

# O papel da internet no contacto entre jornalistas e fontes de informação nas redacções portuguesas

Rui Miguel Gomes  
Jornalista

## Resumo

Para entender o impacto da internet no jornalismo, em particular no contacto dos jornalistas com fontes de informação, analisa-se o entendimento que os jornalistas da imprensa, televisão e rádio detêm sobre o fenómeno enredado que provocou uma mutação nas suas práticas diárias. Será perceptível que a viciação dos jornalistas na *web* é irrefutável e que estes consideram que o advento melhorou a sua qualidade de trabalho. Fica expressa uma visão positivista da internet, partilhada pelos jornalistas dos três tipos de meios observados, que não hesitam perante a possibilidade de aceder, de forma imediata, a novas fontes de informação, à distância de apenas um ou dois toques no rato.

## Palavras-chave

Internet; Fontes de Informação; Imprensa; Rádio; Televisão; Jornalistas; Correio Electrónico.

## Introdução

Ponto prévio: no mundo globalizado em que vivemos, é incontornável falar na preponderância que a internet tem no quotidiano e na forma como a sua evolução tem vindo a marcar indubitavelmente as vivências, práticas e experiências humanas. O jornalismo, como área vincadamente propícia a tal autoridade técnica, tem sido um dos campos onde a acção da rede foi mais avassaladora. Tudo mudou, e o jornalismo, tal como a acção dos seus agentes, também. Na forma, nos meios, conteúdos e, quiçá, na essência da profissão. Os jornalistas passaram a ficar ligados à rede por meio de terminais, o seu trabalho passou a ser assistido, e a necessidade dos próprios meios de comunicação social em apostar de forma efectiva em profissionais com características apropriadas à nova realidade tornou-se um facto, sobretudo, uma carência premente.

As mudanças produzidas ao nível das acções, rotinas, procedimentos conceptuais por parte das novas tecnologias no campo jornalístico foram tremendas. O consenso gerado em torno da forma como a rede alterou os *media* tradicionais – jornais, televisões e rádios – é efectivado pela prática dos agentes integrantes dos *media*, com particular destaque para os jornalistas, que passaram a deter novas ferramentas, novos modos de comunicar com o público, tendo, conseqüentemente, encontrado novos públicos, com culturas e exigências díspares. É precisamente nesse âmbito, o do desafio imposto pela rede, que o presente artigo se insere, tomando por base um trabalho efectuado a respeito da importância que a internet tem no relacionamento entre os jornalistas e as fontes de informação (Gomes, 2007). Porém, para lá de compreender o impacto que a rede produziu nos *media* e nas práticas jornalísticas, pretende-se também comprovar empiricamente as vicissitudes inerentes à sua utilização.

Várias questões podem ser colocadas. Algumas de resposta complexa e que, certamente, o referido estudo não conseguiu ajudar a responder; outras, porém, encontram aqui parte de uma solução para dúvidas equacionadas. Assim, compreender o modo como o processo de pesquisa e recolha de informação mudou com o advento da *web*? Os seus efeitos na construção noticiosa? A verdadeira credibilidade das informações recolhidas na rede? O papel da internet na procura e contacto com novas fontes de informação? O aumento ou não da democraticidade no acesso ao campo jornalístico por parte das fontes menos poderosas, graças à rede? São algumas das questões que emergem do fenómeno virtual, à primeira vista, quando se associa a rede ao jornalismo.

No entanto, se o jornalista, ao nível do senso comum, ficou com o trabalho mais facilitado com a adopção da internet e das suas ferramentas – como por exemplo o correio electrónico, *blogs*, *newsgroups* ou *chatgroups* –, na sua prática diária, a questão central do estudo pretendeu esmiuçar de que modo é que a rede potenciou ou não o estreitar de relações entre jornalistas e fontes de informação. Esse relacionamento difere em função do tipo de meio em

causa? Ou difere igualmente devido à área jornalística? Assim, uma das principais questões foi precisamente observar em que moldes é que a internet alterou tal contacto – entre jornalistas e fontes de informação – nas três principais áreas da comunicação social, ou seja, imprensa, rádio e televisão. Será que a utilização que um jornalista televisivo faz da rede no contacto com as fontes de informação é diferente do que um redactor da imprensa escrita efectua? Será que a internet contribuiu para localizar novas fontes de informação? Estas acedem ao contacto via internet? De que modo é que a procura é materializada? Preferencialmente por *e-mail*? Será que a internet substitui o contacto telefónico ou pessoal entre jornalistas e fontes? Por sua vez, as fontes de informação têm, através da rede, maior facilidade de acesso ao campo jornalístico? Existem reflexos dessa questão na elaboração e resultado final da peça jornalística? Neste contexto, e de modo mais abrangente, perceber a opinião, tempo de utilização, vantagens, problemas, razões de utilização e respectiva finalidade por parte dos jornalistas são outros aspectos a ter em consideração, assim como a forma como os próprios pesquisam informações? A internet contribuirá para a maior exactidão das peças jornalísticas? As informações localizadas serão fidedignas? A *web* facilita o trabalho, nomeadamente à distância, entre os próprios jornalistas?

Para responder às questões supracitadas, recorreu-se a um estudo que abrange nove meios de comunicação social, de três tipos distintos – imprensa, rádio e televisão –, sendo que, dentro de cada um deles, foi objectivada a opinião de jornalistas de três áreas díspares, em concreto Economia, Sociedade e Desporto, perfazendo um total de 81 jornalistas inquiridos. Mas vamos por partes.

### **A metamorfose comunicativa imposta pela internet**

O tradicionalismo comunicativo presente no modelo mais conservador de comunicação entre massas patente nos meios impressos, rádio e televisão, tem uma notória preponderância do emissor em relação ao receptor, caracterizando a sua acção pela centralização emissora, algo que as novas tecnologias têm vindo a alterar, apresentando-se como um ponto de ruptura com o modelo mais tradicionalista de comunicação. Assim, o novo modelo comunicacional preconiza a comunicação “de muitos para muitos”, transformando as audiências em agentes produtores, estendendo a sua acção para lá da função de simples consumidores rendidos a um protótipo comunicacional de “um para muitos”.

A nova realidade comunicativa materializada pela internet possibilita uma comunicação em rede global com uma estrutura e uma arquitectura singulares de movimentos multidireccionais, fundamentados por uma variedade incomputável de produtores. Esta recente forma de comunicação traduz-se numa vasta rede de pontos dispersos à escala global, que potencia um conjunto de ligações transcendentais entre distintos campos da sociedade que anteriormente, apesar de ligados entre si, não apresentavam um cariz global, como refere Manuel Castells (2004:15): “As redes são formas muito antigas da actividade humana, mas actualmente essas redes ganharam uma nova vida, ao converterem-se em redes de informação, impulsionadas pela internet. As redes têm enormes vantagens como ferramentas organizativas, graças à sua flexibilidade e adaptabilidade, características fundamentais para sobreviver e prosperar num contexto de mudança permanente.”

