupo RBS* em Florianópolis teve a intenção de ilustrar as definições conceituais desta dissertação. Buscou-se aliar a revisão da literatura com a pesquisa empírica na organização jornalística mais estruturada do sul do Brasil. A maioria dos jornalistas do *Grupo RBS* trabalha de 5 a 7 horas diariamente. Dos 53 entrevistados, 31 afirmaram ter esta carga de trabalho; outros 21 jornalistas relataram trabalhar mais que as 7 horas previstas no contrato de trabalho. Com base nos dados coletados, nota-se que apenas um jornalista de internet alegou trabalhar menos que sete horas. Portanto, a partir das 5 a 7 horas da jornada de trabalho avaliam-se as horas utilizadas para acesso à internet, o que engloba diversas tarefas, tais como acesso a e-mail, blogs, redes sociais, a rede interna da empresa, entre outras.

De acordo com o levantamento, 19 profissionais ficam, em média, 1 a 2 horas por dia conectados à internet; 13 jornalistas ficam menos de 1 hora navegando na web. Dos 53 respondentes do questionário oito responderam que ficam de 3 a 4 horas navegando em páginas da Internet: três jornalistas de internet, um de rádio e dois do *Diário Catarinense*. Nenhum jornalista do *RBS Notícias* afirmou ficar mais de três horas conectado. Três jornalistas atuantes no *diario.com.br* não responderam a este questionamento, o que nos leva a crer que ficam mais do que as 4 horas estipuladas no questionário, já que toda a sua atividade profissional baseia-se no monitoramento da rede interna e das fontes *on-line*.

De acordo com os dados levantados pelo questionário, 32 jornalistas, durante a jornada de trabalho, permanecem até duas horas conectados à rede. Com base nesse indicativo avaliam-se os principais endereços acessados pelos jornalistas em busca de informações para matérias:

<i>Fontes citadas pelos jornalistas</i>	<i>Endereço Eletrônico</i>
<i>TRE - Tribunal Regional Eleitoral</i>	(www.tre-sc.gov.br)
<i>Federação Catarinense de Futebol</i>	(www.fcf.com.br)
<i>Dieese – Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos</i>	(www.dieese.org.br)
<i>Fiesc – Sistema Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina</i>	(www.fiesc.org.br)
<i>Caged – Cadastro Geral de Empregados e Desempregados</i>	(www.caged.gov.br)
<i>Masc - Museu de arte de Santa Catarina</i>	(www.masc.sc.gov.br)
<i>Fundação Catarinense de Cultura</i>	(www.fcc.sc.gov.br)
<i>Epagri – Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural</i>	(www.epagri.sc.gov.br)
<i>Dnit – Departamento Nacional de Infra-estrutura de Transportes</i>	(www.dnit.gov.br)
<i>Defesa Civil</i>	(www.defesacivil.sc.gov.br)
<i>Ministério Público Federal</i>	(www.pgr.mpf.gov.br)
<i>Tribunal de Justiça</i>	(www.tj.sc.br)
<i>Diário Oficial da União</i>	(http://portal.in.gov.br/in)
<i>Fatma – Fundação do Meio Ambiente</i>	(www.fatma.sc.gov.br)
<i>Sinduscom – Sindicato da Indústria da Construção Civil</i>	(www.sinduscon-fpolis.org.br)
<i>Fecomércio – Federação do Comércio de Bens, de Serviços e de Turismo de Santa Catarina</i>	(www.fecomercio-sc.com.br)
<i>Prefeitura Municipal de Florianópolis</i>	(www.pmf.sc.gov.br)

<i>Receita Federal</i>	(www.receita.fazenda.gov.br)
<i>Polícia Rodoviária Federal</i>	(www.dprf.gov.br)
<i>Detran</i>	(www.detran.sc.gov.br)
<i>Governo do Estado de Santa Catarina</i>	(www.sc.gov.br)
<i>Polícia Militar</i>	(www.pm.sc.gov.br)

Esses dados provenientes dos questionários indicam a centralização dos processos de produção da notícia dentro das redações no que tange a apuração na internet. Entendem-se por centralização as formas de uso das redes digitais para executar tarefas de coleta e busca de informações que se dão a partir das redações, como é o caso, amplamente detectado por outros pesquisadores (Garrison, 2003; Masip, 2008), do acesso a fontes oficiais por meio da internet. Este processo se desenvolve de duas formas:

a) Acesso das redações às fontes oficiais. Nota-se uma forte tendência dos jornalistas a tratar o ciberespaço como uma ferramenta otimizadora dos contatos preestabelecidos com fontes oficiais, tanto pelo correio eletrônico quanto pelas páginas institucionais. A digitalização de informações também amplia o acesso a dados que podem detalhar matérias.

De acordo com Recio (1999, p.24), na internet

a única realidade contrastável é a utilização das chamadas páginas oficiais, isto é, aquelas que seus conteúdos oferecem o estabelecido em uma instituição, pode ser pública ou privada e que mostrem dados e documentos quase sempre verificáveis. É uma espécie de informação institucionalizada, garantida e avalizada por algum organismo tradicional no uso da informação.²⁴

24 La única realidad contrastable es la utilización de las llamadas páginas oficiales, es decir, aquellas que sus contenidos ofrecen lo establecido en una institución, bien pública bien privada y que muestran datos y documentos casi siempre verificables. Es una especie de información institucionalizada, garantizada e avalada por algún organismo tradicional en

Por outro lado, os sistemas internos de comunicação dos grupos jornalísticos facilitam o acesso ao grande contingente de material editorial produzido durante as jornadas de trabalho de cada suporte jornalístico. O compartilhamento desses dados é uma forma de apuração jornalística na internet, na medida em que se dá início à produção de uma nova peça jornalística a partir da apuração realizada por outro profissional. Esta é uma forma inovadora, embora centralizada nas redações da própria empresa.

b) *Acesso das redações às fontes internas.* A centralização também ocorre por meio das *intranets*, ou redes internas, uma forma de apuração jornalística centralizada na produção editorial de outros veículos jornalísticos da mesma empresa jornalística. Esta é uma das características da convergência que mais influencia nos processos de apuração (Quinn, 2002; Machado, 2006).

Na cobertura centralizada encontram-se, portanto, estas duas formas de acesso às fontes; a primeira em razão da digitalização das informações pertinentes a fontes oficiais; a segunda, advinda do surgimento das redes internas. As noções de centralização percebidas no jornalismo contemporâneo resultam do processo evolutivo marcado pelas características de espaço e tempo de diferentes suportes tecnológicos em momentos históricos. (Machado, 2000, p.36).

Conforme Recio (1999, p.14):

A documentação passou a converter-se na principal ferramenta que vão utilizar jornalistas do terceiro milênio. É uma documentação on-line, que chega por diferentes caminhos, mas sempre utilizando sistemas on-line, principalmente internet. Se trata das novas fontes que vão desenvolver Jornalistas e Documentalistas da Informação Eletrônica dentro da Sociedade da Informação. Neste círculo, a documentação aproveita também a chegada da informação on-line, além da gerada pelos próprios redatores e que já tem um tratamento digitalizado.²⁵

el uso de la información.

25 Livre tradução: En este sentido, la documentación ha pasado a convertirse en la principal herramienta que van a utilizar los periodistas del tercer milenio. Es una documentación on-line, a la que se llega por diferentes caminos, pero siempre utilizando sistemas en línea,

Tanto o acesso a fontes documentais digitalizadas quanto a produção interna, que são formas institucionalizadas em maior ou menor medida na atividade jornalística, são condicionados por dois fatores que serão tratados neste mesmo capítulo: (a) a superabundância de informações provenientes das redes interna e externa e a relação com o escasso tempo nas redações para investigações e (b) o caráter da atualidade conferido e exigido permanentemente aos produtos jornalísticos, haja vista a característica deste novo suporte jornalístico: a atualização constante.

Esses dois condicionantes estão relacionados às formas de apuração centralizada das organizações jornalísticas, que, em primeiro lugar, privilegiam as fontes oficiais em detrimento de outras fontes na internet, pela sua tradição de fornecimento de dados para jornalistas, e, em segundo lugar, utilizam as informações compartilhadas por meio da intranet, podendo tanto agilizar a velocidade da publicação de notícias nos veículos, quanto favorecer o trabalho em equipe para coberturas mais amplas e contextualizadas dos fatos noticiosos.

Com a difusão da internet e, conseqüentemente, da transmissão de informações no que tange à sua aplicabilidade ao Jornalismo, repórteres e editores contam com novas possibilidades principalmente na hora de apurar as informações dentro da própria organização jornalística. (Recio, 1999, p.13). A informação em circulação no ciberespaço permite, potencialmente, avanços no processo de apuração da notícia, ainda que a pluralidade de fontes existentes tanto na internet quanto nas intranets coloque novos obstáculos para a apuração.

Ao contrário do que se percebe no Jornalismo atualmente no que concerne à hegemonia de fontes oficiais (Alsina, 2005; Moretzsohn, 2007), a atividade deveria, em tese, refletir a pluralidade dos sujeitos sociais, independentemente de crenças e interesses particulares. A predomi-nância de fontes oficiais é um dos principais desafios a serem superados para garantir a pluralidade de vozes no relato jornalístico. Por outro lado, não se deve levar em consideração apenas o aspecto negativo da hegemonia das fontes oficiais, mas reconhecer o avanço que é a ampliação da acessibilidade de informações governamentais públicas.

principalmente internet. Se trata de las nuevas funciones que han de desarrollar el Periodista e el Documentalista de Información Eletrónica dentro de la Sociedad de la Información. En este círculo, la documentación aprovecha también la llegada de información en línea, además de la generada por los propios redatores y que ya tiene un tratamiento digitalizado.

No acompanhamento dos processos produtivos durante a etapa de observação do estudo de caso no *Grupo RBS*, os jornalistas relataram como principal critério de credibilidade de uma página institucional a atualização constante. Páginas institucionais que não fornecem informações com regularidade deixaram de ser acessadas nos casos comentados.

Garrison (2003, on-line) já identificava que jornalistas usam páginas governamentais com muita frequência para recuperar informação. O autor detectou problemas como dificuldade de verificação e falta de informação de contato. Além disso, o fato de páginas de governos dominarem a categoria de mais frequentados demonstra certa dependência. “O uso de páginas governamentais como fontes principais de informação revela que organizações jornalísticas estavam usando as novas tecnologias em modos antigos simplesmente para usar fontes dignas de crédito existentes mais rapidamente.” (Garrison, 2003).²⁶

A apuração com diversidade de fontes busca garantir a distinção do discurso jornalístico com relação a outros discursos que permeiam as sociedades. A apuração jornalística busca a exatidão das informações analisadas nas matérias de natureza jornalística para, em última análise, garantir um dos principais valores que norteiam a atividade jornalística: a credibilidade. (Pereira Júnior, 2006, p.78).

Uma interpretação mais acurada e plural dos fatos, necessariamente, precisará partir de uma apuração rigorosa e da diversificação das fontes. A obtenção de dados está no cerne da atividade jornalística, que atua como mediadora entre os cidadãos e os acontecimentos. Isto ocorre com a intenção de cumprir com a função social do Jornalismo, de fornecer subsídios e informações para que cidadãos tomem consciência de temas relevantes e de interesse público. (Moretzsohn, 2007, p.32).

2.4 A centralização da apuração por meio das intranets

As organizações jornalísticas possuem como traço marcante da sua constituição atual, desde que o acesso à internet foi generalizado por volta dos anos 2000, o grande volume de informações que chegam todos

²⁶ Livre tradução: Use of government sites as leading sources of information underscores that news organizations were using the new technologies in old ways—simply to use existing credible sources of information faster.

os dias às redações para, potencialmente, serem transformadas em notícias (Calahan, 2006, p.33).

Ressalta-se que uma das premissas deste trabalho é que a superabundância de dados, por si só, não garante a qualidade da informação, isto é, acredita-se que a matéria-prima do Jornalismo – a informação – contribui substancialmente para o aprimoramento de matérias apenas quando os profissionais se encontram preparados intelectualmente para interpretar tais dados e fornecer relatos claros e compreensíveis da realidade em questão. Essa transição do modelo de acesso torna a atividade jornalística progressivamente mais complexa, em razão do desafio de fornecer relatos exatos e acurados e que, principalmente, representem assuntos de relevância pública.

Durante a observação do estudo de caso, o editor das editorias de Geral e Polícia do *Diário Catarinense* relatou que recebe 3000 e-mails internos (com notícias dos outros veículos do *Grupo RBS* que incluem o jornal popular *Hora de Santa Catarina* e os gaúchos *Zero Hora* e *Diário Gaúcho*, além da *Agência RBS*, que organiza as coberturas das sucursais em Criciúma, Tubarão, Lages, Joaçaba e Chapecó, assim como a integração com os jornais *A Notícia* e *Jornal de Santa Catarina*) e externos (principalmente de agências de notícias como *Folha de S. Paulo* e *Agência Estado*), mas aproveita, no máximo, quinze destas mensagens. Todo esse conteúdo é monitorado por meio de um agregador de conteúdos²⁷.

Este exemplo serve para ilustrar como a digitalização do processo de produção das notícias vem alterando a prática do Jornalismo, acelerando de forma decisiva os seus processos produtivos. Assim, nota-se o traço marcante da produção jornalística contemporânea de utilização das redes internas de circulação de informações (Quinn, 2002; Machado, 2006).

Dos jornalistas que responderam ao questionário da pesquisa, a maioria (67,9%) acessa a rede interna do grupo, embora alguns tenham alegado que nunca (9,4%) acessam o conteúdo editorial produzido pelos

²⁷ De acordo com a Wikipedia, agregadores de conteúdos são programas que verificam página habilitadas com a tecnologia RSS, uma tecnologia que permite aos usuários inscreverem-se em sites que atualizam e mudam seus conteúdos com frequência. São exemplos de agregadores: Google Reader, Feed Reader. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/RSS> Acesso em 03.07.2009

outros meios da empresa.

A utilização das redes internas de comunicação pelas redações está relacionada em primeiro lugar, ao advento das redes digitais, que forneceram condições para que os conceitos que englobam a convergência das redações pudessem ser colocados em prática. Desse modo, materializa-se mais um tipo de centralização do processo de apuração nas redações, pelo *acesso das redações às fontes internas*. Esta categoria se define como a utilização das informações em circulação nas redes internas de comunicação das empresas jornalísticas, não só multimídia, com o intuito de apurar informações produzidas por outros veículos da empresa para reelaboração de matérias de acordo com as linguagens exigidas para cada suporte.

No caso do *Grupo RBS*, a rede interna de comunicação possui um sistema que permite a comunicação de texto por meio do software *Notes*, espécie de MSN interno, e, por voz, através dos ramais telefônicos, para contatar os profissionais em cada redação. Esses dois mecanismos fornecem uma estrutura que impulsiona a cobertura conjugada e a comunicação interna desses profissionais, distribuídos não só em Santa Catarina e Rio Grande do Sul, como também na sucursal de Brasília. Assim, o que se pode perceber é que a tecnologia digital tende a afetar tanto os meios de produção quanto os próprios conteúdos no jornalismo praticado nas redes. (Recio, 1999, p.14).

No *Grupo RBS* são utilizadas bases de dados pagas de outros jornais, como da *Agência Estado* e *Folha de S. Paulo*, além da própria agência de notícias do grupo, a *Agência RBS*. Além disso, a construção de uma base de dados própria fornece, por meio de pastas de cada veículo, o acesso a todos os conteúdos produzidos no dia para possíveis reaproveitamentos de conteúdos. Na observação direta na redação do *Diário Catarinense*, constatou-se que para consultar edições antigas do periódico não havia um arquivo digitalizado em bases de dados, com mecanismos de busca, por meio de palavras-chave que fornecessem acesso à memória do periódico. Ao contrário, os profissionais precisavam recorrer às versões impressas no arquivo do *Grupo RBS*. No *diario.com.br* há possibilidade de busca nas últimas trinta edições do *Diário Catarinense*, não havendo hemerotecas que armazenem sistematicamente o conteúdo publicado no jornal desde a fundação em 1986.

A transformação social e tecnológica em curso atualmente, em termos de digitalização de informações e sua organização em bases de

dados, pode modificar positivamente o conteúdo das notícias publicadas em jornais, apresentando-as de forma mais contextualizada em todos os suportes. (Colle, 2002; Machado, 2006; Barbosa, 2007). Um exemplo do começo dessa mudança de mentalidade foi observado no estudo de caso no *Grupo RBS*. A equipe de produtores do telejornal *RBS Notícias*, que trabalham de forma integrada na produção de pautas, insere dados e informações num banco de dados próprio, no qual todos os jornalistas compartilham informações pertinentes a pautas que chegam por vários canais, não só por e-mail como também por telefone. As listas de fontes e de pautas são um dos exemplos de como as bases de dados das redes internas podem ser organizadas para facilitar a vida dos jornalistas. (Machado, 2006)

As redações da *RBS TV* e da *CBN/Diário*, que trabalham no mesmo prédio há dez anos, não se localizam no mesmo prédio das edições impressa e virtual do *Diário Catarinense*. Os editores de rádio e TV relataram que, embora cada uma ocupe um espaço determinado, separado fisicamente, o que não constitui uma redação totalmente integrada, eles entendem o trabalho em equipe como “automático”, havendo uma “sinergia” entre as redações. (Calegari, 2009; Melato, 2009). Não há reuniões de pauta em conjunto, como ocorre com editores e subeditores do *Diário Catarinense* e *diario.com.br*. Questionada sobre o fato, Calegari respondeu que “não fazemos reunião de pauta pois trabalhamos com o mesmo sistema (*WiNews*) que a *CBN/Diário*, temos acesso a todas as pautas que eles estão produzindo e trazendo. Não tem necessidade de chamar, principalmente, devido aos horários diferentes de fechamento. Aqui a troca é imediata.” (Calegari, 2009)

Os editores da rádio e da televisão citaram profissionais que trabalham nos dois veículos como exemplos de convergência. Calegari relatou que “o nosso produtor do *RBS Notícias* da manhã, o Antonio Neto, é repórter da *CBN/Diário*. Então ele traz informação da *CBN/Diário*, leva daqui pra *CBN/Diário*”. Ela também citou a atuação de Renato Igor, que trabalha na *CBN/Diário* e na *TV Com* (canal da *RBS* na TV paga) e a atuação de Mario Motta e Luis Carlos Prates, ambos apresentadores de programas na *CBN/Diário* e, respectivamente, apresentador e comentarista na *RBS TV*. Entretanto, a atuação de jornalistas com dois contratos, um na televisão e outro no rádio, não significa, necessariamente, um profissional que aplica noções de convergência nas suas tarefas nos dois veículos. Não só os profissionais

que atuam profissionalmente em mais de um meio estão automaticamente gabaritados para pôr em prática as noções de convergência. Até porque se pode trabalhar em mais de um meio sem praticar convergência de conteúdos, apenas profissionalmente.

Ao contrário, profissionais que atuam em apenas um veículo podem também realizar coberturas jornalísticas de forma convergente, como, por exemplo, preocupando-se em registrar determinado fato por meio de imagem em movimento ou estática e sonoras, para serem utilizadas na internet, TV ou jornal ou rádio. Salaverría e Negredo (2008) esclarecem como se dá o processo em jornais que já mudaram:

O processo de elaboração começa na internet, em uma peça curta e rápida que se atualiza segundo seja necessário. Depois, se avalia a possibilidade de acompanhar esta peça com um áudio ou vídeo. Posteriormente, com os dados adicionais e as reações que tenha causado, redige-se um texto mais analítico e de contexto para o papel. (2008, p.65)

Cláudio Thomas, editor do *Diário Catarinense*, explicou que “a informação evolui no *diario.com.br* desde a primeira publicação. A informação vai ganhando corpo e mais detalhes ao longo do dia” (Thomas, 2009). Portanto, pode-se dizer que a rede não só provê conteúdos para a produção de matérias por meio da apuração jornalística na internet, como fornece as condições para mudanças estruturais, no modo como o Jornalismo é produzido, por meio das intranets.

Dentro das possibilidades da apuração interna, existem dois tipos de estratégias, que podem ser denominadas como (a) *apuração conjugada* e (b) *apuração continuada*.

A *apuração conjugada* consiste na elaboração coletiva de diferentes produtos jornalísticos para cada suporte em particular, assegurando suas especificidades, mas elaborados por diferentes jornalistas. Esta apuração só é possível com o compartilhamento de dados por meio das redes internas e da habilidade de comunicação entre os jornalistas de cada meio. A *apuração continuada* se dá em momentos especiais, quando há um direcionamento especial na pauta do dia, como é o caso dos dias em que ocorrem votações eleitorais ou algum evento que monopoliza a atenção de toda a mídia por um espaço de tempo determinado,

como em assassinatos, terremotos, escândalos relacionados à corrupção. Nestas apurações há uma tendência ao trabalho em cooperação.

Na apuração conjugada, a rede interna viabiliza a troca de informações entre jornalistas não apenas da mesma editoria, mas também de veículos diferentes de um mesmo grupo, incentivando o diálogo a respeito de pautas comuns. Também pode ocorrer a possibilidade de jornalistas de editorias diferentes atuarem de forma colaborativa para desenvolver a mesma pauta por diferentes prismas. (Quinn, 2002). Uma matéria acerca dos desdobramentos da duplicação da BR 101, tratada como uma série especial veiculada em três dias, foi produzida para a televisão, transmitida no *RBS Notícias* e publicada no *Diário Catarinense* sem uma interação no planejamento das duas equipes (Calegari, 2009).

Calegari (2009) relatou que, neste caso, de cobertura conjunta, cada meio tem o seu repórter e trabalha de forma independente, não há uma inclinação para um trabalho colaborativo. “A não ser em coberturas especiais, onde um correspondente internacional produz para TV Com, *RBS TV*, *CBN/Diário* e *Diário Catarinense*. Mas no dia a dia nós não trabalhamos em conjunto para fechar as pautas, cada um é independente e totalmente autônomo” (Calegari, 2009).

Essa fala revela a limitação das equipes de jornalismo no trabalho colaborativo e convergente. O trabalho em equipe foi exemplificado pelos editores em casos bem específicos, como são as eleições presidenciais ou municipais. Os dois editores relataram experiências de grandes coberturas para exemplificar o trabalho conjugado das redações. “A *CBN/Diário* nos auxilia muito em grandes coberturas ao vivo, por exemplo, eleições. A *CBN/Diário* está no ar *full time*, todo tempo com informações e muitas entrevistas. No dia a dia é um pouco diferente, eles avisam a produção sobre certos eventos”. (Calegari, 2009). Observam-se processos de apuração convergentes apenas em grandes coberturas.

Por esse motivo, a utilização plena da rede interna de comunicação mostra-se relevante. De acordo com o levantamento proporcionado pelo questionário a rede interna é utilizada pela maior parte dos jornalistas. Dos 53 respondentes, 36 afirmam acessar “constantemente” a rede interna, a ferramenta *WiNews*; 12 a utilizam apenas “às vezes” e cinco responderam “nunca” utilizar a rede.

A implementação de um Jornalismo mais qualificado e contextualizado diante do volume de informação proveniente dos outros

meios da empresa e a dificuldade de vincular este montante de informações com a atualidade exigida pela prática dependem da plena incorporação da apuração continuada. Uma demonstração de que o Jornalismo está muito ligado à atualidade pode ser encontrada no depoimento de Calegato, em que a editora define o telejornal *RBS Notícias* um noticiário de duração de 16 minutos, como um espaço que prima pelo factual, o resumo das principais notícias do dia. (Calegato, 2009). Já Melato considera a programação do *diario.com.br* como hard news ou informação instantânea (Melato, 2009).

