



Internet, política e jornalismo: estudo sobre a importância dos sites partidários para o jornalismo impresso de Palmas¹.

Kelinne de Oliveira Guimarães²
Maiara Sobral Silva
Adriana Cristina Omena dos Santos³

Resumo: O presente trabalho⁴ consiste em uma análise acerca do uso das informações disponibilizadas nos sites oficiais do PT, Partido dos Trabalhadores e PMDB, Partido do Movimento Democrático Brasileiro, em matérias junto ao Jornal do Tocantins em período político-eleitoral. No sentido de verificar se os sites são utilizadas como fontes pelo Jornal do Tocantins, foram realizados monitoramentos junto aos sites e edições do jornal, seguido de Análise de Conteúdo do material selecionado, sendo estabelecidas como categorias de análise os termos: editoração, atualização, interatividade e regionalização. A pesquisa teve como foco observar se os sites determinam a adoção de informações na rotina de produção de matérias dos jornalistas, além de possibilitar uma reflexão sobre a utilização da internet como meio de comunicação, e dos impactos que ela tem causado na produção jornalística.

Palavras chaves: Internet, sites oficiais, produção jornalística

ABSTRACT

This work is an analysis about the information use available on the official PT, the Workers Party and PMDB (The Brazilian Democratic Movement Party) websites, in areas near the Jornal do Tocantins in political-electoral period. In order to check whether the sites are used as sources by the Jornal do Tocantins, were done tracking near the newspaper's editions and sites, followed by Content Analysis of the selected material, being established as analysis' categories the words: publishing, updating, interactivity and regionalization. The research had like focus to observe if the sites determine the adoption of informations in the production routine of material for journalists, in addition to providing a discussion about the use of the Internet as a means of communication, and the impact it has caused in the journalism production.

Key-words: Internet, official websites, journalistic production

Introdução

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – VI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalistas graduadas pela Universidade Federal do Tocantins- UFT Palmas. E-mail: Kelinneog@gmail.com

³ Bachareis em Comunicação Social e Doutora em Ciências das Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo -ECA/USP. E-mail: adriomena@gmail.com

⁴ Resultados obtidos na monografia desenvolvida para a Conclusão do curso de Comunicação Social na Universidade Federal do Tocantins – UFT.



As novas tecnologias estão construindo um novo modelo comunicacional, que não se limita ao espaço e ao tempo devido à velocidade de proliferação das informações. Assim, a sociedade que teve como base a produção agrícola e a industrial encontra-se hoje firmada na produção de informações, na qual a internet tem destaque em virtude da interatividade e das inúmeras possibilidades disponibilizadas aos internautas. Tal fato tem despertado o interesse de diversas organizações da sociedade, que enxergam a mesma como um meio de comunicação democrático, uma vez que essa mídia tornou possível a qualquer indivíduo, com condições e conhecimento técnico adequados, inserir conteúdo na rede, participando assim do processo comunicacional.

Os partidos políticos atentos a essa realidade têm se empenhado na construção de sites, na tentativa de alcançar a inserção no contexto, em que seus eleitores estão cada vez mais familiarizados com uma comunicação mediada pelo computador. Assim, por meio da rede, com poucos recursos, os partidos podem atrair os eleitores e transmitir suas convicções e atividades. Além disso, a internet tem se revelado um importante instrumento para pautar a “grande mídia” e atingir o mundo público, por meio dos jornalistas que desempenham um papel essencial de mediação entre as figuras políticas e o público.

No que se refere à influência da internet sobre o jornalismo, é possível afirmar que ela propõe uma nova dinâmica sobre o mesmo, devido à descentralização de informações no ciberespaço, que tem multiplicado o número de fontes. Nesse contexto, a utilização de informações dos *sites* dos partidos políticos como fonte na construção de matérias jornalísticas merece destaque, por envolver discussões sobre a legitimidade e o caráter oficial das informações disponibilizadas no ciberespaço.