A internet tem registado uma expansão avassaladora no contexto social contemporâneo, focalizando a atenção de tudo e todos, tendo a capacidade de fazer convergir, no seu âmbito, os *media* existentes no panorama da comunicação, como é o caso da imprensa e radiodifusão, entre outros, num só meio digitalizado, com base multimédia e hipertextual, assumindo-se como uma rede de redes computadorizadas que desafia as definições pré-concebidas, pois a *web* é “uma amálgama muito grande e pouco definida em recursos e informações, e a sua configuração muda constantemente. Como a internet é uma rede de redes, a estrutura de rede subjacente é completamente flexível, no sentido de que novas redes e sistemas [se] tornam parte ou saem da internet a todo o instante” (Baran, 1995:39). Factualmente, a *web* não é somente uma rede, mas sim um conjunto de milhares de redes de computadores que se apresentam distribuídos de forma cooperativa e organizada, não apresentando qualquer tipo de autoridade central ou entidade que efectue uma gerência individualizada da tecnologia, que depende intrinsecamente da cooperação entre os seus utilizadores, que têm progressivamente contribuído para um desenvolvimento mais orgânico do que burocrático (Fidler, 1997).

Em suma, o progresso da internet apresenta uma democraticidade extrema na sua sustentabilidade evolutiva – na qual não existe uma dominação individualizada –, que apresenta uma interconexão de sucessivos níveis de redes, compreendendo redes locais de organizações que comunicam entre si, permitindo a transferência de pacotes informativos e constituindo a

espinha dorsal de um vasto e complexo sistema enredado que utiliza o hipertexto como sistema de ligação associativa não sequencial, dado que não determina uma ordem obrigatória na leitura virtual. Deste modo, o hipertexto assume-se como “um conjunto de nós conectados pelas ligações, nós esses que podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos, sequências sonoras ou documentos que podem ser eles próprios hipertextos; funcionalmente, o hipertexto é um *software* destinado à organização de conhecimentos ou de dados, à aquisição de informações e à comunicação” (Bastos, 2000:25). Este processo interligado tem potenciado o sucesso da rede, fundamentado pela ergonomia, facilidade de acesso e simplicidade comunicacional subjacentes ao seu funcionamento. Neste sentido, a internet é considerada por muitos como sendo indispensável para a vida quotidiana, como defende Castells: “A internet é hoje o tecido das nossas vidas. Não é o futuro. É o presente. A internet é um meio totalmente abrangente que interage com o conjunto da sociedade.” (Castells, 2004:221)

Enquanto tecnologia fundamental para a sociedade contemporânea (Bastos, 2000; Dreyfus, 2001; Cardoso, 2003; Rodgers, 2003; Castells, 2004A), tendo um impacto verdadeiramente colossal na mesma, a internet acarreta também fortes implicações na prática jornalística (McNair, 1998; Fidler, 1997), com reflexos na “produção e consumo de notícias, na globalização de notícias e respectivas audiências, acelerando processos” (McNair, 1998:136), logo apresenta características e ferramentas essenciais para o desenvolvimento da prática noticiosa, dado que oferece uma panóplia de informação que complementa as notícias. Como salienta Garrison, a recente expansão globalizada da internet tem um potencial “imediato e inimaginável para os jornalistas na recolha e disseminação de informação. Demonstra o futuro do *online* neste pequeno *online* presente” (1995:66).

### **O impacto no jornalismo**

As novas tecnologias, particularmente a internet, oferecem ao jornalismo uma multiplicidade de conteúdos e ferramentas que contribuem decisivamente para a concretização de tarefas e rotinas inerentes à prática jornalística. Este sistema enredado engloba, como refere Pavlik (2001), “todas as formas de comunicação humana num só formato digital, no qual as regras e os constrangimentos analógicos do mundo não são aplicáveis” (Pavlik, 2001:XII). Os conteúdos presentes na rede, que abarcam praticamente todas as áreas de conhecimento, a par de “todas as capacidades intrínsecas aos *media* antigos [texto, imagens, gráficos, animação, áudio, vídeos, entregas de informação em tempo real], incluindo a interactividade, o controlo do utilizador e o acesso *on-demand*” (Pavlik, 2001:5), assumem-se como aspectos fulcrais para os profissionais da comunicação social, tendo naturalmente um forte impacto no jornalismo.

Um aspecto essencial que tem contribuído drasticamente para a afirmação da internet nas diversas áreas sociais subjacentes à actividade da sociedade contemporânea, sendo que o campo jornalístico não foge à regra, é o elevado ritmo produtivo, de difusão e permuta de conteúdos *online*, que possibilita um acompanhamento interactivo constante de qualquer área temática, resultado do efeito de aceleração informativa à escala global que a rede provoca.

No fundo, a internet apresenta, de acordo com Bastos (2000), “dois níveis de impacto no jornalismo e respectiva prática”. Primeiramente, 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 contacto com fontes de informação, tendo em vista a elaboração de noticiários para os suportes tradicionais. O segundo nível de impacto corresponde à crescente produção noticiosa exclusiva e específica para as edições electrónicas dos *media*, construídas na internet, que traduz aquilo que é denominado por jornalismo digital.

Efectivamente, a rede marca uma nova era do jornalismo (Koch, 1996), possibilitando a presença, no mesmo espaço, neste caso virtual, de fornecedores de informação e utilizadores, que encontram, na internet, a possibilidade de aprofundarem questões e encontrarem respostas mais precisas para as problemáticas que emergem constantemente. Assim, perante o progressivo movimento social rumo à era digital, na procura de um ideal de comunicação, entre outros fins, o campo jornalístico enquanto arena social, apresenta, no seu âmago, repercussões inegáveis desta crescente digitalização do social. Os jornalistas, “não têm outra alternativa senão encaixarem-se neste modelo. Eles terão de pesquisar o ciberespaço para localizarem dados e fontes humanas noticiáveis, tal como o fazem no mundo físico” (Gunaratne e Lee, 1996). A *web* ou ciberespaço aperfeiçoa consideravelmente os processos de pesquisa informativa, pois, “ao contrário do modelo um-para-muitos, onde a informação vem de cima, as notícias na internet brotam do fundo e fazem o seu caminho para cima. A realidade diária do modelo muitos-para-muitos significa que o jornalista tem agora uma

*chance* de realmente conhecer e interagir com a sua audiência. [...] Esta interacção deverá conduzir a um melhor conhecimento da audiência e a uma escrita, reportagem que reflecta os valores e interesses dos leitores. No actual ambiente competitivo da distribuição de informação, a melhor pesquisa, melhor reportagem e a melhor análise são factores críticos. Destes três, a pesquisa é a prioridade” (Lapham, 1995).