Para ressaltar essa transição profunda do Jornalismo, em termos de mudança das informações factuais para as contextualizadas, destaca-se a análise de Traquina (2005, p. 29), para quem “o estudo do jornalismo demonstra claramente que o jornalismo está orientado para os acontecimentos e não para as problemáticas”. Para este autor a visão da comunidade interpretativa dos jornalistas é temporalmente limitada, significando que o aprofundamento, na maioria dos casos, fica em último plano, havendo uma abolição da consciência histórica. A busca diária é pelo presente, o que provoca um retrato da realidade que fornece muito *foreground* e pouco *background*.

Franciscato (2005, p.168) frisa que isso acontece em virtude da

efemeridade do conteúdo jornalístico (seu vínculo ao tempo presente em movimento e o risco iminente de desatualização) leva o pro-fissional a adotar um método de trabalho baseado em técnicas simplificadas para coleta de informações e construção de relatos.

Conforme Franciscato (2005, p.262), é necessário buscar construir um jornalismo que amplie sua capacidade informativa e de contextualização dos eventos por meio dos recursos tecnológicos disponíveis, em contínua evolução em termos de transmissão, edição e acesso. Em tempos de convergência tecnológica, um desafio encontra-se na capacidade de aliar a instantaneidade atual com a operação de uma pluralidade de temporalidades do Jornalismo em distintos suportes tecnológicos.

Com relação à apuração jornalística, Silva Júnior (2006) afirma que com o advento das agências de notícias, elas passaram a contribuir ao estabelecer uma espécie de contrato em torno da atualidade dos

eventos; uma vez que os órgãos de imprensa acederam a um tipo particular de fonte, distinta das fontes locais. “Isso contribui para o jornalismo sair progressivamente de um modelo de gestão centralizado no que toca aos processos de apuração, para, paulatinamente condicionar suas práticas de obtenção da informação em uma perspectiva mais descentralizada”. (2006, p.59-60)

Aplicar a convergência em empresas multimídia constitui um investimento tanto financeiro, para implementar formas colaborativas, quanto intelectual da equipe de profissionais, em relação a treinamento e novas habilidades para que a convergência seja efetivada satisfatoriamente. Nota-se um grande paradoxo nesse sentido, uma vez que a convergência é vista pelas empresas como uma oportunidade de diminuir custos e tornar a produção mais eficiente, mas na maioria dos casos deixa em segundo plano as potencialidades para fazer Jornalismo mais qualificado, que atenda às necessidades das audiências. (Garrison, 2003, on-line) Neste ponto, a característica da busca incessante pela atualidade entra em contradição com a incapacidade dos jornalistas de manusearem adequadamente as redes internas, cujo armazenamento de dados para consultas futuras pode possibilitar a contextualização de matérias factuais com informações que apresentem dados históricos acerca do fato jornalístico.

Com relação a treinamento de apuração na internet, 84,9% dos jornalistas afirmaram que nunca fizeram um curso de aperfeiçoamento para melhorar seu conhecimento sobre apuração na internet.

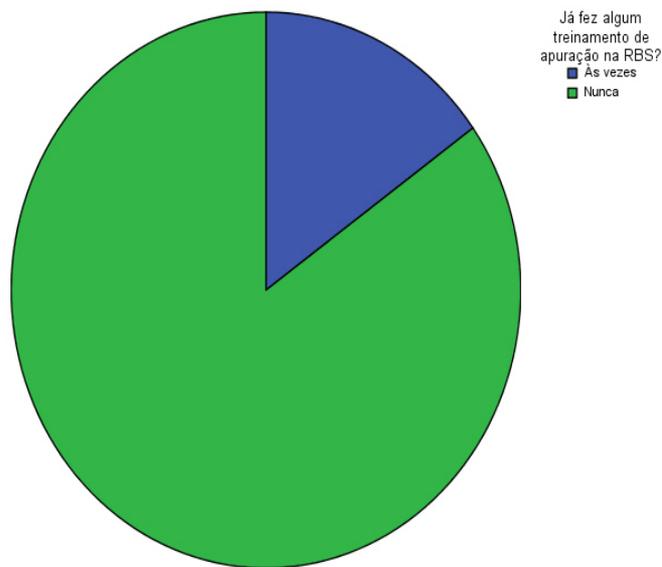


Figura 4: Treinamento para Apuração no Grupo RBS

Uma das saídas para a efetivação de processos convergentes de apuração em organizações multimídia é o incentivo à formação continuada dos jornalistas com o oferecimento de cursos de aperfeiçoamento. (Quinn, 2002; Paul, 1999). Com o advento das redes internas e externas e do acesso a um grande contingente de conteúdos, percebe-se a necessidade de novas competências profissionais dos jornalistas para uma apuração precisa e diversificada do grande volume de informações da web. Essas competências profissionais estão diretamente ligadas à apreensão de conhecimentos de navegação e recuperação de dados no ciberespaço.

Contraditoriamente à sua modernização, as empresas investem pouco em qualificação de pessoal. “As empresas banalizam seu produto final ao abafarem as manifestações de talento, ao não se arrisarem a ampliar o *núcleo inteligente* entre seus jornalistas, do que poderia resultar um foco de resistência. Investimentos pesados em qualificação

conflitam com a política *turnover*²⁸ na imprensa” (Ribeiro, 1994, p.190-191) Conforme Calegari, “dentro do grupo foi feito um treinamento para conhecer melhor o DC. O DC veio entender como funciona a TV. Não vamos dizer que é 100%, porque não é. Porque a gente não está no mesmo prédio. Se estivesse, seria como a *CBN/Diário* e a *TV Com*, uma coisa natural”. “Já melhorou muito. Existia um período em que a gente não sabia o que o DC estava produzindo, o que *Jornal de Santa Catarina* estava produzindo. Hoje todo mundo recebe mensagens de algum assunto que está rolando, de acidentes, de algum fato importante. A gente tem a pré-pauta do que eles estão produzindo” (Calegari, 2009).

A evolução e aprimoramento desses sistemas de comunicação acionados durante a produção da notícia centralizam a integração de redações multimídia, nas quais os jornalistas de vários suportes atuam seguindo lógicas distintas, influenciando na temporalidade jornalística. A lógica do jornal impresso, por exemplo, segue normalmente, mantendo algumas matérias exclusivas para publicação no dia seguinte, embora “a redação esteja cada vez mais focada em construir a notícia na web, em aberto, ao longo do dia”, apontam Salaverría e Negredo (2009, p.65).

Essa é uma importante distinção, só possível com o desenvolvimento de novas tecnologias. Com relação a essas mudanças estruturais decorrentes da tecnologia, Franciscato (2005) avalia os três aspectos que influenciam na temporalidade jornalística: a tecnologia, a organização e as habilidades dos jornalistas:

Os efeitos da tecnologia sobre a transmissão de conteúdos jornalísticos (em matéria-prima ou já transformados em relatos jornalísticos); os efeitos sobre os modos de produção da notícia em uma organização complexa e multifuncional; e os efeitos diretos sobre as capacidades, habilidades e possibilidades do jornalista em manejar esta tecnologia no seu cotidiano. (Franciscato, 2005, p.38)

De acordo com dessa noção histórica da mudança gradativa das

28 De acordo com o Wikipédia, o turnover (em Portugal e no Brasil também denominado Rotatividade) é o nome dado a rotação de funcionários em uma empresa. (<http://pt.wikipedia.org/wiki/turnover>) Acesso em 26.03.2009

habilidades e características dos meios de comunicação, podemos delimitar as distintas estratégias que podem ser adotadas pelos jornalistas com base em processos centralizados e descentralizados. No próximo tópico serão analisadas as limitações das práticas centralizadas para efetivar as inovações que são oferecidas pelas novas tecnologias.

2.5 Limitações da centralização: a contextualização

A hipótese norteadora desta dissertação afirma que o diferencial da apuração na internet consiste, sobretudo, no fornecimento de informação contextualizada. (Koch, 1991). Isso implica uma transição de modelos de produção de conteúdos para outros em que se privilegia a qualidade do conteúdo jornalístico. É um novo paradigma que se está analisando em duplo sentido nesta dissertação. Primeiramente, pelo viés da *centralização* da apuração nas organizações jornalísticas, com a produção coletiva de produtos para múltiplas plataformas pelo domínio das técnicas de recuperação de dados sistematizados nas redes internas e externas. Posteriormente, no próximo capítulo, serão analisados os diferentes graus de descentralização da apuração: com a participação da audiência, com o incremento das câmeras de vigilância e dos celulares com câmeras de melhor qualidade, por exemplo.

Nas organizações jornalísticas contemporâneas existe uma grande quantidade de informação para ser distribuída e, sobretudo, analisada por equipes de profissionais. A transformação social e tecnológica em curso atualmente, em termos de digitalização de informações e sua organização em bases de dados, pode, potencialmente, aprimorar o conteúdo das notícias jornalísticas em todos os suportes, apresentando os fatos de forma mais completa e contextualizada, com a coleta de dados de forma centralizada ou descentralizada.

Conforme Pavlik (2001, p.4):

A natureza fundamental da transformação da narração do jornalismo em um ambiente on-line,

eletrônico está fazendo emergir uma nova forma de notícia, talvez melhor descrita como jornalismo contextualizado. O jornalismo contextualizado tem cinco dimensões ou aspectos básicos: 1) abertura das modalidades de comunicação; 2) hipermídia; 3) maior participação da audiência; 4) conteúdo dinâmico e 5) personalização.²⁹

Neste caso específico da internet, uma das questões centrais da inserção de novas tecnologias no processo de produção diário das notícias, encontra-se assentada no desafio de assimilar criteriosamente informações acessíveis tanto da rede interna das organizações produzidas em abundância ao longo do dia como das informações produzidas nos inúmeros canais informativos: agências, rádios, televisões, jornais, revistas, por-tais, etc. (Silva Júnior, 2006). Outras formas descentralizadas e inovadoras de coleta de dados, quer seja por participação induzida ou não da audiência e pelas câmeras, tanto de vigilância quanto acopladas nos celulares, também podem contribuir para um Jornalismo de qualidade.

Não se pode confundir essa possibilidade de a internet influenciar a produção de um Jornalismo de qualidade, com a real efetivação desta expectativa na realidade, haja vista a enorme distância e o esforço necessário para alcançar este novo modelo de jornalismo. Como aponta Gomes (2009, p.61), “esta proximidade com as fontes de informação pode não ser sinônimo imediato de uma melhoria considerável na qualidade da informação.” Além disso, a apuração das informações na internet representa apenas a etapa inicial da atividade jornalística.

A concepção de que a tecnologia não é determinante para a qualidade do Jornalismo, mas apenas um dos fatores para sua efetivação, é um dos principais pressupostos desta dissertação. Sustenta-se que todo o aparato tecnológico não é suficiente se os jornalistas forem incapazes de identificar um acontecimento com potencial de ser transformado em

29 Livre tradução: The fundamental nature of the storytelling transformation of journalism in an online, electronic environment and that a new form of news is emerging, perhaps best described as contextualized journalism. Contextualized journalism has five basic dimensions or aspects: 1) breadth of communication modalities; 2) hypermedia; 3) heightened audience involvement; 4) dynamic content; and 5) customization.

notícia, por exemplo. Pavlik (2001, p.131) sustenta que “simplesmente tornar as ferramentas disponíveis não assegura seu uso apropriado”³⁰.

Nota-se que a paulatina incorporação da internet e a informatização dos processos de produção dos conteúdos introduziu um modelo de produção digital, em contraposição ao analógico, de produção centrada no uso do computador, reduzindo custos e tempos da produção informativa no primeiro plano, mas complexificando enormemente a dinâmica da produção informativa. (Smith, 1980; Salaverría, 2005)

Esse novo modelo possibilita não só uma apuração diferente do método tradicional, baseado principalmente em entrevistas com fontes, mas cria condições de acesso a um volume enorme e diferenciado de dados, que pode contribuir nas interpretações jornalísticas, como, por exemplo, a consulta a matérias de outros jornais que tratam de fatos análogos ao tema tratado na matéria em questão, localização de fontes especializadas e dados exclusivos para ilustração de reportagens. (Koch, 1991; Recio, 1999). Moretzsohn faz a crítica ao modelo baseado apenas em entrevistas como fontes para composição de matérias:

Se as pautas, em tese, surgem de indagações mais gerais a respeito de um determinado acontecimento ou tema – e o motivo da ressalva é evidente, diante dos mecanismos articulados por fontes cada vez mais organizadas para influir na definição dessas pautas -, as reportagens realizam-se, na grande maioria dos casos, através de entrevistas. (Moretzsohn, p.157).

As perspectivas de inovação no processo de apuração, no que tange à pesquisa de dados complementares aos coletados pelos métodos tradicionais, estão associadas à produção diária do Jornalismo, uma atividade que está profundamente conectada ao cotidiano e condicionada por horários de fechamento (Sousa, 2002, p.77).

As informações em circulação na internet, além de favorecerem o aumento da velocidade na produção de matérias, podem contribuir substancialmente para aprimorar o trabalho dos jornalistas para a elaboração de relatos mais consistentes. E isso exige não só abertura e incen-

30 Livre tradução: Simply making the tools available does not ensure their appropriate use.

tivo nas empresas jornalísticas, como também preparo dos profissionais. Nesse contexto, Moretzsohn (2007, p.113) destaca que a lógica empresarial em que se insere o Jornalismo é decisiva na pontuação de alguns aspectos na cobertura, muitas vezes convencional e previsível, realizada pelos meios de comunicação, coerentes com as rotinas e o ritmo progressivamente veloz de produção.

Garrison (1999, on-line) já notava que a troca de computadores na redação ocorre em virtude do desejo de aumentar a produtividade ou economizar recursos financeiros. Raramente editores e *publishers*, isto é, proprietários ou representantes dos meios de comunicação, melhoraram a tecnologia para aumentar a qualidade dos produtos ofertados. Embora sejam reconhecidos por editores o valor e potencial analítico fornecido pelas informações sistematizadas em bases de dados como forma de conduzir narrativas jornalísticas com uma espectro maior de pontos de vista, essa ainda é uma exceção dentro das redações. (Colle, 2002, p.23)

Com outro ponto de vista, Koch (1991, p.149) analisa que em cada cobertura jornalística é possível construir enfoques múltiplos ou únicos. As coberturas com perspectivas únicas baseiam-se apenas nos relatos das fontes, caracterizando-se pelo uso de declarações. A cobertura múltipla enfoca outras informações ou pontos de vista, contrapondo os relatos com os dados disponíveis nas redes internas ou externas on-line. Na cobertura única, os relatos ficam em primeiro plano. Na cobertura múltipla, os relatos servem para compor o pano de fundo que contextualiza os fatos. Todos os temas podem ser explorados em sua complexidade. (Moretzsohn, 2007, p.65)

Entende-se que o fato jornalístico é uma construção interpretativa, elaborada a partir de um fenômeno. Assim, em uma construção discursiva o jornalista elabora e divulga uma compreensão da realidade. O Jornalismo implica sempre um recorte temático que redesenha o mundo social a partir de um determinado enfoque desses eventos. (Alsina, 2005, p.34). Para Ribeiro, “a construção da notícia começa com um recorte, uma seleção”. (1994, p.11). O recorte da realidade nos jornais, para evitar a mesmice, pressupõe a diferença, a surpresa. Portanto, a apuração e checagem dos fatos influem decisivamente nas angulações ou enquadramentos da notícia, com a inclusão de análises, opiniões e, principalmente, as questões de fundo que dizem respeito a determinado evento noticioso.

De acordo com Koch (1991, p.157), essas questões de fundo podem ser investigadas em bases de dados disponíveis na internet, capazes de munir os jornalistas tanto para questionar as fontes oficiais quanto para diminuir gradativamente a total dependência com relação a esta categoria de fonte. Os jornalistas estariam mais preparados para análises dos fatos amparados em informações on-line de credibilidade.

A melhora na qualidade do conteúdo publicado implica uma mudança de paradigma com relação às técnicas de apuração. Não se pode permanecer com o idêntico processo de apuração anterior ao surgimento da Internet e das possibilidades fornecidas pelas redes internas e externas em organizações jornalísticas. Para Quinn o desenvolvimento de novos processos de apuração depende de transformações (2002, p.33-43) em três esferas: atitudinal (da mentalidade jornalística e o modo como os jornalistas percebem seu trabalho), física (da estrutura física das redações para melhorar o fluxo da informação) e técnica (da tecnologia utilizada pelos jornalistas e o modo pelo qual este uso está sendo feito).

A internet ampliou de forma inédita a comunicação humana, permitindo um avanço planetário na maneira de produzir, distribuir e consumir informações. De uma perspectiva jornalística, o universo de fontes de informação amplia-se na web, principalmente de fontes governamentais e oficiais, surgindo a necessidade de conhecer de que maneiras os jornalistas estabelecem acesso a novas informações, explorando as possibilidades oferecidas pelas redes digitais. (Callahan, 2003, p.41) Os conteúdos da internet à disposição dos jornalistas rompem os limites da distribuição físico-geográfica, muito embora ainda haja diferentes desenvolvimentos econômicos das sociedades tecnologicizadas, com enormes desigualdades no acesso a novas redes. (Palomo Torres, 2004, p. 6).

Até aqui discutimos, no primeiro capítulo, as especificidades do processo jornalístico, que abrange a coleta e investigação de dados para a produção de notícias e as transformações advindas do desenvolvimento de redes internas e externas para o exercício do Jornalismo. No segundo capítulo foram abordados os aspectos relativos aos processos centralizados de apuração da notícia, enfatizando suas potencialidades em termos de contextualização e diversificação de fontes e suas limitações tecnológicas e estruturais.

No terceiro e último capítulo trataremos da disseminação de

novas tecnologias que estão contribuindo para uma descentralização do processo de apuração jornalística. Esta nova modalidade de apuração é resultado, em grande medida, das distintas apropriações e usos destas novas ferramentas. Para sistematizar esses dados foram elaboradas categorias que definem as formas que fogem da produção centralizada nas redações das organizações jornalísticas, tais como a participação da audiência, blogues, conteúdo da Wikipedia, chats e câmeras de vigilância.

CAPÍTULO TRÊS

A Descentralização dos Processos de Apuração

3.1 Pressupostos históricos do jornalismo para a apuração de qualidade

Em palestra proferida em 1987, Genro Filho (2007, p.91) argumenta que o Jornalismo é uma forma de conhecimento que surge, historicamente, com base no desenvolvimento das relações capitalistas e na indústria cultural. “Se não houvesse o desenvolvimento da indústria, que é a base da própria universalização da humanidade, de desenvolvimento capitalista, não haveria a possibilidade do Jornalismo, que inicialmente surgiu como jornal, na metade do século XIX³¹”.(2007, p.93).

O Jornalismo, mais que uma profissão, é uma instituição de grande significado social e de marcada influência política. A importância da imprensa na conformação histórica das sociedades ocidentais contemporâneas busca salvaguardar o pluralismo de ideias. (Karam, 1997, p.15) Historicamente, o desenvolvimento tecnológico tem propiciado profundas transformações no conjunto das instituições sociais, e não seria diferente com a instituição jornalística. Atualmente, processos de descentralização da apuração jornalística têm sido influenciados pelos desenvolvimentos tecnológicos. Um exemplo disso é a popularização crescente do acesso à internet; outra é a disseminação de câmeras de vigilância³². Contudo, percebe-se que novos processos de apuração, descentralizados das redações jornalísticas, estão emergindo como consequência da disseminação do acesso a novas tecnologias.

O exercício do Jornalismo implica a crença em uma série de valores que são construções culturais estabelecidas ao longo dos mais de 150 anos da prática jornalística. (Traquina, 2005b, p. 122). Alguns desses valores são cruciais para a análise do desenvolvimento da apuração, no sentido de compreender as atuais transformações, tais como compromisso com a liberdade - tanto da liberdade de imprensa quanto da liberdade de expressão, um dos pilares das sociedades

31 As experiências iniciais do Jornalismo deram-se nos séculos XVII e XVIII, mas só se consolidaram como uma prática social institucionalizada a partir da metade do século XIX. (Franscisco, 2005, p.15)

32 Este pode ser considerado um reflexo tecnológico resultante do medo e da violência presente nas sociedades contemporâneas, decorrentes de inúmeros processos sociais que não são objeto de análise desta dissertação. Esses processos têm recrudescido ao longo de toda esta década.

democráticas e fundamental para o exercício da apuração. Outros valores essenciais, que muitas vezes são reduzidos pelos constrangimentos organizacionais (técnicos e econômicos), são a independência e autonomia³³ na relação com fontes para composição das matérias e indispensáveis para garantir outro valor dos jornalistas: a credibilidade. (2005, p.132).

Para Cabrera (2005: 315),

o ideal da liberdade de expressão tem hoje certas imperfeições nos meios de comunicação social. A falta de liberdade de expressão em meios que se supõem deveriam levantar a bandeira de princípios como a verdade e a liberdade é uma realidade que enfrentam diariamente os jornalistas.³⁴

A importância de manter a credibilidade leva a um trabalho constante de verificação dos fatos e de avaliação das fontes de informação, cuja exatidão se encontra intimamente ligada aos métodos e processos de apuração da notícia. Nesse contexto, faz-se necessário acrescentar outro valor importante para o jornalismo: a associação com a verdade. (Cornu, 1998, p.89). Daí a responsabilidade das empresas de garantia de condições para que jornalistas tenham liberdade para oferecer informação verdadeira e com credibilidade para a sociedade. Para tanto, códigos de ética sistematizam algumas normas deontológicas jornalísticas. Christofoleti (2003) conclui:

Em termos gerais, os diversos códigos de ética jornalística em vigor no mundo³⁵ têm alguns

33 Conforme Santos (2003, p. 14), nos estudos das organizações jornalísticas e sua interligação com as fontes está é recorrente a ideia de autonomia profissional dos jornalistas. “Mas, apesar da autonomia e da vigilância sobre o poder, os jornalistas interligam-se às organizações noticiosas que os empregam e condicionam a sua atuação”.

34 Livre tradução: El ideal de la libertad de expresión tiene hoy ciertas lacras em los medios de comunicación social. La falta de libertad de expresión em medios que se suponía debían abanderar principios como la verdad y la libertad es una realidad a la que se enfrentan a diario los periodistas.

35 No Brasil vigoram os códigos da categoria elaborado pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) e os das entidades patronais – a Associação Nacional dos Jornais (ANJ), a Associação Brasileiras de Emissoras de Rádio e TV (Abert), a Associação Nacional das Editoras de Revistas (Aner).

pontos em comum: defendem a liberdade de expressão e de crítica; são pela independência e integridade dos jornalistas, orientando a não-aceitação de quaisquer vantagens materiais ou morais, repudiam qualquer influência exterior sobre o trabalho jornalístico; são categóricos quanto à necessidade da verdade na apuração da informação; propagam o respeito às fontes e o uso de meios legítimos na busca da informação; repudiam o preconceito e a discriminação. (2003, p.47)

As reflexões sobre os processos jornalísticos têm revelado que esta prática profissional possui desafios temáticos variados e, sobretudo, complexos. De fato, Berger (1998) explica as contradições desta atividade, que se preocupa em informar os acontecimentos do passado imediato a respeito do que acontece ao redor, seja em escala local, seja na global.

A interpretação do discurso jornalístico [...] permite situar a notícia no interior de uma complexa rede produtiva. E então, as notícias passam a ser produtos produzidos por jornalistas assalariados, mais ou menos bem pagos, que trabalham num mercado mais ou menos saturado e competitivo, em redações com determinadas definições hierárquicas. Estas condições de produção do discurso jornalístico marcam as relações entre os jornalistas e suas fontes, e o jornal e seus leitores. (Berger, 1998, p.20)

Nessa mesma vertente de pensamento, Cornu (1998) afirma que a ética da informação não se resume à ética dos jornalistas. Ela desdobra-se em uma ética dos meios de comunicação, cuja responsabilidade como organizações ultrapassa a soma das responsabilidades individuais dos jornalistas. (Cornu, 1998, p.111). Nesse contexto estão envolvidos os objetivos econômicos das empresas e seus respectivos vínculos com o mercado, isto é, os patrocinadores e consumidores. Portanto, a possibilidade de subordinação dos profissionais ao interesse das empresas na quais trabalham, concomitante a relação ao que deve ser a boa prática do Jornalismo, é um constante paradoxo que os estudos sobre a apuração

devem levar em consideração.