Diante disso, nasceu a proposta desse trabalho que consistiu em analisar se as informações divulgadas pelos sites do PMDB – Partido do Movimento Democrático Brasileiro, e do PT, Partido dos Trabalhadores, pautaram o Jornal do Tocantins, em períodos político-eleitorais, em virtude do seu caráter oficial.

A internet como veículo de comunicação

Com a complexidade da sociedade o homem sentiu uma necessidade cada vez maior de comunicar-se com rapidez, diminuindo as longas distâncias. Tal fato impulsionou uma busca constante de meios de comunicação interativos que possibilitassem uma comunicação em via de mão dupla.



Essa busca levou a sociedade a passar por diversas transformações, em particular na esfera comunicacional, que tem como matéria-prima a informação, devido ao impacto causado pelas novas tecnologias. Vale enfatizar que a internet tem presença marcante nessa nova sociedade, em virtude da sua capacidade de propagar informações em escala mundial, reconfigurando a noção de espaço e tempo.

Para Dizard Jr. (2000) o poder da nova mídia ou *Internet* deve ser atribuído à superação de barreiras que restringia o acesso de uma grande massa de informações para os consumidores comuns. Seu destaque na sociedade informacional ocorreu em virtude do avanço tecnológico que possibilitou uma interação imediata entre os usuários da rede.

Tal fato é determinante para que ela esteja à frente das mídias tradicionais que também estão passando por um processo de digitalização, uma vez que “tecnicamente todas as mídias estão se adaptando às novas perspectivas abertas pela digitalização. Dessa forma, novas leis estão reduzindo as barreiras que limitavam as organizações de mídia que agora aproveitam por completo as novas tecnologias” (SAKAI, 2003, p. 6).

Acerca desse assunto Polistchuk e Trinta (2003) afirmam que uma relevante expansão do sistema de comunicação ocorreu com o aparecimento de redes. Os autores explicam que a *internet* constituiu a fase visível das novas tecnologias de transmissão da informação e também da comunicação global.

Ponto que merece maior atenção no que refere à *internet* é a interatividade oferecida pela mesma, esta é uma das principais características da rede que se destaca quando comparada aos meios de comunicação tradicionais como rádio e TV. Conforme afirma Lima (2003) a *internet* se transformou em um poderoso meio de comunicação, pois possibilita a troca de mensagens entre pessoas do mundo. Diante de tal fato, governos, ONGs, partidos políticos e cidadãos comuns têm enxergado a possibilidades de alcançar suas metas de divulgação por meio de *sites* na *internet*, tendo em vista sua função comunicacional.

Os Sites e sua Função Comunicacional

Um *site* é um endereço na *internet*, um lugar com informações digitais, é ainda um conjunto de páginas *web*, ou seja, de hipertextos⁵ acessíveis geralmente pelo

⁵ Texto que contém internamente referências a outros textos ou documentos. Na web, o que caracteriza essas referências são os hiperlinks, ou simplesmente links. É o texto em formato de cruzamentos. O hipertexto permite os saltos de um assunto para outro ou de uma página para a outra através dos links.



protocolo http na *internet*⁶. No contexto da sociedade informacional, os *sites* são definidos como meios de comunicação viáveis para emissão de informações, uma vez que os benefícios, comparados aos meios de comunicação tradicionais, são maiores, pois eles contam com pouco investimento e não se limitam às questões geográficas. Como explica (OLIVEIRA, 2001, p.24)

Até o surgimento da Internet, as tecnologias disponíveis requeriam um investimento enorme de capital. Conseqüentemente, a disseminação da informação era restrita às elites editoriais. A tecnologia atual a um custo menor provoca um rearranjo de poderes em relação à informação.