Com o aumento das aplicações informáticas, o seu uso nas redacções dos *media* vai igualmente aumentando, pois a internet é um recurso economizador de tempo para jornalistas e editores, nomeadamente para os que procuram material complementar da informação que detêm (Millison, 1997), pois o elevado potencial de pesquisa de informação para as notícias é uma das grandes vantagens para os profissionais da comunicação social (Garrison, 1995) – como refere Garrison (2000:8A), “os jornalistas procuram informações complementares que consideram de difícil acesso”. Por sua vez, Ross e Middleberg (1997) consideram que os jornalistas, concretamente nos Estados Unidos, aderiram em massa à internet e aos serviços *online* disponibilizados, quer a partir do seu próprio local de trabalho, quer a partir de casa, e ferramentas como o correio electrónico ou *e-mail* estão a tornar-se cada vez mais importantes nas comunicações diárias, apesar do contacto pessoal e telefónico manter a primazia. Os jornalistas aprenderam naturalmente, para economizarem tempo e aprofundarem o alcance das reportagens executadas, a utilizar as ferramentas *online*, que se transformaram “num recurso altamente valioso para a recolha de informação e, com o tempo, a *Web*, o correio electrónico e outras ferramentas da internet mais frequentemente utilizadas tomarão o seu lugar em todos os jornais, a par de outros recursos validados pelo tempo, tais como livros de referência, telefones e máquinas de fax” (Garrison, 1997). A perspectiva deste autor é corroborada por Reddick e King (1995:V), que defendem o princípio de que as redes de comunicação *online* reflectem a evolução tecnológica nas redacções afirmando que, “tal como o que aconteceu com as tecnologias do passado, a internet e outras redes de informação *online* vão afectar profundamente a arte e o ofício do jornalismo. Os jornalistas sabem que o seu mundo está a mudar rapidamente”.

Sendo a vasta informação disponível na rede uma das suas principais valências, os jornalistas têm progressivamente, no decurso da sua actividade, vindo a usar a internet como incremento fundamental no processo de recolha informativa, transformando a própria forma como a informação é recolhida. Como sublinha Pavlik (1996:141), a internet permite “utilizar os recursos melhor, utilizar melhores recursos e utilizar menos horas de pessoal para se produzir o produto”. Porém, os jornalistas, no decurso da sua actividade, utilizam a *web* para outro tipo de acções, nomeadamente localização de pessoas e de fontes noticiosas, identificação de especialistas para artigos, verificação de informações provenientes de outras empresas jornalísticas durante a preparação de histórias, condução de pesquisa que atribua um certo *background* sobre negócios e indivíduos, identificação de novas ideias para histórias, e localização de informações públicas e privadas alojadas em formato digital nos sítios de instituições públicas e privadas (Garrison, 1995, 1997, 2000a, 2000b).

Esta observação de Garrison, fundamentada pelo próprio através de estudos (2000a, 2000b) empíricos nos *media* norte-americanos, é fortalecida pelo resultado do estudo efectuado por Ross e Middleberg (1997), também eles observando a utilização da internet por parte dos jornalistas dos Estados Unidos. De acordo com os autores, apesar de a emergência da rede não substituir as vias ou ferramentas tradicionais dos jornalistas, o facto é que a *World Wide Web* é uma fonte poderosa tendo em vista a procura de ideias para notícias ou reportagens, sendo, pois, utilizada fundamentalmente na pesquisa e referência concreta para a elaboração de artigos.

Outro aspecto saliente no referido estudo é o facto de o correio electrónico ser considerado, pelos jornalistas, uma ferramenta cada vez mais preponderante nas redacções, principalmente no contacto dos jornalistas com fontes de informação. A pesquisa de fontes de notícia e a recepção de comunicados de imprensa *online* são outros aspectos destacados, inclusive o trabalho dos jornalistas tem sido consideravelmente mais facilitado no contacto com fontes de *press releases*, uma vez que ambos podem indicar mutuamente quais as informações que são de maior interesse ou relevância para os seus objectivos individuais.

Quanto ao correio electrónico, os jornalistas podem identificar, como já foi referido, potenciais fontes de informação para notícias, recolher informações sobre essas fontes e verificar concretamente a exactidão da informação obtida; como enaltecem Reddick e Elliot (1995:76), “o *e-mail* expande o alcance dos jornalistas permitindo-lhes obter informação passível de ser citada a partir de qualquer ponto do mundo, eficientemente e a baixo custo. Além disso, o *e-mail* torna o trabalho em conjunto mais fácil. Jornalistas situados em diferentes

idades podem trabalhar tão juntos como se estivessem na mesma redacção”. Usando esta ferramenta, torna-se também possível ultrapassar algumas hierarquias no seio de organizações ou empresas, uma vez que ela permite ao jornalista entrar directamente no computador de membros de topo das hierarquias, com o intuito de esclarecer eventuais questões ou marcar entrevistas.

Contudo, esta proximidade com as fontes de informação pode não ser sinónimo imediato de uma melhoria considerável na qualidade da informação. Se, por um lado, os jornalistas, recorrendo ao *e-mail*, podem ter a certeza de que as suas citações são rigorosas, podendo ter material jornalístico de difícil abordagem, por outro o aumento da interacção facultada, às fontes, um controlo maior sobre as próprias citações, conferindo-lhes a possibilidade de deturparem os acontecimentos presenciados ou os factos ocorridos, dado que, “à medida que as fontes de informação se multiplicam, que os canais através dos quais os jornalistas podem comunicar com as pessoas crescem e que os potenciais contextos dentro dos quais a informação pode ser entendida aumentam, os jornalistas terão de trabalhar de forma mais inteligente e eficiente para fazerem o seu trabalho com sucesso” (Reddick e Elliot, 1995:187).

Sendo a internet uma poderosa ferramenta para os jornalistas, nomeadamente ao nível de complementaridade de informações, contacto com colegas e fontes de informação, é inegável que, entre as diversas aplicações da nova tecnologia, o correio electrónico ou *e-mail* seja considerada a funcionalidade mais atractiva e uma das mais utilizadas pelos jornalistas, principalmente pelas funções de tratamento de texto que lhe estão subjacentes: “Escrever, corresponder-se, arquivar, apagar, sem limite, sem esforço, em contínuo, fora dos constrangimentos do tempo e do espaço, constitui o maior trunfo dos sistemas informatizados.” (Wolton, 1999:78)

De resto, outro tipo de ferramentas é extremamente útil na acção do jornalista e, apesar de não ser objecto de observação aprofundada, permite uma complementaridade essencial à construção da notícia. Como refere Pavlik (2001), citando o estudo de Ross/Middleberg (1999), “existe uma enorme variedade de outras ferramentas *online* que são importantes recursos para o jornalista na procura de leads, ideias para histórias e fontes, nomeadamente as *mailing lists*, *newsgroups*, *place finders*, *public records* e as *online sources lists* [...], que permitem o acesso a vários *experts* ligados a diversas áreas” (Pavlik, 2001:69-71). A emergência dos *blogs*, que têm diferentes naturezas e abordam temáticas distintas, na rede constitui mais um importante recurso, que merece ser tido em conta, para os jornalistas (Gomes, 2007).