Todas essas questões possuem relação direta com as novas condições em que os processos de apuração podem ocorrer dentro das organizações jornalísticas, pela necessidade de compreender as mudanças sociais. Como aponta Moretzsohn (2007), sem mudar os métodos jornalísticos de análise e interpretação dos dados apurados, corre-se o risco de fornecer um relato débil do mundo, com enquadramentos previsíveis e preconceituosos. Essa autora critica a postura de jornalistas na qual, “no caso das entrevistas 'factuais', a interação é substituída pela atitude utilitária de obter a informação no menor tempo possível, o recurso aos especialistas *prêt-a-penser* do saber competente que simplificam as questões complexas a título de explicá-las”. (Moretzsohn, 2007, p.163)

Ribeiro (1994) critica o risco de simplificação do processo jornalístico:

Apesar de imersa num contexto simbólico, a tarefa jornalística é submetida a racionalidade capitalista e assim parcelada em tarefas cada vez mais simples. O trabalho produtivo, intelectual, passa então a ser executado no âmbito do quadro operacional típico da produção industrial. Dentro da moderna empresa de notícias a atividade obedece a uma lógica instrumental visando à produtividade, guia-se pela ética do desempenho e pela estética da homogeneidade. (1994, p.178)

Entende-se que sempre é importante demarcar que o Jornalismo exerce um serviço de utilidade pública, mas se estrutura de acordo com uma lógica capitalista de obtenção de lucros. Mesmo assim, o Jornalismo não pode ser simplificado apenas aos interesses comerciais. Nesse sentido, Genro Filho (1987, p.178) afirma que, por ser um fenômeno histórico e se constituir numa forma social de conhecimento, o Jornalismo ultrapassa a base social imediata do capitalismo. As circunstâncias históricas, empresariais e culturais produziram um Jornalismo em que convivem elementos modernos e tradicionais. Como alerta Gomes, “a proximidade com as fontes de informação pode não ser sinônimo imediato de uma melhoria considerável na qualidade da informação” (2009, p.61)

Nos próximos tópicos serão avaliados os dois diferentes tipos

de descentralização da apuração: a consulta ao conteúdo produzido por outros jornais, ou Meta-Apuração, e a apuração por meio da participação da audiência, ou Apuração Participativa.

3.2 Descentralização do processo de apuração: Meta-Apuração

Dentro dos estudos científicos sobre o Jornalismo, há uma perspectiva teórica que vêm se constituindo desde que computadores com acesso à internet popularizaram-se em organizações especializadas na produção de notícias. (Garrison, 1999; Machado, 2000). Os autores avaliam, principalmente, as implicações no processo de produção da notícia originadas da armazenagem e consulta de informações com o advento da World Wide Web ou Rede Mundial de Computadores. A apuração jornalística é uma das etapas que compõem a prática do jornalismo e vem sendo estudada teoricamente em busca de sua compreensão plena, com o apontamento dos seus avanços e limitações. (Houston, 1996; Paul, 1999; Callahan, 2003; Masip, 2008; Lambie e Quinn, 2008)

O compromisso central dessas teorias se dá no âmbito dos efeitos associados à difusão da internet em escala global, que fornece aos jornalistas o acesso a distintas informações para produção de matérias jornalísticas. Ressalta-se que esta modalidade de pesquisa frequentemente não só realiza a abordagem teórica específica sobre o seu objeto de estudo, mas utiliza procedimentos metódicos para buscar evidências empíricas como censos nacionais (Garrison, 1999) e estudos de casos (Masip, 2008; Gomes, 2009) que observam processos e recolhem depoimentos de profissionais envolvidos com a apuração jornalística na internet. Ainda é importante destacar que tais pesquisas se concentram basicamente em conglomerados estruturados para produção de produtos multimídia, como é o caso do *Grupo RBS*.

Num primeiro momento, entre os anos 1970-80 (Smith, 1980), a incorporação de computadores apenas para processar texto nas redações representou um prenúncio das profundas alterações nas práticas que vêm ocorrendo nos últimos anos com o crescente acúmulo de informações na web. Esse avanço de infraestrutura tecnológica para o provimento de informações representa a transição do modelo tradicional/convencional e restrito de acesso a dados para o modelo contemporâneo, no qual o

conteúdo de milhares de jornais, televisões, estações de rádio, revistas e outras publicações pode, potencialmente, auxiliar os repórteres na sua atividade profissional. (Gunter, 2003, p.95). Esse processo de descentralização não pode ser considerado uma novidade para a prática do Jornalismo, mas ganha novos contornos com a convergência e a ampliação das redes internas e externas. (Machado, 2000, p.27).

O primeiro dos tipos de apuração descentralizada é o que identificamos como Meta-Apuração: *a) Meta-Apuração*: Centra-se no acesso ao conteúdo on-line de outros meios de comunicação na internet. O processo de apuração da notícia já ocorreu e será simplesmente divulgado, citando a fonte, ou estes dados darão início a novos processos de apuração, havendo a readequação às necessidades da audiência de cada veículo jornalístico. (Wolf, 1995) Este tipo de apuração não se constitui apenas com o acesso ao material jornalístico de atualidade, mas também pelos conteúdos que não estão sujeitos à imediaticidade da informação e oferecem uma visão panorâmica dos assuntos informativos mais relevantes. (Lacoba, 2007)

De acordo com o levantamento realizado junto aos jornalistas atu-antes nos diversos meios do *Grupo RBS*, em Florianópolis, constatou-se a prevalência de oito fontes de consulta para os 53 jornalistas de rádio, televisão, jornal e internet:

<i>GI</i>	<i>globo.com</i>
<i>clicRBS</i>	<i>Diário Catarinense</i>
<i>Folha de S.Paulo</i>	<i>Uol</i>
<i>O Estado de S.Paulo</i>	<i>Terra</i>

Essa pergunta requisitava que o jornalista indicasse as três principais fontes jornalísticas acessadas na internet. Cinco jornalistas confundiram veículos estritamente jornalísticos com páginas de buscas, governamentais, de times de futebol, páginas “relacionadas com as pautas”; também foi citado, especificamente, o buscador *Google* como fonte jornalística. Esse dado demonstra a falta de clareza dos jornalistas com relação às diferenças entre as informações em circulação na internet. De acordo com o levantamento, apenas um jornalista fez referência a consultas nas páginas das revistas semanais *Veja* e *Isto É*, e dois

citaram blogues como veículos jornalísticos, como o *Blog do Noblat*. (<http://oglobo.globo.com/pais/noblat>)

Atualmente, percebe-se que as novas tecnologias estimulam a produção on-line e encorajam novas abordagens de velhas tarefas. (Garrison, 2003, on-line). Pode ser considerado exemplo dessas novas abordagens o acesso ao conteúdo on-line dos meios de comunicação. Palacios e Ribas (2007) indicam que uma boa capacidade de navegação na internet está relacionada ao acesso a páginas de jornais de todas as partes do mundo. Os autores apontam que a grande quantidade de publicações on-line implica a busca seletiva de notícias, que deve ser facilitada por ferramentas disponíveis on-line para o monitoramento constante. (2007, p.17).

As fontes de informação jornalística brasileiras também podem ser encontradas na página do Ministério do Planejamento (<http://clippingmp.planejamento.gov.br/>) que disponibiliza o acesso ao clipping de jornais diários e revistas semanais. Além disso, os alertas no-ticiosos personalizados também são uma alternativa para uma atualização constante tanto por e-mail, quanto por ferramentas agregadoras. (Palacios; Ribas, 2007, p.53)

Estas práticas ilustram o que identificamos como *Práticas de descentralização* do processo de apuração. Entende-se por *Descentralização do Processo de Apuração* um modelo mais horizontal de produção do jornalismo, com o auxílio dos conteúdos em circulação no ciberespaço para produção de matérias. (Machado, 2003, p.79). A expansão das redes digitais possibilita a consulta ao conteúdo de outros jornais armazenados na web ou a intensificação da participação da audiência não só com o envio para os jornais de fotos e vídeos de fatos noticiosos, como também pela postagem direta em blogues pessoais ou em redes sociais. (Allan, 2006, p.89). A descentralização tanto pode partir da apuração feita por um outro meio de comunicação quanto pode se valer de uma contribuição do público. Em geral, a descentralização da apuração é o ponto de partida para novos tipos de processos.

Gomes (2009, p.58) argumenta que “as novas tecnologias, particularmente a Internet, oferecem ao jornalismo uma multiplicidade de conteúdos e ferramentas que contribuem decisivamente para a concretização de tarefas inerentes à prática jornalística”. O autor prossegue afirmando que “a rede provoca alterações substanciais na forma como os jornalistas dos media tradicionais (imprensa, televisão e rádio)

procedem na pesquisa de conteúdos, recolha de informações e no que concerne ao contato com fontes de informação, tendo em vista a elaboração de noticiários para os suportes tradicionais”. (Gomes, 2009, p.59)

Sobre essa transformação profunda desencadeada pelos processos descentralizados resultantes do desenvolvimento das redes Lacoba (2007) explica:

Resulta significativa a correlação que se estabelece entre cada modelo de sociedade e o meio de comunicação dominante. As sociedades industriais, com estruturas verticais, hierárquicas e fechadas, dispuseram de uns meios de comunicação: imprensa, rádio, televisão – unidireccionais e hierárquicos. Por sua parte, na sociedade da informação, baseada em organizações descentralizadas e cooperativas, surge o jornalismo digital, um novo meio caracterizado pelo predomínio da comunidade sobre os centros emissores que pretende a integração informativa do usuário de informação digital. (2007, p.27)³⁶

Estudos que abordam teoricamente a apuração jornalística na internet buscam auxiliar os profissionais a refletir sobre suas práticas e, fundamentalmente, o significado social e político de sua atividade em tempos de transição. (Ribeiro, 1994; Paul, 1999). Isso porque a apuração jornalística pode, potencialmente, fornecer subsídios para incrementar a cobertura dos acontecimentos em virtude do grande volume de informações sistematizadas no ciberespaço que podem ser trazidas ao debate pelo Jornalismo (Quinn, 2002, p.169). Outras pautas que, tradicionalmente, não possuem espaço na agenda oficial dos meios de comunicação em que prevalecem a agenda dos proprietários de meios e

36 Livre tradução: Resulta significativa la correlación que se establece entre cada modelo de sociedad y el medio de comunicación dominante. Las sociedades industriales, com estructuras verticales, jerárquicas y cerradas, dispusieron de unos medios de comunicación – prensa, radio, televisión -unidireccionales y jerarquizados. Por su parte, em la sociedad de la información, basada em organizaciones descentralizadas y cooperativas, surge el periodismo digital, un nuevo medio caracterizado por el predominio de la comunidad sobre los centros emisores que pretende la integración informativa del usuario de información digital.

de líderes políticos podem começar a disputar estes espaços. (Koch, 1991, p.319).

A criação de arquivos digitais, com sistemas sofisticados de indexação e recuperação da informação, podem auxiliar na prática do jornalismo. Palacios e Ribas (2007) explicam que “ o volume de informação [jornalística] anteriormente produzido, e diretamente disponível ao usuário e ao produtor da notícia cresce exponencialmente na internet, o que produz efeitos quanto à produção e recepção da informação jornalística”. (2007, p.49)

Desde que Philip Meyer (1973) introduziu o termo Jornalismo de precisão na década de 1970, houve grandes avanços no terreno do Jornalismo. Nos anos 1970, somente grandes jornais diários estavam aptos a aplicar a tecnologia em serviço para o fornecimento de subsídios para a produção de matérias. Eram necessários acesso a sistema de computadores de ponta, suficiente orçamento para assinaturas de bases de dados e a perícia necessária de programação para uso de computadores. Nos últimos trinta e seis anos, essa realidade se modificou com a sistemática difusão da tecnologia em variados âmbitos da sociedade.

Mesmo que os princípios da apuração jornalística de qualidade continuem intactos, com a checagem e contrastação das fontes, esta etapa do processo jornalístico transformou-se profundamente à medida que novas ferramentas foram introduzidas para produção de notícias, principalmente com os dados fornecidos pela *World Wide Web*.

Outro ponto relacionado com a apuração no conteúdo de outros meios de comunicação é o caráter histórico do armazenamento desses dados na rede para consultas posteriores, por meio das hemerotecas digitais. Albornoz (2007, p.135), que estudou os principais jornais de língua espanhola, aponta que os veículos jornalísticos estão se convertendo, através das hemerotecas ou arquivos digitais de suas próprias edições, em importantes obras coletivas de caráter histórico ao alcance do conjunto da comunidade internacional. Numerosos historiadores, sociólogos ou documentaristas têm nos diários on-line e em suas respectivas hemerotecas uma nova fonte histórico-documental.³⁷ (Albornoz, 2007, p.21)

37 Livre tradução: Paulatinamente los principales diarios online se van convirtiendo, a través de las hemerotecas o archivos digitales de sus propias ediciones, en importantes obras colectivas de carácter histórico al alcance del conjunto de la comunidad internacional. Numerosos historiadores, sociólogos o documentalistas tienen en los diarios online y en sus respectivas hemerotecas una nueva fuente histórico-documental.

Além disso, os próprios jornalistas passam a consultar materiais antigos para consulta, para acompanhamento de seu próprio trabalho. Durante a observação do estudo de caso, constatou-se que jornalistas da TV costumavam diariamente ver a edição do dia anterior disponível na página virtual do programa. (www.rbstv.com.br). O jornal *Diário Catarinense* oferece ao público uma hemeroteca bastante reduzida, somente dos últimos trinta dias, de forma gratuita. (Machado, Manini, Kerber, 2008) Mas, para consulta interna, os jornalistas do *diario.com.br* trabalham com buscadores para acessar os últimos noventa dias. Esse mecanismo oferece a possibilidade de sugerir “matérias relacionadas”.

O crescimento deste novo tipo de apuração jornalística na internet está gradativamente abrindo novas oportunidades para descentralização da apuração. O próximo tópico tratará a respeito da descentralização da apuração ocasionada pela participação da audiência.

3.3 A incorporação do Público na Produção: Apuração Participativa

A internet oferece a oportunidade de difusão de informações pelos membros da audiência que nunca foi possível nos meios tradicionais, representando uma alternativa ao processo centralizado de produção comandado pelo campo comunicacional. (Gunter, 2003, p.95) Para entender esse novo contexto em que atuam os profissionais do Jornalismo é necessário refletir sobre as transformações do exercício da profissão com o desenvolvimento da internet e dos cibermeios. (Salaverría, 2005, p.22). Os desafios englobam novas atitudes dos jornalistas perante a audiência, que começa a ter um maior protagonismo, passando de mero receptor a interlocutor e, em alguns casos, a ator efetivo no processo de apuração de informações.

Para Cabrera (2005, p.309), nesse cenário emergente, a participação da audiência está no centro do debate. “O novo papel da audiência tem mais a ver com a atividade que com a passividade, com a emissão do que com a recepção, com a personalização do que com a generalização, com a profundidade do que com a superficialidade, com a liberdade do que com o controle”.³⁸ Como afirma Alborno (2007,

38 Livre tradução: El nuevo rol de la audiencia tiene más que ver con la actividad que con la pasividad, con la emisión que con la recepción, con la personalización que con la

p.169), as audiências são estimuladas, sobretudo por meio de sondagens, fóruns ou entrevistas on-line, a dar suas opiniões sobre assuntos de interesse público. A participação do receptor no processo de produção do relato noticioso começa quando este se converte de simples receptor a fonte de informação para o jornalista, trazendo novos dados à realidade que este tenta interpretar para a produção de informações.

Conforme Cabrera (2005, p.311), o usuário pode ser fonte informativa por distintos motivos, que dependem de seu nível de implicação a respeito do relato noticioso. Entre essas, Cabrera identifica quatro possibilidades: quando ele é (a) protagonista, ou seja, participa efetivamente do fato noticioso, (b) testemunha, quando se trata de um observador direto do acontecimento em questão, (c) colaborador, fornece dados de contexto sem necessidade de ser testemunha direta, (d) comentarista, quando opina sobre o conteúdo da informação.

As possibilidades de incorporação de interação real, por meio dos dispositivos de participação postos ao serviço dos usuários oferecidos pelas redes digitais vão depender da resistência ou não dos grandes jornais e de seus grupos empresariais a alterar o tradicional modelo de informação vertical. Muitas vezes, este usuário mais livre e ativo entra em contradição quando o modelo de negócio está identificado com a passividade do consumidor (Albornoz, 2007, p.59).

Essas alterações relacionadas à influência da internet na atuação de jornalistas estão ligadas ao incremento da participação dos usuários nos processos jornalísticos. Os leitores, ouvintes ou telespectadores sempre tiveram a possibilidade de entrar em contato com os jornalistas, seja por meio de cartas, seja dirigindo-se pessoalmente aos veículos em questão. Mas, pela primeira vez, esse contato se dá pelo correio eletrônico, diretamente de suas casas ou do computador a que possuem acesso, facilitando a criação de diálogo, entre jornalistas e audiências.

De acordo com o levantamento realizado nos diversos meios do *Grupo RBS* em Florianópolis, 45 jornalistas respondentes do questionário afirmaram que a participação dos usuários influencia na produção das notícias. Do total de jornalistas, apenas 6 afirmaram que a participação dos usuários não exerce influência no trabalho desenvolvido, ao passo que dois jornalistas se recusaram a responder.

generalización, com la profundidad que com la supercialidad, com la libertad que com el control.

No *diario.com.br*, 100% dos jornalistas entendem a participação do público como um dos fatores que influenciam na produção de notícias. Dos profissionais que atuam no *RBS Notícias*, 85,7% responderam afirmativamente, enquanto 14,3% não quiseram se manifestar sobre o assunto. Dos jornalistas de rádio, 90,9% da *CBN/Diário* responderam que a participação do público influencia no trabalho exercido neste suporte, enquanto 9,1% acreditam que tal influência não é considerável. Setenta e seis por cento dos jornalistas atuantes no *Diário Catarinense* acreditam que a participação influi no trabalho jornalístico, por outro lado, 20% interpretam que a participação não faz diferença na produção da notícia e 4% omitiram sua resposta.

Quando estimulados para fundamentar a opinião relacionada à crescente participação do público na produção das notícias ficaram evidenciados os distintos pontos de vista sobre o assunto. Destacam-se as motivações mais citadas para justificar a incorporação dos usuários como fontes: as sugestões para produção de pautas aparecerem em 20 respostas. A sugestão de pautas pode influenciar no direcionamento das matérias e está relacionada à ideia de troca de informações, envio de correções, solução de dúvidas e espaço para questionamentos.

Com ressalvas, três jornalistas apontaram que os usuários são “às vezes” boas fontes; foi mencionado também o envio de fotos e vídeos como auxílio à reportagem. Apenas um jornalista citou a possibilidade de produção de conteúdos por parte do público, ficando, para a maioria, restrito à função de sugestão de pautas. Também se coletaram depoimentos indicando que este procedimento dá mais agilidade e atualidade para o jornalismo.

Outro ponto relevante a ser destacado é a concepção de que a participação do público por meio da internet pode ser um guia para conhecer as necessidades da população. Dos respondentes, 7 jornalistas indicaram em suas respostas que a participação é comparada a um sinalizador sobre o interesse do público, podendo servir de base para identificar as preferências dos leitores. A possibilidade de participação das audiências ajuda na definição de pautas de maior interesse e necessidade do leitor, como, por exemplo, nas “reclamações de moradores (com fotos), auxiliam na toma de decisão” Por outro lado, um dos jornalistas entende que o interesse do leitor em participar concentra-se apenas nas polêmicas que estão na rede.

Os seis jornalistas que responderam que a participação dos

usuários *não* influi na produção da notícia não justificaram seu posicionamento. Apenas dois deles mencionaram que, “no momento, considera ínfima a participação dos leitores”, o que pode ser interpretado como uma crítica à reduzida participação dos internautas, por diversas razões. O segundo profissional apresenta outra explicação: “Porque não escrevo pensando nos que vão ler especificamente na internet”. Esta fala demonstra a incompreensão do profissional com relação à participação do público, que não ocorre somente por meio dos comentários em matérias publicadas na internet, mas também por meio de mensagens trocadas através do correio eletrônico com o jornalista ou editor.

Dois jornalistas não responderam a esse questionamento. Um deles explicou que não se sentia apto a responder sobre participação de usuários, pois não sabia como era feito este procedimento. Isso ocorre porque alguns repórteres de televisão recebem a pauta pronta dos produtores, em razão do tipo de atividade exercida por estes profissionais, que costumam fazer a apuração jornalística somente nas ruas, em contato direto com as fontes. Outro jornalista comentou que só tem acesso a dados da participação dos usuários quando os editores comentam que determinada matéria gerou número de comentários significativos, o que, segundo este profissional, leva ao aprofundamento dos assuntos. Também foi mencionado que, às vezes, um assunto ganha importância, em virtude da participação dos usuários.

Outros jornalistas afirmaram que os usuários da internet são fontes importantes como qualquer outra, sem distinção. Referem-se à internet como um meio a mais de busca de informação, como outros meios eletrônicos, rádio e TV. Nesse sentido, outro repórter respondeu que a interação ocorre não só pela internet, mas pelo telefone. De modo geral, nota-se que um dos principais entendimentos dos jornalistas com relação à participação dos usuários gira em torno da sugestão seja de pautas, seja nos comentários. E sugestões podem ser acatadas ou não.

Essa forma de *descentralização* do processo de apuração caracteriza a *Apuração Participativa*, que reflete uma tendência crescente no jornalismo contemporâneo. A participação da audiência ocorre na apuração, haja vista a atitude dos jornalistas de entenderem essa nova possibilidade como uma sugestão de pauta.

Nas atuais condições da forma como as organizações estão estruturadas, a participação da audiência pode ser compreendida como um dos tripés da descentralização da apuração, quando há o caminho

inverso: não é o jornalista que vai atrás da informação, mas a notícia que vai até o profissional ou às organizações jornalísticas. Este tipo de descentralização pode ocorrer por meio de várias ferramentas, seja por meio da mensagem escrita, seja pelo envio de fotos e vídeos, como (1) chat, (2) fórum, (3) blogues, (4) câmeras de celulares ou de vigilância, (5) Wikipédia.

Os chats são espaços virtuais que oferecem a opção de “bate-papo” e que têm sido apropriados pelos jornalistas com diferentes propósitos, tendo em vista a ampliação da interatividade dos cibermeios. Os chats, além de estimularem a participação dos usuários, podem ocasionar a ampliação da apuração para novos vieses a partir da observação dos comentários e dos questionamentos da audiência. (Reddick; King, 2001, p.25) Com relação à participação dos usuários através do chat, ressalta-se a iniciativa do programa *Notícia na Manhã* na *CBN/Diário*, que mantém um *chat* ao vivo em que o âncora Mario Motta criou o neologismo *ouvinternautas* para designar os participantes deste bate-papo. Para Ferreira, editor da *CBN/Diário*, “as pessoas passaram a ser não só ouvintes, mas a ser também protagonistas, ajudam o rádio a fazer programas e dar informações. Essa convergência tem sido fundamental, é um caminho sem volta” (Ferreira, 2009).

A participação dos ouvintes da rádio foi descrita por Meditsch e Ribeiro (2006). Segundo os autores, a interatividade proporcionada pela internet rompe com a unilateralidade do rádio na produção de conteúdos. Com a incorporação dos chats, um novo canal de acesso ao público foi construído pelos jornalistas. O chat da *CBN/Diário* é uma ferramenta disponível ao internauta do portal *ClicRBS* desde que o sítio web foi criado em 2003, permanecendo no ar 24h, e as visitas ocorrem simultaneamente ao horário dos programas locais. De acordo com Meditsch e Ribeiro (2006, p.13), “o uso do chat está demonstrando ser uma ferramenta ágil e suficiente para provocar uma mudança significativa nos processos de produção de notícias em um veículo tradicional de comunicação de massa como é o rádio”.