Dentre as inúmeras instituições que se atualizam e utilizam de todas as possibilidades oferecidas pela *internet* e *sites* é possível encontrar também as instituições políticas, representadas por partidos, ou seja, os partidos políticos atentos a essa realidade estão usando seus *sites* oficiais com o intuito de garantir uma aproximação cada vez maior com os eleitores adaptados a uma comunicação mediada pelo computador, ou seja, por meio de *sites* oficiais estão divulgando suas propostas e ações.

Para Romanini (2002) após ter passado por um período experimental a rede mundial de computadores incorporou-se aos veículos de comunicação tradicionais, devendo ser utilizada pelos políticos para troca de informação e propaganda, em virtude da potencialidade do *ciberespaço*. O autor defende que os partidos devem aproveitar os dados estáticos referentes à faixa etária, sexo, disponibilidade para navegar na rede, com intuito de trabalhar para e com diferentes públicos, com um discurso adequado diante dos seus anseios díspares.

Os *sites* partidários ganham um destaque ainda maior em período eleitoral, uma vez que devido o seu caráter instantâneo a *internet* apresenta notícias sobre os políticos em tempo real. Além disso, proporciona vantagens nas campanhas políticas, “tais como diminuição de custo de aquisição de informação e aumento do acesso do público aos políticos” (LASULAITIS, 2007, p. 144). Diante desse cenário, os responsáveis pela comunicação dos partidos têm se empenhado no sentido de acompanhar as exigências da linguagem da rede, colocando seus candidatos em evidência.

⁶ Nota de aula da disciplina de Novas tecnologias e Sociedade Informacional do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Tocantins, ano 2007.



Conforme afirma Aldé (2004), os assessores políticos estão cada vez mais empenhados em produzir notícias positivas sobre os candidatos para quem trabalham. A autora explica que geralmente se tratam de profissionais treinados, com experiência no sistema de comunicação comercial, e que jogam com a necessidade da mídia de ter novidades: notícias dramáticas, acusações e escândalos, fazendo da rede um local perfeito para publicação de informações.

Romanini (2007) afirma que os jornais, como as outras mídias, não contam com disponibilidade e estrutura para acompanhar os passos dos políticos e partidos, já a *internet* tem potencial e competência para fazê-lo. O autor defende ainda, que cabe aos partidos e políticos convidarem as pessoas a participarem dos debates virtuais e pautarem os assuntos de interesse.

Neste contexto apresentado, cabe ainda acrescentar as considerações de Machado (2001), quando afirma que embora os *sites* não substituam o contato pessoal dos candidatos com seus eleitores, eles são importantes para que a publicidade do partido produza efeitos entre seus participantes, eleitores e pessoas que necessitam da difusão daquela informação. Além disso, conseguem propagar seus valores e suas convicções por meio dos *sites* com um custo menor, se comparados aos destinados aos veículos de comunicação tradicionais, contudo, é interessante refletir um pouco acerca do tratamento da informação pelos *sites*.

Disponibilidade e Tratamento do Conteúdo da *Internet*

A rede apresenta conteúdos a respeito dos mais variados assuntos no sentido de alcançar um público cada vez mais significativo. Wolton (1999) apud Casali (2002) defende a idéia de que a *internet* não conhece seu público, dessa forma sua força consiste em disponibilizar um grande número de informações a todos, fazendo da oferta uma construção individual conforme a demanda do usuário.

Partido desses pressupostos, Pereira e Moraes (2003), afirmam que a *internet* oferece uma grande quantidade de informação em fluxo contínuo, sendo estruturada pelos *links* e pelo *hipertexto*, contribuindo para a construção de um processo de escrita e leitura não-linear e não-seqüencial. Assim, as informações não estão condicionadas a uma rígida estrutura de apresentação, tornando possível diversas leituras a respeito de um mesmo assunto.



É válido destacar que a quantidade de conteúdos disponibilizados pela rede nem sempre resulta no acesso rápido a informações consistentes sobre pessoas, negócios, educação e etc. De acordo com (CASALI, 2002, p. 9) “é também necessário repensar o conteúdo, na relação qualidade e quantidade, além da forma de acesso a este conteúdo, de nada é útil a ferramenta e se não há um preparo, uma seleção, um objetivo para a aplicação deste instrumento”.