### **Reflexos no relacionamento entre jornalistas e fontes de informação**

Foi referido anteriormente, de forma sucinta, qual a importância da internet na prática jornalística, tendo sido estabelecidos, nesse contexto, alguns pontos de partida que permitem compreender a forma como a rede influi no relacionamento entre jornalistas e fontes de informação. Assim, importa verificar, após o aparecimento das primeiras redes de comunicação informática, de que forma é que os diversos contributos, estudos empíricos e considerações sobre a internet que têm vindo a surgir ao longo dos anos, bem como a respectiva importância no fenómeno jornalístico, contemplam ou não o papel desempenhado pela *web* no contacto entre jornalistas e fontes de informação.

Com a crescente emergência dos computadores ligados em rede nas sociedades contemporâneas, no início da década de 1980, Anthony Smith (1980) previu que a rápida expansão do uso dos computadores, a par da proliferação de diversos tipos de bases de dados electrónicas, transformaria indubitavelmente a forma como os jornalistas recolhem os dados e formulam a notícia. Esta terá sido, apesar de salvaguardadas as devidas distâncias, uma das primeiras previsões sobre o que viria, em parte, a concretizar-se nos dias de hoje. Efectivamente, a possibilidade de ligação dos terminais a redes de computadores veio proporcionar um incremento qualitativo e quantitativo do ponto de vista do aproveitamento das potencialidades da informática, possibilitando, aos profissionais, formas alternativas ou complementares de efectuar um conjunto de tarefas, entre as quais se destacam, como foi mencionado, a pesquisa de informação e o contacto com as fontes de informação.

Para Denise Caruso (1998), a internet redefiniu a prática do jornalismo nos anos 90 do século passado, apesar de, inicialmente, a *web* ter sofrido alguma rejeição por parte de repórteres e editores, que viriam a mudar radicalmente a sua forma de comunicar uns com os outros e com as suas fontes, incrementando a quantidade e o alcance da pesquisa que efectuam para a elaboração da notícia e expandindo a amplitude do seu trabalho, pois este pode ser distribuído, em larga escala, pelo mundo.

Neste aspecto particular, Hélder Bastos (2002) considera que o impacto da internet na prática jornalística assume uma dupla vertente: “Por um lado, a rede afirma-se como instrumento privilegiado de contacto com fontes e de pesquisa de conteúdos para o jornalista das redacções 44 dos diferentes *media*. Observa-se um movimento dos jornalistas em direcção à rede, espaço onde precedem, entre outras tarefas, as pesquisas de dados e contacto com fontes para a elaboração de matérias a publicar em suportes não digitais, nada os impedindo, no entanto, de utilizarem as mesmas ferramentas dos seus colegas cujo trabalho se concretiza exclusivamente *online*. (...) Por outro lado, a rede tem vindo a consolidar-se enquanto suporte para publicação de produtos jornalísticos tradicionais adaptados e, conseqüentemente, enquanto novo espaço de trabalho para o jornalista. Esta recente evolução deu origem à emergência, e relativa consolidação, do ciberjornalismo, sinónimo de produção na rede para a rede.” (Bastos, 2002:1000-1001)

Contudo, esta perspectiva não possibilita uma delimitação clara de fronteiras entre o dualismo mencionado, uma vez que é observada uma utilização comum e, conseqüentemente, uma sobreposição e aglutinação de direcção nos conteúdos e rotinas jornalísticas. Neste âmbito, é possível constatar a publicação de um determinado conteúdo jornalístico nos meios virtuais e em edições impressas, tal como uma dada pesquisa virtual pode ser extremamente útil para as edições impressas.

Esta duplicidade, digamos utilitária, motiva um vasto conjunto de questões, relacionadas com factores tecnicistas, profissionais, ético-deontológicos e jurídicos que Hélder Bastos (2002) refere como sendo pertinentes. Assim sendo, questiona-se, entre outros aspectos, qual a melhor forma de gerir um acesso imediato às enormes quantidades de informação existentes na *web*? Qual será, efectivamente, a sua credibilidade? De que forma o processo de pesquisa e recolha pode ou não questionar o conteúdo noticiado? Será que o trabalho relacionado com a rede afecta a noticiabilidade de conteúdos e altera os valores-notícias do jornalista? A emergência de um ciberjornalismo e, conseqüentemente, de um acesso directo às fontes de informação por parte dos utilizadores-consumidores coloca em causa o papel e a relevância do jornalista? Estará o seu papel verdadeiramente ameaçado? Ou entrará a sua função de *gatekeeper* em declínio? Com a internet, é possível falar de uma maior democraticidade das fontes de informação?

Em termos ético-deontológicos e jurídicos, importa perceber qual a validade deste tipo de valores próprios dos meios jornalísticos tradicionais no ciberjornalismo. Existe confrontação com a cultura subjacente ao virtual? Apesar de existir uma problemática latente na aplicabilidade de normas do direito tradicional ao novo fenómeno virtual, devido, essencialmente, ao carácter transnacional do mesmo, existiram problemas legais inerentes aos direitos de autor na citação de fontes ou utilização indevida de material recolhido na internet?

São inúmeras as questões problematizadoras do relacionamento e intercepção de práticas entre o jornalista e a internet. Quando Angelo Agostini (1997) mencionou as possíveis transformações na prática do jornalismo com o aparecimento de novas lógicas e estruturas transformadoras do campo jornalístico e informativo, o autor já tinha a percepção do repto que a nova tecnologia representava para o jornalismo. “Para o jornalismo, a internet representa um desafio. As novas redes de comunicação modificam em profundidade a pesquisa, a produção e a difusão da informação.” (Agostini, 1997:26)

Por sua vez, John Pavlik (2001) foi mais longe na sua abordagem, enumerando diversos aspectos associados à redefinição do próprio relacionamento entre os jornalistas e as fontes de informação. Porém, o autor começou por explicitar a abrangência e o impacto das novas tecnologias, particularmente da internet, na prática do jornalismo, considerando que os efeitos produzidos se centram em quatro aspectos distintos, mas invariavelmente ligados entre si. Assim, as novas tecnologias, especialmente da *web*, transformam: 1) A própria natureza das notícias, que são um reflexo da própria evolução tecnológica; 2) A forma como os jornalistas efectuam o seu trabalho está a ser revolucionada, de modo transcendente, com a emergência da internet; 3) A estrutura das redacções e das empresas jornalísticas tem vindo a sofrer uma constante e fundamental transformação; 4) Os relacionamentos entre os jornalistas, redefinindo a sua ligação com as organizações onde desempenham a sua actividade, outras organizações jornalísticas, colegas de profissão, com o próprio público, incluindo audiências, concorrentes de mercado, fontes oficiais e fontes não oficiais. É precisamente este último aspecto o mais importante no presente artigo.

