

CONSUELO CHAVES JONCEW

**A PARTICIPAÇÃO DAS FONTES FORMAIS
NA QUALIFICAÇÃO DA NOTÍCIA**

Belo Horizonte

Universidade Federal de Minas Gerais

Novembro de 2005

CONSUELO CHAVES JONCEW

A PARTICIPAÇÃO DAS FONTES FORMAIS NA QUALIFICAÇÃO DA NOTÍCIA

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de doutora em ciência da informação.

**Linha de pesquisa: Informação, Cultura e
Sociedade**

Orientadora: Profa. Beatriz Valadares Cendón

**Belo Horizonte
Universidade Federal de Minas Gerais
NOV 2005**

*A Danielle e Henrique, minhas eternas fontes inspiradoras,
pela compreensão e tolerância*

*À Nilza, pela lição sobre a importância da humildade e
perseverança na luta.*

*Ao Gedi, pelo ensinamento de que as pequenas ou grandes
vitórias dependem essencialmente de nosso esforço pessoal.*

Agradecimentos

Dentre tantas virtudes, a gratidão é das mais importantes. Ser grato requer humildade para reconhecermos o papel dos outros em nossas vidas. São eles que nos apoiam e a quem devemos creditar grande parte de nossos méritos.

Difícil é mencionar todos a quem devemos gratidão, pois aprendemos sempre com pessoas, professores, colegas, amigos, escritores, trocando experiências e saberes.

Ficarei certamente em débito com Beatriz Valadares Cendón, minha orientadora, cuja postura séria, competência, paciência e, sobretudo, confiança foram essenciais para que eu conseguisse transpor os inúmeros obstáculos que se apresentaram.

Lembro as valorosas contribuições de Valdir Oliveira, professor do Departamento de Comunicação Social da UFMG, que se revela comprometido com a pesquisa na área do jornalismo.

Aos professores Ana Cabral, Ana Maria Cardoso, Helena Crivellari, Isis Paim, Jorge Tadeu, Marta Ferreira e Simone Duflot, agradeço as críticas recebidas no momento da qualificação do projeto e as contribuições feitas por ocasião da defesa da tese.

Meus especiais agradecimentos aos alunos dos diversos seminários e disciplina que ministrei nesta academia, oportunidade de grande aprendizagem e em que nos envolvemos em interessantes discussões.

Não poderia deixar de mencionar Gorete e Viviane, costumeiramente competentes e dedicadas, sempre prestativas e bem humoradas.

Ressalto, ainda, a receptividade dos profissionais do *Estado de Minas*, *Hoje em Dia*, *O Tempo*, *SBT* e *Rádio Itatiaia* e a contribuição de todos os que me concederam entrevistas nas diversas organizações.

Agradeço a Felipe Nunes dos Santos, pelas críticas e troca de idéias, e a Bruno Faria, pela parceria.

Não teria conseguido sem o suporte logístico da Vilma. A meus parentes, amigos mais próximos, agradeço a torcida e peço perdão pelos momentos de ausência involuntária, imposta pelos sacrifícios que uma jornada deste tipo requer.

Enfim, devo agradecer à família que tenho, pela compreensão e pelo privilégio de ter em quem confiar nos momentos mais difíceis.

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	01
1.1	Escolha do tema	02
1.2	Problema	06
1.3	Justificativa	16
1.4	Objetivos	19
1.5	Considerações metodológicas	20
1.6	Estrutura da tese	21
2	PRINCIPAIS CONCEITOS	22
2.1	Informação : à procura de um conceito	32
2.2	Qualidade da informação: conceito ou fenômeno?	50
3	SISTEMA JORNALÍSTICO E SEUS AGENTES	69
3.1	O jornalista: formação, atuação e bastidores	72
3.2	Fontes formais nesta pesquisa	87
3.2.1	Comunicação empresarial e fontes: breve histórico.....	93
3.2.2	Classificação das fontes jornalísticas.....	96
3.2.3	Importância da fonte formal.....	104
3.2.4	Relação entre fontes e jornalistas.....	106
3.2.5	Interação social das fontes.....	112
3.2.6	Avaliando as fontes	117
3.2.7	Novas perspectivas.....	128
3.2.8	Pensando um pouco sobre questões éticas.....	132
4.	METODOLOGIA	136
4. 1	Abordagem teórica	136
4. 2	O método	147
4. 3	Etapas, técnicas e instrumentos	155
4.3.1	Painel	155
4.3.2	Análise documental	157
4.3.3	Observação participante	160
4.3.4	Entrevistas com as fontes	163
4.3.5	Entrevistas com os jornalistas.....	167
4.3.6	Acompanhamento de fatos polêmicos.....	170
4.3.7	Compilação e análise dos dados.....	172
4.3.8	O modelo de avaliação de fontes.....	175
4.3.9	Pré-teste.....	176
5	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	177
5.1	Os entrevistados	178
5.2	Perfil do profissional entrevistado	183
5.3	O mercado profissional	188
5.4	Necessidades e interesses envolvidos	197
5.5	Comportamento de busca	209
5.6	Classificação e seleção de fontes	211

5.7	Fatores intervenientes	214
5.8	Estratégias das fontes	216
5.9	Avaliação das fontes	221
5.10	Participação nos atributos de qualidade	224
5.11	Modelo de avaliação de fontes	229
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	245
7	ANEXOS	263
	ANEXO I.....	263
	ANEXO II.....	264
	ANEXO III.....	269
	ANEXO IV.....	270
	ANEXO V.....	276
	ANEXO VI.....	277
8	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	278

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1	PARADIGMA TRADICIONAL E ALTERNATIVO	38
FIGURA 2	USO DA INFORMAÇÃO E MERCADOS	56
FIGURA 3	PROCESSO COMPORTAMENTAL DE BUSCA DE INFORMAÇÃO	58
FIGURA 4	ATRIBUTOS DE QUALIDADE DA INFORMAÇÃO	65
FIGURA 5	FENÔMENO MULTIDIMENSIONAL DA QUALIDADE DA INFORMAÇÃO	67
FIGURA 6	CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS.....	92
FIGURA 7	CLASSIFICAÇÃO DAS FONTES.....	102
FIGURA 8	EXEMPLOS DE PREENCHIMENTO DAS COLUNAS DO MODELO.....	242

TABELAS

TABELA 1	HÁBITOS DE LEITURA DO JORNALISTA.....	08
TABELA 2	HÁBITOS DE LEITURA DO LEITOR.....	08
TABELA 3	GRUPOS DE REFERÊNCIA DO JORNALISTA.....	09
TABELA 4	PERCENTUAL DE <i>RELEASE</i> EM MATÉRIAS PUBLICADAS.....	11
TABELA 5	AS PRINCIPAIS ABORDAGENS TEÓRICAS NAS CIÊNCIAS SOCIAIS..	24
TABELA 6	FATORES INTERVENIENTES NA PRODUÇÃO DA NOTÍCIA.....	79
TABELA 7	GRUPOS DE REFERÊNCIA DO JORNALISTA.....	85
TABELA 8	HÁBITOS DE LEITURA E PRINCIPAIS FONTES DOS JORNALISTAS.	98
TABELA 9	CRITÉRIOS PARA AVALIAÇÃO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO.....	122
TABELA 10	PRINCIPAIS DEFEITOS DAS INFORMAÇÕES JORNALÍSTICAS	123
TABELA 11	SUGESTÕES PARA MELHORIA DE INFORMAÇÕES.....	124
TABELA 12	VISÕES NAS DIFERENTES ABORDAGENS METODOLÓGICAS	150
TABELA 13	BASE PARA AVALIAÇÃO DAS FONTES JORNALÍSTICAS.....	156
TABELA 14	RELAÇÃO DE MATÉRIAS E FONTES UTILIZADAS.....	158
TABELA 15	APARIÇÃO DE FONTES NAS CAPAS.....	159
TABELA 16	ROTEIRO PARA OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE.....	161
TABELA 17	TIPOS DE EMPRESAS DE BELO HORIZONTE.....	164
TABELA 18	EMPRESAS DE BELO HORIZONTE, POR ATIVIDADE.....	164
TABELA 19	PLANO AMOSTRAL.....	165
TABELA 20	ENTREVISTADOS NA IMPRENSA.....	170
TABELA 21	ACOMPANHAMENTO DE FATOS POLÊMICOS.....	172
TABELA 22	VISIBILIDADE DAS FONTES NA IMPRENSA.....	199
TABELA 23	VISIBILIDADE DAS FONTES NA PRIMEIRA PAGINA.....	199
TABELA 24	VISIBILIDADE POR ESPAÇO OCUPADO NA CAPA.....	199
TABELA 25	MANCHETES SOBRE CONSELHO FEDERAL JORNALISMO.....	205
TABELA 26	QUADRO RESUMO DOS RESULTADOS.....	230
TABELA 27	MODELO PARA AVALIAÇÃO DAS FONTES JORNALÍSTICAS.....	234
TABELA 28	PESO POR CLASSIFICAÇÃO DE FONTE.....	237
TABELA 29	PESO POR INTERESSE EXPLICITADO.....	237
TABELA 30	PESO POR MISSÃO ATENDIDA.....	238
TABELA 31	PESO POR CRITÉRIO DE SELEÇÃO ADOTADO.....	239
TABELA 32	PESO POR ATRIBUTO GERADO.....	240
TABELA 33	EXEMPLO DE PREENCHIMENTO DO MODELO – ETAPA 1.....	241
TABELA 34	MODELO PREENCHIDO.....	243

RESUMO

O *boom* informacional provocado, em parte, pelo desenvolvimento das novas tecnologias, leva profissionais de diversas áreas a se preocuparem com a 'qualidade da informação', como os cientistas da informação e jornalistas. Dentre as diversas questões que se apresentam, a discussão sobre o papel das fontes no processo qualificação da informação merece especial atenção, pois são agentes ativos no enquadramento da realidade retratada na mídia. Por isto, com objetivo de ampliar os horizontes sobre o assunto, essa tese, recorrendo a uma pesquisa teórica e a uma pesquisa de campo, procurou investigar de forma exploratória a participação das 'fontes formais' no processo de construção e qualificação da informação jornalística. A pesquisa procura estudar o fenômeno da notícia dentro do contexto de produção (*newsmaking*). Por 'fontes formais' compreendemos organizações e especialistas, que detém poder e conhecimento perito e legitimado socialmente. Como o tema é escasso na literatura, orientando-nos pela abordagem teórica, elaboramos um referencial de literatura sobre conceituação de informação, qualidade da informação e fontes. Na pesquisa de campo, ouvimos 19 pessoas que trabalham como 'disseminadores de informação nas fontes formais', três especialistas (também fontes formais) e 15 jornalistas de Belo Horizonte, em entrevistas em profundidade, com tratamento qualitativo. Propusemos um modelo de avaliação de fontes, para ser utilizado no ambiente jornalístico ou em qualquer contexto envolvido com o processo informacional. Apresentamos, ao final, as principais contribuições da pesquisa, falamos sobre suas limitações e sugerimos novos temas de estudo. Assim, trouxemos contribuições teóricas e práticas para a academia, acreditando que ela deva estar sempre comprometida com o papel da informação na construção do desenvolvimento social sustentável.

ABSTRACT

The informational boom, caused by the development of communication technology, leads to the concern, by information scientists and journalists, about the 'information quality'. The discussion about the influence of "formal sources of information in the information quality process deserves special attention, because these sources are active agents in the reality showed by the media. By "formal sources of information" we mean the organizations and experts, whose knowledge is formally validated and recognized by society. With the objective of enlarging the discussion about this subject, the current dissertation investigated the participation of the formal sources in two processes: the news production and the quality of the news produced. We explored the subject in a theoretical and practice way. The investigation approached the phenomenon in the context of the *newsmaking*. Because the theme is seldom present in literature, we begin by following theoretical approach in order to help us think about the concepts of information, information quality and information sources. Next, we interviewed 19 professionals, called by us as "information disseminators of the formal sources", three experts and 15 journalists in Belo Horizonte, Brazil. We chose this small sample in order to be able to lead with it in depth qualitative data collection. We suggest a model for resources evaluation of information sources, which can be used by newspapers, students, educators or others involved with the process of information production. Finally, we pointed out the main contributions of the research, its limitations and presented suggestions for further research. It is important to emphasize that this dissertation has both theoretical and practical contributions, in tune with our thought that scholarly research has the responsibility to help the holistic social development.

1 INTRODUÇÃO

“A principal finalidade do jornalismo é fornecer aos cidadãos informações de que necessitam para serem livres e se auto governarem”.(KOVACH, 2003:31)

Este capítulo sintetiza aspectos básicos, como o contexto da escolha do tema, a descrição do problema da pesquisa, as justificativas para tê-lo tomado como objeto científico, os objetivos almejados, as considerações a respeito da metodologia, além de expormos a estrutura da tese ao final.

Nossa investigação sobre ‘qualidade da informação jornalística’ originou-se em 1998, quando desenvolvemos pesquisa exploratória sobre seu conceito em estudo de mestrado. Naquela oportunidade, a questão das fontes mostrou-se atrativa para aprofundamento em tese de doutorado. O ambiente jornalístico e seus atores tecem complexa teia de fatores que levam a mídia a retratar a realidade que influencia processos de socialização nas mais diversas comunidades, interferindo em suas organizações políticas, culturais e econômicas. Nesse contexto, a ação das fontes é de suma relevância, embora poucos estudos foquem a questão de forma sistemática. Objetivamos ampliar a discussão sobre ‘qualidade da informação, incluindo a participação das ‘fontes formais’ no processo. Embora alguns autores da ciência da informação, de forma não consensual, considerem ‘fontes formais’ como ‘documentais e escritas’, tomamos o termo ‘fontes formais’ para designar especialistas ou organizações que são legitimadas pela sociedade como formais, por apresentarem conhecimento validado por uma instituição universitária ou por deterem registro legal de estatuto burocrático. Em ambos os casos, essas fontes foram representadas em nossa pesquisa por pessoas: especialistas, autoridades ou representantes de organizações perante a imprensa, indivíduos que denominamos ‘disseminadores de informação’. Produzimos quadro teórico

sobre fontes, dentro dos campos da ciência da informação e da comunicação, alicerçados pelos paradigmas das ciências sociais.

Utilizando argumento construtivista, conduzimos a maior parte da pesquisa de forma qualitativa e quisemos fomentar a visão crítica sobre o problema eleito, por entendermos a informação como um bem público, que merece reflexões aprofundadas e constantes.

1.1 Escolha do tema

Orientam muitos autores das ciências sociais que a exposição de um problema deve começar pela contextualização da escolha do tema. Assim, iniciamos por afirmar que, ao nos lançarmos exaustivamente em uma pesquisa, finalizamos a jornada com grande inquietação. No lugar de respostas claras, chegamos a uma encruzilhada de dúvidas e novas questões a perseguir. Isso nos sucedeu por ocasião da defesa da dissertação *A qualidade da informação jornalística*¹, em abril de 2000, no curso de mestrado em ciência da informação da UFMG, em que investigamos o conceito de ‘qualidade da informação’ de forma exploratória entre leitores e profissionais da imprensa de Belo Horizonte. Tomados por uma feliz angústia, constatamos que o trabalho do pesquisador só tem início.

Naquela investigação, o conceito de ‘qualidade de informação’ baseou-se em “atributos” elencados por MARCHAND (1990) e reclassificados por PAIM e NEHMY (1996), agrupados em três níveis: o *transcendente*, entendido como uma esfera mais filosófica; o *intrínseco*, que engloba atributos de qualidade priorizados pelo sistema de informação e o *nível contingencial*, que envolve os ‘atributos de valor’ percebidos pelo usuário. Nesta tese,

¹CHAVES, Consuelo. *A qualidade da informação jornalística*. Belo Horizonte: UFMG, 2000, 313p.

consideramos 'qualidade da informação' um fenômeno multidimensional, cujo conceito se forma na interação de seis contextos: histórico (1), filosófico (2), cultural (3), político (4), econômico-produtivo (5) e do usuário da informação (6), que permeiam a dinâmica social, perpassada pela matriz tridimensional, cujos eixos que a sustentam são o tempo, o espaço e o indivíduo. Explicaremos essas idéias mais à frente.

Sobre conceitos de informação, as abordagens focam ora sistemas, ora usuários. A abordagem focada no sistema, pertencente ao que DERVIN (1986) chama de "paradigma tradicional", privilegia o gerenciamento, no qual a informação tende a ser conceituada de forma objetiva, e, em muitos casos, um produto a ser oferecido. O usuário deve, preferencialmente, adaptar-se às condições proporcionadas pelo sistema, que lhe oferece serviços de recuperação de informação segundo suas possibilidades. A abordagem com foco no usuário, enquadrada no "paradigma alternativo" de DERVIN (1986), ao contrário, parte do princípio de que a informação derive da necessidade subjetiva do sujeito inserido em determinado contexto social (e comunicacional), devendo o sistema adaptar-se a ele para estabelecer políticas informacionais e disponibilizar estratégias de busca, seleção, disseminação e recuperação.