Tal situação amplia a necessidade da atuação de um profissional capaz de selecionar, hierarquizar, interpretar os fatos, separando o que é de fato relevante do supérfluo, inexato e redundante. Essa atuação segundo os autores é realizada pelos jornalistas que atribuem à informação o valor de credibilidade, que é um diferencial nos produtos disponibilizados na rede.

Partindo das colocações apresentadas por Morris e Ogan (1996), é ainda Oliveira (2001) quem afirma que a emergência da *internet* como mídia interativa resultou no surgimento de um novo paradigma no que se refere o procedimento de checagem de informação para divulgação. Assim, na *internet*, determinar quais fontes são confiáveis é uma tarefa complexa. Diante desse fato os serviços comerciais, em particular as publicações jornalísticas, passam a contar, em tese, com checagem de fontes, interpretação e contextualização de fatos, na tentativa de levar para o leitor informações precisas.

Dessa forma, é possível afirmar que a *internet* redefiniu a forma de realizar pesquisa jornalística, em virtude dos vastos conteúdos que ela oferece, todavia torna-se necessário o cuidado, pois em muitos casos a informação presente na rede pode não ser confiável. Assim os profissionais que trabalham diretamente com a divulgação de informação devem ser cautelosos na apuração das mesmas para não propagarem informações inverídicas comprometendo a construção de uma comunicação de qualidade (OLIVEIRA, 2001).

Essa seleção depende do domínio de técnicas adequadas para avaliar diante da infinidade de dados, os que são relevantes e podem ser utilizados como fontes. Como explica Machado (2001 p. 7):

O treinamento dos jornalistas e dos usuários emerge como uma pré-condição para o acesso com proveito das fontes no ciberespaço [...] Para desenvolver o trabalho jornalístico em um entorno cada vez mais amplo e complexo como o mundo digital tanto o profissional



quanto o usuário das redes telemáticas devem dominar técnicas adequadas para avaliar dados muito diversos, com valor desigual e propósitos distintos que cada cidadão pode publicar sem qualquer tipo de restrição prévia.

Neste contexto, é possível inferir que a multiplicação de emissores de informações no *ciberespaço* tem exigido uma nova postura dos jornalistas, uma vez que a *internet* permitiu a mudança na produção de informação possibilitando que o usuário da rede se torne fonte, o que trouxe mudanças para o jornalismo na atualidade.

Jornalismo em tempos de *internet*

A relação do jornalismo com as novas tecnologias, em especial a *internet*, tem provocado uma reformulação em sua organização, e tal fato levou ao surgimento de duas vertentes que tentam explicar essa relação. Uma vertente defende que a rede é uma espécie de ferramenta para alimentar os jornalistas das organizações convencionais com conteúdos complementares aos coletados pelos métodos tradicionais. Já para a segunda vertente, as redes são ambientes diferenciados com a capacidade de gerar uma modalidade distinta do jornalismo, em que todas as etapas dos conteúdos jornalísticos estão circunscrita aos limites do *ciberespaço* (MACHADO, 2001).

Dessa forma, há uma dificuldade de assimilar os efeitos da relação do jornalismo e *ciberespaço*, uma vez que apropriação das novas tecnologias pelos jornalistas não se limita à troca de roupagem, conforme pode ser verificado nas considerações de Bianco (2005, p.5) ao afirmar que:

Para o jornalismo a adoção das novas tecnologias não fica restrita a troca de roupagem, mas são bem mais profundas do que muitos costumam analisar, podendo até mesmo proporcionar mudanças nos valores da prática social.

As transformações resultantes das possibilidades oferecidas pelo *ciberespaço* têm se manifestado de forma profunda, alterando o comportamento e as formas com que os indivíduos se relacionam.