Neste âmbito, Pavlik (2001) salienta a importância que a internet tem na fundamentação da prática noticiosa e, conseqüentemente, no relacionamento entre os jornalistas e novas fontes que sustentem a elaboração das suas notícias. “A internet é uma fonte valiosa de informações

para os trabalhos jornalísticos. Contém um vasto conjunto de informações que podem ser úteis aos jornalistas para que estes identifiquem potenciais estórias, *leads* e fontes de informação. A nova tecnologia disponibiliza o acesso instantâneo a um vasto conjunto de bases de dados, [...] a pesquisa virtual de uma determinada estória pode complementar e enriquecer a notícia. Os jornalistas, através do *online*, podem integrar informações nas suas notícias e dar à audiência o acesso de material em primeira mão como um suplemento das suas próprias notícias, fundamentando as mesmas. Apesar de nem todos os leitores entenderem este aspecto como valioso, pelo menos permite que ocasionalmente os leitores possam aceder e conhecer em maior profundidade a estória ou notícia.” (Pavlik, 2001:80)

Porém, o impacto da internet não é apenas visível no lado da produção noticiosa, ou seja, nos jornalistas e organizações de *media*. Efectivamente, a nova tecnologia tem a particularidade de conferir à audiência, tal como no caso dos jornalistas, a capacidade de aceder a informações, empregadas pelos próprios na elaboração das notícias. Este facto, a livre acessibilidade de informações, prevê alguns pressupostos dignos de registo, dado que a audiência ou o consumidor tem a possibilidade de confrontar, na fonte de informação, a veracidade dos factos relatados pelos jornalistas, o que implica uma acção fiscalizadora, por parte da audiência, da actividade do jornalista, que acaba por deter novas funções oscilantes. Neste âmbito, por um lado o jornalista representa um papel de filtro informativo, dado que efectua uma selecção da pesquisa realizada na *web*, assim como em outras fontes, que lhe permitem a elaboração da notícia, mas, por outro, assume frequentemente a função de reproduzidor em outra escala dos conteúdos localizados virtualmente.

Ora, livre acesso a esta tecnologia pressupõe, também, a emergência ou o rejuvenescimento de um novo conceito, defendido por muitos, mas colocado em causa por outros, nomeadamente a concepção de democraticidade. A internet é um campo livre, como refere Dominique Wolton, “torna-se a figura da utopia de uma sociedade onde os homens são livres, capazes de se emancipar por eles mesmos. [...] As novas tecnologias constituem incontestavelmente um lugar de abertura, um *‘far west’*, uma referência à utopia. [...] O indivíduo tudo controla, podendo desenvolver livremente as suas competências, assegurar o seu destino, cultivar-se, corresponder-se e criar relações sem o menor constrangimento de qualquer estrutura” (Wolton, 1999:78). Neste contexto, o homem 46 tem a possibilidade de agir democraticamente no espaço virtual e, conseqüentemente, no que ao jornalismo diz respeito, expressar de forma livre e transparente a sua opinião, perante factos ou notícias expostas pelos jornalistas. Emerge uma nova relação entre os jornalistas e a sua audiência – mais próxima entre o produtor e o consumidor das notícias. Surge o fenómeno que denominaria de *feedback* noticioso, ou seja, o relato dos efeitos, positivos ou negativos, que a produção noticiosa teve na audiência, que tem na internet, fundamentalmente com recurso ao *e-mail*, uma forma eficaz de transmitir a sua interpretação e opinião ao jornalista.

Contudo, não é apenas a relação jornalista-audiência e o implícito advento do *feedback* noticioso que esgota o contributo da *web* na prática jornalística e respectivos efeitos que a mesma provoca. Será que, devido ao aparecimento e consolidação dos mesmos no espaço virtual, o *e-mail*, os *blogs*, os *newsgroups* e as *chatrooms* possibilitam a atribuição de uma nova voz às fontes de informação? Neste aspecto particular, os efeitos são distintos, em função do cariz das fontes? Será que, nas fontes oficiais, constatamos que estas ferramentas, nomeadamente o *e-mail*, são um complemento na divulgação e troca de informações entre as fontes e o jornalista, e que, no caso das fontes não oficiais, os restantes utensílios virtuais assumem especial preponderância? Estas são frequentemente importantes formas de contacto entre fontes não oficiais e jornalistas, dando-lhes a possibilidade de acederem a um leque substancialmente superior de informações, ou ideias para a complementaridade das histórias, ou até mesmo percepções para a criação de novas notícias? Assim, será que a própria internet potencia o equilíbrio de forças entre as fontes de informação poderosas e as fontes menos poderosas, dado que, perante idêntica acessibilidade, os dois tipos de fontes de informação conseguem, através dos mesmos meios de contacto, aceder ao jornalista e, conseqüentemente, tentar explicitar os seus argumentos, por forma a que os mesmos cheguem à esfera pública? A internet permite, deste modo, maior pluralidade das fontes de informação, não limitando as formas de contacto com o jornalista? Ao invés, alargará esses mesmos elos de ligação, estreitando-os e, conseqüentemente, complementando as histórias elaboradas, minimizando aspectos essencialmente económicos como forma diferenciadora do acesso de fontes oficiais e não oficiais ao campo jornalístico?

## O caso português

Entender o modo como os jornalistas dos meios de comunicação social portugueses estão, por um lado, a utilizar o computador como assistente primordial do jornalismo e das suas rotinas e, por outro, a empregar de forma específica os recursos da internet na sua prática profissional, nomeadamente no contacto com as fontes de informação, foi o principal objectivo do estudo desenvolvido junto das redacções dos principais órgãos de comunicação social nacionais (Gomes, 2007), cujos resultados o presente artigo expõem de forma sucinta. Assim, foram seleccionados três tipos de meios de comunicação social: rádio, televisão e imprensa. Dentro de cada uma das três categorias de meios escolhidos, para ajudar a responder a algumas das questões levantadas, estão integrados, respectivamente, as rádios Antena 1, Rádio Renascença e TSF, as televisões RTP1, SIC e TVI, e, por último, os jornais Diário de Notícias, Público e Correio da Manhã. Após a escolha dos meios de comunicação, submeteu-se um conjunto de 81 jornalistas a um questionário, tendo como base a escolha de nove jornalistas por meio de comunicação social, subdivididos, respectivamente, por profissionais das secções de Desporto, Economia e Sociedade, aspecto que permitiu ir ao encontro da percepção que os jornalistas portugueses detêm quanto à importância da internet na sua prática diária e, conseqüentemente, na forma como agem de acordo com as ferramentas existentes na rede. Sem ser representativa, fornece informações sobre práticas jornalísticas nas redacções de alguns dos principais órgãos de comunicação social nacionais.

Entre o lote de inquiridos, a faixa etária predominante centra-se entre 31-40 anos (53%), 61,7% dos jornalistas são do sexo masculino, igual percentagem possui licenciatura, e 40,7% dos jornalistas afirmaram ter entre 10 a 20 anos de experiência profissional.