Sob esse fogo cruzado, adotamos o meio termo, defendendo que a informação jornalística, a notícia, só se torna real na interação do sistema jornalístico com o usuário (o leitor), e que o caminho rumo à qualidade da informação passa pela contínua interação entre as partes, pela otimização do sistema, pela capacitação dos produtores (jornalistas) e pelo fomento ao espírito crítico de jornalistas e leitores. As empresas jornalísticas constituem relevante sistema de informação, que deve ser gerido com competência, desde o estabelecimento de políticas diretrizes claras e de estratégias bem definidas a planos de ação eficazes e controle sobre a dinâmica de produção, da coleta à disseminação de informação. O olhar consciente e independente do jornalista crítico favorece sua interferência na otimização da rotina produtiva nas diversas etapas da construção da notícia, desde a escolha de assuntos e seleção de fontes até a reflexão contínua sobre todo o processo. Por outro lado, leitores exigentes, cujo espírito de reflexão pode ser estimulado, cobram mais

'qualidade' dos órgãos de imprensa, demandam mais informações e fomentam o mercado editorial. Nesse contexto, outro ator surge: representado pela ação das fontes, que, mais exigidas, precisam investir em capacitação. Pressupomos que a fonte, ao se considerar sua importância no processo de concepção da notícia, deve preocupar-se com a 'qualidade', o que significa, entre outras coisas, desenvolver auto crítica e assumir o compromisso da responsabilidade social.

Dentre as questões sugeridas na conclusão do mestrado, fomos atraídos pelo estudo das fontes, sua relação com os jornalistas e sua interferência no processo de construção e qualificação da notícia. O assunto é pouco presente na literatura, apesar de se constituir ponto sensível para a confiabilidade das notícias. Consideradas importantíssimas para 96% dos jornalistas e para 86% dos leitores², as fontes conferem credibilidade ao "sistema perito"³ jornalístico.

Para elegermos o tema no doutorado, tomamos por base cinco critérios elencados por SINGLETON (1997): a *estrutura e o estágio de cientificidade da disciplina* (1); os *problemas sociais* (2); os *valores pessoais* (3); o *prestígio do tema para a sociedade* (4) e aspectos de *praticidade* como tempo e custo (5).

No que diz respeito à *estrutura e ao estágio de cientificidade* (1), o autor diz que um problema pode apresentar-se como tese, se a área de estudo em que está inserido for reconhecidamente científica. Sob esse ponto de vista, temos a justificar que o tema das fontes é de interesse da ciência da informação, cuja cientificidade pode ser contextualizada em duas perspectivas. Segundo a concepção de KUHN (1994), a 'ciência da informação' seria uma disciplina emergente sob a abordagem tradicional da ciência, não podendo ser classificada como madura porque, dentre outros fatores, não se guia por métodos exatos e comprováveis e seus pesquisadores não apresentam

² CHAVES, 2000: questões sugeridas: a informação jornalística como instrumento pedagógico; o clareamento do conceito de relevância; a imparcialidade no jornalismo; percepções sobre ética entre os atores envolvidos na produção da notícia; o comportamento de 'não leitura' e necessidades de informação do 'não leitor'; interação entre jornais e leitores; análise de conteúdo, focando cada atributo; impacto de manchetes sobre o conteúdo da informação; aspectos qualitativos das agências de notícia; a participação e interferência das fontes no processo de percepção de atributos qualitativos da notícia.

³ Tomamos aqui o termo de GIDDENS (1991).

conceitos consensuais, não conseguindo constituir paradigmas próprios. Nessa ótica, a ciência da informação carece de debates sobre problemas significativos ou mesmo prioritários para construir seus conceitos. Esse olhar conservador da ciência motivou muitos pesquisadores da área a apelarem para o alcance de base de conceitos consensuais, como é o caso de BELKIN (1978) e tantos outros. Já, para SANTOS (1989), a *pertinência da problemática* (2) apresentada para a sociedade é fundamental para conferir cientificidade a um campo, o que acreditamos ser o caso de nosso estudo. SANTOS (1989) atribui lugar de destaque para a metodologia das ciências sociais. Se, por um lado, essa é inexata, por outro, prioriza aspectos qualitativos e a análise em profundidade, conferindo grande importância às contradições e complexidades inerentes ao contexto humano. Esse método impreciso e qualitativo, mas completo em suas considerações, antes alvo de críticas, tem sido tomado de empréstimo pelas ciências físicas e biológicas.

A *'biografia pessoal* (3) influencia a orientação de um trabalho” (BOGDAN e BIRLEN, 1994:85). Nossa formação em comunicação e atuação na área por 25 anos interferiram na escolha. A especialização teórica e prática da autora em comunicação integrada, *marketing* cultural, *marketing*, planejamento e *endomarketing* possibilitaram contato constante com a imprensa, facilitando a compreensão de suas rotinas produtivas. Além disto, o cargo gerencial ocupado pela autora possibilitaram o entendimento e a análise das empresas jornalísticas e outras organizações (muitas delas “fontes da imprensa”) como universos envoltos em processos administrativos normatizados e pré-definidos segundo culturas e identidades próprias, conjunto de características comum às instituições modernas.

O *prestígio do tema* (4) retrata-se nos inúmeros debates sobre a responsabilidade do jornalismo, fonte de informação de gestores e sociedade. Programas de TV, rádios, *sites da internet* e livros discutem a problemática, mas, como lembra MEDINA (1990), são poucas as abordagens científicas.

Por fim, adotamos os critérios de praticidade, custo e tempo (5), já que a investigação foi desenvolvida em Belo Horizonte, onde reside a pesquisadora.

1.2 Problema

Defendem os diversos autores de metodologia em ciências humanas que um problema deva ser contextualizado sucintamente no campo da pesquisa, no nosso caso, ciência da informação e da comunicação. É imprescindível expor sua relevância. Além disso, para clareá-lo, tornou-se útil explicitar algumas hipóteses e questões paralelas pertinentes, que compõem a problemática. Seguindo essas orientações, afirmamos que há uma tendência de abordarmos o termo “fonte” com certa naturalidade e constatação óbvia. Inspirados em PINTO (1999), podemos buscar explicação para isso, fazendo a analogia de fonte como local onde “nasce a água pura e fresca, associada à idéia de origem da vida e de fecundação”, que natural e continuamente jorra, fazendo-nos gratos à sua existência. Criticar a dinâmica, a natureza e o *modus operandi* torna-se, assim, algo aparentemente inútil.

A ciência da informação preocupa-se com problemas que permeiam o processo informacional (origem, coleta, seleção, organização, armazenamento, interpretação, recuperação, disseminação e utilização da informação), considerando as variáveis de ambiente, do sistema e do usuário. A questão ‘das fontes’ é focada no contexto da pesquisa científica e aparece em estudos sobre “comportamento informacional⁴” do usuário, critérios de seleção de obras, bibliometria, dentre outras. ‘Fonte’ é muitas vezes entendida na sua concepção de documento, obra ou acervo, sendo analisada, geralmente, em termos de classificação ou atributos. O desenvolvimento tecnológico, sobretudo o surgimento da *internet*, vem desafiando os autores na revisão dos conceitos sobre o assunto. Segundo CENDÓN (2000), a rede tende a concentrar continuamente mais informações, incluindo as científicas, permitindo maior interatividade do usuário com o sistema.

Quando procuramos pelo tema, encontramos menção às classificações descritivas das fontes, sendo a mais comum: “primárias,

⁴ Tomamos o termo de empréstimo de WILSON (1997) .

secundárias ou terciárias” (CAMPELLO, 2000)⁵. Tentativas de análise qualitativa de fontes são encontradas, em sua maioria, em estudos bibliométricos, que valorizam, sobretudo, atributos como autoridade institucional, número de citações, autoria, *layout*, a acessibilidade, atualidade dentre outros. A importância de alguns atributos chega a superar o conteúdo. A produção de um autor famoso e com citações de vários outros tende a ser considerada qualitativamente superior à de um autor desconhecido, mesmo que este demonstre brilhantismo intelectual, profundidade e originalidade. Uma tese de doutorado, por exemplo, tenderá a ser julgada pela instituição do aluno, a bibliografia que utilizou e seu próprio prestígio pessoal. Citar autores clássicos é sempre mais nobre. É arriscado citar alunos e colegas, mesmo que esses se empenhem em teses mais atuais. Não nos aprofundamos no assunto, já que ele é abordado mais adiante. Interessa-nos aqui salientar que, em meio a tantas pesquisas, a literatura na ciência da informação carece de aprofundamento sobre a participação da fonte no processo de construção da notícia e, conseqüentemente, na qualidade da informação.

A questão das fontes também parece ser superficialmente explorada no campo da comunicação, que engloba o jornalismo. Constata-se a mesma tendência descritiva de classificação de fontes, sem maiores aprofundamentos e considerações críticas. Na academia, os estudos são escassos. Há cerca de cinco anos, autores têm chamado a atenção para o tema, com especial destaque para os portugueses. O assunto vem sendo debatido em congressos e seminários, inspirando vários artigos, dispersos em universidades de comunicação e na *internet*.

Certo é que, ao utilizarem as fontes, os usuários moldam percepções, elaboram a representação da realidade, opinam, posicionam-se. Estudantes e professores aprimoram conhecimento, jornalistas constroem notícias, cientistas analisam fatos, indivíduos e gestores, dos mais diversos ramos, tomam decisões. Ou seja, as fontes contribuem para que os usuários

⁵ Certamente, esta classificação é padronizada internacionalmente e poderíamos citar outros autores. No entanto, procurando valorizar a produção da academia da UFMG, privilegamos citações do que é produzido no âmbito de nossa realidade. Fala-se, também de fontes pessoais ou informais, formais ou documentais, como é abordado mais adiante na revisão de literatura.

interfiram na realidade, embora essa interferência possa ser passiva ou ativa. Segundo LAGE (2003), são as fontes os primeiros ‘enunciadores e enquadreadores’ da realidade: “a percepção da realidade não é tarefa de um só homem. Começa exatamente no nível da fonte, que formula uma primeira representação que será levada adiante”.

No jornalismo, a afirmativa de LAGE (2003) leva-nos a concluir que a questão da fonte seja de extrema relevância, por várias razões. Primeiramente, pelo fato de ser o jornalista uma categoria especial de usuário de informação, que, em seu cotidiano, está sempre em busca de fontes. Em segundo lugar, pelo fato de ele ser um ‘construtor’ de informações (notícias, reportagens ou críticas), que transformam o jornal em outra importante fonte de informação da comunidade e, curiosamente, da imprensa. Conforme dados da pesquisa desenvolvida por CHAVES (2000), a maior fonte de informação dos jornalistas é a própria mídia⁶, o mesmo acontecendo com os leitores, embora muitos tenham explicitado que não confiam totalmente nela (TAB. 1 e 2, p.8)⁷.

TABELA 1

HÁBITOS DE LEITURA DO JORNALISTA

Publicações	%
Jornais e periódicos nacionais	93,33
Jornais locais	88,00
Literatura de ficção	80,00
Biografias	58,67
Livros sobre jornalismo	38,67
Literatura científica	22,67
Publicações especializadas	17,33
Outros	10,67

Base: 75, com respostas múltiplas.

Fonte: CHAVES, 2000

TABELA 2

HÁBITOS DE LEITURA DO LEITOR

Publicações	%
Jornais e periódicos nacionais	73,96
Jornais locais	33,14
Publicações especializadas	27,22
Literatura de ficção	16,57
Literatura científica	9,47
Nada	9,47
Não opinou	0,59

Base: 169, com respostas múltiplas.

Fonte: CHAVES, 2000.

⁶ Usamos o termo mídia para designar os meios de comunicação de massa, em inglês *media*. O substantivo seria usado no plural, mas o uso popular já o toma no singular, como consta nos atuais dicionários de língua portuguesa.

⁷ FERREIRA (2003) demonstra em pesquisa junto a médicos de Belo Horizonte, que as informações da mídia, embora muito procuradas, não são necessariamente as mais confiáveis.

Considerando que, não raro, a *mídia* se paute por ela própria, novas preocupações deparam-nos. Forma-se um ciclo vicioso endógeno, comprometendo a inovação do conhecimento, que, se devidamente compartilhado e socializado, seria fundamental na busca das soluções para os problemas que se apresentam às diversas comunidades.

Devido ao duplo papel do jornalista, como usuário de fontes (na maioria, organizações, agências de notícia, testemunhas dos acontecimentos ou especialistas com conhecimentos legitimados em determinados assuntos) e como participante de um sistema de informação (o jornal), esperar-se-ia que o assunto fosse tratado com grande cuidado no cotidiano da sala de redação e abordado com maior profundidade na literatura científica sobre a imprensa. Mas não é o que acontece. Apesar de haver desconfiança consensual na postura “desinteressada” da fonte, as organizações jornalísticas não primam por se planejarem ou adotarem políticas de seleção de fontes, que incitem a reflexão crítica sobre a questão. O fato requer atenção especial, uma vez que, como vimos, o desencadeamento social assume várias dimensões. A situação agrava-se ao considerarmos as fontes como um grupo especial de referências⁸ dos jornalistas, fato que constatamos em nossa pesquisa do mestrado, como mostra a TAB.3, p.9.

TABELA 3 – GRUPO DE REFERÊNCIAS DO JORNALISTA

Interlocutor	Repórter	Editor	Dirigente	TOTAL %
Editor	59	6	1	88
Colegas	53	9	1	84
Fontes/especialistas	48	8	0	75
Amigo	10	2	0	16
Família	9	1	0	13
Diretoria	3	5	2	12
Leitor	6	2	0	11

Base: 75, com respostas múltiplas.

Fonte: Elaborado pela autora 1999

⁸ Chamamos ‘grupo de referências’ aquelas pessoas (organizações, grupos ou literatura), a quem o jornalista normalmente recorre para compor a matéria, buscando informações e sugestões de enquadramento.

No jornalismo o conceito de 'fonte' assume também concepções *naturalistas*. Como alerta PINTO (1999), "as fontes têm o poder de manar, de continuar manando e de deixar de manar". Ou seja, as fontes são as primeiras a moldarem a representação social da realidade. Elas são pessoas, grupos, instituições, ou vestígios - falas, documentos, dados - por aqueles preparados, construídos. 'Fontes', muitas vezes, preparam os *releases*⁹ para a imprensa, que os publica, enquanto outras informações permanecem resguardadas. Neste jogo, as fontes manipulam (ou querem manipular) a opinião pública a seu favor.

As fontes jornalísticas normalmente são pessoas, testemunhas de acontecimentos, gestores de organizações, profissionais que atuam como seus disseminadores de informação perante a imprensa, especialistas ou demais autoridades legitimadas pela sociedade. Determinantes na noticiabilidade, expressam a ação social objetivada¹⁰ sobre a produção da informação, validam dados, conferem confiabilidade à notícia e credibilidade ao jornalismo como um sistema perito.

Dentre as fontes, organizações públicas, com ou sem fins lucrativos, são chamadas pela imprensa de 'fontes oficiais'. Na ciência da informação, CAMPELLO (2000) denomina instituições em geral de "fontes organizacionais". Em nosso trabalho, consideramos 'fontes formais' o conjunto das organizações do setor público e privado e os especialistas das categorias profissionais liberais, diplomados em curso superior. Um levantamento feito em setembro de 2003 junto aos três jornais de Belo Horizonte, *O Tempo*, *Hoje em Dia* e *Estado de Minas*, sugere que, pelo menos, 43% (58%, se incluídas as suspeitas) das notícias publicadas (TAB.4, p.11) originam-se em *releases*, o que ilustra o prestígio e a interferência das 'fontes formais' na noticiabilidade.

⁹ *Releases*. são informações enviadas à imprensa por assessorias de órgãos públicos, privados, promotores de eventos, artistas, especialistas, dentre outros, que podem ou não ser aproveitadas pelos jornais. Os informativos têm forma de relato jornalístico, podendo ser impresso ou eletrônico.

¹⁰ BERGER e LUCKMANN entendem por ação objetivada a forma como a realidade é social e continuamente construída. Compartilhando hábitos, crenças e valores, a comunidade estabelece padrões de legitimação e aceitação de regras. Gera-se um olhar coletivo hegemônico sobre a realidade, interferindo nas opiniões e tomadas de decisão.