Por outro lado, os chats representam uma boa estratégia de interlocução com os usuários. (Paul, 1999, p.44). Tornou-se recorrente o estímulo e divulgação de chats intermediados por jornalistas, principalmente por meio da televisão, com especialistas ou celebridades, os quais o público tem a oportunidade de aprofundar questões de seus interesses. Durante o estudo de caso no *Grupo RBS* foi promovido um

chat com Leandro Puchalski, meteorologista da *RBS TV*. Ele se encontrava no prédio da *RBS TV*, em outro local de Florianópolis, mas em razão do sistema integrado e da ferramenta *Covertlive* não foi necessário o deslocamento dele. O chat, que foi mediado por um dos redatores, teve como tema central as mudanças climáticas, assunto que atraiu 144 pessoas por, aproximadamente, duas horas de bate-papo.

A internet oferece novas oportunidades no modelo de relação com as fontes, uma vez que se ampliam consideravelmente no ciberespaço (Machado, 2003, p.30), haja vista as características e lógicas próprias deste meio. A internet vem potencializando o contato com a audiência, dando oportunidade para qualquer cidadão ser fonte informativa primária e sugerir pautas. Observa-se que os jornalistas podem consultar fontes alternativas e oficiais. De acordo com Gomes (2003, p.44), “a crescente importância das fontes não oficiais não é alheia a questão intrinsecamente ligada à necessidade de os jornalistas fornecerem ângulos e perspectivas distintas de um determinado acontecimento ou história, conferindo superior riqueza à composição da notícia”.

Outra possibilidade para descentralização da apuração além dos chats, são os fóruns, tanto nos cibermeios de veículos como é o caso do *diario.com.br*, quanto na internet. Os fóruns são um espaço altamente visitado pelos usuários, que se satisfazem em deixar registrada sua opinião acerca dos fatos noticiados. Essas opiniões podem ser o ponto de partida para a apuração de novos enfoques para as matérias. Paul (1999, p.41) sustenta que para fazer a pesquisa em fóruns é importante a identificação prévia de que se trata de um jornalista além da verificação exaustiva do material recolhido neste espaço para a publicação.

Em estudo mais recente, Allan (2006, p.121) demonstrou o interesse dos cidadãos em participar dos processos jornalísticos. O autor aborda a crescente influência de ferramentas que fomentam a participação dos usuários para delimitar as transformações pelas quais vem passando a profissão de jornalista e suas implicações na credibilidade dos meios de comunicação pelo seu caráter instantâneo. De acordo com Allan, os blogs representam um fator crucial para o desenvolvimento da internet, os quais se popularizaram com a criação dos publicadores, ferramentas que automatizam e simplificaram os processos para os usuários sem conhecimentos técnicos em informática. (Allan, 2006, p.47)

Doze jornalistas do *Grupo RBS* em Florianópolis experimentam

a interatividade proporcionada pelos blogues jornalísticos que se encontram armazenados no portal *ClicRBS*. Neste espaço encontram-se blogues de colunistas e jornalistas de todos os veículos da Rede Brasil Sul, totalizando 143 blogues, embora blogues sejam rechaçados como fonte informativa pela maioria dos jornalistas do *Grupo RBS* (52,8 %). Os blogues como fontes informativas representam outra forma de *descentralização* do processo de apuração na internet. Ao se especializarem em diferentes assuntos, espalhados pela blogosfera, esses espaços podem significar um caminho para a pluralidade de visões. (Bhatia, 2005, p.140)

Com outras características, os blogues de jornalistas também demonstram a predisposição à interlocução com seus leitores. A linguagem mais direta aliada aos recursos audiovisuais promove um novo espaço comunicativo, no qual a relação torna-se mais propícia à interatividade com o público. Diferentemente da notícia convencional publicada no meio de comunicação, o blogue caracteriza-se pela abertura ou disponibilidade ou acessibilidade maior à interação. (Foletto, 2009). Os diários pessoais de jornalistas, em alguns casos similares às colunas de jornais, proporcionam, assim como as notícias publicadas em cibermeios, a possibilidade de comentários. Palomo (2004, p.71) denomina os j-blogs, ou blogues jornalísticos como “aqueles lugares em que os profissionais tentam escrever na internet aquilo que foi censurado no meio em que trabalham”³⁹. A autora descreve que os conteúdos alternativos em muitos casos estão substituindo os meios tradicionais como principal fonte informativa na internet porque presumem independência. Para Gomes (2009, p.61), “a emergência dos blogues, que têm diferentes naturezas e abordam temáticas distintas, constitui mais um importante recurso da rede, que merece ser tido em conta, para os jornalistas”.

De acordo com Lambly e Quinn (2008, p.29), blogues oferecem uma nova fronteira para os jornalistas. Neles, temas variados como guerra, política, cultura popular são tratados por blogueiros. Ferramentas como o buscador *Technorati* (<http://technorati.com>) e *Google Blogs* (<http://blogsearch.google.com>), que engloba e localiza os blogues, podem auxiliar os jornalistas na apuração de dados, por exemplo, na busca de fontes para matérias. (Chauhan; Pant, 2010, p.241) Além disso,

39 Livre tradução: Aquellos lugares en los que los profesionales intentan escribir en internet aquello que ha sido censurado en el medio para el que trabajan.

como apontam Palacios e Ribas (2007), “para facilitar a navegação pela blogosfera e a recuperação de conteúdos, novas ferramentas foram desenvolvidas, permitindo aos usuários uma melhor organização entre os milhões de blogues disponibilizados na rede. Uma das ferramentas para a agregação de conteúdos é denominada RSS (Really Simple Syndication)”. (2007, p.18). Mesmo com tantas ferramentas para facilitar o acesso constatou-se com o levantamento no *Grupo RBS* que, dos 53 entrevistados, mais da metade, 52,8%, não consultam blogues como fontes informativas; 9,4% não quiseram se manifestar sobre o assunto.

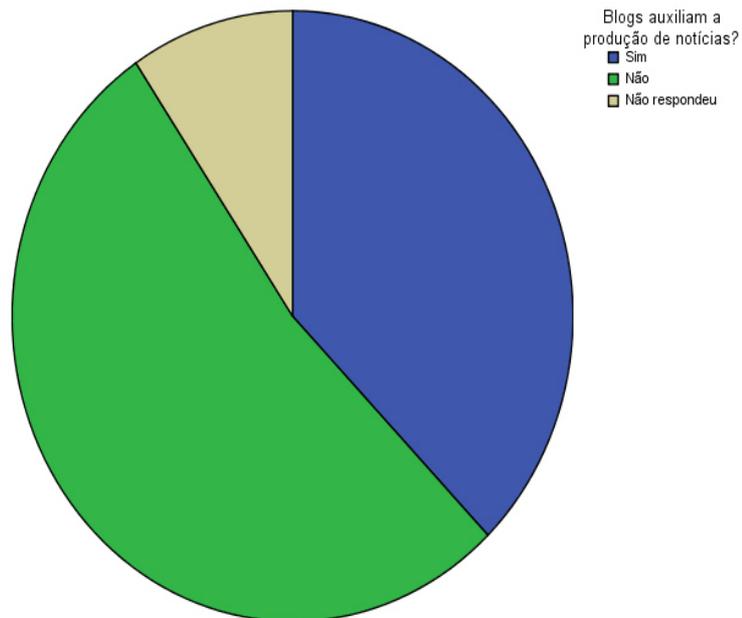


Figura 5: Uso de blogues como fonte

Os blogues não são apenas uma ferramenta para acesso a fontes não-oficiais, mas nota-se que fontes oficiais, como, por exemplo, a Petrobras, vêm utilizando esta ferramenta como mais um canal de acesso aos jornalistas. Mesmo assim, blogues apresentam-se como uma

alternativa não só aos jornalistas para terem acesso a novos ângulos, mas a fontes com menores recursos, como as organizações não governamentais ligadas a problemas ambientais, minorias sexuais, por exemplo, para fazerem a divulgação de suas propostas na internet. (Ramanujam, 2009, 212). Os blogues, dentro do processo de apuração, podem descentralizar a hegemonia do acesso das fontes oficiais e amplamente conhecidas da audiência (elites política, econômica, social e cultural) para abrir espaço para fontes desconhecidas (pessoas comuns e anônimas). Nessa perspectiva, a instituição jornalística poderia caminhar para a divulgação de práticas discursivas que expressem não só a pluralidade, mas o antagonismo de opiniões. Desse modo, rompe-se parcialmente com a dependência das fontes oficiais institucionais. (Gomes, 2009, p.60). Descobriu-se, por meio do questionário, que 12 jornalistas possuem blogues hospedados no portal da empresa *ClicRBS*. Nem todos estes profissionais possuem blogue individual, mas alimentam blogues coletivos, como, por exemplo, sobre celebridades ou grandes coberturas, como uma eventual greve de motoristas de ônibus. Um jornalista disse que possui blogue independente da empresa.⁴⁰

Conforme Marcia Calegaro, em termos de interatividade, o *RBS Notícias* recebe muitas ligações telefônicas e mensagens por correio eletrônico de telespectadores. Com relação a imagens de cinegrafistas amadores ela explica que somente se forem de cunho factual e importantes, como, por exemplo, assaltos ou incêndios. Nestes caso a imagem sempre é colocada no ar, respeitando o mínimo de qualidade desta gravação. (Calegaro, 2009)

Pavlik (2001, p.123) sustenta que “a nova mídia está transformando as relações que existem entre organizações jornalísticas, jornalistas e seu variado público, incluindo a audiência, anunciantes, competidores, reguladores e fontes noticiosas”⁴¹. Nesta nova relação com a audiência, aliada ao desenvolvimento tecnológico e sua consequente popularização, são utilizadas com frequência imagens em movimento geradas por câmeras de vigilância de bancos e de outros estabelecimen-

40 De acordo com o editor Thomas do jornal *Diário Catarinense*, jornalistas não recebem pagamento extra por mais esta atividade: “O interesse de ter blogue é do jornalista e não do jornal. Faz parte da atividade dele”. (Thomas, 2009)

41 Livre tradução: New media are transforming the relationships that exist among news organizations, journalists, and their many publics, including audiences, advertisers, competitors, regulators, and news sources.

tos comerciais ou residenciais. Segundo esta editora, como hoje é muito comum o acesso a câmeras, uma das primeiras providências ao ocorrer um fato noticiosos em vias públicas é buscar possíveis imagens que tenham capturado o momento do acontecimento. (Calegaro, 2009).

As imagens em movimento capturadas por câmeras de vigilâncias ou celular tanto são usadas na televisão quanto na internet e nos jornais, com a possibilidade dessa imagem ser transformada em uma sequência de fotos. Elas descentralizam o processo de coleta de imagens por cinegrafistas das empresas do grupo para variados tipos de câmeras de vigilância espalhadas por ruas, estabelecimentos comerciais, prédios públicos, bancos, escolas, edifícios e casas residenciais, e também por celulares de cidadãos, que podem registrar flagrantes de acontecimentos, podendo ocasionar até mesmo o furo jornalístico.

De acordo com Bernardo (2007, p.75), as câmeras de vigilância são utilizadas na maioria das vezes em enfoques jornalísticos como, por exemplo, “as formas de representar a pobreza, as questões de ordem ética, o reforço a alguns estereótipos sociais, as parcerias entre jornalismo e polícia”. Segundo a autora, nesse tipo de telejornalismo raramente são noticiadas ações tipificadas juridicamente, tais como o racismo. Outro tipo de ferramenta tecnológica que vem ocupando um espaço cada vez maior nos produtos jornalísticos são as imagens provenientes do Google Earth (<http://earth.google.com>), que servem não só para ilustrar as matérias, mas desempenham o papel de informar a localização exata para o público das ocorrências noticiadas. Este recurso vem sendo usado tanto em telejornais quanto nas versões impressas de periódicos, mas, principalmente, em páginas de jornalismo on-line. (Palacios; Ribas, 2007). Em termos gerais, constata-se que está havendo uma substituição da utilização de mapas convencionais pelos mapas gerados pelo Google Earth, o que vem unificando a apresentação das localidades e contribuindo para uma maior exatidão das notícias e reportagens.

Conforme Melato, podemos ver uma tendência de incorporação da produção descentralizada nos processos de apuração:

Eu acho que a interatividade, em termos de jornalismo colaborativo e cidadão, temos muito o que crescer. Mas é um diferencial. Um exemplo é a iniciativa que tivemos nesse verão: Mande sua foto da temporada de verão. Nós recebemos 800

fotos. Não é nada, mas 800 usuários se dispuseram a mandar uma foto pra gente, que foram publicadas em 5 ou 6 galerias de fotos. Por que fizemos isso? Por que de repente, nós podemos precisar da participação desse leitor-repórter, desse jornalista cidadão, desse jornalista colaborativo em outras situações, como no caso da enchente em Santa Catarina, na qual foi muito grande a participação do público. A gente está começando a trabalhar com coisas que as outras mídias não podem fazer. (Melato, 2009)

De acordo com Allan (2006, p.53), o marco inicial para a participação de usuários em meios de comunicação pode ser considerado o ataque às torres gêmeas de 11 de setembro de 2001. As páginas abriram espaço para que os internautas enviassem fotos e contassem a sua história. Alguns jornalistas também passaram a frequentar chats a fim de entrar em contato com testemunhas. Outro marco temporal foram os ataques terroristas em Londres em 2005.

Uma peculiaridade marcante deste novo cenário para o exercício do Jornalismo recebe várias denominações, como Eu-Repórter, Você-Repórter ou Leitor-Repórter, dentro das noções de Jornalismo cidadão ou cívico. Na maioria das vezes, consiste na simulação da possibilidade de o usuário da internet produzir notícias.

A participação do usuário começa e termina na sugestão da pauta ou no envio de uma foto ou vídeo, pois a elaboração da notícia nos moldes conhecidos, com o emprego das técnicas adequadas, fica a cargo de um jornalista responsável, variando de caso a caso. Por isso, pode-se afirmar que nos meios da grande imprensa, as contribuições dos usuários ficam circunscritas aos processos de apuração dos jornalistas.

Pesquisas (Lindemann, 2008, p.14) avaliam que os temas propostos nesses espaços ficam circunscritos à realidade imediata da pessoa, não figurando como uma demanda geral de sua comunidade, por exemplo. De acordo com um dos subeditores do *diario.com.br*. “os leitores não sabem distinguir opinião de notícia.

Muitas vezes, não há contraponto, porque o leitor não é jornalista”. Conforme este editor, mesmo existindo uma ferramenta própria para otimizar a participação de internautas, não há muito estímulo, pois não haveria condições de aliar o trabalho convencional com mais esta atividade.

Outro ponto abordado na pesquisa relativo à descentralização do processo de apuração abrange as páginas *wiki* da internet, mais especificamente a *Wikipedia*, e sua contribuição como fonte informativa para os jornalistas. A *Wikipedia*, que está sendo construída colaborativamente, tem se mostrado uma das principais formas de acesso a detalhes para matérias na internet.

Datas históricas, informações muito específicas são escritas coletivamente e contribuem para a descentralização da apuração jornalística. Bruns (2005, p.112) define a *Wikipedia* como:

Uma enciclopédia geral livremente acessível e colaborativa produzida na mesma vertente da Enciclopédia Britânica. É construída em um sistema *wiki*, que permite a todo usuário editar qualquer entrada na enciclopédia, e assim confia aos usuários para contribuir de uma maneira construtiva e pensativa; a fim de evitar o vandalismo, entretanto, as revisões de entradas específicas podem sempre ser roladas para trás e conferidas, e, de fato, a relação inteira das revisões está disponível para todos na página de entrada da enciclopédia.⁴²

A maioria dos jornalistas do Grupo RBS mostrou-se receosa com relação à confiabilidade de tais dados. Outros 62,3% consideram o nível de credibilidade da enciclopédia colaborativa médio; 26,4% avaliaram-no como baixo e apenas 9,4% como alto; 1,9% não responderam.

42 A freely accessible and collaboratively produced general encyclopedia in the vein of the Enciclopedia Britannica. It is built on a *wiki* system, which enables any user to edit any entry in the encyclopedia, and thus trusts its users to contribute in a constructive and thoughtful manner; in order to avoid vandalism, however, revisions of specific entries can also always be rolled back, and indeed the entire history of revisions is available for any onde encyclopedia entry page.

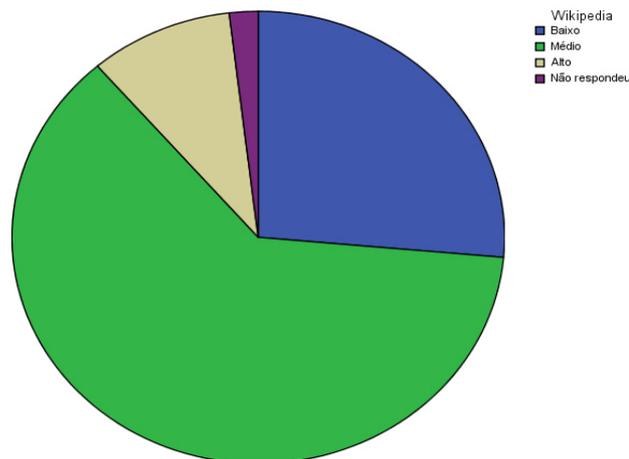


Figura 6 – Credibilidade da Wikipedia como fonte

As reclamações foram bem variadas e genéricas. Os jornalistas que consideram as informações com credibilidade baixa alegaram que a *Wikipedia* é um espaço não confiável na rede por conter muitos erros históricos, bibliográficos e estatísticos e que os dados não são utilizados, apenas servem como referência na hora da apuração. Os jornalistas que avaliam a credibilidade do *Wikipedia* como mediana, expressam seus métodos de checagem das informações: “Apesar de utilizar o *site* para saber algo, checo as informações em algum outro *site* ou com alguém”; ou “a *Wikipedia* serve como primeira consulta, depois a informação é checada com algum especialista” e “É mais um elemento de informação, é bom conferir através de outras fontes para aprimorar a notícia”. Outras reclamações sugerem algumas percepções dos jornalistas que os fazem duvidar ou acatar tais dados. A grafia de palavras incorreta aparece como um dos indicativos para desconfiar dos dados disponibilizados na *Wikipedia* ou a falta de atualização destes. O fato de várias pessoas serem responsáveis por determinado vocábulo é uma garantia de credibilidade. Porém, em direção contrária, a característica das páginas *wiki*, que garante o livre trânsito de pessoas foi mencionada como critério para desconfiança com relação a esta rede social. Também foi abordado o fato de que nem tudo é verdadeiro na rede.

Com relação ao impacto da internet no conteúdo da notícia, Pavlik (2001, p.1) afirma que a nova mídia conduz ao desenvolvimento de novas técnicas de narrativas, que envolvem texto, imagens, vídeos, gráficos, incluindo a escrita não linear, ou hipermídia, e a inserção da audiência no processo produtivo de reportagens. Para Moretzsohn (2007,p.169) os jornais precisam estar preparados para a manifestação do público, que é, na maioria das vezes, contraditória e conflituosa.

Os processos de apuração descentralizados estão sendo executados nas redações jornalísticas do Brasil e no mundo de formas diferenciadas. Essas práticas, no entanto, devem se transformar com as apropriações e evoluções da tecnologia. Na última parte desta dissertação trataremos das principais conclusões decorrentes da pesquisa empreendida no Grupo RBS com o desenvolvimento das noções relativas à apuração na internet.

CONCLUSÕES

Ao longo desta dissertação foram discutidos os procedimentos específicos da prática profissional da apuração jornalística na internet, aqui explorados em suas possibilidades e limitações e confrontados com as condições de produção dominantes nas organizações jornalísticas contemporâneas à luz da revisão da bibliografia especializada de referência e de um estudo de caso no Grupo RBS em Florianópolis.

Atualmente existe a necessidade de se conhecerem em profundidade as relações que se estabelecem entre as redações dos jornais impresso, on-line, televisão e rádio com relação aos novos processos de apuração. As tradicionais empresas jornalísticas nas novas redes digitais geram um fluxo contínuo de conteúdos de atualidade e aceleram a circulação da informação, ocasionando processos centralizados e descentralizados de apuração. Como aponta Machado, “é essencial assinalar que os meios por si só não garantem a emergência de novas formas de estrutura social, econômica e cultural. Ao contrário, o modelo de estruturação dos meios é que depende das formas adotadas pelos sistemas políticos, econômicos e culturais”. (2000, p.27-28)

A apuração realizada pelos jornalistas no ciberespaço apresenta

possibilidades ambíguas de desenvolvimento. Por um lado, o caráter potencialmente ilimitado de armazenamento de informações favorece a pluralidade de informações, o que, *a priori*, deveria ser a primeira preocupação dentro de qualquer organização jornalística. Por outro lado, essa quantidade ilimitada de dados implica a difícil tarefa de distinção das informações relevantes da ampla quantidade de dados falsos encontrados na rede que podem ser publicados sem a devida contrastação.

Num momento histórico determinado, este trabalho com estudo de caso no *Grupo RBS* buscou revisar a bibliografia local, nacional e internacional para definir e caracterizar a apuração jornalística na internet, contribuindo para consolidar o referencial teórico sobre as transformações que as empresas jornalísticas e o próprio jornalismo vêm sofrendo ao longo destas últimas três décadas. Os objetos selecionados, os quatro meios do *Grupo RBS* em Florianópolis, são estudados em contextos concretos de tempo e espaço, enfatizando-se as potencialidades ainda não incorporadas plenamente pelos profissionais na prática e que se repetem na bibliografia de referência em diversos contextos mundiais.

O *Grupo RBS* exerce uma forte hegemonia sobre a esfera pública no sul do Brasil, e particularmente em Santa Catarina. Este conglomerado multimídia possui veículos que são editados por consolidadas marcas jornalísticas, que representam forte presença nas indústrias culturais em seus respectivos mercados e, em alguns casos, configurando monopólios (Mosimann, 2007, p.56). Daí a responsabilidade das empresas de oferecimento de produtos jornalísticos de alta qualidade para as sociedades em que atuam, em busca de compatibilizar o direito à informação com a propriedade privada dos meios de comunicação detectada em diversos estados brasileiros.

No plano teórico, nossa análise partiu das reflexões elaboradas em torno do conceito de apuração jornalística na internet para adentrar nas lógicas ou modelos de convergência que norteiam grupos multimídia ao redor do mundo. Esta perspectiva teórico-metodológica nos permitiu entender e situar as dinâmicas da apuração na internet adotadas no grupo multimídia estudado. O Jornalismo é uma prática em permanente transição, ao mesmo tempo em que preserva normas e práticas que consolidam sua identidade profissional. Uma das principais práticas que dão legitimidade ao profissionalismo do jornalismo são os métodos de coleta, busca e apuração de informações – a sua matéria-prima.

No plano metodológico, o estudo de caso empreendido em Florianópolis possibilitou uma sistematização das práticas de apuração dos jornalistas na internet, com base em processos centralizados: a) das fontes oficiais e b) das redes internas e em processos descentralizados: a) do conteúdo de outros meios de comunicação e b) de dados provenientes de diferentes variedades de participação da audiência. Essa sistematização é o resultado de observação do funcionamento da redação, das entrevistas com editores, dos questionários respondidos pelos jornalistas e da revisão sistemática da bibliografia especializada. Como todo trabalho acadêmico, a definição dos tipos de apuração aqui proposta não é definitiva, devendo ser suscetível de aprimoramento por parte de pesquisas futuras em razão do seu acelerado processo evolutivo.