Transformando o mundo dos negócios, as expressões culturais, e gerando uma experiência pela notória demanda de inovação, imediatismo e informação. Essas, por sua vez, têm se refletido na rotina do jornalismo e se encontra em uma relação cada vez mais próxima com as redes digitais (TEIXEIRA; BECKER, 2008, p. 2).



Bastos apud Machado (2001) afirma que a disseminação das redes digitais favorece a elaboração de uma lógica estrutural diferenciada para o jornalismo, gerando conseqüências para a pesquisa, produção e difusão de dados. O autor explica ainda, que nos modelos de pesquisa e apuração convencionais, a apuração tem início à parte de fatos que podem ser localizados com facilidade, no entanto, com as mediações eletrônicas o fato é substituído pela necessidade de uma frase de busca que defina a questão ou o problema tratado. É possível compreender, por meio dessas reflexões, que o campo do jornalismo condiciona seus profissionais a enfrentarem os desafios resultantes das potencialidades disponibilizadas com adventos das novas tecnologias, em particular a *internet*.

Acerca do assunto, Murad (1999) afirma que além da melhoria de pesquisa e acesso a um maior número de informações e fontes proporcionado pela rede, verifica-se a necessidade de se construir um novo jornalismo, pois o vigente já não basta, embora não possa ser descartado.

Diante do exposto é importante ressaltar que a relação jornalismo e *internet* tem exigido do profissional de comunicação a definição de novos critérios de fontes, tendo em vista as diversas fontes potenciais presente na rede mundial.

Jornal impresso e sites políticos

A proposta do trabalho residuiu na busca pela verificação se os *sites* oficiais dos partidos políticos são utilizados como fonte pelo jornal impresso, em tempos de *internet*. Os objetos da pesquisa foram os *sites* nacionais do Partido dos Trabalhadores (PT) e do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) e o Jornal do Tocantins, jornal impresso de maior circulação no estado, somado ao fato de que o mesmo conta com uma tiragem de cerca de 7000 exemplares por dia e é o único jornal diário do Tocantins.

Para o desenvolvimento da pesquisa foi realizado um levantamento bibliográfico acerca dos conceitos noticiabilidade, fonte, credibilidade, meios de comunicação e interatividade, fazendo uso ainda da teoria do jornalismo, também conhecida como *newsmaking*, que possibilita uma revisão sobre os conceitos de valor-notícia e critérios de noticiabilidade.

A segunda fase do trabalho consistiu em uma análise do caráter das informações e a forma com que elas são disponibilizadas pelos *sites* do Partido dos



Trabalhadores (PT), e, Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) e pelo Jornal do Tocantins. A seleção dos *sites* ocorreu em virtude desses serem respectivamente o partido do prefeito de Palmas, que concorria à reeleição e o partido do governador do Tocantins, que apoiava a candidata Nilmar Ruiz, terceira colocada nas pesquisas de intenção de voto, que antecederam as eleições.

A amostra selecionada para análise teve como premissa o fato de que o foco da pesquisa não se restringiu a analisar a eleição municipal em si, mas a utilização dos *sites* de partidos políticos no jornalismo impresso em período político-eleitoral. Deste modo foi possível, no mês de outubro de 2008, antes do resultado da eleição, realizar e finalizar o acompanhamento, junto aos *sites* e o jornal selecionado.

Para desenvolvimento da análise dessas informações foi realizado em um primeiro momento um monitoramento dos *sites* durante as duas semanas que antecederam o dia da votação, em 05 de outubro de 2008. O monitoramento foi precedido das quatro categorias que se identificadas nas matérias dos *sites* ampliariam as chances de pautarem o jornal impresso.