TABELA 4 – PERCENTUAL DE *RELEASE* EM MATÉRIAS PUBLICADAS

Foi usado <i>release</i> para a produção da notícia?		
Respostas	Quantidade	Percentual
Não	189	42
Sim	195	43
Sim, mas não identificado	71	15
Total	455	100

Base: 455

Fonte: Elaborado pela autora, 2005. Dados coletados junto aos jornais: *Hoje em Dia*, *O Tempo* e *Estado de Minas*, de 21 a 24 de setembro de 2003.¹¹

A ‘fonte formal’ obtém seu *status* como tal ao representar o poder constituído ou por se tratar de especialista (médico, jurista e outros) com conhecimento técnico reconhecido e legitimado. Por isso, é aceita socialmente para expressar opiniões sobre determinados assuntos. Normalmente, as organizações designam uma pessoa responsável pelo relacionamento com a imprensa, que assessora os dirigentes de alto escalão e técnicos, interferindo diretamente no conteúdo que chega aos jornais, detendo poder significativo de expressão e de acesso às informações. Imagina-se que essa pessoa tenha formação superior em comunicação social: relações públicas, publicidade ou jornalismo, mas nem sempre a prática comprova isso. Não há estudo que identifique o perfil e a formação desse profissional¹², que denominamos de ‘disseminador de informação das fontes formais’.

Nem todas as ‘fontes formais’ têm a mesma visibilidade. Algumas são mais passivas perante a imprensa, outras mais ativas. Algumas têm mais ou menos sucesso na disseminação de informações. Algumas são mais ou menos assediadas. Entre as mais procuradas estão os órgãos dos poderes executivo, legislativo, judiciário e as secretarias públicas de saúde, obras, fazenda, transporte e outras, que fornecem, preponderantemente, informações utilitárias ou divulgam decisões políticas. Levado a redigir relatos superficiais, o jornalista não costuma explorar a riqueza de conteúdo de fontes como a

¹¹ A obtenção desses dados é explicada mais adiante, quando expomos os procedimentos metodológicos

¹² Esse tema é sugerido por SOUSA (2000) para a investigação científica.

universidade, cuja produção científica apresenta maior potencial para contribuir no aprofundamento da notícia.

Lembra OLIVEIRA (1996:25) que três instâncias fundamentais no jornalismo contribuem para o conhecimento alcançar a esfera pública: as fontes, os jornalistas e o público. Essas três instâncias interagem dialeticamente e indicam um jogo de forças, de estratégias ou mesmo de astúcias para instaurar filtros, censuras ou dar publicidade a um fato”. Ou seja, o embate entre a defesa de interesses públicos e privados é inerente à problemática das fontes. Abordar o assunto remete-nos a considerar posições e relações sociais, interesses e pontos de vista, que podem ser mercadológicos, políticos ou outros, interferindo em quadros espaços-temporais situados.

Mas afinal o que contribuiria para a falta de reflexão sobre as fontes nas salas de redação e que reflexos trariam para a qualificação da notícia? Como isso se relaciona com nossa problemática? Para responder às perguntas, poderíamos sugerir algumas suposições.

As empresas de jornalismo, nosso foco, inserem-se no cenário organizacional como muitas das instituições surgidas no período moderno, em contextos de dominação e relações de poder, cujo *modus operandi* pauta-se pelo racionalismo burocrático, tão bem descrito por WEBER (1999). Possuem normas, regras, valores, cultura, sistema meritocrático de recompensa, próprios de uma categoria profissional que vive processo peculiar de socialização, mas que interfere diretamente nos demais processos sociais. O trabalho jornalístico começa pela subordinação ao compartilhamento de critérios de ‘noticiabilidade’, que entendemos como tudo o que interfere na seleção de um acontecimento e de fatos alusivos a ele e contribui para transformá-lo em notícia. Quanto mais critérios um acontecimento reunir, maior chance tem de se materializar em relato. Na dissertação de mestrado, tomamos o termo ‘fatores intervenientes na noticiabilidade’ para representar o conceito de critérios, dividindo-os em ‘fatores externos’ e ‘fatores internos’ à organização jornalística, classificação puramente pragmática, uma vez que todos interagem e operam simultaneamente. Pertencem aos ‘fatores externos’: o ‘contexto sócio-cultural e histórico’; a ‘ideologia’ e a ‘estrutura de poder’; a

‘concorrência’; as ‘fontes’; a ‘audiência’; ‘aspectos geográficos’; o ‘tempo’; o ‘negativismo’ e a ‘probabilidade de ocorrência’. Entre os ‘fatores internos’, destacam-se: ‘processo de gestão’, as ‘relações de poder’ internas do jornal; a ‘influência dos editores’ e dos colegas como ‘grupo de referência’, o ‘tempo’, as ‘implicações técnicas’ e os ‘critérios de objetividade’ compartilhados pela classe.

A produção de notícias visa à busca de resultado em curto espaço de tempo. Envolto nas rotinas produtivas, o cotidiano do jornalista é invadido pela ruptura de acontecimentos, dos quais tomam conhecimento sob diversas formas, dentre elas: *releases*, agências de notícias, concorrentes ou outras fontes. As informações são filtradas por editores, apuradores, produtores ou pauteiros para compor a ‘pauta’¹³ diária. Observados os fatores intervenientes de ‘noticiabilidade’, os jornalistas produzem relatos¹⁴. Para isso, recorrem às fontes diversas, hierarquizadas, padronizadas e classificadas a partir de critérios que guardam muito da racionalidade moderna. Ao procurar uma instituição, ouvirá a pessoa de maior nível hierárquico, ocupante de cargo formal validado, que, supostamente, assume responsabilidade maior que os demais membros daquela organização.

A rotina diária do repórter é desgastante. A pressão do tempo e espaço transforma-se em rolo compressor. O jornalista internaliza a obrigação de ‘ter que fazer e rápido’, de forma automatizada, preocupando-se em produzir o necessário para o recebimento do salário mensal, com o qual paga suas contas. Essa postura poderia ser contextualizada nos conceitos de alienação, em Marx; da jaula de ferro, em Weber; da prisão institucional, em Foucault; ou da acomodação à zona de conforto da administração racional, em Adorno. Raramente questiona o porquê da escolha de uma fonte em detrimento de outra. Não há reflexão mais aprofundada sobre os critérios adotados para conferir ou não visibilidade a determinados acontecimentos em detrimento de outros. Mesmo assim, a relação entre fontes e jornalistas ocorre sob constante conflito, numa ciranda que incomoda a consciência profissional.

¹³ Pauta é a agenda diária que traz os assuntos que serão cobertos pelos jornalistas.

¹⁴ Matéria é o nome dado ao relato jornalista. A reportagem caracteriza-se por maior profundidade e tamanho.

Ao obedecer aos critérios de noticiabilidade, o repórter sublima a cadeia de conflitos. Na verdade, como lembra HABERMAS (1982), as empresas de jornalismo expressam uma teia de interesses, em que temos, de um lado, as fontes e a mídia e, de outro, os cidadãos.

Outra suposição pela aparente passividade do repórter brasileiro remonta a fatores históricos. Nos EUA, cujo modelo de 'fazer' jornalismo estende-se ao mundo, o jornalista lida com certa liberdade de expressão e autonomia para negociar com as fontes. Mesmo assim, lembra GANS (2005), os *lobbies*¹⁵ junto aos órgãos de imprensa são constantes. No Brasil, a subserviência à política governamental é secular. Teve início no império e chegou à república, com destaque para intervenções em vários períodos ditatoriais. Tal fato colaborou para a atuação submissa da imprensa às fontes do governo. Jornais instituíram a auto censura como mecanismo de defesa de retaliações. No Império, com Bonifácio Andrada, na 'Era Vargas' e no pós 64, com os militares, a imprensa foi rigidamente controlada e manipulada. A concessão de licença para órgãos de comunicação acontecia em troca de favores. Após a abertura política dos anos 1980, problemas de censura foram minimizados, mas outros surgiram. Dificuldades orçamentárias desencadearam a busca da redução de custos, que ocupa hoje outro tipo de papel de censor. Com isso, o quadro pouco se alterou. O investimento em jornalismo investigativo, por exemplo, que representaria um salto qualitativo nas coberturas noticiosas, continua restrito. A contenção de despesas levou à diminuição do quadro de pessoal. Driblando os empecilhos decorrentes do enxugamento de pessoal, editores utilizam *releases*, verdadeiros enunciados de fontes e notícias de agências, para facilitar a produção de notícias. Tudo o que venha a agilizar o processo produtivo é acolhido, tecendo silenciosamente acordos de cumplicidade entre as partes.

Os aumentos do número de acontecimentos e do vício advindo das rotinas produtivas e dos cortes orçamentários repercutem em relatos superficiais, muito criticados por alguns. A mídia parece não compreender que

¹⁵ *Lobby* sintetiza a pressão exercida por grupos sociais diversos, organizados ou não, políticos ou econômicos, interessados em influenciar as decisões governamentais.

contribuir para a formação de leitores críticos, com notícias mais bem trabalhadas, significaria aumentar a demanda por informações, aquecendo seu mercado de atuação.

Por outro lado, as fontes capacitam-se e aprimoram sua competência em lidar com a imprensa, de forma a favorecer sua imagem pessoal ou a posição da instituição que representa perante a comunidade. Dependendo da habilidade de atrair o interesse popular, chegam a criar acontecimentos (CHAPARRO,1994), ou pseudo acontecimentos (MILOTCH e LESTER, 1993). Por isso, alguns autores afirmam que o debate sobre ética em jornalismo se estende às fontes.

Outro fator que favorece a falta de reflexão crítica é que, embora o senso comum indique que a contribuição da fonte seja essencial para a qualidade da informação, a imprecisão em torno do conceito de 'qualidade' é muito grande.

Caminhando nessa linha de raciocínio e considerando a relevância das fontes no processo de noticiabilidade, seria pertinente refletir: como as 'fontes formais' contribuem para a construção da informação jornalística e seu processo qualitativo? Tomando conceitos em comunicação e ciência da informação, podemos elaborar algumas questões. O que permeia, afinal, o conceito de qualidade da informação? O que vem a ser fonte? Como o assunto está sendo tratado na academia? Como as 'fontes formais' interferem na elaboração da pauta jornalística? Como se comporta o profissional da imprensa em relação à fonte: passiva ou ativamente? Por que algumas fontes são mais ou menos utilizadas? Quem são e qual é a formação das pessoas que representam as 'fontes formais' perante a imprensa? Que estratégias de disseminação de informação utilizam? As informações disponibilizadas pelas fontes e publicadas pela imprensa priorizam efetivamente os interesses da sociedade? Enfim, "como as 'fontes formais' contribuem para a qualidade da informação jornalística'?

1.3 Justificativa

Além das considerações tecidas na descrição do problema, muitas já auto explicativas, apresentamos sete argumentos para propor nossa pesquisa.

Primeiramente, destacamos a relevância teórica do tema ‘fontes’, sentida na literatura, mas que carece de aprofundamento. Além do mais, como lembra OLIVEIRA (1996), “as fontes tornam-se fator determinante para a qualidade da informação, embora seja esta uma questão pouco discutida pelos profissionais de comunicação”.

Em segundo lugar, insistimos em um estudo que provoque o avanço na discussão sobre qualidade da informação, tema que preocupa intelectuais, gestores e comunidade em geral, devido à explosão documental das últimas décadas. A tecnologia tem proporcionado interatividade entre fontes organizacionais e usuários, assim como acesso destes a um número maior de fontes, trazendo novos desafios. A edição diária de um jornal contém mais informação do que pode ser assimilado por um cidadão, que tem, ainda, acesso a *internet*, *intranet*, livros e outros tipos de mídia. Especialistas buscam evitar os conflitos trazidos pela “sobre informação”¹⁶ com novas formas de filtrar tanta oferta. Análises são cada vez mais requisitadas.

No terceiro momento, justificamos o jornalismo como objeto de estudo. Como já afirmamos, ele é um sistema de seleção e produção de informação e importante fonte para leitores e instituições, interferindo diretamente nos processos sociais. A informação jornalística é um dos elementos definidores na organização da vida cotidiana. Conteúdos abordados pela imprensa pautam discussões entre amigos, estudantes e colegas de trabalho. Faltaria explicar a pertinência de um estudo sobre jornalismo na ciência da informação. Os fatos de o jornalismo se constituir um sistema de

¹⁶ O termo utilizado é de Jorge Pedro de SOUSA (2000), significando o excesso de informação, nem sempre assimilado pelo usuário, ou seja: “sobre informação”.

informação e de o jornalista representar um profissional de informação (LE COADIC, 1996) já bastariam para situar a problemática naquele campo. Inúmeros teóricos, tanto de comunicação como de ciência da informação, recomendam estudos interdisciplinares. Inerente ao ser humano, a comunicação é alvo de interesse de quase todos os campos das ciências sociais e necessita recorrer a disciplinas auxiliares para se interpretar e explicar. Já a informação é tanto objeto da área de comunicação como de ciência da informação. A inter-relação é defendida por autores tais como Belkin, Dervin, Saracevic, Wersig, Vakkari e outros. Em sua essência, a informação é inerente a três processos: o da construção do conhecimento, o processo decisório e o de comunicação (CHAVES, 2000), sendo razoável propor pesquisas sobre ‘informação’ em qualquer uma dessas áreas.

Como quarto argumento, destacamos que, dentre tantos interesses em comum, os estudos sobre fontes são pertinentes tanto para a comunicação como para a ciência de informação. A relevância das fontes torna-se grande desafio para estudiosos que avaliam a eficiência dos sistemas, política de seleção e disseminação de informação. No jornalismo, lembra PINTO (1999) que as rotinas produtivas e a sofisticação do abastecimento noticioso das redações podem levar a mitificar as fontes jornalísticas, a relação dos jornalistas com elas e a relação delas com os jornalistas. As fontes são interessadas, desenvolvem atividades a partir de estratégias e táticas bem determinadas, merecendo especial atenção em reflexões apuradas.

Como quinto argumento, destacamos a relevância da problemática sobre fontes e qualidade da informação. Testemunhamos fervorosos debates sobre a responsabilidade e a influência da mídia nos processos sociais. A literatura sobre o assunto é essencialmente genérica, complexa e dispersa. “O jornalismo, enquanto forma de conhecer e registrar o mundo, tem sido pouco discutido nos meios universitários. Os cursos de comunicação¹⁷ estão tão absorvidos com a transmissão de técnicas, que não sobra tempo para discutir o “fazer jornalístico” (BUIIONI, 1990: 175). Enquanto a ciência quer explicar partes ou descrever leis do mundo, o jornalismo quer

¹⁷ As três mais tradicionais especialidades dos cursos de comunicação são: relações públicas, jornalismo e publicidade e propaganda.

mostrar o mundo. Com essa pretensão, merece análises mais aprofundadas. Sendo o jornalismo um campo fundamental na produção e reprodução da vida social, torna-se necessário analisar a relação com as fontes num quadro mais vasto e complexo (PINTO, 1999).

Evocamos como sexta justificativa a tendência do jornalismo à especialização. A mídia expõe banalidades, superficialidades e contribui para desviar a atenção dos homens de seus reais problemas. Angustiado com esse quadro, o repórter vive o dilema: como melhorar a qualidade de seu trabalho? Para CHAVES (2000) seria útil recorrer a um setor (ou central) especializado em gerir informações e pesquisa, conduzido por profissionais capacitados, o que poderia abrir mercado de trabalho aos cientistas da informação. Seus teóricos trazem contribuições importantes para gerenciamento de sistemas, estabelecimento de políticas informacionais, desenvolvimento de pesquisas para identificação de necessidades do usuário e outras áreas. Sustentando esse argumento, afirma SOUSA (2000) que o futuro do jornalismo dependerá de sua capacidade de especialização, correspondendo às expectativas e necessidades do público, o que significa dizer que o futuro do jornalismo repousa na capacidade de selecionar fontes, interpretar e analisar a informação bruta, oferecendo um produto de qualidade, de forma rigorosa e honesta, distinguível entre as inúmeras doses de “sobre informação”.

Resta-nos, enfim, justificar a escolha das ‘fontes formais’ dentre outras disponíveis. De setembro a outubro de 2003, como descrevemos na metodologia, capítulo 4, fizemos levantamento junto à imprensa mineira e nacional, em que identificamos que a recorrência às ‘fontes formais’ aparece em quase 58%¹⁸ materiais jornalísticas (TAB.4, p.11), o que sugere sua importância como objeto de pesquisa.

¹⁸ Entre *releases* identificados (48%) e não identificados (15%).

1.4 Objetivos

Situada e justificada a problemática, nossos objetivos gerais foram de: (1) 'investigar a participação das 'fontes formais' no processo de construção da 'informação jornalística' e na concepção qualitativa e (2) produzir revisão densa e teórica sobre o assunto. Por 'fontes formais' (esclarecemos mais uma vez), entendemos as organizações do setor público ou privado, representadas pelas pessoas (autoridades que a representam) ou profissionais responsáveis pela disseminação de informação e os especialistas (profissionais liberais com curso superior¹⁹).