No primeiro capítulo foi realizada uma reconstituição histórica da apuração no Jornalismo, com a recuperação das primeiras ferramentas tecnológicas que otimizaram os processos de apuração, identificando-se os principais debates em torno das novas possibilidades advindas da incorporação da internet no cotidiano dos jornalistas e seus desafios. Além desta revisão panorâmica, este capítulo teve o objetivo específico de analisar o impacto da disseminação da internet nas redações e enfatizou a relação da apuração no âmbito de suas fontes de informação.

Levou-se em consideração a apropriação da tecnologia em diferentes fases do Jornalismo como, por exemplo: o telégrafo, o telefone, o linotipo, a máquina de escrever e a máquina fotográfica, para citar cinco inovações centrais para a atividade jornalística que tiveram historicamente uma ampla repercussão na esfera em que se desenvolve a profissão jornalística. Este capítulo teve a pretensão de discutir as alterações detectadas no Jornalismo como consequência da incorporação da Internet nas redações. Entre essas modificações verificam-se o predomínio do incremento da velocidade ao processo produtivo e a falsa associação com a ampliação da qualidade dos produtos jornalísticos. Como constatado no estudo de caso no *Grupo RBS*, a diversificação de fontes não ocorre em razão da dificuldade de contrastação dos dados digitalizados pesquisados nas redes sociais, por exemplo, que ficam em segundo plano, prevalecendo o contato com assessorias de imprensa por meio do correio eletrônico, que ficam em primeiro.

Também chamamos a atenção que o desenvolvimento e total incorporação das técnicas de apuração na internet não substituirão as

demais formas de apuração tradicionais, sejam por meio do telefone, sejam pelo contato face a face. Os procedimentos de apuração em redes internas ou externas são um complemento à prática profissional. Em tempos de transformações estruturais, os desafios detectados relacionam-se à possibilidade de contextualização dos conteúdos jornalísticos e aos impeditivos para a efetivação desse processo nas organizações jornalísticas, decorrentes muitas vezes da falta de tempo para checagem ou para análises mais aprofundadas.

No segundo capítulo as discussões ocorreram em torno das formas centralizadas de apuração na internet, vinculadas à consulta ao conteúdo digital fornecido pelas fontes oficiais na internet e pelos conteúdos editoriais de empresas multimídias disponibilizados em suas redes internas. Com relação às redes internas, foram identificados dois tipos de apuração desenvolvidos no ciberespaço: a *Apuração Continuada* e a *Apuração Conjugada*. Na *Continuada* respeita-se o preceito da nova mídia, a atualização constante, colocado em prática de forma colaborativa, por meio do uso das intranets. A *Conjugada* se dá em momentos específicos, como, por exemplo, a cobertura de eleições ou olimpíadas. É colaborativa, mas não ocorre ainda, necessariamente, por meio das intranets.

Dessa perspectiva foram abordadas questões relativas à sobrecarga informacional e ao apego à atualidade como indicativos de barreiras para o emprego de dados armazenados na rede para elaboração de matérias mais contextualizadas. Este capítulo teve o objetivo específico de averiguar a percepção que os jornalistas possuem da internet e a disponibilidade para pesquisas mais amplas, como nas redes internas das próprias organizações em que trabalham.

O jornalismo como prática profissional sofreu mutações ao longo dos anos, principalmente no tocante à inserção de novas tecnologias. Neste segundo capítulo, vimos as implicações dos processos de convergência tecnológica em empresas jornalísticas para a apuração na internet. Foram desenvolvidas as noções de *Apuração Restrita*, que descreve um momento que precede o desenvolvimento das redes digitais, mas, em alguns casos, ocorre até hoje, e a *Apuração Diversa*, marcada pela diversidade de fontes não só em redações convergentes como foi o caso da empresa pesquisada nesta dissertação, o *Grupo RBS*, mas também em organizações jornalísticas menores, de acordo com o perfil dos profissionais envolvidos e do paradigma em que atua determinada empresa.

O terceiro capítulo identificou os tipos de descentralização dos processos de apuração jornalística, abordando os métodos de participação da audiência e o acesso à apuração de outros jornais como indicativos desta mudança com as redes digitais, se comparados aos métodos aplicados anteriormente ao advento da internet. Este capítulo teve o objetivo específico de avaliar o potencial da internet como fonte para os jornalistas, percebendo a viabilidade de incorporação de novas fontes.

Esta nova modalidade de apuração é resultado, em grande medida, das distintas apropriações e usos dessas ferramentas tanto por jornalistas quanto pela audiência. Foram tratadas questões relativas à noção de credibilidade que permeia a produção jornalística e uma rápida abordagem dos fatores impeditivos dentro das organizações jornalísticas para que haja transformações adaptadas aos novos tipos de apuração, com a consequente implicação na qualidade dos conteúdos jornalísticos.

As novas formas de apuração que descentralizam o processo produtivo abrangem a *Meta-Apuração*, que ocorre por meio do acesso facilitado pela internet ao conteúdo produzido por outros jornais. Aqui cabe uma ressalva, uma vez que esse novo tipo de apuração não se trata do mero plágio, mas de uma técnica de monitoramento de informações que favorece a prática do Jornalismo. A crítica à reprodução *ipsis literis* deve ser feita, ainda mais em casos em que não há a divulgação da fonte. Este é um aspecto que deve ser debatido tanto nas universidades quanto nas empresas de comunicação.

O outro tipo de apuração indicado no terceiro capítulo dá conta do que definimos como *Apuração Participativa*, que se depara com os questionamentos éticos da utilização de material fornecido pela audiência, estimulado ou não, e sua necessária checagem. Nesta modalidade também é imprescindível o desenvolvimento de técnicas e procedimentos que estimulem tanto a participação do público quanto o incremento de qualidade da produção jornalística, já que existem variações significativas nas contribuições do público. Nesta parte da dissertação tentamos elencar os espaços interativos da internet, a Wikipedia, blogues, chats, fóruns e os provenientes das tecnologias de câmeras de vigilância e de celulares, transformando, significativamente, a relação dos jornalistas com as fontes de informação em geral.

Ainda que não haja consenso definitivo sobre os novos comportamentos pertinentes à participação crescente dos usuários, uma

vez que este é um processo que ainda se encontra em curso, cabe ressaltar que os princípios elementares do Jornalismo, de proporcionar informação veraz, obtida por meio de métodos éticos, devidamente contrastada e de relevância pública, estão no cerne da questão da participação de pessoas que não possuem a formação jornalística e que passam a contribuir na produção de notícias. Com o desenvolvimento das novas possibilidades de comunicação bidirecional, a criação de conteúdos pela audiência implica maior responsabilidade no exercício competente da profissão, que vai além do âmbito profissional, tendo influência direta na sociedade.

Nota-se que, historicamente, os jornalistas utilizaram a inserção de novas tecnologias para desempenhar seu trabalho, tanto em termos de maior agilidade quanto de aprimoramento do conteúdo. Ao longo das últimas décadas, constata-se o impacto da tecnologia em todos os processos de produção da notícia. A difusão dos conteúdos já foi aperfeiçoada com a introdução de parques gráficos mais eficientes, melhores aparelhos de transmissão de mensagens de rádio e TV (Masip, 2008). A elaboração da notícia teve sua grande mudança tecnológica com a transição das máquinas de escrever para computadores com grande capacidade de armazenamento. (Smith, 1980). Atualmente, a etapa da apuração jornalística passa pelos impactos decorrentes das novas tecnologias, com a sofisticação da pesquisa e investigação no ciberespaço (Houston, 1996; Paul, 1999; Callahan, 2003) e, por consequência, são exigidas dos jornalistas habilidades rigorosas para busca de dados em circulação nas redes internas e externas.

Se avaliarmos o momento em que essas transições ocorreram, no século passado, veremos que não foram repentinas, pois houve um tempo de adaptação. O mesmo acontece com a adaptação das novas formas de apuração na internet: a maioria dos profissionais ainda não possui a dimensão de todas as possibilidades oferecidas pelo ciberespaço. O uso de computadores para reportagens tem influenciado profundamente, portanto, os processos de produção da notícia, oferecendo amplas e novas possibilidades de uma apreensão mais contextualizada da realidade social, tanto em bancos de dados públicos quanto em páginas privadas.

Constatou-se que os grupos multimídia, como o *Grupo RBS*, têm, atualmente, o grande desafio de incrementar a qualidade dos produtos jornalísticos que oferecem para suas audiências utilizando novos

métodos de apuração, mais abertos à participação e à pluralidade de fontes. O estudo de caso no *Grupo RBS* em Florianópolis foi muito produtivo, principalmente porque nesta empresa multimídia tivemos a oportunidade de observar os processos produtivos das quatro redações. Isso gerou as condições para confrontação das teorias de outros lugares do mundo com a generalização a partir dos tipos inovadores de procedimentos de apuração detectados no *Grupo RBS*.

Projeta-se como cenários futuros para o desenvolvimento da apuração na internet, num contexto de convergência em organizações multimídia, a apropriação de técnicas de compartilhamento de informações e dados por meio das redes internas, favorecendo a produção conjugada de matérias, contribuindo em grande medida para a ampliação da qualidade da informação jornalística. Nesse cenário, novas categorias para definir e descrever pormenorizadamente os tipos específicos de apuração no ciberespaço deverão ser criadas, à medida que novas ferramentas estarão disponíveis, não só para jornalistas, mas para os usuários, gerando transformações para a sociedade. Nesse contexto, realidades às vezes contraditórias provenientes de modos tradicionais e inovadores de produção da notícia conviverão e passarão por novas adaptações.

Sobre a importância desta discussão para a sociedade, a necessidade de uma consciência crítica dos efeitos das novas tecnologias exige uma reflexão sobre a política que a convergência pressupõe e para onde a inovação tecnológica nos conduz. Daí a necessidade de aprimoramento do ensino do jornalismo em termos de pesquisa e extensão. O profissionalismo dos jornalistas estará intimamente relacionado à formação deste profissional não só para gerenciamento dos dados digitais como também e, principalmente, sua posterior análise para a elaboração das matérias jornalísticas.

Com a aceleração da circulação das notícias nas sociedades capitalistas, constituiu-se um fluxo contínuo de informação em escala nacional e internacional, privilegiando o jornalismo como lugar estratégico para mediações sociais e culturais. Por esses motivos, a relevância do estudo aprofundado da etapa jornalística da apuração representa a possibilidade de detectar as transformações decorrentes da incorporação das novas tecnologias no jornalismo, além de desenvolvimento e apropriação de fatores que diferenciam a apuração convencional da apuração em tempos de convergência, harmonizando a

tradição com o que a tecnologia oferece em termos de incremento de qualidade para a prática jornalística.

Nos próximos anos, o oferecimento de disciplina de “Apuração Jornalística na Internet” será imprescindível para atuação de jornalistas em organizações multimídia. A inserção deste tipo de conhecimento técnico e teórico nas grades curriculares das faculdades de Jornalismo é apenas o começo de uma formação intelectual que deve ser contínua para o exercício pleno da profissão jornalística. A apuração jornalística na internet é um dos pilares que sustentam a prática e contribui para que o Jornalismo exerça verdadeiramente sua função social, com a contextualização dos fatos e exatidão das informações. O processo da apuração jornalística na internet representa, nos dias atuais e futuros, uma demanda não só acadêmica para o ensino nas escolas de Jornalismo, mas também uma necessidade essencial para a qualificação do profissionalismo diário, constituindo-se numa vertente de pesquisa imprescindível.

O ensino do jornalismo deveria se preocupar com a enorme quantidade de dados que serão processados pelos profissionais ao longo de sua trajetórias profissionais e capacitá-los não só para a redação de notícias, mas também para a localização de informações para a composição de notícias e reportagens. Isso se deve ao fato de que essa preparação profissional é determinante tanto para o trabalho colaborativo quanto para atender e incentivar a participação das audiências.

Por fim, conclui-se que, no futuro, por um lado, a total incorporação dos tipos de apuração descritos e caracterizados nesta dissertação pode, provavelmente, resultar em produtos jornalísticos de maior qualidade, apresentando diversidade de fatos e opiniões. Por outro lado, se ocorrer a adoção apenas parcial destes tipos de apuração, haverá uma subutilização dos benefícios das novas tecnologias pelas organizações jornalísticas e pelas sociedades contemporâneas.

No âmbito deste tema, projetos de pesquisa poderão focar seus estudos nas reais implicações da apuração na internet no conteúdo dos produtos desenvolvidos em organizações multimídia em estágio avançado de compartilhamento de informações. Com a devida sistematização das técnicas empregadas por essas equipes e os respectivos efeitos no conteúdo jornalístico, essas pesquisas poderão demonstrar os caminhos para a implementação de contexto e profundidade das matérias produzidas pelas equipes estudadas.

Na nossa análise, determinados aspectos renderiam pesquisas

relevantes, como, por exemplo, a utilização tanto de comunicadores instantâneos externos para acessar fontes quanto do correio eletrônico; o desenvolvimento de buscadores internos para o acesso a edições antigas de cada suporte jornalístico; as implicações da integração das redações especificamente no processo da apuração e um estudo focado nas fontes oficiais e estratégias para divulgação.

Dentre os objetivos traçados no projeto de pesquisa não tratamos dos aspectos históricos da adoção da internet na atividade jornalística nos diferentes meios pesquisados rádio, televisão, jornal e portal da internet. Esta é uma vertente de pesquisa que pode destacar aspectos interessantes para a compreensão da adoção de tecnologias e implementação de formas inovadoras de apuração.

No cenário informativo atual, marcado pela digitalização de dados, as pesquisas sobre a apuração jornalística na internet possuem como meta principal auxiliar jornalistas da tarefa de informar a sociedade da forma mais adequada possível. Em um mundo em que a saturação informativa, a superficialidade e a ênfase no presente prevalecem, a apuração jornalística pode, além de demarcar as especificidades da prática, promover a efetivação da função social que o Jornalismo se propõe cotidianamente em jornais impressos, revistas, programas de rádio, telejornais e portais ou páginas jornalísticas na internet.

Referências bibliográficas

- ABRAMO, Cláudio. *A regra do jogo*. São Paulo: Cia das Letras, 1988.
- ALBORNOZ, Luiz. *Los grandes diarios en la Red*. Buenos Aires: La Crujía ediores, 2007.
- ALLAN, Stuart. *On-line News: Journalism and the Internet*. London: Open University Press, 2006.
- ALSINA, Miquel Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós, 2005.
- BAHIA, Juarez. *Jornal, História e Técnica - as técnicas do jornalismo*. Vol. 2. São Paulo: Ática, 1990.
- BALDESSAR, Maria José. *A mudança anunciada: o cotidiano dos jornalistas com o computador na redação*. Florianópolis: Insular, 2003.
- BENETTI, Márcia; LAGO, Claudia (Orgs). *Metodologia da Pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2007.
- BERGER, Christa. *Campos em confronto: a terra e o texto*. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1998.
- BERNADO, Aglair. *Sujeitos supeitos, imagens suspeitas: Cultura midiática e câmeras de vigilância*. Tese de Doutorado. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2007.
- BHATIA, Arun. *Impact of Internet on Journalism*. Nova Delhi: Akansha Publishing House, 2005.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. *Uma história social da mídia: De Gutenberg à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

BRUNS, Axel. *Gatewatching: collaborative online news production*. Nova York: Peter Lang Publishing, 2005

CABRERA, María Ángelez. *Retos éticos del ciberperiodismo*. In. SALAVERRÍA, Ramón. *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones e Publicaciones, 2005

CALLAHAN, Christopher. *A journalist's guide to the Internet: the net as a reporting tool*. Boston: Pearson Education, 2003.

CARDOSO, Lenize Villaça. *Radiojornalismo na era digital. Internet como fonte de notícias na Rádio CBN/Diário – São Paulo*.

CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003

CASTELLS, Manuel. *Internet e sociedade em rede*. In. MORAES, Dênis de (org.). *Por uma outra comunicação: Mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

CHAUHAN, Swati; Pant, N. C. *Handbook of Online Journalism*. Nova Delhi: Kanishka Publishers, 2010.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. *Monitores de Mídia: como o jornalismo catarinense percebe os seus deslizes éticos*. Itajaí: Univali; Florianópolis: EdUFSC, 2003.

COLLE, Raymond. *Explotar la información noticiosa: Data Mining aplicado a la documentación periodística*. Madrid: Coopegraf, 2002

CORNU, Daniel. *Ética da informação*. Bauru: EDUSC, 1998. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

CRUZ, Dulce Márcia. *Televisão e negócio, a RBS em Santa Catarina*.

Florianópolis: Editora da UFSC, 1996.

CUNHA, Isabel Ferin. *O SPSS e os estudos sobre os media e o jornalismo*. In: BENETTI, Márcia; LAGO, Claudia (Orgs). *Metodologia da Pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2007.

DEMO, Pedro. *Introdução à Metodologia da Ciência*. São Paulo: Atlas, 1985

DE WOLK, Roland. *Introduction to on-line journalism: publishing news and information*. Boston: Allyn & Bacon, 2001.

DEFLEUR, Margaret H. *Computer-Assisted Investigative Reporting: development and methodology*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1997.

DIZARD, Wilson. *A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

ECHEVARRÍA, Mirta Clara; QUIROGA, Ana Evangelina. *Periodismo en línea: lo institucional y las prácticas profesionales*. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. *O ensino de jornalismo em redes de alta velocidade*. Salvador: Edufba, 2007.

ECO, Umberto. *Como se faz uma tese*. 20.ed. São Paulo: Perspectiva, 1977.

FIDALGO, António. *Jornalismo on-line segundo o modelo de Otto Groth*. In Pauta Geral nº6, 2004. Salvador; Calandra, 2004.

FIDLER, Roger. *Mediamorphosis: understanding new media*. Califórnia: Pine Forge Press, 1997.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. *Fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais*. São Cristóvão: Editora UFSC; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2005.

FISHMAN, Mark. *Manufacturing the news*. Austin e Londres: University of Texas Press, 1980.

FOLETTTO, Leonardo. *O Blog Jornalístico: definição e características*

na blogosfera brasileira. Posjor: Dissertação de Mestrado, 2009.

FONSECA, Virgínia; SOUZA, Paulo Henrique. *O pós-fordismo na produção jornalística*. *Intexto*, Porto Alegre, v. 2, n. 15, p. 1-18, jul./dez. 2006.

FONTCUBERTA, Mar de. *La noticia: pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós, 1998.

GARCIA CANCLINI, Néstor. *Leitores, espectadores e internautas*. São Paulo: Iluminuras, 2008.

GARRISON, Bruce. *Computer assisted reporting. (computer analysis has become important tool for gathering and reporting news)*. Editor & Publisher 130.n25 (June 21, 1997): pp40(4)

GARRISON, Bruce. *Newspaper size as factor in use of computers for newsgathering*. Newspaper Research Journal. Summer 1999: p72

GARRISON, Bruce. *Michigan dailies use computers to gather news*. Newspaper Research Journal. Summer 2001: p44

GARRISON, Bruce. *How newspaper reporters use the Web to gather news*. Newspaper Research Journal. Summer 2003. University of Memphis.

GENRO FILHO, Adelmo. *O Segredo da Pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. In: AMARAL, Marcia Franz (Org). *Olhares sobre o jornalismo: a contribuição de Adelmo Genro Filho*. Santa Maria: FACOS, 2007.

GENRO FILHO, Adelmo. *O Segredo da Pirâmide: para uma Teoria Marxista do Jornalismo*. Porto Alegre: Editora Tchê, 1987.

GERRING, John. *Case Study Research: principles and practices*. New York:Cambridge, 2007

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GOLEMBIESKI, Carlos. *Diário Catarinense*. Acesso em 23/10/2008. Disponível em:

www.redealcar.jornalismo.ufsc.br/cd3/midia/carlosgolembiewski.doc

GOMES, Rui Miguel. *A importância da Internet para Jornalistas e Fontes*. Lisboa: Livros Horizonte, 2009

GOMIS, Lorenzo. *Teoría del Periodismo: como forma el presente*. Barcelona: Paidós, 1991.

GUNTER, Barrie. *News and the Net*. Mahwah: Erlbaum, 2003.

HANCOCK, Dawson. *Doing case study research – a practical guide for beginning researchers*. New York: Columbia University, 2006.

HOUSTON, Brant. *Computer-Assisted Reporting: a practical guide*. Nova York: St. Martin's Press, 1996

KORNHAUSER, Arthur; SHEATSLEY, Paulo. *Construção de questionário e processo de entrevista*. In: SELTZER; JAHODA; DEUTSCH; COOK. *Métodos de pesquisa nas relações sociais*. São Paulo: E.P.U, 1975

KARAM, Francisco José Castilhos. *Jornalismo, ética e liberdade*. São Paulo: Summus, 1997.

KOCH, Tom. *Journalism for the 21st Century*. On-line Information, Electronic Databases and the News. New York: Praeger, 1991.

KOVACH, B; ROSENSTIEL, Tom. *Os Elementos do Jornalismo*. O que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração, 2003.

LACOBIA, María Rubio. *Documentación informativa en el Periodismo Digital*. Madrid: Editorial Síntesis, 2007.

LAGE, Nilson. *Ideologia e técnica da notícia*. 3. ed. Florianópolis, SC: Insular, Editora da UFSC, 2001.

LAMBLE, Stephen; QUINN, Stephen. *On-line Newsgathering: Research and Reporting for Journalism*. London, Focal Press: 2008

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

MACHADO, Elias. *O jornalismo digital em base de dados*.

Florianópolis: Calandra, 2006.

MACHADO, Elias. *La estructura de la noticia: un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas em el periodismo*. Tese de Doutoramento. Barcelona: Universidad Autónoma, 2002

MACHADO, Elias. *O ensino de jornalismo em tempos de ciberespaço*. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. *O ensino de jornalismo em redes de alta velocidade*. Salvador: Edufba, 2007.

MACHADO, Elias; KERBER, Diego; MANINI, Elaine. *O Jornalismo Digital no diario.com.br*. Modelos de produção de conteúdos no Diário Catarinense Online. Umesp: SPBJor, 2008.

MANNING, Paul. *News and News Sources*. A critical Introduction. London: Sage Publications, 2001.

MANOVICH, Lev. *The language of new media*. Cambridge: MIT Press, 2001.

MASIP, Pere. *Presencia y uso de internet em las redacciones catalans*. Zer (2003), núm. 14, p. 29-42

MASIP, Pere. *Internet a les redaccions*. Informació diària e rutines periodístiques. Barcelona: Trípodos, 2008

MATSUUCHI, Márcia Yukiko. *Estudo de caso*. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. (org). *Métodos e técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005

MEDITSCH, Eduardo. *O jornalismo é uma forma de conhecimento?* 1997 [www.bocc.ubi.pt – acesso em 10/12/2007]

MEDITSCH, Eduardo; RIBEIRO, Angelo Augusto. *O Chat da internet como ferramenta para o radiojornalismo participativo: uma experiência de interatividade com o uso da convergência na CBN/Diário de Florianópolis*. Disponível em <http://reposcom.portcom.intercom.br> : Acesso em: 05 de nov. 2008.

MELO, José Marques de. *Teoria do Jornalismo: Identidades Brasileiras*. São Paulo: Paulus, 2006.

MEYER, Philip. *Precision Journalism: a reporter's introduction to social science method*. Lanham: Rowman & Littlefield, 2002

MIELNICZUK, Luciana; HENNEMANN, Gustavo. *As características do jornalismo digital nos webjornais do Grupo RBS*. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.br> Acesso em: 07 nov. 2008.

MORGAINÉ, Daniel. *Diez años para sobrevivir (el diario de masas de 1980)*. Madrid: Editora Nacional, 1972.

MORETZSOHN, Sylvia. *Pensando contra os fatos: do senso comum ao senso crítico*. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

MOSIMANN, Rogério S. *Implicações da Internet nos jornais e a presença da RBS na WEB*. Florianópolis, Santa Catarina, 2007. Dissertação de Mestrado.