A intenção, ao adotar as categorias indicadas detalhadamente a seguir, foi identificar nas informações encontradas no monitoramento, os elementos das mesmas, os quais são importantes na seleção de informações. Foram adotadas as categorias: atualização dos *sites*, editoração, regionalização do assunto e interatividade dos *sites*, juntamente com a categoria prova validativa, esta por sua vez já relacionada com a utilização ou não do material dos *sites* pelo jornalismo impresso. Além do monitoramento dos sites o do Jornal do Tocantins, a pesquisa contou ainda com a realização de uma entrevista em profundidade com o editor de política do JT, jornalista Laiton Costa.

A entrevista realizada teve como intuito verificar quais as fontes relacionadas à política são utilizados pelo Jornal do Tocantins, quais os critérios utilizados para a seleção das mesmas, como são aproveitadas as informações disponibilizadas pela *internet*, e em um contexto mais amplo buscava observar a relação do jornalista com a *internet* na realidade palmense.

A partir da coletas de dados por meio do monitoramento foi desenvolvida uma análise de conteúdo dos mesmos com o fim de viabilizar uma análise comparativa dos *sites* os resultados são apresentados nos quadros a seguir:



	Atualização	Editorias	Regionalização	Interatividade
Site do PT	A <i>homepage</i> do PT realiza atualização diária, são postadas em média quinze notícias. Essas são distribuídas ao longo da página.	As notícias em geral abordam assuntos relacionados ao próprio partido e ao Governo do presidente da República. Planos de governos e sucessos em projeto estão presentes em uma parte considerável das notícias.	Nos quatorze dias de análise o <i>site</i> apresentou poucas notícias que faziam referência a alguma localidade específica.	O <i>site</i> conta com enquetes, espaço para comentários, <i>links</i> para os diretórios, rádio e um <i>menu</i> “Fale Conosco”.

Quadro 1 – Categorias analisadas junto ao *Site* oficial do PT nas duas semanas que antecederam as eleições em 2008

	Atualização	Editorias	Regionalização	Interatividade
Site do PMDB	O <i>site</i> do PMDB não apresentou uma seqüência com relação às atualizações. Sendo observadas duas atualizações em uma mesma semana e uma terceira dias depois.	Os assuntos apresentados pelos <i>sites</i> abordavam temáticas nacionais, no entanto, na maioria das vezes faziam referência a ações dos próprios partido.	O número considerável de notícias apresentou um recorte regional nos dias em que o <i>site</i> foi analisado.	A interatividade oferecida pelo <i>site</i> pode ser definida como baixa, uma vez que o mesmo disponibiliza apenas um fórum e um <i>menu</i> “Fale Conosco” como forma de atrair a participação do internauta. Durante o monitoramento o mesmo não recebeu nenhuma participação.



Quadro 2 – Categorias analisadas junto ao *Site* oficial do PMDB nas duas semanas que antecederam as eleições em 2008.

Análise e discussão dos resultados

Por meio do monitoramento e também da realização da entrevista em profundidade foi possível perceber a ausência de semelhança entre as informações dos sites e dos jornais. Tal fato revela que os partidos políticos podem não estão utilizando as potencialidades disponibilizadas pela *internet* para pautar a imprensa e a mídia como um todo, uma vez que se o jornal do Tocantins não foi pautado pelas informações dos *sites*, é possível inferir que as mesmas não pautaram a mídia em geral também.

Essa informação ganha força a partir dos pressupostos apresentados por Aldé, Xavier e Barreto (2005), quando os autores defendem que diante da concorrência imposta pelo mercado os veículos acabam por determinar pautas comuns, com “notícias que não podem deixar de sair”, pois estão sendo publicadas por outros veículos, provocando um efeito circular, o que faz com que alguns eventos acabam por ganhar maior visibilidade.

O distanciamento entre as notícias dos sites e jornal pode ser atribuído ainda ao não direcionam para as necessidades locais, o que prejudicou a construção de um discurso uniformizado atrelado à credibilidade dos *sites* por serem oficiais e nacionais, que atendessem as demandas dos candidatos dos partidos em todo o país.