Como objetivos específicos, buscamos: mapear a graduação, investigar necessidades e comportamento de busca de informação e os objetivos de produção de informação dos 'disseminadores de informação' das 'fontes formais', 'especialistas' e 'jornalistas', identificando sua relevância para a comunidade; investigar os fatores que interferem na busca e produção de informações, relacionando-os; identificar políticas de seleção de fontes de informação no ambiente jornalístico e nas fontes; identificar e estabelecer categorias de fontes utilizadas; identificar os atributos de qualidade conferidos às fontes, que as levam a ser consideradas como tal; descobrir por que algumas são mais utilizadas que outras; identificar indicadores de avaliação utilizados na prática; identificar, na percepção dos envolvidos, em que a fonte contribui para a qualidade da notícia e propor, ao final, um modelo de avaliação crítica de fontes para uso da imprensa, que vise contribuir para que o assunto seja tratado de forma mais crítica pelos atores que participam desse processo, especificamente: fontes e jornalistas.

¹⁹ Artistas, atletas e outros podem ser considerados especialistas. Mas, como não têm conhecimento formal validado em curso superior, não o consideramos fontes formais.

1.5 Considerações metodológicas

Como veremos no capítulo 4, a pesquisa envolveu considerável complexidade metodológica, obrigando-nos a utilizar métodos ora quantitativos, ora qualitativos.

Enquanto revisávamos a literatura, pensávamos em adotar a estratégia do estudo de caso, para alcançar os objetivos. Observamos e conversamos com fontes formais, especialistas, e jornalistas da rádio Itatiaia, TV Alterosa e dos três mais tradicionais representantes da imprensa escrita de Belo Horizonte, _ os jornais *Estado de Minas*, *O Tempo* e *Hoje em Dia*. O estudo de caso foi desenvolvido de setembro de 2004 a dezembro de 2004 e constituiu-se de várias etapas. Em cada uma delas desenvolvemos instrumentais próprios para colher dados.

Começamos por levantar estatisticamente quais fontes e, dentre estas, quais 'fontes formais', figuravam nos três jornais de Belo Horizonte. Esta etapa foi desenvolvida de setembro a novembro de 2003.

Após esta etapa, recorrendo a auxílios de documentos de arquivo do IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, delineamos nossa amostragem. A seguir, elaboramos instrumentais como roteiros de entrevistas, roteiro para registrar impressões na observação participante, planilhas e outros. Partimos, então para a pesquisa de campo, em que os dados foram coletados ora em fontes documentais (jornais, revistas e publicações produzidas nas instituições), ora em entrevistas com jornalistas da imprensa escrita (*Estado de Minas*, *O Tempo*, *Hoje em Dia*, *Rádio Itatiaia* e *TV Alterosa*), especialistas e profissionais que trabalham como disseminadores de informação de organizações diversas em Belo Horizonte.

A análise de dados guiou-se pelo referencial teórico.

1.6 Estrutura da tese

Abrigando-se na metodologia qualitativa, sob o paradigma sociológico e argumentação construtivista, a presente pesquisa foi composta de duas etapas: elaboração de referencial teórico sobre fontes e estudo de caso junto às fontes e órgãos de imprensa em Belo Horizonte, versando sobre 'a participação das fontes formais no processo de construção da notícia'. Traçamos uma estrutura para formatação da tese que facilitasse tanto a exposição do percurso do trabalho como a leitura dos mais leigos.

No capítulo 2, revisamos a literatura sobre os principais conceitos pertinentes à problemática: informação e qualidade da informação.

Introduzidos os conceitos, discorremos, no capítulo 3, sobre o jornalismo e as fontes formais, relacionando os olhares aos campos da ciência da informação e da comunicação.

O capítulo 4 foi dividido em três partes. Primeiramente, discorremos sobre a abordagem teórica que conduziu a elaboração de conceitos e revisão de literatura apresentados, assim como a interpretação e análise dos dados. Posteriormente, apresentamos a metodologia utilizada no estudo de caso. A seguir, expomos as técnicas, os instrumentos utilizados na coleta de dados e as etapas da pesquisa, explicando o universo investigado, a composição da amostragem, a tabulação e a análise dos dados.

No capítulo 5, apresentamos e analisamos os dados, guiados por roteiro, em que tentamos relacionar os resultados obtidos junto às fontes e à imprensa. Apresentamos, também o modelo para avaliação crítica das fontes, em princípio no ambiente jornalístico, mas que pode ser adaptado para qualquer contexto relativo ao fenômeno informacional.

As considerações finais constam do capítulo 6 da tese, no qual discorremos sobre as principais contribuições e limitações do trabalho, discutindo questões consideradas pertinentes para futuras investigações teóricas.

*“Information is a phenomenon as basic as energy and matter”
(SARACEVIC, 1981)*

As raízes do jornalismo remontam à Antigüidade e vigoraram após a Revolução Comercial. Hoje, o jornalismo é conhecido como disciplina autônoma, ramo da comunicação²⁰. Embora suas funções clássicas sejam educar, informar, entreter e interpretar, questões políticas e comerciais sempre permearam seus bastidores. Um panorama de sua história é traçado por HABERMAS (1998), que descreve o jornalismo em três fases. Num primeiro momento, as informações divulgadas pelos jornais correspondiam principalmente às limitadas necessidades econômicas e comerciais geradas pelo capitalismo nascente. Numa segunda fase, a “imprensa de informação” evoluiu para a “imprensa de opinião” ou para o chamado “jornalismo literário”. Os jornais tornaram-se instrumentos de lutas políticas e partidárias, coadjuvantes na conquista do poder e contribuíram para a legitimação da esfera pública burguesa em oposição à velha sociedade feudal, favorecendo, ainda, a expansão do nacionalismo e a formação do estado. A terceira fase seria o retorno ao espírito comercial, em novas bases de capital e tecnologia.

Os períodos das Grandes Guerras instigaram investigações em todos os campos, com um ímpeto especial do fenômeno da comunicação de massa, envolvendo considerações complexas, como aspectos filosóficos, políticos, econômicos e sociais. Nos Estados Unidos, cuja história ergueu-se sob a filosofia liberal e a égide do espírito protestante e a ética capitalista²¹, Lasswell, Lazarsfeld, Lewin e Hovlan, trabalhando em pesquisas encomendadas por lideranças políticas e empresariais, criaram os pilares que

²⁰ Lembramos outros dois importantes ramos: a ‘publicidade e propaganda’ e ‘relações públicas’. Mas há outros: cinema, teatro etc.

²¹ Estudo sobre a influência do “Espírito Protestante e a Ética Capitalista” na sociedade está na obra de WEBER (1996).

direcionariam as pesquisas na área, numa corrente marcada pelo funcionalismo positivista (TAB.5, p.24). Na década de 1940 e 1950, o modelo de Lasswell, “*Quem diz o que, para quem, com que efeito*”, e a *Teoria da informação* de Shannon e Weaver²² ilustram o papel desempenhado pela informação na estrutura funcional da sociedade. A percepção sobre a comunicação rendia-se ao cartesianismo e desprezava a complexidade que envolve o fenômeno, embora alguns autores já despontassem com novas abordagens. No processo, a informação não passava de uma mensagem transmitida de um emissor a um receptor, por um canal, podendo a transmissão conter ruído, visto como problema técnico a ser neutralizado.

Na década de 1950, a Escola de Frankfurt trouxe novo foco aos estudos da comunicação. Criticada, hoje, pelo radicalismo e teor apocalíptico, é incontestável sua contribuição, ao injetar a riqueza do olhar marxista sobre a questão. As contradições, os aspectos ideológicos e políticos passaram a ser considerados. Os estudos em comunicação destacaram o poder da *mídia* e a manipulação de interesses nos bastidores. Denunciaram que, com o respaldo do poder do estado, empresas de comunicação concentraram-se em conglomerados econômicos, passando a agir como um “aparelho ideológico”, que defende interesses das elites dominantes, revelando-se muitas vezes nada democráticas.

Com o tempo, novas abordagens acadêmicas surgiram, revelando a tendência complexa do fenômeno comunicacional, trazendo marcas do racionalismo positivista ou do marxismo. Nos anos 1960 e 1970, intensificam-se estudos sobre a semiótica e assiste-se à ascensão da influência da etnometodologia, do interacionismo simbólico, e da antropologia social nas investigações científicas. Discussões sobre cultura revelam a força dos

²² O conceito de SHANNON e WEAVER, formulado em 1949, é conhecido como Teoria Matemática da Informação, onde a informação, valiosa em sua novidade, é destacada como algo que reduz a incerteza de um receptor. A teoria exata destinava-se a auxiliar a solução de certos problemas de otimização do custo da transmissão de sinais. A definição de quantidade de informação ou redução de incerteza é axiomática e equacionada a partir de dois conceitos matemáticos: a probabilidade e a função logarítmica. A informação é um conceito físico, onde a questão central da teoria é o desempenho do canal, da transmissão do canal elétrico. As disciplinas envolvidas são a lógica matemática, a física, a psicologia e a engenharia elétrica. (LE COADIC, 1996).

TABELA 5 – AS PRINCIPAIS ABORDAGENS TEÓRICAS NAS CIÊNCIAS SOCIAIS

Linhas/ Autores	Resumo das idéias
Positivismo Autores: Condorcet Comte, Durkheim	Para Durkheim, a sociedade é compreendida como “coisa”, um organismo funcional, morfológico, fisiológico. É um fenômeno moral, onde os modos coletivos de pensar, perceber, sentir e agir incluíam elementos de coerção e obrigação. Motivado pelo projeto científico, procurou legitimar as ciências sociais, propondo que os métodos e técnicas seguissem os empregados nas ciências naturais. Buscava o conhecimento objetivo e neutro, sem prever a intervenção da ação humana na sociedade. Defendia que as ciências humanas deveriam se acercar dos fenômenos, tais como eles se ofereciam à observação e experimentação, tomando-os como fatos (DOMINGUES, 2004). Privilegiando as dicotomias, a metodologia deveria prever o estabelecimento de correlações entre fenômenos observáveis, exaltando seus nexos causais, procurando confirmações que corroborassem estes nexos, comprovando, enfim, leis totalizantes. O cientista social deveria se guiar pela objetividade e neutralidade perante o objeto, livrando-se dos “pré-juízos” e as “pré-noções” provenientes da ideologia, eliminando suas visões subjetivas. Seriam cinco as principais tarefas do pesquisador: descrever as características dos fatos sociais; demonstrar suas origens; relacioná-los entre si; encontrar sua organicidade; e separar as representações dos fatos entre ‘a coisa real’ e as ‘idéias que o sociólogo faz deles’.
Funcionalismo Talcott Parsons Alberto Salomon	Variante do positivismo, o “funcionalismo sociológico” incorporou, nos anos 1950 conceitos advindos sobretudo da biologia, como: sistema, subsistema, estrutura, função, adaptação, integração e desvio. Marcou profundamente a produção intelectual nas ciências sociais. Parsons destacou-se com a obra <i>The social system (1951)</i> , centrada no funcionamento das estruturas das instituições, consideradas mecanismos integradores fundamentais dos sistemas sociais, definidos ora como uma pluralidade de interação de agentes individuais, ora como uma rede de relações entre agentes. O ‘funcionalismo’ diferenciava-se do ‘positivismo’, na medida em que negou leis gerais reguladoras da sociedade. Desenvolve teoria aplicável à compreensão da estrutura social e da diversidade cultural segundo quatro princípios: a ‘interação’, ‘controle’, ‘integração’ e ‘adaptação’. Pela ‘interação total’, as sociedades são totalidades que se constituem como organismos vivos, compostas por elementos que interagem, se relacionam e são interdependentes. Por ‘controle’, entende-se que cada sociedade tem seus mecanismos para regular as eventuais influências de elementos externos ou internos, corrigindo desvios e disfunções recorrentes no próprio sistema. A ‘integração’ é atingida pelo consenso de crenças, valores e normas, compartilhados socialmente pelos subsistemas e que se reforçam mutuamente. O progresso, desenvolvimento e mudança são frutos da ‘adaptação’ às inovações e tensões absorvidas no interior do sistema que se revitaliza, reproduz e conserva, tendendo ao equilíbrio.
Sociologia Compreensiva Dilthey, Max Weber	A paternidade é atribuída a Weber, para quem “sociologia significa a ciência que quer compreender interpretativamente a ação social e explicá-la casualmente em seu curso e efeitos, requer abordagem diferente das ciências naturais. Parsons e Salomon foram os responsáveis pela popularização da obra de Weber nos EUA e no mundo, ao traduzirem para o inglês a obra <i>A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo</i> , nos anos 1930. “Sua obra se debruça sobre os problemas de racionalização, da secularização, da burocracia das estruturas e dos comportamentos das pessoas como traços específicos da civilização ocidental” (TRAGTENBERG, in WEBER, 2001: introdução, p. XII). Weber retoma o tema central das ciências sociais: a relação entre indivíduos e sociedade, privilegiando a elaboração conceitual e não o objeto como fim. A compreensão liga-se à verificação empírica vinculada a uma forma de causalidade. Admirador de Nietzsche e Marx, recebeu influência de Dilthey, Simmel, Ricouert, Tönnies e Windelband, extraíndo deles seus principais conceitos. Por “ação”, entende-se um comportamento humano, um fazer ou não fazer, em que o(s) agente(s) o relaciona(m) a um sentido subjetivo. A ação social significa “uma ação que, quanto a seu sentido visado pelo(s) agente(s), se refere ao comportamento de outros, orientando-se por este em seu curso” pela representação da existência de uma ordem legítima (WEBER, 1999:3-19)”. A ação social seria, pois, a inter relação de atores, os indivíduos, onde as ações de uns são reciprocamente orientadas em direção às ações dos outros, seja no passado, presente ou esperado como futuro, processo em que o ator influencia e é influenciado pelo ambiente, descrevendo-o, explicando-o e justificando suas ações conforme causas racionais, tradicionais ou sentimentos afetivos. O conceito de “ação social” é tanto aberto e objetivo quanto subjetivo, englobando o comportamento humano e sua geração de significados. Privilegia a compreensão e a inteligibilidade como propriedades específicas dos fenômenos sociais que se separam dos naturais pela “intencionalidade e significado”, este criado na intervenção da ação humana sobre a realidade. As bases teórico-metodológicas focam a interpretação da “ação social” para explicar a causa e efeito de seu curso. A pesquisa empírica justifica as formulações teóricas e seus dados derivam do modo da vida dos atores sociais. As realidades são construídas “nos e através dos” significados e só podem ser identificadas na linguagem significativa da interação social. A linguagem, as práticas, as coisas e os acontecimentos são inseparáveis. O pesquisador guia-se pela neutralidade de valor, mas recebe interferência de valores pessoais, inclusive na seleção do objeto de estudo. Para munir o investigador de instrumento racional e teórico de aproximação da realidade, sugere “a teoria dos tipos ideais”, artifício de que norteia a ordenação dos fenômenos, suas articulações e sentido. O tipo ideal é uma generalização exagerada, que não interessa como fim, mas como meio de conhecimento, criada para captar os fenômenos em sua singularidade: “obtem-se um tipo ideal, acentuando-se unilateralmente um ou vários pontos de vista, encadeando uma multidão de fenômenos isolados, difusos e discretos que se encontram ora em grande número, ora em pequeno número até o mínimo possível, que se ordenam segundo os anteriores pontos de vista escolhidos unilateralmente para formarem um quadro de pensamento homogêneo (WEBER, 1999: 138). As idéias do autor influenciaram várias abordagens teóricas.
Etnometodologia	Privilegia a história oral, da vida e o cotidiano. Na experiência direta com os indivíduos, o pesquisador compreende a realidade, interpretada em primeira instância pelos atores sociais. O senso comum expressa o sentido da realidade objetiva. A sociedade constitui-se de estruturas, regras e conhecimentos compartilhados, que tornam a interação social possível e aceitável. As características da sociedade são inseparáveis dos processos interpretativos pelos quais o mundo é constituído, realizado e explicado. O papel do cientista é descobrir os modelos de racionalidade subjacentes à ação dos indivíduos e dos grupos, estudando o cotidiano do homem comum.