NAFZIGER, Ralph O.. *Introduction*. In: NAFZIGER, Ralph O.; WILKERSON, Marcus. *Journalism Research*. 2.ed. Nova York: Greenwood, 1968. pg. 1-8.

PALACIOS, Marcos; RIBAS, Bia. *Manual de Laboratório de Jornalismo na Internet*. Salvador: EDUFBA, 2007.

PALOMO TORRES, María Bella. *El periodista on line: de la revolución a la evolución*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2004

PARK, Robert. *A história natural do jornal*. BERGER, Christa, MAROCCO, Beatriz (org). *A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa*. Vol 2. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PAVLIK, John Vernon. *Journalism and New Media*. Nova York: Columbia University Press, 2001.

PAUL, Nora. *Computer-Assisted Research: a guide to tapping online information for journalists*. Florida: Bonus Book, 1999

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. *A apuração da notícia: métodos de*

investigação na imprensa. Petrópolis: Vozes, 2006.

PUCCININ, Fabiana. *Jornalismo on-line e prática profissional*. Questionamentos sobre a apuração e edição de notícias para web. Disponível em www.bocc.ubi.pt. Acesso em: 29.04.2008

QUINN, Stephen. *Knowledge Management in digital newsroom*. London: Focal Press, 2002.

QUINN, Stephen. *Convergent Journalism*. The Fundamentals of Multimedia Reporting. Nova York: Peter Lang Publishing, 2005.

RAMANUJAN, R. C., *Multimedia Journalism*. Nova Delhi: A P H Publishing Corporation, 2009.

REDDICK, Randy; KING, Elliot. *The Online Journalism*. Using the Internet and Other Electronic Resources. Orlando: Harcourt College Publishers, 2001.

RIBEIRO, Jorge Claudio. *Sempre alerta*. Condições e contradições do trabalho jornalístico. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

SALAVERRÍA, Ramón. *Cibermedios*. El impacto de internet en los medios de comunicación en España. Sevilla: Comunicación Social Ediciones e Publicaciones, 2005

SALAVERRÍA, Ramón, NEGREDO, Samuel. *Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona: SolgoMedia, 2008.

SANTAELLA, Lucia. *Comunicação & Pesquisa*. São Paulo: Hackers, 2001.

SANTOS, Rogério. *Jornalistas e fontes de informação*. Coimbra: Minerva, 2003.

SILVA JÚNIOR, José Afonsa da. *Uma trajetória em redes: modelos e características operacionais das agências de notícias, das origens às redes digitais, com três estudos de caso*. Tese de Doutorado. Bahia: Universidade Federal da Bahia, 2006.

SMITH, Anthony. *Goodbye Gutenberg*. The revolution of newspaper in 1980's. Nova York: Oxford University Press, 1980.

SOUSA, Jorge Pedro. *Teorias da notícia e do jornalismo*. Chapecó:

Argos, 2002.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo*. Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo*. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAVANCAS, Isabel. O mundo dos Jornalistas. São Paulo: Summus, 1993.

TUCHMAN, Gaye. *La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad*. México: Editorial Gustavo Gili, 1983

TUNSTALL, Jeremy. *Journalists at work*. Specialist correspondents: their news organizations, news sources, & competitor-colleagues. Londres: Constable, 1971.

VASSALO LOPES, Maria Immacolata. *Pesquisa em comunicação: formulação de um modelo metodológico*. 3.ed. Edições Loyola: São Paulo, 1990.

VÍCTORA, Ceres Gomes. *Pesquisa qualitativa em saúde: uma introdução ao tema*. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2000.

YIN, Robert K. *Estudo de caso*. Planejamento e Métodos. Porto Alegre: Bookman, 3. ed, 2005.

WARD, Mike. *Jornalismo on-line*. São Paulo: Roca, 2007

Entrevistas

CALEGARO, Márcia. **Márcia Calegari** Depoimento [21.abr.2009]. Entrevistadora: Vivian de Azevedo Virissimo. Entrevista concedida para fins desta dissertação.

FERREIRA, Carlos Alberto. **Carlos Alberto Ferreira**. Depoimento [8.mai.2009]. Entrevistadora: Vivian de Azevedo Virissimo. Entrevista

concedida para fins desta dissertação.

MELATO, Fabiano. **Fabiano Melato**. Depoimento [13.mar.2009].
Entrevistadora: Vivian de Azevedo Virissimo. Entrevista concedida para fins desta dissertação.

THOMAS, Cláudio. **Claudio Thomas**. Depoimento [12.mai.2009].
Entrevistadora: Vivian de Azevedo Virissimo. Por e-mail. Entrevista concedida para fins desta dissertação.

ANEXO 1

QUESTIONÁRIO MODELO

Caro (a) profissional,

Eu sou bolsista de Mestrado da Capes e estudante do Mestrado em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Desenvolvo no momento pesquisa sobre apuração jornalística na Internet no Laboratório de Pesquisa Aplicada em Jornalismo Digital (LAPJOR) – <http://www.lapjor.cce.ufsc.br>. O trabalho tem como objetivo central a identificação dos usos que os jornalistas fazem dos diferentes tipos de informações que circulam na rede para a produção de conteúdos de natureza jornalística. Todos os dados são confidenciais, com a garantia de anonimato das identidades dos profissionais. Antecipadamente agradeço pela colaboração de todos.

Atenciosamente,

Vivian de Azevedo Virissimo
vivian_virissimo@hotmail.com

Idade

Menos de 20 anos 21 a 30 anos 31 a 40 anos
Mais de 41 anos

Cidade em que fez seus estudos universitários

Florianópolis Porto Alegre Outra

Especificar: _____

Anos de atividades profissionais com jornalismo

0 a 5 anos 5 a 10 anos 10 a 20 anos 20 a 30 anos mais de 30 anos

Nível Salarial Mensal

Menos de 1500 reais 1500 a 2000 reais 2000 a 3000 reais 3000 a 4000 reais

Mais de 4000 reais

5. Qual é a duração de sua jornada de trabalho diária?

Menos de 5 horas 5 a 7 horas Mais de 7 horas

6. Que tipo de vínculo mantém com a empresa?

Contrato de Trabalho Empregado a Tempo Parcial 'Frila' Terceirizado

7. Qual a importância das informações em circulação na Internet para a produção diária de notícia?

Mínima Depende da matéria Essencial

8. Qual o tempo médio diário despendido para consulta à internet para produção de notícias?

menos de 1 hora 1 a 2 horas 2 a 3 horas 3 a 4 horas

9. Que tipo de informações recebe por e-mail e que mais utiliza para a atividade jornalística? (*Marque uma ou mais alternativas*).

Releases de assessoria Material de agências de notícias Conteúdo de outros jornais

Conteúdo de outros jornais do *Grupo RBS* Comunicados

oficiais dos governos

() Comentários e informações provenientes de listas ou grupos de e-mail

10. Que veículos jornalísticos são acessados na Internet? Cite os três principais.

R. _____

11. Redes sociais, como o Orkut, já te auxiliaram para localizar fontes?

() Frequentemente () Raramente () Nunca

12. Qual o grau de confiança de informações do Wikipedia?

() Baixo () Médio () Alto

Você poderia dar-me um exemplo disso? _____

13. Você costuma utilizar a opção de busca avançada em buscadores como Google e Yahoo?

() Sim () Não

14. Alguma matéria de sua autoria já utilizou informações coletadas em Bases de dados?

() Sim () Não

Em caso positivo. Quais? _____

Em caso negativo. Tens interesse em aprender a realizar estas pesquisas?

() Sim () Não

Por quê? _____

15. Com que frequência os dados coletados por meio da internet precisam ser complementados por outros métodos de apuração, como por exemplo, entrevistas?

Frequentemente Raramente Nunca

16. Em geral, os dados em circulação na internet possuem credibilidade?

Sim Não

Por quê?

R.

Que métodos você utiliza para atestar a veracidade de determinado dado?

R. _____

17. No *Grupo RBS*, já recebeu algum treinamento ou curso sobre apuração na internet?

Constantemente Às vezes Nunca

18. Você costuma consultar as manchetes dos outros veículos do *Grupo RBS* pela rede interna da empresa?

Constantemente Às vezes Nunca

19. A participação dos usuários na Internet influencia a produção de notícias?

Sim Não

Por quê?

R.

20. Pense nas principais fontes oficiais da sua editoria. Elas disponibilizam dados online que contribuem para a elaboração de matérias?

() Sim () Não

Em caso afirmativo, você poderia me dar um exemplo disso?

21. Conteúdos produzidos por blogueiros auxiliam a produção de notícias?

() Frequentemente () Raramente () Nunca

22. Você possui blog hospedado em alguma página do *Grupo RBS*?

() Sim () Não

23. Ele é atualizado com que frequência?

() Diária () Semanal () Quinzenal

24. Na sua opinião, os conteúdos da internet melhoram a qualidade da informação, auxiliando na localização de fontes para contextualizar os fatos ou apenas aceleram o processo de produção da notícia?

R.

ANEXO 2

Entrevista Fabiano Melato – 13.03.2009

Eu queria saber qual é a proposta do diario.com.br como suporte do Grupo.

Se propõe a ser o portal de últimas notícias do *Diário Catarinense* em Santa Catarina. Todo o conteúdo de hard news de Santa Catarina, notícias em cima da hora, break news. Toda essa questão da informação instantânea. Portal noticioso da empresa como um todo e do *Diário Catarinense* em particular. A base filosófica, digamos, do DC é essa. A outra é criar a interface na internet pra um veículo impresso, no caso o *Diário Catarinense*. São duas premissas.

Como avalia a integração dos suportes?

Essa integração ainda está em curso, ela ainda não existe 100% na prática. Não é um processo rápido, porque você tem que mudar um cultura de produção de notícia. Esse é um grande dificuldade. Como disse um professor, o grande problema é que a gente está fazendo um jornal da mesma maneira há quarenta anos, uma capa, uma editoria de geral, de política, de mundo, de opinião. A gente segue um modelo muito conservador de produção de notícia e o mundo mudou muito nos últimos quarenta anos, especialmente na área de comunicação de massa. Então nós temos uma cultura de produção de notícia para jornal impresso que é antiga, até ousar dizer que ela é arcaica. E de repente a gente tá entrando num meio de produção de notícia, de conteúdo, de massa, com uma distribuição de massa muito rápida que te contrapõe totalmente o modelo que é seguido no Brasil. Um mesmo título não sai duas vezes por dia, não tem a edição extra. É necessário mudar essa cultura de produção de notícia, que tem toda cara da internet. Pra fazer uma integração aos poucos é necessário, mudar a forma de pensar. É um processo que está incipiente, embrionário, não tenho muita segurança pra te falar porque. Enquanto a gente não conseguir mudar a cultura de produção dentro do impresso, você não consegue a integração efetiva das duas redações. O *Daily Telegraph* uniu as redações: você vai produzir conteúdo para internet e para o impresso de acordo com a necessidade noticiosa do momento, de acordo com qual será a plataforma mais adequada para distribuir o conteúdo.

Informações que são mais adequadas para o veículo impresso. Vamos fazer um explosão, tipo de informação que você vai distribuir numa

plataforma de consumo imediato, uma plataforma de celular, mobile, de internet, de rádio, de televisão. Não interessa para o jornal dizer certas coisas.

Por isso volto para a questão da cultura do jornalista, para fazer essa identificação pra qual é a melhor plataforma, a pessoa tem que ter conhecimento que a notícia está se dividindo de acordo com as necessidades de cada um. Não dá mais pra pensar no público, como uma entidade generalista para quem você entregava uma notícia no formato papel.

Quais os planos futuros para integrar mais as duas redações?

No caso específico *Diário Catarinense* há fisicamente a impossibilidade disso, é uma redação *sui generis*, ela está num caracol. Eu acredito que o nosso passo de fazer a integração do núcleo de internet (*Diário.com.br* e *Click RBS*), numa única sala, já é um avanço. E no mais essa integração tem que ser um trabalho diário de conversar com a reportagem, com os editores, de contratar os novos jornalistas para o impresso já com uma cabeça e perfil multimídia. É um trabalho que você vai fazendo paulatinamente, eu não tenho uma fórmula pronta, vamos adotar esse modelo que ele se mostrou viável no *El País*, num país na África do Sul. Não sei te dizer.

A gente vive um momento de transição.

A gente vive um momento de transição. Como a gente viveu há mais ou menos uns quinze anos atrás quando a máquina de escrever começou a ser abandonada, quando o telex começou a ser trocado pelo fax. Hoje as fotos são transformadas em jpg e são mandadas pelo e-mail. As mudanças tecnológicas e o impacto delas na produção do jornalismo são muito grandes, nos últimos quinze, o advento da internet nos últimos dez anos, 99 – 2009, também tem um impacto profundo nessa relação. Só que a impressão que eu tenho é que nem todos os profissionais estão se dando conta de que uma grande mudança está vindo. O que é bastante preocupante porque os jornalistas tem que trabalhar na vanguarda do conhecimento, porque eles trabalham com gerenciamento de informação. E se uma pessoa se propõe a gerenciar o tipo de informação que uma determinada sociedade, comunidade vai receber você tem que estar na vanguarda tecnológica e de conhecimento. Enfim, é o jeito que as coisas funcionam. Se não você corre o risco de estar entregando para

o seu público uma informação que ele já sabe ou que de repente ele já pode apurar melhor essa informação, conseguir essa informação por outros meios. Como por exemplo, se ele estiver interessado sobre a vacinação nacional da rubéola. Hoje um internauta pode buscar uma notícia no Google News, pode assinar o alerta no Google News, assinar o RSS, seguir um Twitter, na Wikipedia, ou pode simplesmente ir no site do Ministério da Saúde. Mas daí eu pergunto: onde entra o papel de um site noticioso se o próprio público consegue ter um desenvoltura. É claro que isso são exceções à regra.

Por isso que o jornalista tem que mudar pois, o público está mudando?

O jornalista tem que mudar porque as necessidades e as dinâmicas do público estão mudando. O cara não precisa mais esperar o jornal na casa dele informando os locais de vacinação ou esperar uma grande reportagem na telejornal da noite. Se ele quiser ele fica sabendo disso, as três da manhã - se ele estiver acordado.

E o que o diario.com.br está fazendo neste sentido?

A gente está começando a mapear como as pessoas correm atrás de informação. Divulgando o nosso RSS, por exemplo. Entramos no Google News agora (recebo matérias que eu mesmo editei), via Twitter, via interatividade com outros veículos que a gente tem na casa, entramos ao vivo na *CBN/Diário* à tarde. Estamos sempre tendo a preocupação de colocar a nossa marca em outras mídias que a casa tem.

Outro ponto forte é a interatividade, o diario.com.br atua em várias frentes, digamos.

Eu acho que a interatividade, em termos de jornalismo colaborativo e cidadão, temos muito o que crescer. Mas é um diferencial. Um exemplo é a iniciativa que tivemos nesse verão: Mande sua foto da temporada de verão. Nós recebemos 800 fotos. Não é nada, não é nada, mas 800 usuários se dispuseram a mandar uma foto pra gente, que foram publicadas em 5 ou 6 galerias de fotos. Por que fizemos isso? Por que de repente, nós podemos precisar da participação desse leitor-repórter, desse jornalista cidadão, desse jornalista colaborativo em outras situações, como no caso da enchente em Santa Catarina, na qual foi muito grande a participação do público. A gente está começando a trabalhar com coisas que as outras mídias não podem fazer, por

exemplo, o jornal impresso não pode abrir uma plataforma para receber o conteúdo do leitor. Não existe isso, se isso é um diferencial, precisamos apostar nisso. Por que se agente apostar naquilo que o jornal já tem vai ficar tudo muito homogêneo e vai perder a graça tanto a internet quanto o jornal impresso. A gente tem que ter essa preocupação.

E além do DC, vocês tem uma forte ligação com o AN e o Santa. Ai entra já pelo esquema da Agência RBS que nos auxilia na distribuição desse conteúdo. Por que não faz sentido em determinada situação mandar dois ou três repórteres da mesma empresa para fazer uma cobertura. Você usa um repórter multimídia nesse caso. É uma coisa que a gente faz contumaz? Não. É uma coisa que a gente vai ter que adotar como regra, como rotina? Sim. A produção de conteúdo multimídia passa pela questão de integração.

Isso que eu estava observando. Vocês fazem o Minuto DC, os textos de infográficos, as galerias de fotos que seriam multimídia. Mas o que prevalece é o texto escrito ainda. As vezes tem a imagem da RBS TV ou a sonora da CBN/Diário. Por que isso ocorre?

Por que a nossa grande premissa de distribuição de conteúdo, até pelas escolas de jornalismo, é o texto. Se você não tem o texto, você não tem nada. Até mesmo a imagem carece do texto. A nossa relação midiática com a mídia primaz, a primeira, que é o texto ela vai continuar. E é curioso de você falar de plataforma multimídia a a partir do momento que o próprio jornal é uma plataforma multimídia, tem o texto e a imagem, texto e infográfico. E você pode fazer com ele uma navegação não linear. Na verdade, a gente sempre teve uma relação com o texto e com uma não linearidade das informações. A internet só vem radicalizar isso.

A relação com CBN/Diário e RBS TV?

Não é tão forte quanto a relação com o DC pela limitação do espaço físico. Na verdade, nós somos praticamente uma editoria dentro do DC, a editoria de internet. Mas com a CBN/Diário e a RBS TV a gente mantém esses laços estreitos via ferramentas de comunicação, e-mail, telefone. Uma notícia do Jornal do Almoço ficamos sabendo em primeira mão para utilizar com a nossa marca. Existe uma relação com eles. Principalmente com a CBN/Diário, o rádio te permite uma

divulgação de informação muito mais rápida, do que um jornal, uma televisão e da própria internet. Sempre digo que num país de analfabetos, todo mundo pode ouvir rádio e quase todo mundo tem rádio. É uma mídia de impacto importantíssima. Não é a toa que as igrejas evangélicas se preocupam em ter rádio e os políticos tem rádio. Porque tem um alcance extraordinário no tecido social brasileiro. No universo brasileiro, são poucas as pessoas que assinam um jornal, que acessam a internet, que param para ver um telejornal na tv, geralmente a televisão é utilizada como entretenimento do que como veículo de informação. Até mesmo a internet, as pessoas querem conteúdo de entretenimento e diversão ou em redes sociais, que são muito forte no Brasil, não necessariamente como veículo de informação jornalística.

Eu queria que você falasse do Notes e o Vinas. Como ele auxilia a convergência dos meios.

O Notes é o comunicador vinculado ao editorial, o nome da nossa ferramenta, usada por todos os jornais do *Grupo RBS*, tem acesso a plataforma de produção de notícias de todos os jornais, acesso ao conteúdo. É sensacional. Mas não é simplesmente pegar o conteúdo de determinado lugar, sem falar com a pessoa responsável, pois eu posso estar trabalhando com um material que pode estar incompleto, por isso eu uso o comunicador Notes que é um sistema de e-mail interno instantâneo com todas as redações.

E o *Vinas* é o nosso publicador de internet, só que infelizmente são poucas as pessoas – fora do universo da internet - que tem noção do *Vinas*, além das pessoas que trabalham com a internet. Isso é ruim nesse momento e se formos trabalhar com a convergência de redação, com a união, com a derrubada de paredes virtuais dentro das redações, a gente vai ter que treinar as pessoas.

Ela é usada na sua plenitude?

Por nós que trabalhamos na internet sim. Mas ela não é usada na sua plenitude pelos outros profissionais da casa. Elas nos passam a informação por outro meio, seja pelo telefone, seja pelo Notes.

Mas nós que publicamos, ela tem que passar pelo nosso crivo até, uma questão de padronização de texto, de ter um cuidado multimídia com a notícia. Ela pode merecer um mapa, um complemento. Se tem bastante foto pode dar uma galeria de foto. Por uma caracterização cultural, nem

sempre o repórter do jornal impresso tem esse *insight* de que a notícia dele pode ser mais bem produzida, mas bem trabalhada, do que um mero texto.

Em termos de apuração, o dc on-line aproveita o material editorial. Essa apuração supre as necessidades de informação da internet? Como isso acontece?

Nem sempre. Às vezes a gente está trabalhando com um material que a gente tá empacotando da rádio, por exemplo, mas no decorrer dessa produção ele muda. Daí a gente vai ter que correr atrás para atualizar esse material para checar essas informações. Partimos da premissa que o material apurado pelos jornalistas da RBS são informações confiáveis. No momento em que escrevo no pé de uma matéria com crédito da CBN/Diário, eu tenho total consciência de que aquele material apurado por algum repórter é de confiança, a veracidade daqueles fatos. A gente trabalha em parceria virtual da checagem de informações, mas muitas vezes precisa recheicar o material, por que ele tá evoluindo, ele não para. *Tem outro ponto: a plataforma é diferente. A notícia é apresentado de uma forma diferente. Sente uma lacuna nesse sentido?*

Sinto que existe diferenças muito grande da reportagem da tv com a reportagem da internet. Por que a tv por trabalhar com a mídia imagem muito forte, ela não carece de determinadas informações. Por isso acaba havendo essa complementação de informações e qualquer complementação precisa ser apurada, por isso que eu trabalho com redatores que são formados em jornalismo, com experiência em jornalismo.

Quais são os meios que essa apuração ocorre? Telefone, internet? Por que no período em que estive na redação, nenhum redator saiu pra apurar nada na rua.

Os redatores não saem. Nossos olhos e ouvidos fora da redação são os repórteres dos veículos ou do próprio *Diário Catarinense*. A gente vai entrar em contato com o repórter e com o fotógrafo do *Diário Catarinense*. Como a gente não tem uma equipe de rua, como tem os outros veículos, a gente tem que se apoiar no que nos é oferecido: suporte da equipe que está na rua.

ANEXO 3

Entrevista Carlos Alberto Ferreira – 08.05.2009

Conte, por favor, um pouco da sua trajetória pessoal.

Carlos Alberto Ferreira, natural de Florianópolis, 51 anos, 32 de profissão como jornalista, comecei em 1977 e estou na RBS há 15 anos. Todo esse período em cargo de chefia. Sou formado em Ciências Econômicas, sou economista e tenho pós graduação em administração

de recursos humanos. Já trabalhei em jornal, rádio, tv. Conheço todas as mídias. Revistas, assessorias de imprensa. Tenho uma boa bagagem. No *Grupo RBS* trabalhei dois anos como chefe de reportagem da *RBS TV*. Treze anos como coordenador de jornalismo e esporte da rádio.

Qual é a audiência?

A *CBN/Diário* é uma rádio *all news*, de jornalismo e abrange toda a região da Grande Florianópolis, porque nós temos uma limitação de transmissão. Obviamente, com o som na internet a gente chega a outras partes do mundo. As pessoas tem a capacidade de ouvir as análises esportivas no Japão, no Canadá, na Europa. Não tem fronteiras.

Há quanto tempo é disponibilizada na internet?

Há uns cinco ou seis anos no clicRBS, agora também esta no *diario.com.br*.

Que costuma usar muitas vezes as sonoras da CBN/Diário.

Aí é o que a gente chama de convergência, que é o trabalho do rádio também no veículo internet. Então, como esses veículos todos que fazem parte do *Grupo RBS*, obviamente a mídia eletrônica que também abrange a internet, tem a capacidade de colocar em seus sites os materiais produzidos pela *CBN/Diário*, que são os *podcats*, produzidos aqui e utilizados lá no site do clicRBS e *diario.com.br*.

E como tu vê essa integração entre o meio on-line e o radiofônico?