Tal fato pode ser observado por meio do monitoramento, no qual os *sites* apresentaram poucos indícios de regionalização, o do PT mais que o do PMDB, o que dificultou a utilização das informações apresentadas pelos partidos pelo Jornal do Tocantins, haja vista que a proximidade regional e cultural são fatores relevantes na seleção de fontes.

Diante do exposto acima podemos inferir que a não utilização das informações dos *sites* pelo JT, embora esses pudessem ser configurados como fontes, pode também ser vinculada à tendência editorial sem foco na grande mídia, (TV, impresso, etc.) e a ausência de recorte regional na construção de notícias analisada no *site* do PT, ou ainda a pouca interatividade, ausência de atualização e caráter estático do *site* do PMDB. Os elementos dos *sites* citados acima foram observados por meio dos dados obtidos no período de monitoramento, no qual foram adotadas categorias de análise descritas anteriormente.



No que se refere aos resultados obtidos por meio da entrevista em profundidade com editor de política do JT, Laiton Costa, evidenciou que as temáticas discutidas pelos *sites* estão atreladas à ótica dos próprios partidos, que por diversas vezes não é a dos leitores do JT, assim não há um interesse muitas vezes em aproveitar as informações divulgadas dos *sites* oficiais dos partidos políticos.

Considerações finais

A partir da análise desenvolvida junto aos dados obtidos com a aplicação dos procedimentos metodológicos, foi possível concluir que o Jornal do Tocantins não utiliza os *sites* oficiais do PT e PMDB como fonte. Foi possível perceber ainda, que embora os *sites* oficiais dos partidos políticos tenham acesso às várias potencialidades oferecidas pela *internet*, seus *sites* oficiais deixam a desejar em interatividade, além disso, não apresentam nas matérias divulgadas em sua *home page* elementos como: regionalização e atualização, sendo que a linha editorial apresentadas pelas matérias pode ser classificada como distante das temáticas discutidas em outras mídias, o que contribui para um distanciamento entre os *sites* e o jornalismo impresso.

É importante destacar que no início do trabalho acreditávamos que a hipótese seria confirmada, ou seja, acreditávamos que as informações dos *sites* oficiais do PT e PMDB eram utilizadas pelo Jornal do Tocantins, em virtude do seu caráter oficial. Contudo, por meio dos desdobramentos da análise foi possível perceber que as informações disponibilizadas nos *sites* oficiais recebem do Jornal do Tocantins o mesmo tratamento das demais informações que podem ser encontradas na *internet*, tendo em vista que o caráter oficial do *site* não influencia na sua classificação como confiável e legítima. Dessa forma, elas são definidas como mais uma informação disponível na rede, sendo usadas apenas como mais um auxílio na construção de matérias.

A pesquisa permitiu ainda concluir que a *internet* tem exigido cada vez mais dos jornalistas, no que se refere à seleção de fontes confiáveis e legítimas. Tal fato é consequência da abundância de informações, que com facilidades são divulgadas na rede, na maioria das vezes sem uma seleção prévia. Dessa forma, compete ao jornalista a difícil tarefa de classificá-las conforme a representatividade e legitimidade da entidade, grupo, instituição ou mesmo do próprio indivíduo que a insere na *internet*.



REFERÊNCIAS

ALDÉ, Alessandra; BORGES, Juliano. **Internet, Imprensa e as Eleições de 2002: Pautando Notícias em Tempo Real**. Paper apresentado no. CONGRESSO INTERNACIONAL DA BRAZILIAN STUDIES ASSOCIATION. VII BRASA, PUC- RJ, jun/04, e na ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PSICOTERAPIA CONGNITIVA- ABPC, PUC-RJ, Jul/04.

ALDÉ, Alessandra; CHAGAS, Viktor. **Jornalistas e Internet: a Rede como Fonte de Informação Política**. XXVII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, Porto Alegre, 2004.