Linhas/ Autores	Resumo das idéias
Interacionismo simbólico Thomas Mead, Coley, Goffman e Blumer	Batizada por Blumer, considera a vida humana um vasto processo de interpretação, no qual o povo, individual e coletivamente, guia a si mesmo para definir objetivos, acontecimentos e situações. As relações sociais fundamentam-se no princípio de que o comportamento humano é auto dirigido e observável em dois sentidos: o simbólico e o interacional. O ser humano ou grupo conferem significados aos objetos, conforme seus planos. A vida social estabelece o consenso nas inter-relações. O processo interpretativo acontece no consenso do grupo, que manipula o sentido conferido às ações redefinindo e modificando-as. Os símbolos e a interação são os principais elementos a se apreender na investigação científica, onde o pesquisador deve fugir do objetivismo, substituindo seu olhar pelo do grupo estudado. Inspirou análises de conteúdo e do discurso.
Fenomenologia Husserl (deu o nome), Schultze, Berger e Luckmann HERRERO (1986) enquadra Habermas nesta corrente	É considerada a “sociologia da vida cotidiana”. Toma idéias de Dilthey, Weber e Mead. As realidades sociais diferenciam-se de acordo com o contexto e são construídas ‘nos’ e ‘através’ dos significados, só podendo ser identificadas na linguagem significativa da interação social. Atos sociais envolvem o significado, propriedade ausente nas ciências naturais. O espaço-tempo privilegiado é a vida presente e a relação face-à-face. A descrição fenomenológica é tarefa principal da sociologia, apresentando-a como crítica radical ao objetivismo, pois demonstra ser a subjetividade constituinte do ser social e inerente à construção da realidade. O conhecimento divide-se em três categorias: o vivido e experimentado no cotidiano; o da epistemologia clássica, que investiga o mundo físico; e estudado pelo método sociológico. No primeiro nível, o mundo cotidiano é experimentado pelo homem em atitude natural e aceito como tal, não havendo questionamento sobre sua estrutura significativa. Ele apresenta-se através de tipificações, construídas consensualmente pelos atores sociais. Se, para Weber, o tipo ideal é uma construção analítica, para Schultze, o ato social tipifica o mundo, oferecendo aos homens condições de compreendê-lo e, assim, se comunicarem. Defende que os objetos das ciências sociais partam da apreensão do senso comum, conhecimento tido como nem superior nem inferior ao científico, distinguindo-se pela consistência lógica e pela possibilidade de descrever e interpretar o vivido. O papel do cientista é revelar os significados subjetivos implícitos do universo dos atores sociais, compreendendo a ação da realidade objetiva. A categoria central de análise para compreender o mundo é a intersubjetividade entre indivíduos, sendo relevante a apreensão das coisas sociais como significativas, marcadas pela racionalidade e interacionalidade, ou seja: o mundo social é constituído por ações e interações que obedecem a usos, costumes e regras ou que conhecem meios, fins e resultados. A abordagem é criticada por alguns por atomizar a realidade, como se cada fato ou grupo constituísse um mundo social independente, desconhecendo os fenômenos estruturais e excluindo a discussão sobre as questões do poder, da dominação, da força, da estratificação social.
Marxismo Marx, Engels, Lênin, Lukács, Goldman, GERRERO, Althusser	Buscando a marca da totalidade, o marxismo compõe grande influência na sociologia. Marx debruçou-se exaustivamente a investigar o capitalismo industrial, enveredando-se pelo caminho da economia política. Criticou vorazmente as teses de Ricardo, Adam Smith, Proudhon, Feuerbach, Hegel e outros. Elegeu o trabalho como categoria essencial de observação e imortalizou-se como um dos mais brilhantes teóricos de todos os tempos, tornando-se referência obrigatória nos estudos da economia, política e sociologia. Para chegar à sua grande obra, <i>O capital</i> , Marx seguiu severo rigor metodológico, elegendo a dialética como a ciência das leis gerais do movimento, tanto do mundo exterior como do pensamento humano, buscando a essência atrás das aparências: “meu método dialético, por seu fundamento, difere do método hegeliano, sendo-lhe oposto. Para Hegel, o processo do pensamento, -que ele transforma em sujeito autônomo sob o nome de idéia, - é criador do real, e o real é a apenas sua manifestação externa. Para mim, ao contrário, o ideal não é mais do que o material transposto para a cabeça do ser humano e por ela interpretado (MARX, 1980,14-17)”. Ele parte da idéia feuerbachiana do homem como ser genérico, pensando a sociedade civil como lugar de sua alienação, que “nasce da forma de trabalho a que o sistema de produção, orientado para a posse e para o mercado, submete o trabalhador (MARX, 1978: XIV)”. O autor observa o movimento social como processo histórico-natural governado por leis independentes da vontade, da consciência e das intenções dos seres humanos, e que, ao contrário, determinam a vontade, a consciência e as intenções. Além da lei que rege os fenômenos pesquisados, importa descobrir a lei de sua transformação e de seu desenvolvimento. Desvendada esta lei, investiga ele os efeitos pelos quais ela se manifesta na vida social. Tenta cercar o objeto de conhecimento pela compreensão de todas suas mediações e correlações e integra a dialética à explicação do social, situando-o historicamente. Prega a interpretação da realidade no todo e apreende a prática social empírica dos indivíduos como condicionada a um “modo de produção” específico e integrada a fatores visíveis, como as representações sociais, e invisíveis, como a ideologia. Os princípios fundamentais explicativos do processo de desenvolvimento social podem ser resumidos nos termos “materialismo histórico e materialismo dialético”. O “materialismo histórico” representa o caminho teórico que aponta a dinâmica do real na sociedade. O “materialismo dialético” refere-se ao método de abordagem deste real e apresenta dois conceitos fundamentais: o “modo de produção” e a “formação social”. Por “modo de produção” entende-se uma abstração formal, que pretende ser modelo teórico de aproximação da realidade. Para Marx, a sociedade compunha-se de uma estrutura global formada por estruturas regionais: uma econômica, uma jurídica-política e outra ideológica. A estrutura econômica global determina historicamente as demais. A “formação social” constitui-se unidade complexa de articulação das várias instâncias da organização social, processo em que a dominação e relações de poder são inerentes. O estudo de uma “formação social” inclui as mudanças, transformações, permanências e suas condições estruturais. No marxismo, encontramos também as noções de “forças produtivas”, “relações sociais de produção”, “classes sociais básicas”, “luta de classes”, “divisão do trabalho”, “formas de produção”, “circulação”, “consumo de bens”, “população”, “migrações”, “estado”, “desenvolvimento da sociedade civil”, “relações nacionais e internacionais de comércio”, “produção”, “dominação”, “formas de consciência real e possível dos diferentes grupos sociais”, “modo de vida” e outros.

Linhas/ Autores	Resumo das idéias
<p>Marxismo</p> <p>(continuação)</p>	<p>A vida humana é social, mutável, perecível e construída historicamente, existindo uma correlação entre o “modo de produção”, as “estruturas de classe” e as maneiras de pensar. O Estado é a forma ampliada de socialização, responsável pela regulação social e gestão de recursos públicos. Ao contrário dos positivistas, que acreditavam em leis invariáveis, a lógica dialética introduz o princípio do conflito e da contradição na compreensão da realidade como algo permanente e que explica a transformação. Os fenômenos econômicos e sociais são produtos da ação e da interação, da produção e da reprodução da sociedade pelos indivíduos. A significação humana é impossível de ser compreendida fora da estrutura social. A sociologia marxista tem como objeto a compreensão das atitudes fundamentais dos indivíduos e dos grupos em face dos valores, da comunidade e do universo; a compreensão das transformações do sujeito da ação no relacionamento dialético homem/mundo e da sociedade humana, fazendo a síntese entre o passado e o presente; e, como consequência, a compreensão das ações humanas de todos os tipos e de todos os lugares que tiveram impacto na existência, na estrutura de determinado grupo humano, e, mais globalmente, na sociedade humana presente e futura (MINAYO, 1996: 68). A metodologia marxista situa historicamente o objeto, sendo que cada período histórico é regido por suas próprias leis (MARX, 1980: 14). A indução e dedução são obrigatoriamente complementares e harmônicas. Só se pode conhecer algo decompondo-o, para a seguir recompô-la, reconstruí-la e reagrupar suas partes. É imprescindível a compreensão da consciência dos agentes sociais e a aceitação de que os fatores sociais são inevitáveis, sejam quais forem as intenções dos atores e as significações que eles lhe atribuam. Marx fala, também, que é importante separar o método da pesquisa do método da exposição. Se é impossível a análise ser neutra, é imperativo que seja coerentemente relatada, considerando a relação dialética entre as consciências individuais e a realidade objetiva (MARX, 1980). Os fenômenos devem ser apreendidos com suas múltiplas relações, interpretados sob mais diversos ângulos, avaliando diferenças e aspectos ideológicos explícitos e implícitos ao processo. As etapas são: compreender as diferenças numa unidade ou totalidade parcial; buscar a compreensão das conexões orgânicas, do modo de relacionamento das várias instâncias da realidade e o processo de constituição da totalidade parcial; explorar ao máximo a análise do parcial, suas determinações essenciais, condições e efeitos de manifestação. Apreendendo-se o particular, chega-se ao universal, porque a parte contém o todo e vice-versa. A observação deve recair sobre o concreto, a práxis, ponto de vista reforçado por Lênin (sendo esta sua principal contribuição para o marxismo). É sobre a <i>práxis</i> e na perspectiva dialética, que se dá a emancipação subjetiva e objetiva do homem, a destruição da opressão enquanto estrutura e transformação da consciência. Como objeto e sujeito fazem parte da mesma totalidade, o conhecimento gerado será sempre relativo, mas capaz de apreender a realidade, levando a ações práticas, caminho da transformação social. Integrando teoria e prática, o marxismo elege as relações de trabalho como categoria de análise por excelência. O campo ideológico é revalorizado por Gramsci, como forma de dominação e também de conhecimento. Ao introduzir o conceito de “hegemonia” à perspectiva marxista, permite analisar as relações entre as classes fora do plano da produção econômica e trabalhar separadamente aspectos culturais e políticos.</p>
<p>Hermenêutica-dialética</p> <p>Habermas, Gadamer Santos, Minayo</p>	<p>Surgiu nos anos 1960, através de debate entre Habermas e Gadamer. Tem-se mostrado tendência em vários autores atuais. Como exemplo, citamos os trabalhos de SANTOS (2000). Englobando várias correntes, sobretudo a marxista e a fenomenologia, abraça a interdisciplinaridade, a relatividade, a reflexividade, a complexidade, o conceito de <i>auto-organização</i> e <i>auto-poiesis</i>, conferindo o “<i>status</i>” de cientificidade às ciências sociais e, por consequência, à ciência da informação, pelo fato de os problemas sociais serem de extrema relevância para a sociedade. A hermenêutica também traz as condições cotidianas para primeiro plano e tenta esclarecer suas estruturas profundas. A intersubjetividade é núcleo orientador da ação. A compreensão do sentido orienta-se por consenso possível entre o sujeito agente e aquele que busca compreender. Pelos pressupostos metodológicos da hermenêutica, o pesquisador tem que aclarar o contexto de análise; supor a respeito de todos os documentos que tiver contato; conhecer as razões de elaboração do documento para a compreensão de seu conteúdo; entender, julgar e tomar posição sobre o conteúdo estudado; e imaginar-se num diálogo com o autor ao tentar interpretar uma obra. A abordagem é adequada para a comunicação, pois busca compreender os sentidos criados na interação entre seres humanos, tendo a linguagem como núcleo central. A hermenêutica relaciona retórica com a <i>práxis</i> e prega que os meios de linguagem são suficientes para esclarecer o sentido de quaisquer contextos simbólicos.</p>
<p>Estruturalismo</p> <p>Saussure, Jakobson, Chomsky, Barthes, Deleuze, Gatari e Lévi- Strauss</p>	<p>Conceito novo. Muitos autores não se assumem como estruturalistas. Há dificuldades conceituais sobre a própria abordagem estruturalista. DOMINGUES (1999, 145), por exemplo, lembra que “não existe em filosofia uma escola abordagem estruturalista propriamente dita..., mas podemos dizer um conjunto mais ou menos disperso de autores e de abordagens que se servem, de uma maneira ou de outra, de certos esquemas que podem ser aproximados do método estrutural e isto bem antes que o estruturalismo e a moda estruturalista tivesse aparecido”. Em linhas gerais, o foco é a linguagem como um estatuto simbólico, segundo preceitos lingüísticos, filosóficos e psicanalíticos, razão pela qual alguns teóricos a consideram herdeira do interacionismo simbólico. O discurso é reificado. Segundo SOUZA (in MARI, Hugo e al. <i>Estruturalismo: memória e repercussões</i>. Rio de Janeiro: Diodorim, 1999), seus princípios teóricos metodológicos incluem “a ruptura com o descentramento do sujeito cartesiano e a descoberta do inconsciente freudiano, a dissolução da idéia do autor e o apagamento da noção de origem”. Saussure entende estrutura como um sistema binário de tensão que substitui o equilíbrio e a lógica dialética. Já, para o antropólogo Lévi-Strauss, cujo trabalho apresenta a principal tendência de evolução da abordagem, o estruturalismo é entendido como um sistema de esquemas mentais, que apresenta aspectos fixos e imutáveis e aspectos variáveis, a que chama de sensibilização contextual. Enquanto WEBER (1999) opera com o tipo ideal como instrumental metodológico, Lévi-Strauss trabalha com o conceito de mito como uma construção social, que precisa ser apreendida, para, depois, ser desconstruída. Estudos em comunicação, sobretudo a semiologia, têm explorado bastante as sugestões do estruturalismo, complementando-as com vieses marxista e weberiano.</p>

Fonte: Elaborado pela autora, NOV 2005.

símbolos e da linguagem na reprodução da ideologia, valores e costumes da sociedade, uma vez que contribuem para a formação dos hábitos compartilhados. Nesse caminho, misturando conceitos de vários autores, surgem as contribuições de Baudrillard, Bourdieu, Morin e outros, que, com suas particularidades, trouxeram ricas reflexões para a comunicação, deslocando a cultura, mídia e o discurso para um plano privilegiado, semeando a corrente da construção do sentido.

No final dos anos 1970, já com traços da fenomenologia, surge a teoria *agenda setting*, concentrada na explicação do fenômeno da opinião pública. Com antecedências em Lippmann e Lang e, tendo como expoentes Shaw, Cohen e McCombs, a abordagem propõe a mídia como promotora de agendamento de notícias, através de inúmeras negociações nos bastidores, hierarquizando assuntos a serem discutidos pelo público:

“Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos *mass media* aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas” (SHAW, 1997,96, citado por WOLF, 1995: 130)

NEUMANN (1993), nos anos 90, inspirada em Lippmann, expõe a teoria: “*a espiral do silêncio*”, também alusiva à opinião pública. Em linhas gerais, ela discorre sobre as pressões dos códigos morais e sociais sobre os indivíduos que, temendo a solidão, aderem a um pacto não explícito, negligenciando discussões sobre assuntos que possam ferir o código dos costumes e abalar a harmonia do convívio social. A mídia insere-se nesse jogo, num acordo subliminar.

Hoje, outras linhas de estudo têm surgido, trazendo influências de todas as correntes anteriores. Visões de autores dividem-se entre pessimistas,

otimistas ou moderados. Os pessimistas mostram descrença e tendem a ver a comunicação como inevitável instrumento manipulador do poder instituído. Outros vislumbram a possibilidade de ela expressar espontaneamente a diversidade cultural, gerando sentido e construindo o real. Os moderados unem as possibilidades, focando a comunicação como meio de reproduzir, expressar ou de instituir a própria realidade. HABERMAS (1998) entende a comunicação como uma arena de interesses, permeando o processo de socialização e político.

Buscamos resposta para a questão central que queremos discutir, ou seja: em que as 'fontes formais' contribuem para a qualidade da informação jornalística, baseando-nos em uma corrente focada no processo prático da produção da notícia: o *newsmaking*“. A abordagem vem alargar a perspectiva do *gatekeeping*, ambas centradas no processo de produção da notícia, com expoente em FISHMAN (1990), TRAQUINA (1993), TUCHMAN (1993), WOLF (1995) e MOUILLAUD (2002), que trazem olhares do interacionismo simbólico, da fenomenologia, do marxismo e da hermenêutica dialética.

Por *gatekeeping*, entende-se o processo através do qual as mensagens passam por filtragens em áreas de decisão até chegarem ao destinatário ou consumidor. O termo *gatekeeper*, introduzido pelo psicólogo Kurt Lewin, refere-se à pessoa que decide, incorporado no jornalismo por Manning White. Nessa perspectiva, "o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas, onde um fluxo de notícias tem de passar por diversos portões, *gates*, áreas de decisão, em que o jornalista tem de decidir se vai produzir uma notícia ou não (TRAQUINA, 1997:134)". "As decisões do *gatekeeper* são tomadas menos a partir de uma avaliação individual da 'noticiabilidade' do que em relação a um conjunto de valores que incluem critérios quer profissionais, quer organizativos, como eficiência, produção de notícia e rapidez (WOLF,1995:162)". Por 'noticiabilidade' entendemos uma série de fatores que contribuem para a imprensa conferir visibilidade a um ou outro acontecimento, assunto abordado mais adiante.