Eu acho que com a chegada do online nos tivemos a capacidade de ter uma abrangência maior do nosso trabalho. Nós multiplicamos nossa capacidade de chegar mais longe com o nosso trabalho postado no online. Por que nem sempre as pessoas tem capacidade de ouvir ou tempo para ouvir uma reportagem que saiu em determinado horário e daqui a pouco essa reportagem esta postada no online e e ela tem capacidade ouvir, ou se ouviu pode ouvir novamente. São facilidades que o online também cria, então essa parceria que a gente tem com o online e com a mídia eletrônica favorece muito. Isso faz as contas também para o favorecimento de áudio de rádio e os vídeos de tv. É uma parceria muito importante. Essa convergência é importante. Essa é a modernidade que nós estamos tendo no jornalismo, quando essa integração de meios para difundir cada vez mais o nosso trabalho e o

resultado final que é chegar até os ouvintes, telespectadores e leitores.

E como você avalia a convergência na RBS?

Muito boa, acho que é o pioneirismo nesse área tem sido fantástica. A RBS tem vários meios através do online, praticamente todos os veículos estão com site online e isso favorece muito, há uma integração muito forte, há uma multiplicação da informação. Eu creio que a modernidade chegou aqui, já chegou faz tempo e nós só estamos colhendo os frutos disso.

Vocês tem planos de estreitar ainda mais as relações entre os meios?

Tem. A partir do momento que você coloca o áudio da *CBN/Diário* no online para as pessoas disponibilizarem em outras partes do mundo já é um avanço, a partir do momento que você pode fazer com que o material da *CBN/Diário*, seja editado, cortado e seja colocado a disposição das pessoas que acessam o online na RBS, clicRBS, *diario.com.br*, *zh.com*. Nós temos capacidade de interagir cada vez mais. Até mesmo porque nós em alguns programas que a gente tem na rádio usamos um *chat*, as pessoas entram em uma sala de bate-papo, e através da sala de bate-papo elas interagem com o âncora que esta apresentando o programa. Então as pessoas passaram a ser não só ouvintes, passaram a ser também protagonistas, as pessoas ajudam a rádio a fazer programa, a dar informações. Essa convergência tem sido fundamental, é um caminho sem volta. Isso já ocorre em várias partes do mundo e nós estamos aqui num estágio bem avançado neste aspectos. Talvez na frente de muitos locais do Brasil, inclusive.

O fato de um produto radiofônico ser feito para o rádio é um lógica. E o fato deste mesmo produto ser disponibilizado na internet é outra. Como avalia isto?

As pessoas acessam a internet, navegam e ao mesmo tempo ficam com o *link* aberto ao vivo da rádio. As pessoas querem informação de todo tipo. Ouvem a rádio, tem a informação de áudio, pegam informação visual e de texto. As vezes essa informações se canaliza para as pessoas em diversos meios, de diversas maneiras. Eu acho que o trabalho que a gente faz para o rádio, é um trabalho que converge também para o internet. Você não precisa fazer um trabalho específico, por que o trabalho do rádio se confunde com a internet. O rádio é um veículo

instantâneo, tem velocidade, é bastante atualizado. A portabilidade dele, o radinho de pilha pode ser levado para todos os lados, as vezes num *ipod*. A internet também está em todo lado.

Como vc avalia a integração com a televisão?

Neste aspecto somos os pioneiros há muitos anos, questão de 6, 7 anos. Eu e o colega Roberto Azevedo [colunista do DC] criamos uma redação integrada que reunia profissionais de rádio e TV. Nós criamos essa integração, de pautas, e-mail, pessoas. A gente integrou no mesmo ambiente para colher informações, organizar trabalhos, para produzir. Hoje na nossa proximidade de mídia eletrônica: rádio e TV, temos uma sinergia muito forte. Porque a gente troca informação, troca pessoas, troca meios e às vezes, como é o nosso caso na TV, nós compartilhamos programas. Nós temos dois programas na rádio: o Debate Diário, das 13h às 14h, e o programa Notícias da Tarde com Luiz Carlos Prates, das 12h50 às 16h. Temos também um programa aos domingos, às 22h, o Show de Bola que tem um sentido inverso. Um programa da televisão que veicula o áudio.

Durante o estudo de caso, notei que os jornalistas de rádio e tv não conversam muito entre si. Com exceção do jornalista Antônio Neto que atua na produção de programas nos dois meios

Temos uma sinergia forte, temos o Antônio Neto, Renato Igor e Luiz Cristiano que trabalham nos dois veículos. Há uma via de mão dupla, você trabalha lá e aqui, compartilha informações, troca idéias. Existe sinergia, estreitamento de relações que fortalece os dois veículos.

A comunicação entre os jornalistas se dá mais pela Intranet?

Isso que é importante. Por isso que essa integração é total, não só rádio e tv. Às vezes, integramos a mídia impressa porque nós trazemos para participar, às vezes, em debates e entrevistas a equipe do *Diário Catarinense*. Em grandes coberturas como eleição, trazemos para conversar com a gente o editor de política do DC, o Roberto Azevedo. Também frequentemente o colunista Marcos Castiel de Esporte, o colunista de política Moacir Pereira e Miguel Livramento, colunista do jornal Hora de Santa Catarina [jornal popular do *Grupo RBS*]. Uma troca.

É comum os editores do DC entrarem ao vivo para dar os destaques da edição do dia seguinte.

É um *break* de notícias onde se pode informar quais são os destaques do *Diário Catarinense* do dia seguinte. Então o que a gente puder fazer de convergência, de troca, de trabalho compartilhado... Quem tem a ganhar com isso é a informação, a velocidade e a credibilidade da informação.

Também notei que só um computador possui intranet na redação da CBN/Diário.

Nós poderíamos ter a intranet em todos os computadores, nós não temos por uma questão de software que precisaria ser instalado que bloquearia os outros canais que a gente tem. Por isso que a gente disponibiliza um, onde todos tem acesso, mas é um questão física, todos tem acesso em outros computadores, então não é uma questão de limitação. É aberto a todos.

Mas nos outros meios todos os computadores possuem intranet. Essa é uma característica do rádio.

Não atrapalha, não influencia. Neste computador que é compartilhado pela pessoas que atuam na rádio, ele é liberado para todos terem acesso e o que a tv tem, a intranet ou *Winews*, nós frequentemente acrescentamos, agregamos informações a ele, quer dizer, nossa informação não é buscada toda ali, é mais uma ferramenta de consulta que nós temos no nosso ambiente de trabalho.

Costuma fazer reuniões com a editora chefe do RBS Notícias, Márcia para fazer coberturas conjugadas?

Só em grandes coberturas, por exemplo, cobertura de eleição ou do Congresso Mundial de Turismo [que ocorreu em abril de 2009], nós fazemos coberturas conjugadas. Não só com a Márcia Calegari, porque ela representa só um meio, mas com o Diretor de Jornalismo [Claiton Selistre]. Na verdade a gente faz uma reunião de todos os meios, uma cobertura planejada de cima, e a gente passa as diretrizes para os demais editores e produtores que vão atuar neste trabalho.

Como avalia a internet para o jornalismo?

A internet é um grande parceiro dos demais veículos. O online chegou para ser um grande parceiro.

Eu me referia ao conteúdo em geral, os dados para produção de notícias.

Se não tivesse internet no desenvolvimento do nosso trabalho, ele seria feito do mesmo jeito. A internet é uma coisa muito recente, o jornalismo remonta de longa data, a internet vem para ser um mecanismo de consulta, de auxílio, para ser parceira do nosso trabalho. Hoje pessoas que trabalham no online, são parceiras do nosso trabalho, nos temos uma convivência muito estreita. O material de consulta que a gente tem hoje facilita bastante. O que a internet nos trouxe foi velocidade. Por exemplo: o plantão esportivo antes acompanhava jogos de todo Brasil, tinha que ouvir rádios de São Paulo, Rio de Janeiro. Hoje os resultados saem no Uol, no globo.com. A internet chegou para nos dar velocidade na informação, ser um auxiliar na informação.

Ela auxilia a dar qualidade?

Não tenho a menor dúvida. Ela ajuda também na qualidade, porque ela tem um abrangência muito grande. O Google dá acesso a dois mil, ou tres mil sites com a informação que o jornalista procura. Te da suporte, tranqüilidade além da comodidade.

Mas os jornalistas estão tendo tempo pra refletir?

Acho que sim. Aliás é um desafio, com toda essa quantidade de informação, saber que caminho tomar, que busca fazer, que ferramenta de busca existe. Além do preparo para discernir o que é importante, ou seja, criar filtros. Não é só pesquisar. É uma ferramenta de consulta importante.

Como você avalia este desafio de produção com uma redação enxuta como a da CBN/Diário?

Dentro de um critério que a empresa tem, é uma rádio comercial. Essa estrutura foi montada desde que ela foi criado, em 11 de abril de 1996. Em alguns momentos tivemos mais quadros, fomos adaptando a nossa estrutura à nossa realidade de trabalho. E hoje o que a gente tem aqui tem sido suficiente para fazer o trabalho que a gente leva para o ar. Obviamente se tivesse uma estrutura maior, se eu tivesse uma amplitude maior, se eu tivesse que atender por exemplo o Estado, outras cidades eu teria que engordar um pouquinho essa estrutura. Hoje nós conseguimos

atendar aos nossos objetivos, nossas metas com o nosso grupo, que é um grupo pequeno, porém qualificado.

Como é a interatividade com o público?

O ouvinte deixou de ser ouvinte para ser protagonista. Isso significa o ouvinte falar conosco, trazer o outro lado. Nós temos como lema: o formador de opinião é o ouvinte, não é quem fala. Precisamos ter um troca. Por meio online, telefone, e-mails, o canal que as pessoas tiverem acesso. O ouvinte nos ajuda, participa fazendo perguntas, são mais rigorosos. Essa sinergia com o ouvinte, com nossa clientela, nosso público externos. Temos canais abertos, os *chats*. Nas jornadas esportivas, a gente abre o microfone para que as pessoas liguem e interajam com os locutores. Não se faz um trabalho hoje sem ouvir o outro lado. Um jornalismo sem ouvir ninguém não é legal.

ANEXO 4

Entrevista Márcia Calegari – 21.04.2009

Como foi tua trajetória?

Eu cheguei em Florianópolis em 1989, me formei na Unisinos em São Leopoldo. Fiquei sabendo que tinha vagas em SC, me inscrevi e me ligaram dizendo que a vaga era minha. Comecei como produtora durante oito meses, depois disso teve um vaga na edição. Ela não sabia a função, fez um treinamento por mês. Comecei como editora de textos do RBS Notícias, o jornal que hoje eu fecho. Fiquei cinco anos nesta função. Depois disso eu fui convidada, na época existe dois programas separados: o jornal do almoço e o rede regional de notícias, as notícias eram separadas do jornal do almoço, era uma revista com

telejornalismo. E resolveu integrar, fazer um jornal só, por volta de 1994. Foi modificado o formato do JA, se transformou num jornal só, os editores mais experientes foram integrados a esta equipe, fiquei dois anos. Depois fui convidada para fazer parte do Núcleo do Globo, dentro da *RBS TV*, passei a ser editora executiva. Fui três vezes para o RJ, fiz estágio junto ao Jornal Nacional, Jornal Hoje, Bom Dia Brasil e quando eles implantaram a Globo News, conheci o funcionamento da Rede Globo, até para estreitar os relacionamentos até por que a gente atendia eles diretamente. Até que me veio o convite para assumir a coordenação de jornalismo da *RBS TV* Blumenau, houve problema com o coordenador, foi demitido. Para organizar a casa. Na época foi bastante difícil, (família, filhos), foi uma boa oportunidade de trabalho e salarial. Peso bastante na minha decisão. Fiquei dois anos e oito meses. Depois fui convidada a montar a TV COM de Santa Catarina, como coordenadora, montagem da grade da emissora, seis meses antes da inauguração contratei todos os profissionais, fui pro RS para entender o que era a TV COM, lá já existia há três ou quatro anos. Foi bem duro, difícil, chegava a trabalhar 18, 20 horas por dia. Período de muito trabalho, aprendizado, dedicação. Fiquei dois anos lá. Até que aconteceu uma reformulação na empresa, ela estava passando por dificuldades e eu fui desligada da empresa, eu fui demitida. E isso foi em 2002. passaram dois meses eu fui chamada de volta, para a *RBS TV*. Na época eu não tinha vaga na *RBS TV*, na época eles demitiram cinco pessoas e eu fui uma delas. Me chamaram pq o chefe de reportagem da *RBS TV* tinha pedido demissão. Fiquei na chefia durante três anos, quando há dois anos assumi a edição.

Qual a proposta editorial do RBS Notícias?

É um jornal que prima pelo factual, os diferenciais que a gente busca como algumas denúncias. É um espaço pra gente tentar mostrar um diferencial também. Apesar de que, hoje na *RBS TV* Santa Catarina a gente tem o Estúdio Santa Catarina, que tem o perfil de matérias mais produzidas, mais investigativas. A gente busca também um pouco essa linha, mas o nosso objetivo principal é o factual, é o resumo das principais notícias do dia. Como é um jornal muito pequeno, engessado entre duas novelas, nós temos dezesseis minutos, nosso tempo é bem limitado, é o resumo mesmo, nós não temos como fazer grandes reportagens, muito ampliadas porque o meu espaço é pequeno. O jornal

prima pelo factual, no sentido de que a gente não quer dar sensacionalismo, a gente dá notícias de polícia sim, hoje mesmo nós temos um caso bárbaro que vamos botar no jornal, mas a gente procura retratar sempre a sociedade mas não para chocar essa sociedade, a gente evita o sangue. Trabalhamos muito as pautas de economia, repercutimos assuntos nacionais que a gente possa trazer para o estado de SC, e as notícias importantes do estado. Agora nós estamos num período que a gente está vivendo vivendo essa questão da estiagem, que está preocupando os governos, a gente já está pensando como é que vai ser a próxima safra, se vai comprometer ou não. Então a gente sempre tenta ampliar um pouco a discussão do factual, mas eminentemente é um jornal das notícias do dia.

E a internet ajuda a ampliar essa discussão do factual? Como você avalia a apuração na internet?

A internet hoje é uma ferramenta sem dúvida, a gente não tem como negar o valor da internet. Mas a gente não pode comprar a notícia que está na internet, entre aspas, eu não posso tomar como verdadeira aquela notícia. A internet nos ajuda muito, ela serve muitas vezes até como uma pouteira pra gente. “Tem uma notícia no oeste do estado, daqui a pouco mais informações...” No momento que a gente vê isso na internet, já vai atrás. Já liga pra nossa equipe, vamos checar, vamos correr. Mas jamais a gente vai pegar uma informação da internet e botar no jornal sem checar, isso jamais a gente vai fazer. Mas ela serve sim, hoje, para nos pautar, nos dar informações, para a gente ficar antenado no que está acontecendo, nos dá um panorama do que está acontecendo no dia, por exemplo nosso estado, no nosso país. Enfim, a gente foca muito no estado de sc, e o nosso balizador é muito o clicRBS, que é do grupo, é um complemento do nosso trabalho e agente usa nossa página na internet para colocar algumas informações para o nosso público que as vezes não conseguiu ver o jornal, ou quer mais alguma informação. Nós temos uma grande audiência na internet, do RBS Notícias, ele entra na íntegra no dia posterior de ele ser exibido.

É grande a audiência?

As vezes para rever o jornal, as vezes para rever uma reportagem, por que ele é um jornal pequeno.

Teria esse número?

Eu não tenho esse número, teria que fazer uma pesquisa junto ao ClicRBS. O que agente sabe, no dia-a-dia, eu entro na página e vejo o acesso. Por exemplo hoje, 580 pessoas nos assistiram. Isso eu vejo, mas um balanço mensal, a média anual, isso eu não tenho.

E a audiência da tv, qual o alcance?

A nossa audiência, graças a Deus, é uma audiência considerada muito boa, não só em termos de Brasil, mas em termos mundiais. Por que a audiência no Brasil da Rede Globo é uma audiência muito grande mesmo, já foi maior, mas a tendência é outros mercados crescerem, outras televisões, a tv a cabo, outras mídias, a própria internet, competirem. Mas a gente mantém uma audiência muito forte, muito significativa, vou pegar uma última audiência que foi março, a gente fez 74% de share. Isso é muito grande. Então significa que de cada 100%, 74% está ligado na tv, assistindo o *RBS TV* no Estado. A gente considera isso um reflexo do nosso trabalho, da nossa gestão, da nossa preocupação com o telespectador. Eles ligam pra gente para se informar. A tendência da audiência no Brasil é cair, é desmembrar, mas por enquanto a gente considera muito significativo, muito bom pra gente e que deva permanecer mais um período com essa audiência alta

Como você avalia a convergência no Grupo RBS, a colaboração da tv com outros suportes?

acho excelente, a gente que trabalho no grupo é muito bom. Existia um período que a gente não sabia o que o DC tava produzindo, o que a Notícia (na época AN nem era nossa), mas o Jornal de Santa Catarina. Hoje todo mundo recebe mensagens de algum assunto que tá rolando, de acidentes, algum fato importante. A gente tem a pré-pauta dos jornais, o que eles estão produzindo. Muitas coisas eu recebo, se eu recebo a pauta do AN eu vou checar se eles estão dando alguma coisa que a gente não tem, e muitas vezes acontece isso, daí eu ligo para a nossa emissora em Joinville, ó: vocês estão sabendo tal coisa? Não estamos sabendo ainda, vamos ligar pra AN. Ligam: Ah: nos temos a foto, vamos supor, um acidente na 101 que AN foi lá e fotografou e a nossa equipe não ficou sabendo. Eles nos mandam essa foto, a gente recebe essa foto em Florianópolis e bota ela no ar. Hoje a gente trabalha muito assim. Mesmo que a gente não tenha perdido a imagem, por que tv é imagem, claro. Mas pra gente não deixar de dar o assunto, que a gente perdeu por algum fator, a gente dá a foto. Se a gente acha que a foto foi bem feita,

se ela vai passar a informação, o que a gente imagina o mínimo de qualidade pro telespectador

Que imagens em movimento que vcs colhem da internet?

A gente não colhe da internet, em movimento. A gente não pega de site.

Por exemplo, interatividade de algum telespectador que estava num fato, é testemunha e gravou com o celular

A gente recebe muita ligação, muito e-mail de telespectador. Por exemplo, um exemplo hipotético: farra do boi. Vamos supor que o telespectador gravou com a camerazinha dele, ele vai nos mandar um e-mail e vai perguntar se a gente quer. Nós não compramos imagens, e só assina o nome, se a pessoa autorizar que bote o nome dela, e se avaliar que aquela imagem vai contribuir, vai acrescentar pro produto final do jornal ou da revista, (eu falo revista quando falo já, que é um telejornal de variedades). Jornal do almoço usa muito mais essa linguagem que o rbs de notícias. Ele faz promoções: “mande seu vídeo, seu filhinho”... O critério é a qualidade do material. O telespectador vai ver aquilo ali e vai entender, as vezes chega material com muita baixa qualidade, que se esta coerente com a proposta do telejornal.

Mas se for um tornado na serra.

Isso sem dúvida, isso é notícia. Quando é notícia a gente tenta colocar no ar, com o mínimo de qualidade possível a gente vai colocar no ar, se aquela imagem vai dizer alguma coisa, se o telespectador vai identificar que é um tornado vai pro ar, pq é um diferencial. Brincadeiras com o seu filho não vai pro ar! O JA usa mais essa linguagem, só usa imagens de cinegrafista amador se for de factual e alguma coisa importante. Um assalto, um incêndio. Câmeras de seguranças, câmeras de polícia, de banco. É muito legal, hoje todo mundo tem acesso a câmeras, todas as empresas, tudo. A primeira coisa quando acontece algum assalto, algum rolo na rua. Uma vez a gente fez uma matéria muito legal que era um cara que roubava veículos para roubar notebook. Então, as câmeras da rua pegavam tudo, mostravam o rosto do rapaz. Isso é ótimo. Entao a gente usa bastante esse recurso, eu acho bem legal essa parceria com o telespectador, com o público. Acaba sendo uma troca, a gente exibir aquelas imagens do assaltante que roubou aquela empresa vai ajudar também a polícia a pegar esses caras. Não é sensacionalistas. Não, é por

que vai ajudar, a comunidade vai ajudar a identificar. Isso chama muito a atenção do nosso público. Claro que a gente se preocupa com a audiência, mas preocupa muito mais em manter essa audiência e que ela considere o jornal um produto de qualidade. Claro que é um público muito grande, cada um tem sua opinião, as vezes a gente bota uma imagem no ar que o nosso público reclama; não gosta. A gente recebe e-mail: ex: farra do boi, uma foto com sangue. As pessoas não querem ver isso, nosso público não quer ver isso, as vezes o público quer ver isso e troca de canal. Então não é o nosso objetivo mudar nossa ,linha editorial para agradar um ou outro, a gente evita. A gente não dá nosso microfone no rbs notícias, para bandido falar, ele tem que falar com a polícia. A não ser que, por exemplo, seja um rapaz que estava dirigindo embriagado, que atropelou uma pessoa, a gente pega aquilo para provar que o cara tava embriagado, o estado do carro. Ele também é um bandido, é um criminoso. O pé rapado, o vagabundinho.... vai negar pro delegado, pro juiz, ele é suspeito, o nosso jornal. A gente tem que ter muito cuidado, as vezes a gente erra na avaliação, as vezes a gente pisa na bola, é um exercício do dia-a-dia, dizer isso aqui vai, isso aqui não vai, a gente avalia as co, trabalha avaliando a exceções.

Como é a convergência com relação à CBN/Diário, que é um meio que esta do lado?

A CBN/Diário é ótima. Também... como a gente já trabalha há muitos anos na parceria, há 10 anos. É uma coisa muito automática. A CBN/Diário nos auxilia muito em grandes coberturas ao vivo, por exemplo, eleições. Eleições é barbaro, a CBN/Diário tá ali Full time, todo tempo com informação, com entrevista, entrevista, entrevista... a gente fica ali com o radinho ligado na redação. No dia-a-dia é um pouco diferente., por que eles nos avisam, avisam muito a produção. Por exemplo o nosso produtor do rbs notícias da manhã que é o Neto, é repórter da CBN/Diário, então ele traz informação da CBN/Diário, leva daqui pra CBN/Diário. É uma sinergia.

Percebi que ele faz essa ponte.

Não é só ele. Não. Na parte da manhã, mas na parte da tarde nós . O próprio Carlos Alberto, a gente recebe muito e-mail. O Renato Igor é da CBN/Diário e é da TV Com, e nos passa informação. O Prates é da CBN/Diário e é da RBS TV, o Mario Motta, é da CBN/Diário e é da RBS

TV.

Eu fiquei no DC e no DC on-line eles fazem reunião de pautas juntas, e aqui não é o caso. Vocês fazem alguma reunião de pauta conjunta?

Não, a gente não faz reunião de pauta com eles. Até por que eles tem o mesmo sistema que a gente, eles tem acesso a tudo. Tudo que a gente faz eles tem acesso. É só clicar e abrir que eles vão ter acesso a tudo que a gente está fazendo. Não tem necessidade de chamar, por causa dos horário. Nós temos acesso a tudo o que eles tao fazendo, se eu abrir a pasta da *CBN/Diário* vou ter acesso a todas as pautas que eles estão produzindo e trazendo. E ligar o radinho, né?. É um trabalho que já é automático. Acredito que o jornal é mais complexo, é escrito, vai sair no outro dia. É diferente. Aqui a coisa é a troca imediata, gritar ali no corredor: “Tá acontecendo um acidente”, “Legal, Obrigada, Vou atrás”.

E o papel do Plantão do DC on-line?

Também é a mesma coisa, quando eu falo clicRBS é com relação à isso. A gente deixa aberto o tempo todo. É o dc online que está dentro do clic. Bota aquela informação e a gente vai checar, se é isso mesmo. As vezes a gente corrige eles, as vezes a gente fica sabendo que não é bem isso e manda um e-mail para trocar a informação.

Eu acompanhei uma matéria do repórter Fabiano Marques, sobre a BR101, em parceria com o DC. Como funcionou?