ALDÉ, A.; XAVIER, G. O. D.; BARRETOS, D. & CHAGAS, V. **Critérios Jornalísticos de Noticiabilidade: Discurso Ético e Rotina Produtiva**. Alceu, Rio de Janeiro, v. 10, p. 186-200, 2005.

BIANCO, Nelia R. **Noticiabilidade no Rádio em Tempos de Internet**. Artigo. 2005. Disponível em <http://www.unb.br/fac/posgraduacao/p_nelia.pdf> . Acesso em 14 jul.2008.

CASALI, A. M. **Internet: Espaço Público, Meio de Comunicação ou Ambiente de Negócios**. 2002. Artigo. Disponível em <<http://www.espacioblog.com/myfiles/alaic-internet/Ponencia%20Adriana%20Machado.pdf>>. Acesso em 29 jul. 2008.

DIZARD, Jr, Wilson. **A nova Mídia: A Comunicação: A Era da Informação**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

LASULAITIS, Sylvia. **As Agendas de Notícias dos Websites Eleitorais e as Estratégias Persuasivas Empregadas pelos Candidatos do PT e PSDB à Presidência**. In: QUEIROZ, Adolpho; MANHANELLI, Carlos; BAREL, Moisés Stefano (orgs.) **Do Comício a Internet**. São Paulo: Associação dos Consultores de Política - ABCOP, 2008.

LIMA, Alexandre. **Multimídia: Meio de Comunicação Facilitando a Aprendizagem: o Homem e a Comunicação**. Artigo. Disponível em <http://www.unicamp.br/disciplinas/am625_2003/Alexandre_artigo.html> . Acesso em 12 de mai. 2008.

MACHADO, Elias. **O Ciberespaço como Fonte para o Jornalismo**. Artigo. 2001. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/texto.php3?html2=machado-elias-ciberespaco-jornalistas.html>> . Acesso em 20 de abr. 2008.

MURAD, Angela. **Oportunidades e Desafios para os Jornalistas na Internet**. **Ciberlegenda**. Número 2. 1999. Artigo. Disponível em <<http://www.uff.br/mestcii/angele1.htm>> Acesso em 13 set. 2008.



OLIVEIRA, M; R. **O Impacto da Internet no Jornalismo: Características e Recomendações para a Concepção de Jornais Interativos**. Dissertação. (Mestrado em engenharia da produção). Universidade Federal de Santa Catarina. Petrópolis. 2001. Disponível em <<http://teses.eps.ufsc.br/defesa/pdf/3013.pdf>>. Acesso em 14 mar. 08.

PEREIRA, Fábio H.; MORAIS, Fraciliane Munhoz. **Mas Afinal, Internet é Mídia?** XXVI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 2003. Belo Horizonte. **Anais...** São Paulo. Intercom, 2003. CD- ROM.

POLISTCHUK, Iiana; TRINTA, Aluizio. **Teoria da Comunicação: O Pensamento e a Prática da Comunicação Social**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

ROMANINI, Maurício. **A Internet como Comunicação Política**. In: QUEIROZ, Adolpho; MANHANELLI, Carlos; BAREL, Moisés Stefano. **Do comício a Internet**. São Paulo: Associação Brasileira de Consultores Políticos – ABCOP, 2007.

ROMANINI, Maurício. **A Propaganda Política na Internet: os Partidos Emanham-se na Rede**. XXV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 2002. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP3roman>. Acesso em 24 jul. 2008.

SAKAI, Livio. **Arena Eletrônica. Os Partidos Políticos na Internet**. I ENCONTRO NACIONAL DA REDE. ALFREDO CARVALHO. Rede Alcar. **Anais...** São Paulo. 2003.

TEIXEIRA, Juliana; BECKER, Beatriz. **Um Panorama da Produção Jornalística Audiovisual no Ciberespaço: a Experiência do TJUFRJ**. XXXI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 2008. Natal. **Anais...** São Paulo. 2008. CD-ROM.