Em traços gerais, foi possível constatar que as fontes de informação mais utilizadas pelos jornalistas nas peças jornalísticas são os contactos pessoais (72,8%) seguindo-se a consulta de outros meios de comunicação social (58%). O relacionamento com as fontes de informação é maioritariamente entendido como institucional e cooperativo (65,4%), apesar da cerca de um terço de jornalistas considerar a relação como próxima e cooperativa.

A opinião sobre a internet não poderia ser melhor, tal é a unanimidade (98,7%) dos jornalistas que considera o advento da rede como positivo, e esse aspecto encontra reflexo precisamente no tempo e frequência de utilização: 96,3% dos inquiridos asseverou que acede à rede todos os dias e 74% que o faz há mais de 5 anos. Perante tal assertividade dos jornalistas em sublinhar a opinião positiva sobre a rede, importou, então, perceber quais as principais vantagens e problemas da internet. Aí, a quantidade e diversidade da informação disponível *online* é apontada por 83,9% como um grande benefício da rede, em contraponto com a ausência de privacidade dos dados (43,2%) e desorganização/ dispersão da informação (37%).

Efectivamente, o facto de 91,3% dos jornalistas assegurar que a principal razão da navegação na internet é a rede ser um instrumento de trabalho permite, desde já, validar a importância que a mesma tem vindo a assumir nas suas práticas diárias, algo que é corroborado pela principal finalidade que é dada à rede: 93,8% assegura que a pesquisa de informação para fins profissionais é o móbil fundamental da navegação. Neste âmbito, 87,6% dos inquiridos revela que utiliza a rede nas suas peças jornalísticas, nomeadamente, a pesquisar dados (88%), ler publicações (50,6%), ler *e-mails* (46,9%) e localizar/encontrar novas fontes de informação (45,6%). De resto, uma das questões preponderantes do estudo encontra resposta precisamente na utilização que é dada pelos jornalistas, na sua prática diária, ao correio electrónico, uma vez que 72,3% dos respondentes apontam a ferramenta como meio utilizado para encontrar e contactar fontes de informação (em 85% dos casos, esta respondem ao contacto recebido pelos jornalistas).

Contudo, apesar desta preponderância, três quartos dos jornalistas advogam que a internet não substitui os meios tradicionais de contacto com as fontes de informação. Entre os 81 jornalistas, 86,4% refere que a internet facilita o seu trabalho e 62,7% sustenta que a qualidade do mesmo melhora, sendo que a rede tornou mesmo as notícias mais diversas, para 46,9% dos inquiridos.

## Frente a frente entre meios de comunicação

Sem pretender esmiuçar os aspectos caracterizadores dos inquiridos em relação a cada uma das áreas, foi indispensável observar quais as especificidades inerentes ao tipo de fontes de informação utilizadas pelos jornalistas dos três meios de comunicação e à utilização que os inquiridos, de 48 cada um dos meios, dá à internet nas suas práticas diárias. Neste sentido, é na rádio que os contactos pessoais (88,8%) assumem maior importância, contra os 70,3 e

59,3%, respectivamente da imprensa e televisão. Na imprensa, verifica-se maior recurso a outros meios de comunicação social (55,5%) e a trabalhos ou artigos científicos (40,7%). A rádio é o meio onde o relacionamento entre os jornalistas e as suas fontes de informação é mais institucional e cooperativo, dado que 74,1% dos jornalistas respondem nesse sentido. Por sua vez, na televisão existe maior percentagem de profissionais (40,7%) que garantem ter um relacionamento com as fontes de informação próximo e cooperativo, situação oposta à da rádio, com 25,9%.

Quanto ao tempo de utilização médio da internet por parte dos jornalistas inquiridos, se a maioria das respostas encaixa no período temporal compreendido entre cinco e dez anos, na imprensa existe menor preponderância desse escalão. Neste contexto, a frequência de utilização diária atinge uma expressão esmagadora entre os 81 jornalistas dos três tipos de meios de comunicação, sendo que a totalidade dos inquiridos da rádio respondeu nesse sentido. Em termos de horas diárias, na imprensa existe maior percentagem de respostas no que apontam entre uma e três horas, enquanto o tempo de utilização na rádio, entre as três e cinco horas, é o que tem maior representatividade, e na televisão existe maior fidelização diária à internet, com mais de um terço dos inquiridos a navegar mais de cinco horas na rede.

A quantidade e diversidade da informação disponível é apontada com maior incidência na rádio (92,5%), como a principal vantagem da rede, que também sublinha mais a rapidez de comunicação, tal como a televisão. A facilidade de contacto com fontes de informação é outra das vantagens destacadas, com relevo na imprensa (33,3%), comparado com a Rádio (25,9%) e televisão (22,2%). No capítulo das vantagens, não existe divergência de opiniões dado que a desorganização/dispersão de informação e a falta de privacidade dos dados são os dois principais problemas levantados pelos jornalistas.

O facto de a internet ser um instrumento de trabalho é a principal razão apontada pelos jornalistas dos três tipos de meios de comunicação para a navegação, sempre acima dos 85%. Nesse aspecto, 59,2% dos jornalistas da imprensa destacam a facilidade de acesso como aspecto importante, tal como 77,7% dos jornalistas da rádio e 62,9% da televisão. Referência de destaque nas razões apontadas para a navegação é o facto de os jornalistas, de um modo geral, defenderem que a internet é uma importante forma de contacto com as fontes de informação. Na rádio, 51,9% frisam esse aspecto, enquanto na imprensa o valor percentual cifra-se nos 48,1% e na televisão um terço dos respondentes enaltecem essa valência.

Ao nível das finalidades decorrentes da utilização da internet, a pesquisa para fins profissionais é nos três tipos de meios de comunicação a razão que prevalece. A utilização da rede com o intuito de trocar informações para fins pessoais e contactar com outras pessoas ou instituições é mais marcante na televisão. Igualmente na televisão é onde se verifica menor utilização da internet nas peças jornalísticas, com apenas um quarto dos jornalistas a responder nesse sentido.

Os jornalistas têm na internet um veículo importante para a pesquisa de dados, facto que é transversal aos três meios, sempre acima dos 80% e atingindo 96,2% na rádio. No contacto com as fontes de informação, a rede é sobretudo utilizada na imprensa (44,4%), contra 29,6% na televisão e 18,5% na rádio, apesar de a localização de novas fontes ter maior incidência neste último meio. Os jornalistas da imprensa são também os que garantem de forma mais assertiva a facilidade decorrente da utilização do *e-mail* no contacto com as fontes de informação oficiais.

No que concerne à eventual capacidade de substituição da internet pelos meios tradicionais de contacto com as fontes de informação, os jornalistas da imprensa e televisão são os que se mostram mais optimistas. A capacidade da internet diversificar as fontes de informação não é questionada pelos jornalistas dos três meios, que entendem tal aspecto como um facto consumado. De um modo geral, os jornalistas dos três meios de comunicação entendem que a internet facilita o seu trabalho e que melhora a qualidade do mesmo, sendo que os jornalistas da rádio sublinham este aspecto com particular incidência. Em termos da eventual diversificação noticiosa inerente à internet, os jornalistas da imprensa e da televisão são os mais positivos na defesa de tal ideia.