Na realidade, cada um tem seu repórter. É um trabalho independente. A não ser em coberturas especiais. Vamos mandar um repórter, um correspondente para acompanhar o governador em Dubai, o Renato Igor foi e ele vai produzir para TV Com, *RBS TV*, *CBN/Diário*, *Diário Catarinense*. Isso é uma mais coisa. Quando é no dia-a-dia cada um tem suas equipes. Claro que o meu repórter ta lá num acidente, ele pode dar informação.... Por ex, no último sábado que eu estava fazendo plantão, mataram um vereador de Rancho Queimando, o Naim (Campos) ficou sabendo na casa dele e se mandou pra lá, e eu avisei a *CBN/Diário*, quando cheguei as 8h, e avisei o Renato, que estava de plantão, disse pra ele ligar pro celular do Naim, que faz um boletim pra rádio, é uma coisa tão automática pra gente, é normal, e ele entrou ao vivo na rádio. A sinergia é muito forte, as vezes o repórter lembra de ligar pra passar um boletim pra *CBN/Diário*, e eles entram no ar. Com o jornal, eles nos

ligam mais quando eles perdem alguma coisa e eles vem no ar alguma coisa que eles não tem na matéria. Eles tem o mesmo material que a gente, mas não tem determinado aspecto, ou depoimento que a gente tem e eles ligam pra cá pra pegar detalhes. Isso acontece. A gente não trabalha em conjunto pra fechar as pautas, cada um é independente, autonomia total é bem diferente.

Mas nem sempre foi assim essa colaboração. Como foi essa transição?

Essa é uma tendência geral. Eram outros tempos. Foi tudo muito natural, até uma exigência de mercado. A televisão sempre foi aquela notícia mais imediata, o rádio em primeiro lugar, aconteceu o rádio tá dando, eles só precisa de informação, não precisa de imagem, o locutor, ou repórter é só ter um microfone e sair falando, a tv preciso da imagem, a questão da tecnologia hoje facilita muito mais, coloca link, microlink imagem de satellite até imagem de internet, mais fácil. Sempre foi rádio, tv e jornal que ia sair no outro dia, o jornal é a repercussão. Só que antes havia uma briga muito grande por que o jornal queria furar, a televisão e o rádio. Eu vejo que o propósito do jornal, para ele sobreviver... Hoje quem nos fura é a internet... Quem fura quem? Não... Cada veículo tem seu papel hoje de dar a informação mais correta e imediata que puder para seu publico. Se o jornal nos furou, que bom que o jornal conseguiu aquela informação que a gente não tinha. Mas é bem mais difícil hoje de acontecer. A própria internet já fura o jornal. Tão produzindo determinado material, a matéria já tá na internet, o jornal vai repercutir mais, ele vai ouvir mais opiniões, ampliar os assuntos. Os próprios gestores foram trabalhando seus profissionais, foram mudando os profissionais, e a gente foi aceitando mais, conhecendo mais e integrando. Claro que dentro do grupo foi feito um treinamento, pra gente conhecer mais como funciona o DC, o DC veio entender mais como funciona a tv. Não vamos dizer que é 100%, não é 100% pq a gente não esta no mesmo prédio, se estivesse no mesmo prédio ia ser como a *CBN/Diário* e a tv com, uma coisa natural, são colegas de trabalho, que a gente está se ajudando, ninguém tá aqui competindo. A gente não compete com a *CBN/Diário*, por que é natural, a gente avisa, a gente quer mais que eles dêem também o que nós estamos dando. Mesma coisa com a TV COM, a gente passa as coisas. Entao acho que aconteceria com o jornal a partir do mesmo que o jornal estivesse numa redação mais integrada conosco. Já melhorou muito e a tendência é

melhorar cada vez mais. Não vejo um rixa mais tão acirrada quanto era antigamente. Que bom que a gente está trabalhando para um bem em comum. Eu não to trabalhando pro meu colega do lado, eu to trabalhando pro meu telespectador. Acho que essa visão tem que mudar, o produto não é meu, é da *RBS TV*. Eu faço um jornal que é da *RBS TV*, o dia que eu sair ele vai continuar existindo. E outra pessoa talvez toque até melhor que eu. Claro que tem alguns individuais que fazem a diferença, pq naquele determinado momento da história da tv ou do jornal, eles tem uma função diferenciada. Ninguém é insubstituível em profissão nenhuma.

A tecnologia está dando só mais agilidade ou contribui pra melhorar a qualidade.

Qualidade, sem dúvida. Ela ajuda na qualidade. Eu fiz jornalismo aqui na *RBS TV*, onde a gente batia na máquina de escrever, tinha um telefone na redação e não tinha fax, não existia. A nossa fonte de informação era o repórter da rua que chegava com a matéria já pronta e o telefone pra checar informação. Chegavam as pautas, era uma loucura, completamente diferente do que é hora. Depois entramos na era do fax, que foi uma coisa fantástica, chegava a pauta pra nós. Foi bárbaro, a gente recebia cartas, era bem diferentes. Nosso teleprompter, a gente batia na maquina de escrever com carbono, a gente pegava a lauda e colava-se com durex pra passar na esteira, para o salvador que apresentava o rbs notícias na época. A tecnologia nos ajudou, facilita muito o nosso trabalho. Muito, muito, muito. Mas também a tecnologia pode nos derrubar. Pq essa coisa da rapidez, um dia, recente, nos demos uma barrigada muito grande no ar, chegou a informação que tinha caído um helicóptero em Porto Belo, veio de fonte segura, ligamos para a infraero eles já estavam checando, os bombeiros já estavam indo, nossa repórter esta indo com os bombeiros para fazer as buscas na região de porto belo e nós demos uma nota. Claro que dizendo: Naquele momento, uma equipe do corpo de bombeiros da capitania dos portos estava verificando a possível queda de um helicóptero, blá e não era nada daquilo.

Chegou por e-mail?

Chegou por telefone. Viram? Viram? A gente foi checar e a Infraero também. Mobilizou, tanto que no outro dia nós colocamos que a repórter acompanhou a equipe de buscas, teve as buscas. Mas isso ai foi

a rapidez da informação, todo mundo se agilizou, nós pegamos o helicóptero aí e não existia o fato. A gente tem que ter cuidado pra não querer atropelar por que essas coisas vão chegando Sempre tem que checar, jornalismo tem que checar se não a gente vai dar este tipo de barrigada muitas vezes, aí a gente vai acabar perdendo a credibilidade com o telespectador: o fato que não aconteceu, a gente não precisava ter dado, não contribuiu em nada.

Este é o lado negativo da tecnologia.

A internet as vezes dá informações que não procedem. E as pessoas tomam como um fato verídico aquilo ali e até desmentir... a gente tem que tomar muito cuidado, muito cuidado.

ANEXO 5

Entrevista Cláudio Thomas – 12.05.2009

Me conte, por favor, sua trajetória no Jornalismo.

Tenho 29 anos de profissão, formado pela Faculdade de Meios de Comunicação Social da PUC-RS. Trabalhei na Rádio Continental, Rádio Gaúcha, Jornal do Comércio, Correio do Povo, em Porto Alegre, Pioneiro em Caxias do Sul, lecionei durante oito anos no curso de Jornalismo da PUC e durante três anos no curso de Jornalismo da Universidade de Caxias do Sul. Desde 1998 estou no *Diário Catarinense* como editor-chefe.

Qual seria a proposta editorial do DC como suporte do Grupo RBS?

Ser o jornal, com circulação estadual, que faça a integração entre todas as regiões de Santa Catarina.

Qual a tiragem do DC impresso? Qual é a audiência no conteúdo da edição impressa na internet?

Cerca de 45 mil exemplares em média de segunda a sábado. E mais de 60 mil aos domingos. O *diario.com.br* registrou, em março, 1,8 milhão de audiência.

O DC é o primeiro jornal informatizado da América Latina. Desde sua

inauguração, quais foram as principais transições relativas ao sistema informatizado? Ex: mudanças de computadores, de sistemas, etc.

O primeiro sistema de computadores foi utilizado de 1986 a 1999. E depois, o sistema passou por diversas atualizações.

Como avalia a convergência na RBS como um todo?

Em constante aperfeiçoamento.

Qual é o papel da intranet (Winews) neste contexto?

Um grande facilitador do trabalho na integração entre todas as redações, principalmente nos jornais.

As reuniões de pauta ocorrem quantas vezes por dia? Como funciona a participação dos editores do DC on-line nestas reuniões?

Das 11h às 12h30min nas segundas. E das 14h às 15h nos demais dias. E uma reunião rápida de fechamento a partir das 18h. Participam editores ou subeditores.

Há planos de estreitar ainda mais o contato entre as duas redações?

Preocupação permanente.

Comente um pouco a integração com os jornais do interior, AN e Santa.

Cada jornal tem a sua identidade editorial, mas existe integração no aproveitamento de conteúdos factuais.

Como a Agência RBS contribui para a elaboração diária do DC?

No processo de organização da cobertura das sucursais em Criciúma, Tubarão, Lages, Joaçaba e Chapecó, assim como na integração com os Jornais A Notícia e Jornal de Santa Catarina.

Na sua percepção, quais seriam as principais deficiências da internet e como isso prejudica o exercício do jornalismo? Que critérios julga pertinentes para avaliar a veracidade das informações na internet?

O *diario.com.br* e o DC impresso têm os mesmos conceitos. Credibilidade nas informações. As vantagens da internet são muitas. Uma delas é que não existem limites de espaço, como na edição impressa. E o mais importante é a possibilidade de uma matéria ter áudios e vídeos, ampliando ainda mais as informações.

Poderia traçar um paralelo entre a apuração realizada nas ruas e a apuração na internet? Elas são complementares? Qual a importância de cada uma?

A preocupação é sempre a mesa. A qualidade da informação.

Em que momentos a internet colabora para aumentar a qualidade da informação?

A informação evolui no *diario.com.br* desde a primeira publicação. A informação vai ganhando corpo e mais detalhes ao longo do dia.

Alguns locais da rede tem seu acesso restrito aos jornalistas? Como por exemplo, o Orkut?

Sim.

Muitos jornalistas do DC alimentam blogs. Eles recebem algum pagamento extra por este serviço?

O interesse em ter blog é do jornalista e não do jornal. Faz parte da atividade dele.

ANEXO 6

Protocolo de Estudo de Caso

A. Introdução ao estudo de caso e objetivo do protocolo

A1. Questões, hipóteses e proposições do estudo de caso

Questões: As questões estão diretamente ligadas ao objetivo geral desta dissertação que busca identificar o uso que os jornalistas fazem dos diferentes tipos de informações que circulam na rede para a produção jornalística.

a. Descrever e explicar o modo que a apuração na Internet é realizada e perceber as possibilidades ainda não vislumbradas pelos profissionais

b. Notar a influência das inovações tecnológicas na atividade jornalística e a contribuição para o aprimoramento das notícias difundidas em todos os suportes.

d. As fontes oficiais possuem a hegemonia do contato dos jornalistas, ou a internet está contribuindo para uma diversificação ou pluralidade de vozes?

e. O conteúdo da internet contribui para fazer matérias jornalísticas mais elaboradas e com profundidade ou simplesmente só ajuda a realizar as mesmas tarefas só que com mais agilidade?

f. Como os jornalistas lidam com a incerteza da validade dos discursos em circulação na rede em termos de credibilidade?

g. Quais os principais critérios para uso ou refutação de uma

informação? (parâmetros de qualidade)

h. Como e em que circunstâncias a rede interna é utilizada pelos jornalistas? Há diálogo entre os meios?

Hipótese:

O grupo RBS está estruturado em torno da tecnologia, numa conjuntura marcada pela superabundância de informação. Se utilizada com rigor, a informação on-line pode auxiliar na checagem dos fatos e na identificação das fontes para oferecer um jornalismo contextualizado. Pesquisas indicam que atualmente, o uso da informação digital é mais seletivo, somente de fontes contrastadas e de confiança, fundamentalmente de outros meios e de organismos públicos, o que demonstra um comportamento conservador dos jornalistas com relação à pluralidade de fontes on-line e uma forte tendência a institucionalização e oficialização do discurso jornalístico. (Massip. 2008)

Proposições do estudo de caso:

a. O acesso a informações de qualidade é um dos maiores desafios da atualidade. Como os jornalistas profissionais do Grupo RBS estão se adaptando a este novo contexto?

b. A incorporação de novas tecnologias altera o processo de produção da notícia. Como se dá esses momentos de transição na redação?

c. As redações integradas contribuem para melhorar os processos de apuração no exercício do jornalismo. Em que termos isto acontece?

d. A convergência de conteúdos já é uma realidade para o grupo RBS. Como isto é visto e em que medida modifica os processos de apuração executados pelos profissionais do Grupo?

A2. Papel do protocolo: O protocolo é uma agenda padronizada para a linha de investigação do pesquisador, tem por objetivo guiar o pesquisador do estudo de caso.

Tem-se por objetivo não caracterizar este estudo de caso como um trabalho de caráter pontual, sem vocação longitudinal, ou seja, que os resultados não fiquem restritos a Florianópolis e que possam ser testados e confrontados em outras redações jornalísticas.

Além disso, a natureza qualitativa da análise dos dados deve estar evidenciada quando se analisam as quantidades provenientes dos questionários em estreita relação com as observações. Em última análise, as observações complementam as informações colhidas pelos

questionários com outros dados que seriam inviáveis de serem questionados aos jornalistas.

Outro ponto importante a ser analisado diz respeito as especificidades de cada meio a ser estudado, que possui técnicas de apuração e reportagens distintos, além de linguagem e públicos diferenciados.

B. Procedimentos da coleta de dados

B1. Nomes dos locais a serem visitados, incluindo pessoas de contato

Grupo RBS de Florianópolis: RBS TV/ Rosani Thomas; Diário.com.br/ Fabiano Melato; Diário Catarinense/ Cláudio Thomas; CBN Diário/ Carlos Alberto Ferreira

B2. Preparação esperada anteriores às visitas aos locais

Os documentos específicos revisados antes do estudo de caso são os próprios produtos jornalísticos a serem estudados, ou seja, o jornal impresso Diário Catarinense, a versão eletrônica do cibermeio Diário.com.br, os telejornais da RBS TV e os programas jornalísticos da CBN Diário. Este acompanhamento sistemático ocorreu desde o início do curso de Mestrado, intensificando-se após a defesa do projeto de dissertação, que foi qualificado por uma banca examinadora em dezembro de 2008. A partir desta data até o fim de fevereiro de 2009 a observação dos jornais do Grupo RBS em Florianópolis tornou-se constante.

Além disso, a bibliografia especializada em apuração jornalística na internet também foi revisada para o estudo de caso. Este projeto de pesquisa prevê, portanto, a utilização dos principais referenciais teóricos do jornalismo digital para a compreensão das particularidades da apuração no jornalismo no ciberespaço, Ross e Middleberg (1996, 2003), Garrison (1995, 1999), Quinn (2002, 2008), Masip (2008), Nicholas (1998), Bastos (2000) e Heinonen (1999). Levando-se em consideração que a maioria dos fundamentos teóricos que investigaram o uso da internet por jornalistas, ou seja, a apuração jornalística na internet, são produzidos por autores estrangeiros, se tomará o cuidado de identificar as características próprias da realidade brasileira.

Nos últimos trinta anos ocorreram mudanças significativas nos processos de produção nas redações, protagonizadas pela evolução tecnológica. Tais transformações foram retratadas em pesquisas

desenvolvidas em diversos países como, por exemplo, pioneiramente por Morgaine (1972) e Smith (1980) que descrevem as diferentes revoluções ou grandes transições vividas pela comunicação e Fidler (1997: xv), que define este processo com o conceito de “midiamorfose”, “a transformação dos meios de comunicação, geralmente ocasionada pelo complexo entrecruzamento de necessidades percebidas, pressões políticas e competitivas e inovações sociais e tecnológicas”⁴³.

Como destacam Lamble e Quinn (2008), atualmente, a atividade jornalística pressupõe a utilização de computadores. Não só as notícias são escritas neles como também estas máquinas representam a principal ferramenta de acesso à informação na atualidade. Ressalta-se que o profissionalismo do jornalismo está em contínua transformação e o acesso à informação de qualidade significa um dos maiores desafios da contemporaneidade (Garrison, 2003). Esta modalidade de pesquisa busca investigar uma das fontes mais usadas pelos jornalistas neste começo de milênio: a informação disponível na web.

Este tipo de pesquisa teve seu início nos Estados Unidos em 1994, com a coleta sistemática de dados por Steven Ross e Dan Middleberg, então professores da Universidade de Columbia, em Nova Iorque, por meio de questionários anualmente revisados e enviados para jornalistas em nível nacional. Conforme Lamble e Quinn (2008: 3), Steve Ross notou que a web e o e-mail estavam se tornando a alma no processo de apuração da notícia. Nove das dez pessoas que responderam sua pesquisa de opinião nacional disseram que a Internet mudou fundamentalmente o modo que eles trabalhavam. Mais de 92 por cento acreditavam que as novas tecnologias e a internet tinham tornado seus trabalhos mais fáceis e contribuíam para que os jornalistas fossem mais produtivos.

Também em 1994, o pesquisador Bruce Garrison (1997, 1999, 2001, 2003, 2007), da Universidade de Miami, na Flórida, deu início a pesquisas similares, aplicando surveys nacionais aos jornalistas estadunidenses. Os estudos destes pesquisadores coincidem quando afirmam que o uso dos recursos on-line por jornalistas cresce com a expansão da web, que contribuiu para que a internet pudesse transpor os

43 The transformation of communication media, usually brought about by the complex interplay of perceived needs, competitive and political pressures, and social and technological innovations.

muros das universidades e dos centros de pesquisas.

Fora dos Estados Unidos, conforme fica evidenciado no trabalho de Masip (2008), a informação disponível sobre o uso da internet é escassa e dispersa, habitualmente proveniente de trabalhos de caráter pontual sem uma vocação longitudinal e de natureza mais quantitativa do que qualitativa. Na revisão da bibliografia, Masip verifica que, com diferentes graus de extensão e profundidade, em outros países os pesquisadores vêm dedicando atenção ao uso da internet pelos jornalistas: David Nicholas na Grã Bretanha, Stephen Quinn na Austrália, Helder Bastos em Portugal e Ari Hainonen na Finlândia.

O trabalho de Masip (2008) tem o mérito de, a partir destes estudos prévios, fazer o balanço das pesquisas publicadas ao longo destes dez anos⁴⁴, avaliando as projeções realizadas pelos pesquisadores em seus devidos contextos. O autor percebe que as visões começam a mudar a partir do novo milênio, quando os trabalhos passam a realizar análises de novas perspectivas, mais concretas, criticando a grande distância dos ideais anunciados para a realidade. Autor da tese de doutorado “Presença e uso da Internet nas redações. Jornalistas, rotinas profissionais e tecnologia: o caso de La Vanguardia, Catalúnia Rádio e Televisão de Catalúnia”⁴⁵, Masip examina o jornalismo praticado na atualidade. Até o momento sem tradução para o português, o livro de autoria do pesquisador catalão Pere Masip, professor da Universidade Ramon Llull, em Barcelona, é um dos únicos sobre a incidência da Internet na prática jornalística. O estudo centra-se nas características do processo de difusão da rede e sua incorporação nas redações e a expectativa que o novo meio provoca com relação à apuração jornalística na Internet.

Ao realizar a revisão bibliográfica, Masip (2008: 24) constata que este tipo de pesquisa está marcada por quatro características: 1) é uma pesquisa de caráter pontual, não longitudinal; 2) impulsionada frequentemente por empresas privadas com interesses econômicos no setor (auditores, empresas de hardware); 3) centradas na imprensa escrita e 4) de caráter quantitativo.

44 Embora este livro tenha sido publicado em 2008, a tese de Doutorado que deu origem a este trabalho foi defendida em 2006.

45 Presència i ús d'Internet a les redaccions. Periodistes, rutines professionals i tecnologia: el cas de La Vanguardia, Catalunya Ràdio i Televisió de Catalunya.

B3. Plano de coleta de dados

Calendário para as visitas ao local: 9/3 a 13/3: Diário.com.br; 16/3 a 20/3: Diário Catarinense, 24/3 a 28/3: CBN Diário e 30/3 a 2/3: RBS TV. O nível de esforço deve concentrar-se na aplicação dos questionários com os jornalistas, observações das práticas profissionais e entrevistas com os editores responsáveis por cada veículo de comunicação.

O estudo de caso divide-se em etapas para o desenvolvimento da pesquisa que deve se estender em cada redação ao longo de cinco dias de acompanhamento. Assim, o primeiro dia destina-se a ambientação tanto da pesquisadora no local de trabalho dos jornalistas do Grupo RBS quanto dos próprios profissionais que estão tendo seus processos de produção da notícia estudados.

Num segundo momento serão distribuídos os questionários para que sejam respondidos até o penúltimo dia da pesquisa, ou seja, quinta-feira. Assim, os profissionais terão mais autonomia para respondê-lo no momento que julgarem mais adequado, sem a presença da pesquisadora. Cabe ressaltar que o questionário almeja responder as questões relativas aos objetivos específicos do projeto de pesquisa abaixo listados:

Objetivos específicos

1. Investigar o histórico da adoção da internet na atividade jornalística nos diferentes meios a serem pesquisados: rádio, televisão, jornal e portal da internet;
2. Analisar o impacto da disseminação da internet nas redações;
3. Avaliar o potencial da internet como fonte para os jornalistas, percebendo a viabilidade de incorporação de novas fontes que tradicionalmente não são consultadas pelos jornalistas, em contraposição as fontes oficiais;
4. Investigar em que medida a internet contribui para a apuração de informações, no sentido de perceber qual o lugar ocupado pela informação on-line com relação à coletada nos métodos convencionais;
5. Averiguar qual a percepção que os jornalistas possuem da internet, principalmente quanto à qualidade e credibilidade da informação e disponibilidade de pesquisas mais amplas como em bases de dados, blogs, listas de e-mails, redes sociais,

buscadores específicos, por exemplo.

Concomitantemente, as observações devem ocorrer durante todo o período de desenvolvimento do estudo de caso. Esta etapa consiste na observação da realidade para que as proposições teóricas elaboradas com base na revisão bibliográfica seja contrastada e confrontada com aspectos objetivos.

Outra etapa de suma importância consiste nas entrevistas com os editores chefe de cada veículo de comunicação do Grupo. Assim, aspectos mais globais da redação que não puderam ser supridos pelos questionários individuais poderão ser questionados e esclarecidos com os responsáveis pelos produtos jornalísticos. As entrevistas individuais e semi-estruturadas serão realizadas com os editores de cada meio do Grupo RBS, respectivamente: Claudio Thomas do Diário Catarinense, Rossani Thomas da RBS TV; Fabiano Mellato do Diário.com.br e com Carlos Alberto Ferreira da CBN Diário.

C. Esboço do relatório do estudo de caso

C1. A prática da apuração: resultados do questionário estruturado

C2. As entrevistas com os editores

C3. Resultados obtidos na pesquisa empírica: a observação do Grupo RBS

C4. Desenvolvimento conceitual dos processos de apuração

C5. Anexos: cronologia, modelo lógico específico para a apuração e lista das pessoas entrevistadas e questionário.

D. Questões do estudo de caso

D1. Apuração jornalística na Internet e critérios de credibilidade da informação

D2. Avaliação

a. O uso de conteúdo em circulação na internet é representativo, se comparado com outros métodos de apuração jornalística?

b. Que partes da internet já foram assimiladas e são consultadas com frequência pelos jornalistas? Que mecanismos ainda não são acessados por falta de conhecimento?

c. O que de fato mudou com a convergência para os jornalistas? O que ainda não está sendo incorporado como prática por falta de domínio de técnicas?

d. Quais as diferenças essenciais da apuração em cada um dos meios pesquisados?