O *newsmaking* analisa o fenômeno jornalístico dentro de dois limites: a cultura profissional dos jornalistas e sua organização do trabalho, o

que engloba uma série de processos produtivos. Ou seja, estuda os fatores que interferem na produção da 'informação jornalística', desde o romper do acontecimento à sua notificação ao público. Dessa forma, a 'noticiabilidade', o comportamento do jornalista e a seleção de fontes estariam relacionados com as rotinas das práticas produtivas, submetidos a padrões e valores próprios de uma categoria profissional, que se forma sob um processo de socialização peculiar. A notícia pode ser compreendida como o produto de um processo organizado, enquadrada pelo jornalista.

Se, em nosso trabalho, o marco teórico do fenômeno jornalístico fundamenta-se nos estudos da comunicação, procuremos na ciência da informação o referencial para nos aprofundarmos nas questões das fontes.

Como vimos, a modernidade assistiu à explosão da divulgação do conhecimento e dedicação às pesquisas. Estudos desenvolvidos pelo método cartesiano de análise, sujeitos às regras do rigor científico e embriagados da concepção positivista, surgiram em todas as áreas, agrupadas nas chamadas Ciências Físicas, Naturais e Biológicas. Seguia-se a lógica matemática, a observação, a experimentação e a mensuração, sujeitando-se a leis claras e inquestionáveis. As ciências sociais surgem com especificidades próprias, mas tentam se adequar inicialmente aos métodos pautados pelo positivismo ou funcionalismo. De lá para cá, várias abordagens metodológicas surgem, com especial influência de Durkheim, Weber e Marx.

Nesse contexto, em meio a tantas abordagens, estudos na ciência da informação revelam-se ora preponderantemente funcionalistas e positivistas, ora incorporam traços da sociologia compreensiva e do marxismo. A confusão se instaura na própria elaboração dos conceitos básicos. KUHN (1994) explica que os pressupostos da metodologia da ciência compõem uma prática social, cujo alicerce não está assentado sobre uma lógica ou uma racionalidade imanente a esta atividade, mas no consenso de uma determinada comunidade de cientistas sobre problemas da área e forma de resolvê-los. O desenvolvimento de qualquer ciência caracteriza-se pela aceitação de um paradigma, que esclarece com sucesso a maior parte das observações e experiências facilmente acessíveis a seus praticantes.

Enquanto as ciências naturais atingiam o *status* de “maduras, por oferecer pressupostos metodológicos e conceitos claros, as ciências sociais enfrentam crises de auto-afirmação.

Nesse contexto, a ciência da informação, pelos conflitos apresentados anteriormente, não seria classificada como madura, mas como disciplina emergente, já que seus cientistas, ainda hoje, não convergem em suas abordagens. Processo semelhante vive o campo de comunicação, cuja interdisciplinaridade tem provocado complexa diversidade de conceitos (LIMA, 2001). Uma das divergências é a falta de consenso sobre sua própria história, não havendo acordo sobre suas origens.

Uma linha tem Shera, Borko e Le Coadic como expoentes e defende a evolução da biblioteconomia para a bibliografia, desta para a documentação e, enfim, para a ciência da informação (COSTA, 1990). BORKO (1968) afirma que “a ciência da informação trata do conjunto de conhecimentos relativos à origem, coleta, organização, armazenamento, interpretação, recuperação, transferência, transformação e utilização da informação”. Seu contexto é interdisciplinar e seus estudos relacionam-se a outros campos, como a matemática, a lógica, a psicologia, a lingüística, a comunicação, a tecnologia, a computação, administração, artes gráficas e, intrinsecamente com a biblioteconomia e documentação. Outra linha acredita que a ciência da informação surgiu com os desafios do avanço tecnológico e a explosão informacional, no pós-guerra (SARACEVIC, 1996 e WERSIG, 1993). Estes autores afirmam que a ciência da informação não pode ser comparada à biblioteconomia, documentação ou outra disciplina. De caráter interdisciplinar, a conceituam-na como “estudo dos fenômenos da comunicação e das propriedades do sistema de comunicação, investigando técnicas e métodos que possibilitem a melhor compreensão das propriedades e comportamento do fluxo informacional (REES e SARACEVIC, 1972)”.

Na busca de consenso, em 1976, BELKIN conclama a comunidade científica para a procura de conceitos que pudessem orientar as pesquisas na área. Seus seguidores, dentre eles, Dervin e Nilan, Wersig, Ingwersen, Menou, ratificaram o caráter interdisciplinar da ciência da informação. O

panorama do que é considerado atualmente profissional da informação ilustra a interdisciplinaridade. Para LE COADIC (1996:106), as primeiras disciplinas da ciência da informação foram biblioteconomia, museoeconomia, documentação e jornalismo, sendo atividades informacionais: avaliação; planejamento; venda de redes locais de comunicação; confecção de manuais; gerenciamento de informação em biblioteca, museus ou centros de documentação; implantação de serviços audiovisuais ou eletrônicos de comunicação; preparar, reunir e editar informações; administrar aquisições; redigir revistas científicas e administrar arquivos²³.

A busca de conceitos em ciência da informação é, pois, mais um legado do processo de racionalização do modernismo. Ela se enquadraria, na concepção de SANTOS (1996), como pós-moderna. A informação é entendida como fenômeno central dos pesquisadores, dizendo respeito à condição humana, e relaciona-se constantemente a três processos: 'processo de comunicação'; 'processo de construção de conhecimento'; e 'processo decisório', posição que norteia a concepção de informação neste trabalho. Sugerindo movimento, dinamismo, mudança contínua, incorporamos a seu conceito as noções de ação exercício de cidadania (WERSIG (1993), CABRAL (1994) e HABERMAS(1982).

O processo da comunicação, responsável pela transmissão de símbolos e ideologias, pressupõe a transmissão da informação, através da qual os homens adquirem conhecimento para aplicá-lo em suas práticas. Ou seja, a finalidade da comunicação é levar à ação, sendo esse conceito que norteia o presente trabalho, assumindo-nos mais próximos aos seguidores de Saracevic, Belkin, Dervin e outros.

²³ LE COADIC agrupa os profissionais de informação em três níveis: "especialistas" (profissionais de marketing, analistas, investidores, gerentes e planejadores de sistemas de informação); "empresários", (firmas e institutos de pesquisa que disponibilizam fontes primárias e secundárias ou empresas que desenvolvem produtos e serviços de informação, como prestadoras de serviços e organizadores de seminários e conferência). Num último nível, estariam os "cientistas da informação" e comunidade científica, formada por pesquisadores e docentes da área.

2.1 **Informação: à procura do conceito**

Atendendo aos pressupostos da metodologia científica, na qual o pesquisador deve explicitar adequadamente os termos que compõem o tema de sua problemática, tentaremos nos lançar ao desafio de conceituar 'informação' nos campos da ciência da informação e da comunicação. Reconhecemos que a dificuldade seja ímpar. Como precisar o conceito 'informação' nos limites dos dois campos, que nem sequer são consensualmente reconhecidos como científicos? É viável falar de limites entre eles? Presenciamos debates sobre essas questões na literatura, que ainda não trouxeram esclarecimentos significativos (SARACEVIC, 1996), constituindo, por si só, um problema a ser discutido em investigação teórica específica. O obstáculo induz-nos a pensar que seria prudente identificarmos o problema central nos dois campos para, depois, decidirmos sobre qual deles eleger para construirmos nosso conceito.

Segundo BELKIN (1978: 58), o problema central da ciência da informação é facilitar a efetiva comunicação de informações desejadas entre geradores e usuários. Isso implicaria entender os diversos sistemas de informação no contexto da comunicação humana, com seus quadros sociais, culturais e institucionais, que interferem no processo de construção de conhecimento dos usuários de informação. É de suma importância considerar as relações entre informação e produtor, entre informação e usuário, trabalhar a idéia de necessidade e "eficiência da informação" e "efetividade de transmissão da informação". CAPURRO (1990), LIEVROUW (1994), DERVIN (1994) e outros ampliam os debates para as implicações políticas, relevando a importância da informação ao exercício democrático da cidadania.

Para SARACEVIC (1996), o problema central que emana dos estudos acadêmicos na comunicação é entender a comunicação humana como "o processo através do qual os indivíduos em relação, grupos, organizações e sociedades criam, transmitem e usam a informação para

organizar a interação com o ambiente em si”, posição ratificada por vários teóricos do campo da comunicação, embora esses últimos enfatizem bastante o papel de transmissão de bens simbólicos. Ou seja, também seriam inerentes ao processo comunicacional as reflexões sobre construção e partilhamento do conhecimento, efetividade, necessidades de informações do usuário, questões relativas ao produtor, dentre outras.

As relações entre o fenômeno informacional e o processo comunicacional definiriam, segundo SARAVEVIC (1996), as especificidades entre os campos da ciência da informação e da comunicação. Mas encontramos mais semelhanças substanciais do que diferenças no âmbito da problemática entre a ciência da informação e a comunicação, não nos convencendo, ainda, sobre qual delas seria melhor para nos orientar na conceituação de informação.

Prestando mais atenção aos estudiosos da área de comunicação²⁴, veríamos que o foco se volta à socialização, aos interesses políticos em jogo na produção de informação (pela mídia e suas fontes) e aos efeitos da disseminação da informação sobre a opinião pública, sendo seus estudos muito úteis, por exemplo, na apreensão do conceito de fontes. Já a literatura da ciência da informação concentra-se no fenômeno informacional, procurando apreendê-lo nas etapas que lhe são tradicionalmente pertinentes, como a origem, coleta, seleção, organização, armazenamento, recuperação e disseminação e uso da informação. A forma de conceituar informação varia conforme o olhar do profissional e sua área de atuação ou do ponto de vista do usuário, mas as abordagens tendem a assumir três correntes principais: foco no usuário, foco no sistema ou no foco no produto. Observando os tipos de abordagens num campo e no outro, constatamos que os estudos na área da ciência da informação oferecem metodologia bastante útil e mais abrangente para se apreender o fenômeno da informação.

Pensamos, também, que seria oportuno utilizar a estratégia discursiva da descrição (DOMINGUES, 2004) e tomar de empréstimo o recurso

²⁴ Venício LIMA (2001) classifica os estudos em comunicação em oito escolas: manipulação, persuasão, função, informação, linguagem, mercadoria, cultura e diálogo.

metodológico de WEBER (1999) para tentar construir um tipo ideal de conceito de informação nos dois campos. Para isso, nos baseamos na revisão de literatura desenvolvida por CHAVES (2000) sobre informação, tomando o cuidado de proceder às atualizações que julgamos pertinentes.

Segundo STEVENS (1988), inúmeros autores debruçaram-se a estudar o fenômeno informacional, em diversos períodos: *a pré-história*, em que a ênfase recai sobre a arqueologia e antropologia; *a era da escrita*, com destaque para as transformações trazidas pela escrita aos desenvolvimentos dos impérios do Egito, Babilônia, Grécia e Roma; e *a era da imprensa*, advinda do impacto dos tipos móveis de Gutenberg, que recebeu atenção em publicações de Febvre e Martin, McLuhan e EISENSTEIN (1998). A partir da II Guerra, com a aceleração do desenvolvimento das tecnologias de comunicação, a conceituação de informação despertaria interesse multidisciplinar. Ensaio sobre o assunto foram escritos, dentre outros, por Foucault, Machlup, Shera, Wersig, Saracevic, Belkin, Schrader, Buckland, Ingwersen, Olson, Havelock, Willimas, Graff, Cohen, McLuhan, Moore e Brookes. Esses trabalhos transmitem tanto a visão positivista de Shannon e Weaver como as influências claras da sociologia compreensiva, interacionismo simbólico, marxismo e até o estruturalismo, expressos nos olhares de psicólogos, antropólogos e lingüistas. Foca-se a informação nos processos das relações institucionais, comunicacional e cognitivo. Como tantos estudos confundem conceitos, consideremos alguns autores mais significativos.

Preocupados com a busca de conceitos necessários à legitimação e avanços da ciência da informação, BELKIN e ROBERTSON desenvolveram em 1978 importante revisão, resultando em contribuições importantes. Sugeriram que a informação devesse ser considerada consensualmente como fenômeno de interesse da ciência da informação, concebida no contexto da comunicação humana, no qual os indivíduos estão dirigidos para ações, devidamente dotadas de sentido²⁵. BELKIN e ROBERTSON (1978) exploraram vários conceitos de informação, com destaque para: 1) informação como propriedade da matéria, 2) redução de incerteza, 3) como probabilidade de um

fenômeno, 4) como dado valioso no processo decisório, 5) como documento, 6) mercadoria, 7) processo de representação de conhecimento, 8) contexto, dentre outros. Inspirados em Brookes, Farradane, Filmam e Marzocco²⁶, alegaram que a informação passa a existir, quando um usuário, levado por um distúrbio em seu estado cognitivo, sente necessidade de buscá-la, assimilá-la e processá-la, o que o leva a modificar seu estado anterior de conhecimento. A teoria de BELKIN ficou conhecida como ASK, *Anomalous State of knowlegde*, traduzido como *Estado Anômalo do Conhecimento*. Nessa concepção, a noção básica explicita a vontade objetiva do usuário de obter informação e a ênfase está na qualidade da interação entre ele e o gerador da informação²⁷. BELKIN e ROBERTSON (1978) propuseram cinco áreas de interesse para a ciência da informação: transferência de informação em sistemas humanos de comunicação cognitiva; a idéia de informação desejada; a efetividade dos sistemas e da transferência da informação; a relação entre informação e gerador; e a relação entre informação e usuário. Propuseram três abordagens para a conceituação de informação: a de definição (D), comportamental (C) e a metodológica (M), resultando em oito requisitos, elencados a seguir, sendo os de 1 a 6 os relevantes e os 7 e 8 operacionais:

1. *Considerar intenção e significado da informação no contexto comunicacional (D)*
2. *Relacionar a informação ao processo de comunicação entre seres humanos (D)*
3. *Considerar a existência da informação requisitada ou desejada (D)*
4. *Relacionar o efeito da informação no meio ambiente (D/C)*
5. *Considerar a relação entre informação e estado do conhecimento (D/C)*
6. *Considerar o efeito variável das mensagens em diferentes formas (C)*
7. *Procurar generalizações entre casos individuais (M)*
8. *Oferecer um meio de prever o efeito da informação (M)*

²⁵ Os autores argumentam a relevância de suas reivindicações em Kuhn, Goffman, Yovits, Otten, Miklailov, Chernyl, Giliarevskii, Barnes, Fairthorne, Wersig e Artandi.

²⁶ Brookes, citado por BELKIN, afirmou que determinado estado de conhecimento é afetado por um incremento de informação, resultando em novo estado de conhecimento. Farradane discorreu sobre a correspondência da informação à representação do estado cognitivo. Já Hilmann e Marzocco defenderam que o conceito de informação deve focar o comportamento do usuário em seu contexto.

²⁷ Percebemos nas diversas abordagens as influências dos guarda-chuvas paradigmáticos de Weber (indivíduos voltados para a ação e geração de sentido), Durkheim (informação como coisa, dado, para redução de incerteza e efetividade dos sistemas) e Marx (informação no contexto de relações de produção).

HORTON JR (1979) propôs um ciclo de vida da informação. Esse ciclo se inicia com entrada de dados. Os dados, por sua vez, são trabalhados e transformados no processo comunicacional, gerando a informação, que, quando assimilada, produz o conhecimento, atingindo o pico de maturidade do ciclo. Ou seja, a informação, no início de seu ciclo de vida, é 'dado'. A partir do momento em que seja requerida para reduzir a incerteza a respeito de algo, ela é processada em contexto simbólico-comunicacional, incorporando objetivo, valores, lógica e percepções de indivíduos, tomando a forma de informação: recordações, reportagens, registros, arquivos ou mensagens. O fim do processo resulta em *conhecimento*, que, ao se tornar verdade absoluta, pode voltar a ser dado, reiniciando-se novo ciclo.

SARACEVIC (1981) expôs que várias disciplinas empenham-se em explicar a e lidar com a explosão da informação, tentando defini-la, sem consenso. Para o autor, o ponto de partida para solucionar o problema é entender informação como o fenômeno básico, processado por qualquer sistema de informação. A ciência da informação poderia estabelecer um enfoque científico homogêneo para o estudo dos vários fenômenos que cercam a noção de informação, sejam eles referentes à existência humana ou nas máquinas. SARACEVIC propôs uma abordagem diferenciada, sugerindo *interfaces* com a biblioteconomia, comunicação, computação e inteligência artificial, mas que guardariam quatro definições funcionais:

1. Informação é uma seleção de mensagens, avaliáveis, que reduz incerteza, na qual informação é propriedade da mensagem, podendo existir livremente.
2. Informação é o significado que o indivíduo atribui aos dados, através de representações convencionais. A definição, aceita pela ANSI (*American National Standards Institute*), mostra o papel das convenções de representações e aspectos lingüísticos e incorpora a noção de significado e significância.
3. Informação é estrutura de qualquer texto capaz de mudar a estrutura de imagem no receptor. Texto é compreendido como coleção de signos propositadamente estruturada pelo emissor. O receptor, por sua vez, modifica a estrutura.
4. Informação é um dado de valor em um processo decisório, seja estético, moral, ético, econômico ou social, voltado para decisões de qualquer natureza, que se relaciona com o conhecimento, sendo por isso imensurável. A utilização da informação no processo decisório define sua valorização, seja em abrangência pessoal, institucional, nacional ou internacional. Mesmo uma informação, que não tenha sido utilizada num processo decisório, conserva recursos para melhorá-lo.