Já ao nível da fixação dos jornalistas na redacção por via da internet, as opiniões divergem. Enquanto quase metade dos jornalistas da imprensa (44,4%) defendem que a fixação dos jornalistas é um facto, os jornalistas da rádio e de televisão concordam menos (respectivamente 18,5 e 37%). A maioria dos jornalistas dos três meios toma uma posição neutra quanto à melhoria das relações entre os jornalistas e as fontes por força da utilização da rede, mas 33,3% dos jornalistas da televisão e 25,9% da rádio pronunciam-se a favor de uma melhoria de relações.

### **Confrontação entre áreas editoriais**

Nas áreas de estudo privilegiadas – Sociedade, Economia e Desporto – verifica-se que os jornalistas de Economia são aqueles que apontam como principais tipos de fontes de informação *press releases* governamentais (55,5%), dados de informações não governamentais (51,8%), *press releases* das empresas (44,4%) e trabalhos ou artigos científicos (40,7%). Por sua vez, os jornalistas de Desporto recorrem essencialmente a outros meios de comunicação social (66,6%) e a contactos pessoais (85,1%). Os jornalistas de Sociedade centram-se também nos contactos pessoais (59,2%) e em informações recolhidas em outros meios de comunicação social (55,5%).

Em termos de relacionamento entre os jornalistas e as fontes de informação, verifica-se a predominância da relação institucional e cooperativa, com maior incidência na área da Economia, com 77,7%. A opinião positiva só não atinge unanimidade nos jornalistas de Sociedade. Na Sociedade, 92,3% dos jornalistas inquiridos afirmam que utilizam a internet todos os dias, no Desporto, a percentagem é maior (96,2%), e na Economia os valores baixam para os 88,8%. Os jornalistas do Desporto são também os que utilizam mais horas a internet em termos diários, pois 48,1% garantem que o fazem entre três e cinco horas.

A quantidade e diversidade da informação disponível é a principal vantagem apontada pelos jornalistas das três áreas em causa, sobretudo pelos de Economia (92,5%) e no Desporto (88,8%). No Desporto, é igualmente destacada a rapidez de comunicação que a *web* permite. Realce para o facto de a facilidade de contacto com fontes de informação ser apontada como uma das principais vantagens da internet pelos jornalistas de Sociedade (29,6%), Economia e Desporto (ambos com 25,9%). Já a privacidade dos dados, a desorganização e a dispersão da informação são os principais problemas e é na Economia que os jornalistas vincam mais a esta posição: 55,5% apontam a privacidade dos dados como questão a ter em conta e 48,1% referem a desorganização e a dispersão da informação.

Nas três áreas, os jornalistas expressam como principal finalidade de utilização da internet a pesquisa de informação para fins profissionais, sempre acima dos 90%. Se jornalistas de Desporto são os que mais navegam na internet por constituir um instrumento de trabalho e facilitar o acesso a informação, os jornalistas de Economia são os que usam menos a rede para diversão ou lazer e os de Sociedade os que apontam, com maior ênfase, a importância da internet como forma de contactar fontes de informação (48,1%) enquanto o Desporto e a Economia se ficam pelos 44,4 e 40,8%, respectivamente.

Os jornalistas da Sociedade são os que menos utilizam a internet nas peças jornalísticas, mas são os que mais recorrem à internet com o objectivo de contactar fontes de informação (37,1%). A leitura de *e-mails* é mais acentuada nos jornalistas de Economia (70,4%), sendo os jornalistas de Desporto os que mais procuram a obtenção e descoberta de ideias para novos artigos.

Os jornalistas de Economia e Desporto são os que mais acedem a e-mails, sendo que 81% garantem que vão à caixa de correio electrónico pelo menos cinco vezes por dia, de forma contínua. Na Sociedade, a mesma frequência de acesso só tem semelhança em 70,3% dos casos. É no Desporto que se verifica menor percentagem de fontes de informação que acedem à solicitação do jornalista via *e-mail* (66,6%), suplantados pelos 88,8% registados na Sociedade e Economia. A utilização do correio electrónico para efectuar entrevistas quase não tem expressão na área da Economia, mas 40,7% dos jornalistas de Sociedade já o fizeram. Os jornalistas do Desporto são os que entendem, em maior número, que a internet, através do *e-mail*, facilita o contacto com fontes de informação oficiais.

Questionados sobre a possibilidade de a internet substituir os meios tradicionais de contacto com fontes de informação, os inquiridos sublinham maioritariamente que tal não se verifica, sendo na Economia que se nota a percentagem mais expressiva, com 81,5%. De resto, os jornalistas da Economia entendem, quase por unanimidade, que a internet, através das suas diversas potencialidades, diversifica as fontes de informação, situação que é sublinhada por 88,8 e 81,5% respectivamente, do Desporto e da Sociedade.

Os jornalistas de Economia são os que mais defendem que a internet facilita o trabalho do jornalista (92,5%), tal como advogam que a rede permite melhorar a qualidade do seu trabalho (62,9%). Na Sociedade, 77,7% dos inquiridos dizem que a rede permite uma melhoria do trabalho do jornalista, enquanto no Desporto 88,8% dos jornalistas tem opinião idêntica. Já no que diz respeito à melhoria da qualidade do trabalho produzido, 62,9% dos jornalistas da Sociedade consideram-na um facto irrefutável, e 59,2% dos jornalistas do Desporto subscrevem idêntica opinião. São mais os jornalistas da Economia (37,1 %) que entendem que

a internet melhora o relacionamento entre os jornalistas e as fontes de informação, enquanto nas áreas de Sociedade e Desporto os defensores desta ideia se ficam pelos 22,2%.

Enquanto mais de metade dos jornalistas da Sociedade (55,5 %) defendem o facto de a rede estar a potenciar a diversificação das notícias, os jornalistas da Economia e do Desporto apresentam ideias contrárias, mostrando-se mesmo um pouco indiferentes a esta questão. Quanto à possibilidade de a *web* incrementar a democraticidade no acesso dos agentes sociais ao campo jornalístico, a maioria dos jornalistas das áreas em causa não discorda nem concorda com tal ideia, apesar de esta ideia merecer maior aceitação na área da Economia (40,7%) e mais reservas nas áreas de Sociedade (55,5 %) e de Desporto (29,6).

## **Conclusão**

A forma como a internet se transformou num instrumento para contactar fontes de informação e pesquisa de informações/conteúdos com carácter de publicação foi o móbil do estudo apresentado e deixou dados claros. Os jornalistas correram para a internet. Foi e é um facto cada vez mais consumado, tornou-se evidente e, com a passagem dos anos, indispensável para uma prática diária dos jornalistas. Não se pense que os jornalistas da imprensa apresentam comportamentos díspares, face à rede, dos jornalistas da televisão ou da rádio. Todos, sem excepção, correm para a internet, sem tabus ou pudores.