SCHRADER (1996) criticou o foco tradicional e a pretensão de objetividade de definições em alguns autores da área, mais preocupados com acessibilidade, recuperação e gerenciamento de informação em detrimento da natureza social do campo. Estudou as variações de conceitos de informação, segundo cinco elementos: domínio, natureza, conteúdo, foco e função. No “domínio”, as descrições variam da prática profissional à disciplina científica. Quanto à “natureza”, não existe consenso, varia de acordo com o campo de estudo. Em relação ao “conteúdo”, a informação é vista como conhecimento, dado, informação armazenada e uso. O *foco* centrado na prática é considerado limitador e ele propôs sua extensão aos comportamentos e contextos da interação humana. Quanto às “funções”, seriam elas: acessibilidade, recuperação, transferência, processamento, criação, uso, organização e disseminação.

Em 1978, DERVIN e NILAN debruçaram-se em exaustiva revisão bibliográfica, abarcando 300 autores, publicada em 1986. A exemplo de BELKIN, os autores apelaram para um ajuste na conceituação sobre a informação entre os pesquisadores e dividiram os conceitos em duas correntes, que denominaram de paradigmas tradicional e alternativo (FIG.1, p.38). O paradigma tradicional abriga autores de tradição funcionalistas e positivistas, como Lancaster, Buckland, Ballard, Martin, Shinebrown, Beal, Blackie, Smith, Bishop, Bremer, Leggaie, Chen, Burger, Herson, Fischer, Hibberd e Meadows, cujos estudos focaram o desenvolvimento de sistemas de informação, aos quais os usuários se adaptam para resolver suas necessidades de informação. A informação é entendida como algo objetivo, de significado constante e generalizável. A visão do sistema é mecanicista, sendo o usuário um receptor passivo e mero processador de informações. As pesquisas são direcionadas ao ambiente externo, investigando variáveis demográficas e dimensões sociais observáveis e quantificáveis. A individualidade é percebida como ameaça, a ser desprezada para não provocar o caos na organização do sistema.

PARADIGMA TRADICIONAL

Informação objetiva: significado constante, expressão do real.

Mecanicismo: usuário como receptor passivo; processador de informação no esquema INPUT-OUTPUT; pressuposto da utilidade a priori do sistema de informações;

Proposições **trans-situacionais** sobre natureza do uso da informação: comportamento de uso válido para todas as situações; busca de variáveis demográficas e dimensões sociológicas observáveis que predizem o uso do sistema;

Atomismo: estudo do comportamento do usuário exclusivamente no contexto da interseção usuário-sistema;

Foco no **comportamento externo** do usuário: contato com fontes e uso do Sistema de Informação como indicadores de necessidade;

Percepção da **individualidade como caótica**, sua introdução significaria desintegração no sistema;

Pesquisa **quantitativa:** aspiração a sofisticadas técnicas estatísticas.

Influências metodológicas: positivismo, funcionalismo e marxismo (Durkheim, Marx)

PARADIGMA ALTERNATIVO

Informação **construída** pelo ser humano;

Construtivismo: usuário ativo, construindo necessidades, situações de ajuda e pontes fora do sistema;

Uso da informação em **situações particulares**; busca de dimensões universais da produção de sentido;

Holismo: foco na totalidade das interações sociais externas ao sistema de informação;

Foco no comportamento interno, na **dimensão cognitiva**;

Individualidade sistemática: inclusão de valores que possuem dimensões comuns;

Suplemento das abordagens quantitativas por abordagens **qualitativas**;

Influências metodológicas: sociologia compreensiva (Weber), interacionismo simbólico, fenomenologia, marxismo e antropologia

FIGURA 1- PARADIGMA TRADICIONAL E ALTERNATIVO

Fonte: CHAVES (2005) Atualização do quadro de CHAVES e NEHMY (1998), com base no texto DERVIN e NILAN (1978)

O paradigma alternativo já se fazia presente, segundo DERVIN e NILAN (1986), em autores como Belkin, Wilson, Stone, White, Herson, Mendez, Stieg, Cooper, Maron, Garvey, Taylor, Macmullin, Mick, Maron, Breener, Jarvelin, Bladgen, Stevens, Krilelas e Maguire, que, denunciando a baixa utilização dos sistemas de recuperação pelos usuários, reivindicavam que os estudos na ciência da informação privilegiassem suas necessidades de informação, a natureza de seu uso, seu comportamento e variáveis externas aos sistemas. Nessa abordagem, três correntes se sobressaíam: a do “estado anômalo do conhecimento” de BELKIN, já abordada anteriormente²⁸, a do “valor agregado” e a da *sense making* ou “produção de sentido”.

A corrente do “valor agregado” trouxe grande contribuição para a reflexão sobre qualidade da informação e encontra seus expoentes em Taylor e Macmullin, que, ao lado, de Farradane e Hall, focam a percepção de utilidade e valor que os usuários levam ao sistema de informação. Essa abordagem interessava-se em identificar diferentes classes de problemas e tenta estabelecer vínculos entre os sistemas e os valores que lhes são conferidos. A relevância da informação depende do contexto e dos critérios de julgamento. As considerações dos usuários definem a forma como a informação deve ser tratada, ou seja, o valor é o parâmetro e ele difere de acordo com o contexto. Especificidade, profundidade, intensidade e atualidade variam de acordo com a situação e objetivo. TAYLOR (1986) examina diferentes tipos de usos, interfaces e processamento de sistema, argumentando que seja necessário construir procedimentos de indexação baseados em análise de processos de pensamento e em mapas cognitivos.

Trazendo influências da sociologia compreensiva, fenomenologia, interacionismo simbólico e antropologia, DERVIN sugere uma abordagem multidisciplinar para focar a informação a partir do usuário, entendido como ator

²⁸ Entre o ASK e o *sense making*, situam-se KULTHAU e MORRIS, que vêm pesquisando comportamento de estudantes.

dinâmico, dotado de postura crítica e responsável pela construção da informação de que precisa, em contraposição ao objetivismo e ao positivismo da visão tradicional que vê a informação como algo independente, a ser decodificada por diferentes pessoas com os mesmos resultados (SAVOLAINEN, 1993). Distante da noção da “tábula rasa” de Locke, DERVIN (1986) afirma que o intelecto do receptor não pode ser considerado como um recipiente vazio, no qual informações são jogadas aleatoriamente. Ao contrário, considera o intelecto do usuário como recipiente cheio de pensamentos, emoção e subjetividade, que realizam construções diversas com as unidades de informação recebidas, moldando-as segundo sua percepção. O indivíduo não apenas se adapta ao sistema de informação com que interage, mas navega entre o micro e o macro ambiente, construindo sentidos, continuamente compartilhados e modificados socialmente. Dervin trabalhou em bibliotecas audiovisuais, desenvolvendo várias pesquisas qualitativas, que subsidiaram redesenhos de sistemas de informação. Utilizou uma matriz comportamental de 54 elementos, extraída do cruzamento de seis estratégias e nove técnicas de comunicação para estudar as lacunas de necessidades de informação no usuário, que surgem em tensões de inquietude, confusão, incerteza e desencadeiam a busca de informação (SAVOLAINEN:1993).

O trabalho de DERVIN conquistou seguidores e provocou críticas entre os tradicionalistas, que o julgaram de difícil operacionalização. Dentre os críticos, destaca-se BUCKLAND (1991). O autor divide as abordagens do conceito de informação em três princípios: “informação como processo”; “informação como conhecimento” (que reduz incerteza e é intangível, devido às implicações de fé, contexto individuais, subjetividade); e a “informação como coisa” (dados, documentos, objeto ou representação com conteúdo informacional). Apesar de reconhecer que seja preciso existir uma situação processual para haver informação, BUCKLAND (1991) pensa que só é produtivo para o sistema lidar com a informação como “coisa”, já que a preocupação central é a disponibilização e a recuperação da informação ao usuário. Essa informação precisa estar materializada

de alguma forma (expressa, descrita ou representada), para ser comunicada e conhecida. O autor argumenta que, se entendida como representação do conhecimento, a informação precisa ser tangível e mensurável, como o conteúdo de um livro. Seriam consideradas informações: dados, registros processados no computador, fotos textos, livros, documentos, objetos ou eventos, desde que adquiram relevância documental em determinada situação, com probabilidade significativa de evidência, recuperação e uso.

MEADOW (1992) também afirma que a informação é uma 'coisa', representada por um símbolo, contendo alguma estrutura, que pode ser lida e compreendida pelos usuários. Segundo ele, símbolo, assim como informação, é uma palavra com tantos significados, que perdemos pouco se dissermos que um possa representar o outro. MCGEE (1994) declara que uma boa definição de informação é a que a define de forma ampla e deve abranger dados, conhecimento, notícia e inteligência em estruturas variadas e em diversas mídias. ARAÚJO (1994) diz que informação é tudo aquilo que altera estruturas cognitivas, ou seja, no contexto da ação acabada, isto é, no contato efetivo entre uma mensagem, um potencial de informação e um usuário.

INGWERSEN (1993:304) propõe a substituição do foco sobre informação em "texto e documentação" para o foco de sua transformação em "conhecimento" no contexto da dimensão humana, no qual a tecnologia assumiria papel secundário. O autor defende o entendimento de informação de forma mais geral e não apenas científica, em que não pode separar uso e acessibilidade. A abordagem sugerida é interdisciplinar e o conceito de informação deve ser compreendido pela sua finalidade: a ação humana, conceito com que WERSIG (1993) também trabalha.

Em 1994 é a vez de VAKKARI rever os conceitos, tentando delimitar e clarear o foco da ciência da informação, assumindo sua concepção no contexto da comunicação. A ciência da informação, para ele, não pode ser considerada como substância, mas como uma categoria de retórica sob perspectiva cultural

própria, uma disciplina que requer metodologia formal de estudo, cuja abordagem deve ser interdisciplinar. Os esforços devem ser dirigidos no sentido de seguir a tradicional missão da área: garantir acesso à informação a quem dela necessite.

Em seu artigo *Information concepts reexamined*, KANDO (1997) propõe que as definições partam do entendimento de informação como fenômeno visto sob diversos ângulos. Consensualmente, segundo ele, pode-se afirmar que a informação diz respeito à comunicação humana. Sugere que os objetos de investigação se centrem nas relações de informação, mídia, representação e relação com o conhecimento. KANDO (1997) agrupou as conceituações de diversos autores em três grupos: “objetivo” (BUCKLAND); “subjeto” (BELKIN, WERSIG) e “processual” (DERVIN, INGWERSEN). Na categoria “informação objetiva”, os conceitos pautam-se pelo paradigma tradicional, são generalizáveis, “tangíveis” e fundamentais para a área de bibliometria, produção, organização e recuperação da informação. Nesse sentido, a informação pode ser medida e observada, gravada, armazenada e comunicada. Na segunda categoria, “subjeto”, a identificação de conceitos centra-se nos usuários, pauta-se pela subjetividade e intangibilidade e enfoca situações individuais, estágios cognitivos do receptor e intencionalidades. A terceira categoria é vista como “processo” e tem a ver com o paradigma alternativo de DERVIN, já mencionada anteriormente.

LOSEE (1997) desenvolveu outra interessante tentativa de consolidar conceitos. Para ele, por trabalharem com informação, um fenômeno comum a várias áreas (de natureza técnica, comunicacional ou cognitiva), autores têm adotado definições específicas ou interdisciplinares. Caberia à ciência da informação focar as definições no todo, procurando um conceito genérico para servir a todas as áreas. A informação, concebida como fenômeno humano, é sempre informativa sobre algo, sendo um componente ou resultado de um processo de produção. Entender a informação como produção em vários processos requer do pesquisador conhecimento sobre a dinâmica da natureza desses processos, o que o torna um hermeneuta e analista processual por excelência.

Considerando as reflexões dos cientistas sobre conceito de informação, percebemos alguns pontos em comum entre os autores ou mesmo algumas repetições. Podemos concluir que a informação seja entendida como fenômeno central dos pesquisadores, dizendo respeito à condição humana, sendo relacionada constantemente a três processos: 'processo de comunicação'; 'processo de construção de conhecimento'; e 'processo decisório'. Ou seja, a informação perpassa geralmente processos, posição que norteia a concepção de informação neste trabalho, lembrando que processo sugere movimento, mudança, fluxo e significa a transição ou série de transições entre uma condição social e outra, sendo essencialmente caracterizado pelo dinamismo.

Podemos também nos apoiar nessas reflexões e chegar a algumas consolidações sobre os conceitos de “dados”, “informação” e “conhecimento”. Entendemos ‘*dado*’ numa visão objetiva, como “algo que pode ser processado e com potencial para se transformar em informação, existindo independentemente do indivíduo”, tal como o define BUCKLAND (1991): “do latim *datum*, coisas dadas, que podem ser processadas”. Para o dado transformar-se em informação seria necessária uma situação processual, em que sua relevância e pertinência documental fosse destacada, com probabilidade significativa de evidência e uso. Essa materialização e sua disponibilização para ser recuperada implicariam entender a informação como produto, inserida, conseqüentemente, num contexto de relações de produção, em que nos é útil abrigarmos sob o paradigma marxista.

A passagem do dado à informação implicaria a consideração de o usuário (despertado por uma necessidade ou anomalia subjetiva em seu estado cognitivo) ser agente voltado para a ação social, conferindo-lhe constantemente significação e sentido. Nesse sentido, a informação é uma construção subjetiva do usuário’, posição defendida por BELKIN (1978), DERVIN (1986), os expoentes do chamado “paradigma alternativo da informação”, e respaldada na definição da *American National Standards Institute* (SARACEVIC, 1981:11): “Informação é o significado que indivíduo atribui aos dados, através de representações

convencionais”. Procede, ainda, relacionar informação ao conhecimento. Por conhecimento entendemos a ‘alteração produzida pela informação na estrutura cognitiva do indivíduo’, em que tendemos a concordar com a teoria do *Anomalous State of Knowledge* de BELKIN (1978). Nesse sentido, a informação toma a forma de “motor” desse processo dinâmico. Segundo BARRETO (1994: 84),

“a informação sintoniza o mundo. Como onda ou partícula, participa na evolução e da revolução do homem em direção a sua história. Como elemento organizador, a informação referencia o homem ao seu destino; mesmo antes de seu nascimento, através de sua identidade genética, e, durante sua existência, pela sua competência em elaborar a informação para estabelecer a sua odisséia individual através da divulgação de informações.”

Esclarecendo os limites entre informação e conhecimento, BARRETO (1996) discorre sobre informação como “estruturas significantes, com a competência de gerar conhecimento no indivíduo em seu grupo ou na sociedade. A informação é qualificada como instrumento modificador da consciência do homem e de seu grupo social. A relação entre informação e conhecimento só se realiza, se a informação for percebida ou aceita como tal, colocando o indivíduo em estágio cognitivo mais avançado, demonstrando sua visão otimista. Alertamos, porém, que essa interação nem sempre é positiva. De qualquer forma, conhecimento é toda alteração provocada no estado cognitivo do indivíduo, isto é, no seu estoque mental de saber acumulado, proveniente de sua interação com uma estrutura de informação.

Por fim, lembramos que alguns autores entendem a informação dirigida à ação humana, como CAPURRO (1990), CABRAL (1995) e LIEVROUW (1994) incorporando a noção de cidadania ao seu conceito. A comunicação seria um processo que deve favorecer a acessibilidade aos meios informacionais,

permitindo aos indivíduos discernirem, refletirem e obterem juízo crítico sobre a realidade, posturas imprescindíveis para o exercício da cidadania.

Podemos relacionar o fenômeno informacional com o processo da comunicação, o responsável pela transmissão de símbolos e ideologias, pressupondo a transmissão da informação, através da qual os homens adquirem conhecimento para aplicá-lo em suas práticas. Essa preocupação está presente no âmbito de um dos focos básicos da ciência da informação: a disseminação. Refletir nesse sentido nos leva a pensar que os conceitos de dado, informação, conhecimento no contexto da comunicação humana estão inter-relacionados e devem ser considerados no ambiente cultural. Por cultura entendemos o processo de práticas sociais compartilhadas em contextos social, político histórico e geográfico, permeados por processos de comunicação, em que se trocam idéias e símbolos de determinada ideologia, ou seja,: “cultura é o conjunto das práticas, das técnicas, dos símbolos e dos valores que se devem transmitir às novas gerações para garantir a reprodução de coexistência social” BOSI (1992:16).