Tal estado de coisas compreende-se. Afinal de contas, o jornalista viu o seu trabalho drasticamente facilitado. A informação, de qualquer parte do globo, passou a estar acessível à distância de um simples toque no rato e a quantidade e diversidade da informação disponível é claramente apontada, no estudo, como a principal vantagem de utilização da internet, apesar de a privacidade dos dados e de alguma desorganização dos mesmos existente na rede serem apontadas como problemáticas a ter em conta. No entanto, nada mudou o rumo natural da viciação no virtual, ou não fosse a rede apontada como grande instrumento de trabalho pelos jornalistas consultados, que destacaram a facilidade de acesso à informação.

Usado por uma larga maioria dos jornalistas questionados, o *e-mail* assume, no quotidiano jornalístico, uma forma importante de contacto com terceiros, em particular com as fontes de informação. Porém, é na particularidade inversa que se nota alguma diferenciação em relação a meios tradicionais. O *feedback* da audiência às notícias publicadas passou a ser uma realidade, e o correio electrónico uma ferramenta potenciadora de tal facto. As fontes, quando contactadas dessa forma, não hesitam e, na esmagadora maioria, respondem ao apelo virtual, considerando esse contacto credível.

Ficou provado que a rede diversifica a forma de pesquisa dos jornalistas, que as suas fontes se tornam mais diversificadas, que o contacto se torna mais fácil e rápido e, sobretudo, que as mesmas fontes, nomeadamente as que têm menos poder, acedem com mais facilidade ao campo jornalístico. A melhoria da qualidade do trabalho jornalístico é igualmente reconhecida pelos jornalistas. Em traços gerais, os contactos pessoais continuam a ser os principais tipos de fontes utilizados nas peças jornalísticas, com especial incidência na rádio, meio em que os jornalistas inquiridos revelaram unanimidade na utilização diária da rede. Provada ficou a preponderância que a *web* tem no contacto com as fontes de informação, em particular, na rádio e é precisamente nessa área que a rede é mais utilizada na pesquisa de informações para fins profissionais e para encontrar novas fontes de informação.

Mas a conclusão mais marcante talvez seja a de que a internet é vista como um novo mundo, essencialmente cor-de-rosa. Sem ser questionada pela forma, pelos meios e, sobretudo, pelo impacto, a rede é usada. Parecem não interessar os efeitos nocivos que possa ter. Os benefícios da *web* são sublinhados com intensidade semelhante à utilização da mesma pelos jornalistas nas suas práticas diárias. A correria rumo ao virtual causou uma espécie de cegueira em tons de rosa. Um mundo sem espinhos que os jornalistas utilizam a seu bel-prazer, à distância de um simples clique.

## **Bibliografia**

- Agostini, Á. (1997), "Le Journalisme au Défi d'Internet" in *Le Monde Diplomatique* : 26-27, Outubro.  
Baran, N. (1995), *Desvendando a Superautoestrada da Informação*, Rio de Janeiro: Editora Campus.  
Bastos, H. (2000), *Jornalismo Electrónico: Internet e Reconfigurações de Práticas nas Redacções*, Lisboa: Editora Minerva.  
Bastos, H. (2002), *A viragem digital do jornalismo*. In *As Ciências da Comunicação na Viragem do Século*, José Bragança de Miranda e Joel Frederico da Silveira, Lisboa: Edições Veja.  
Cardoso, G. (2003), *O que é a internet*, Lisboa: Editora Quimera.  
Caruso, D. (1998), "The Law and the Internet" in *Columbia Journalism Review*, Maio/Junho.

- Castells, M. (2004A), *A Galáxia da Internet: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Castells, M. (2004B) "A Internet e a sociedade em rede" in *Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação*, José Manuel Paquete de Oliveira, Gustavo Cardoso e José Jorge Barreiros, Lisboa: Quimera.
- Dreyfus, L. H. (2001), *On the Internet*, Nova Iorque: Routledge.
- Fidler, R. (1997), *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Nova Iorque Longman Publishing.
- Garrison, B. (1995), *Computer-Assisted Reporting*, Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
- Garrison, B. (1997), "Online Newsgathering Trends, 1994-96". Paper apresentado à Communication Technology and Policy Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Chicago, Agosto.
- Garrison, B. (2000a), "World Wide Web use in Newsrooms, 1997-99". Paper apresentado à Mass Communication and Society Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Phoenix, Agosto.
- Garrison, B. (2000b), "Online Information use in Newsrooms: A Longitudinal Difusion Study". Paper apresentado à Newspaper Division,, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Phoenix, Agosto.
- Gomes, Rui Miguel (2007), "A importância da Internet no relacionamento entre jornalistas e fontes de informação", Lisboa: FSCH – Universidade Nova de Lisboa.
- "Integration of Internet Resources into Curriculum and Instruction". <http://www.moorhead.msus.edu/~gunarat/Internet.html>. By Gunaratne A., Shelton, e Byung, L. (1996), *Journalism Mass Communication Educator*, 51/2 in Koch, T. (1996), *The Message is the Médium: Online All the Time for Everyone*, Westport, CT: Praeger.
- "The Evolution of the Newspaper of the Future" <http://www.december.com/cm/mag/1995/jul/lapham.html>, By Lapham, C. (1995), *Computer-Mediated Communication Magazine*, Junho.
- McNair, B. (1998), *The Sociology of Journalism*, Londres: Arnold.
- "Online Journalism FAQ" <http://www.online-journalist.com/faq.html>. By Millison, D. (1997), *The Online Journalist*.
- Pavlik, J. V. (1996), *New Media Technologies and the Information Highway*, Allyn & Bacon..
- Pavlik, J. V. (2001), *Journalism and New Media*, Nova Iorque: Columbia University Press.
- Reddick, R. e Elliot, K. (1995), *The Online Journalist: Using the Internet and Other Electronic Resources*, Fort Worth, TX: Harcourt Brace.
- Rodgers, J. (2003), *Spatializing International Politics: Analysing Activism on the Internet*, Nova Iorque e Londres: Routledge.
- "The Media in Cyberspace III". in <http://www.mediasource.com/study/cont.htm>. By Ross, S. and Middleberg, D. (1997).
- Smith, A. (1980), *Goodbye Guttenberg: The newspaper revolution of the 1980's*, Nova Iorque: Oxford University Press.
- Traquina, N. (1999), *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*, Lisboa: Edições Vega.
- Traquina, N. (2000), *O Poder do Jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento*, Coimbra: Minerva.
- Traquina, N. (2002), *O que é o Jornalismo*, Lisboa: Quimera.
- Wolton, D. (1999), *E depois da Internet?*, Lisboa: Difel.
- Pavlik, J. V. (1996), *New Media Technologies and the Information Highway*, Allyn & Bacon..