A literatura no campo da comunicação é, sem dúvida, fecunda, influenciada em suas origens pela famosa proposta de Lasswell para orientar os estudos da área: “quem diz o quê, para quem com que efeito”. Assim, concentrando-se no processo e não no fenômeno informacional, o foco das pesquisas é bastante complexo, volta-se para a mídia, a linguagem e sua estrutura como bem simbólico, sobre audiência em todos os seus níveis, seus efeitos, o contexto sócio cultural político, dentre outros. Exemplifiquemos como são diferenciados os conceitos de informação e comunicação no âmbito dos estudos comunicativos.

A comunicação, segundo RODRIGUES (1994:21-22), “é um processo que ocorre entre as pessoas dotadas de razão e de liberdade, entre si relacionadas pelo fato de fazerem parte, não do mundo natural, com as suas regras brutais e os seus mecanismos automáticos, mas de um mesmo mundo cultural”. A comunicação não seria “um produto mas um processo de troca simbólica generalizada”, que

alimenta a sociabilidade e gera laços sociais, _sobrepondo-se às relações naturais_, que os homens estabelecem com o meio ambiente. Segundo o autor, "a comunicação é competência prévia não só em relação ao conteúdo concreto e ao sentido das suas manifestações, mas também ao valor informativo das mensagens que os sujeitos trocam entre si".

Já a 'informação' é entendida por RODRIGUES (1994:20-21) como "uma realidade que pode ser teoricamente medida pelo cálculo de probabilidades, sendo o valor informativo de um acontecimento inversamente proporcional à sua probabilidade de ocorrência", conceito extraído de Shannon e Weaver. A natureza do processo da informação não é recíproca e reversível, mas irreversível e consiste na transmissão unilateral ou unidirecional de um saber entre alguém que é "um destinador", e "um ou mais destinatários". A esfera da informação seria uma "realidade relativa que compreende o conjunto de acontecimentos que ocorrem no mundo, e forma o nosso meio ambiente. Os acontecimentos são tanto mais informativos quanto menos previsíveis e, portanto, mais inesperados. Para o autor, a informação estaria intimamente associada à natureza relativamente inexplicada e inexplicável dos fenômenos, os acontecimentos, que ocorrem sem aviso prévio, fora do controle e do domínio da liberdade e da intervenção humana.

Podemos concluir que informação para RODRIGUES (1997:98) seria uma espécie de descrição de um acontecimento, que constitui o "referente de que se fala, o efeito de realidade da cadeia de signos, uma espécie de ponto zero da significação... tudo aquilo que irrompe na superfície lisa da história entre uma multiplicidade aleatória de fatos virtuais". Ou seja, o conceito de informação na comunicação traz implicitamente a noção de gravação de um acontecimento. Nesse sentido, MOUILLAUD (2002:56) alerta que, no jornalismo, o acontecimento seja um recorte do real, emoldurado sob olhares contextualizados culturalmente (do jornalismo e seu grupo de referência), com valores e referências demarcados social e historicamente. Daí decorre ser a 'notícia' entendida como aquilo que é posto em visibilidade, uma representação, "o que é possível e o que é legítimo mostrar,

mas também o que devemos saber, o que está marcado para ser percebido” (MOUILLAUD, 2002:38). A informação jornalística, a notícia, seria mais uma subtração do que uma adição ao real, pois, ao se destacar algo, outros aspectos permanecem ocultos. Promover uma imagem ou uma informação é destacar do real uma superfície, um simulacro, que vem à tona sob um fundo sem imagem.

As considerações anteriores levam-nos a duas conclusões. Primeiramente, percebemos a inter-relação feita entre informação, acontecimento e realidade. Essa associação é bem visível no contexto do jornalismo, cujas missões clássicas são de informar, interpretar, educar e entreter o público, no qual o conceito de informação equivale ao de notícia, que pode ser entendida como aquilo que é posto em visibilidade, “o que é possível e o que é legítimo mostrar, mas também o que devemos saber, o que está marcado para ser percebido” (MOUILLAUD, 1997:38). Sob essa ótica, a ‘informação jornalística’ será sempre caracterizada pela incompletude, pois, ao se destacar algo, outros aspectos permanecem ocultos e “não há, não pode haver, um todo informativo”²⁹.

Em segundo lugar, observamos a separação dos conceitos ‘informação e o processo comunicativo’. O fenômeno informacional guarda resquícios de Shannon e Weaver e não recebe aprofundamentos maiores em comunicação, ao contrário da literatura na ciência da informação, na qual preferencialmente nos baseamos para construirmos o conceito que orienta esta tese. Já a comunicação foca os processos de produção e transmissão da

²⁹ Atualmente, duas correntes teóricas abordam o fenômeno da notícia. A primeira delas alinha-se mais ao funcionalismo americano e defende que o jornalismo, ao oferecer visibilidade a acontecimentos diversos, expõe a realidade refletida pelas relações sociais, oferecendo ao público meios de discernir e refletir sobre os fatos, formando livremente suas opiniões. A segunda, com viés da *Escola de Frankfurt*, defende a notícia sofre influência das rotinas produtivas do órgão de comunicação. Essas rotinas, lembra TUCHMANN (1986), influenciadas pelo contexto sócio cultural, retratam os interesses das elites. A mídia elege como verdade a realidade socialmente instituída, emoldurada por convenções e representações ideológicas, através de vários mecanismos, como: a visibilidade conferida às fontes formais, que simbolizam o poder legal. Para a autora, a produção da notícia converte-se, então, em objeto de interesse investigativo, sendo necessário agregar reflexões sobre critérios de noticiabilidade, inseparáveis da notícia, recomendação que aceitamos como procedente, dedicando ao assunto uma reflexão mais adiante.

informação jornalística, preocupando-se em atender aos interesses dos diversos autores envolvidos como, proprietários, fontes, jornalistas e os usuários.

De qualquer forma, agrupando os olhares, tanto da ciência da informação como da comunicação, podemos perceber as influências dos quatro paradigmas das ciências sociais. Ao tomar a informação como coisa (BUCKLAND) ou a informação jornalística como representação de algo (MOUILLAUD), um produto que pode ser recuperado, evidenciamos o paradigma positivista. Ao conceber o fenômeno informacional como interação entre sistemas e usuários de informação, presenciamos a influência do paradigma orgânico e funcionalista de DURKHEIM. Por outro lado, muitos autores, sobretudo da comunicação, têm trabalhado com o conceito de informação como representação simbólica, mensagem, em que são claras as influências do paradigma da linguagem de Saussure e Lévi-Strauss. Finalmente, ao compreender a informação no contexto da ação humana e na busca de construção de sentido (Dervin, Belkin e outros), evidenciam o paradigma da ação social de WEBER (1999).

Resta-nos, enfim, evocar a concepção de GIDDENS(1991), que descreve interessante visão da dinâmica social. O autor parte do pressuposto de que certa ambigüidade cerca a noção de sociedade, normalmente considerada como associação social de modo genérico ou como sistema específico de relações sociais. Propõe a análise da sociedade baseada em três princípios: a “relação espaço-tempo”, o “escopo globalizante” e uma “ordem descontinuísta”, em que o conhecimento é circular e “reflexivo”. Para ele, os indivíduos constroem sua identidade no contato com os outros, em contextos espaços-temporais específicos, a partir da conquista da “segurança ontológica”, que está intimamente ligada às relações de tradição e à confiança depositada no que chama de “sistemas abstratos”, constituídos de “sistemas peritos” e “fichas simbólicas”. A partir da modernidade, a relação dos indivíduos com os sistemas no escopo global alteraram significativamente a relação tempo *versus* espaço. “Sistemas peritos” são sistemas em que há aplicação de conhecimento técnico legitimado pelas normas e

tradições sociais, como o da engenharia, medicina e outros. As fichas simbólicas permitem a comunicação entre os sistemas peritos, como o dinheiro, por exemplo. A confiança deriva da fé e da crença no funcionamento dos sistemas peritos, que persiste mesmo em ausência de informação entre atores, consistindo o que GIDDENS chama de “mecanismo de desencaixe”. Por outro lado, a confiança é ratificada por uma série de mecanismos de “reencaixe”, em que os indivíduos entram em contato com os sistemas, trocando informações, constituindo o que GIDDENS denomina de “compromissos com rosto ou sem rosto”.

O processo de reencaixe consolida-se nas ações compartilhadas, que sustentam ou solapam os mecanismos de desencaixe, no caso dos compromissos sem rosto, ou quando se obtém informações diretas desses sistemas, nos “compromissos com rosto”. Neste último caso, aumenta-se o risco de se descobrirem falhas no sistema. Apesar de GIDDENS considerar a linguagem em si fator intrínseco à ação social e não “ficha simbólica”, o autor reconhece que as atitudes de confiança podem se alternar para falta de confiança, em experiências nos pontos de acesso com os sistemas abstratos. Por esta razão, o desafio dos profissionais de relações públicas (ou da comunicação empresarial, se preferirmos) é contribuir para que os sistemas peritos mantenham sua credibilidade perante a maioria leiga da população. Ou seja, explicitamos o caráter dialético da linguagem, tal como descrito por BERGER e LUCKMANN (1986) e, por conseqüência, a natureza também dialética da informação, se a considerarmos fator intrínseco da linguagem.

Entendemos a informação numa conotação altamente simbólica que favorece socialização entre indivíduos, que gera ações dirigidas a outros, procurando formas de adaptação seus contextos. Nesse processo, GIDDENS (1997) chama a atenção para o papel da tradição, que atua em repetições rituais, levando os indivíduos a construir sua identidade na contínua identificação com o outro. Assim, podemos finalmente assumir que, levados pelo paradigma weberiano, tomamos a informação no contexto da ação social, em que temos como principais

atores, no caso da informação jornalística, o sistema burocrático de produção da informação, o jornalista, as fontes e o usuário. Por outro lado, ao concordarmos que o jornalismo seja um sistema, tendemos a aceitar o paradigma orgânico de Durkheim, que se concilia com a análise de GIDDENS (1991). Finalmente, ao entendermos a informação jornalística como produto no contexto de sua produção em um sistema e ao elegermos o processo de seu trabalho como ambiente para colhermos dados da pesquisa, nos colocamos sob luzes marxistas, o que significa que buscamos entender as contradições e fatores que interferem na concepção da notícia.

2.2 Qualidade da informação: conceito ou fenômeno?

“A noção de ‘qualidade’ é extensa e não se reduz a um conceito unitário” (ABBAGNANO, 1999:816). Para respondermos à pergunta *qual?*”, utilizamos “uma família de conceitos”, da qual Aristóteles distinguiu quatro gêneros e cujas idéias sofreram pouco acréscimo na história, moldando, ainda hoje, a percepção sobre ‘qualidade’ na sociedade ocidental. O *primeiro* gênero é o da “*qualidade de hábitos*” (temperança, ciência, virtudes) e de “*disposições*” (saúde, doença, calor e frio); o *segundo* gênero engloba a “*capacidade ou incapacidade natural*”; o *terceiro* gênero é constituído pelas “*afeições e suas conseqüências*”; e o *quarto* gênero engloba as *formas*. ABBAGNANO simplifica a classificação aristotélica em três grupos de determinações: “*disposicionais*” (1), que constituem as *possibilidades* do objeto e compreendem disposições, hábitos, costumes, capacidades, faculdades e virtudes, tendências; “*as determinações sensíveis*”(2),

simples ou complexas dos instrumentos orgânicos: cores, sons, sabores; e “as *determinações mensuráveis*” por métodos objetivos (3), como número, extensão, figura e movimento. Algumas determinações são facilmente tratadas pela ciência, outras não.

A ‘qualidade’ é considerada essencial às nossas vidas, muito embora não saibamos defini-la. Por incluir o reino do emotivo, imensurável e por muitos de seus aspectos serem intangíveis e impossibilitarem manipulações empíricas, a ciência tem-se revelado insegura para lidar com o fenômeno, relegando-o comumente ao plano filosófico (DEMO, 1985). A ‘qualidade’ é impregnada de subjetividade, outro dificultador para a tradicional metodologia científica.

No plano social, o olhar do senso comum sobre a ‘qualidade’, engloba equilíbrio entre forças da natureza, brincadeiras, sonhos, alegria e coisas positivas, busca da felicidade, liberdade, crescimento espiritual, alcance de estágios mais avançados do conhecimento, saúde, educação, igualdade, justiça, dignidade, solidariedade e qualidade de vida. Esses valores ressoam influências de remotas culturas, filosofias e religiões ocidentais e orientais.

Com a modernidade, sob o paradigma cartesiano, incorporamos ao conceito de ‘qualidade’ noções como racionalidade, ordem, legitimidade, produtividade e funcionalidade, que, compartilhadas socialmente, expressam-se na valorização de atributos pelo senso comum, como praticidade, objetividade, precisão, validade, coerência, confiabilidade e outros, frutos de construção social. Nesse cenário, podemos refletir sobre o conceito de ‘qualidade de informação’. Evocamos novamente algumas idéias de GIDDENS (1991, 1997 e 2004), para melhor compreensão do que hoje norteia nosso olhar sobre ‘qualidade’. Quando trocam informações com os sistemas peritos, indivíduos ratificam a confiança nos sistemas abstratos, com amparo na força e na organização do aparelho de vigilância do estado, que atua como regulador da ordem social e institucional. Compramos, por exemplo, bilhetes e entramos em aviões, acreditando que chegaremos ao destino final, pois confiamos nos sistemas de engenharia e de

administração da rota, que aplicam conhecimento perito. Os guardiões desse conhecimento são os especialistas, cuja atuação legitimada constitui-se possibilidade permanente de mudança³⁰. Inferimos que a noção de “qualidade” relacione-se ao perfeito funcionamento e a harmonia dos sistemas. A crença na excelência permite aos indivíduos confiarem na dinâmica dos sistemas, proporcionando-lhes a estabilidade necessária para conquistarem a “segurança ontológica” e construírem continuamente sua identidade, como já explicamos.

Nessa perspectiva, a informação assume o caráter de “ficha simbólica” um de seus papéis é o de contribuir para que os sistemas alcancem um de seus principais objetivos: a excelência administrativa. Aqui, a comunicação, em suas três principais ramificações (as ‘relações públicas’, a ‘publicidade e propaganda’ e o ‘jornalismo’), merece destaque. Cuidando da imagem e do relacionamento das organizações com seus diversos públicos, a principal missão das relações públicas é conquistar a credibilidade das instituições perante a sociedade, fornecendo informações que consolidem a confiança gerada nos diversos “pontos de encontro”. A ‘publicidade e propaganda’³¹ busca fortalecer a imagem das instituições e garantir o consumo de suas idéias, produtos ou serviços, reforçando o ciclo produtivo e o sistema econômico, que não deixa de ser uma forma de aceitação à legitimidade do conhecimento perito dos sistemas abstratos. O jornalismo atua como vigilante da excelência dos sistemas. Também pode ser considerado um ‘sistema perito’, que leva informações diversas do universo das instituições aos indivíduos, através da cobertura de acontecimentos. As notícias tanto podem ratificar como abalar a confiança dos indivíduos nos sistemas. Ao denunciarem, por exemplo, um erro, um

³⁰ GIDDENS vê a saída da jaula de ferro (WEBER, 1999) através da possibilidade de atuação dos especialistas, que têm poder de alterar processos. A questão abre-se aberta a discussões frutíferas.

³¹ Em comunicação, a diferença básica entre ‘publicidade’ e ‘propaganda’ é de que o conceito de publicidade liga-se à divulgação de cunho comercial. O conceito de ‘propaganda’ liga-se à divulgação de idéias, mais apropriadamente usado nos âmbitos político, filosófico e religioso. Existem, porém, muitas semelhanças entre os conceitos, sobretudo nas técnicas. O olhar do campo da comunicação, ao nosso ver, tem prática e autoridade legítimas para legislar sobre os conceitos. Há outras noções, às vezes conflitantes, em outros campos, que, por ora, nada nos acrescentam.

caso de corrupção ou algo anormal, as informações podem alertar sobre os desvios dos sistemas peritos, pondo em perigo a crença (ou fé) na excelência de seu funcionamento, o que abala sua “segurança ontológica”.

Os conceitos desenvolvidos por GIDDENS (1991) ajudaram-nos a entender porque o conceito de ‘qualidade de informação’ na literatura da ciência da informação e outras áreas está tão impregnado pela noção de ‘excelência administrativa’, com destaque especial para princípios de redução de incerteza na tomada de decisão e para a finalidade de assegurar a manutenção da ordem e da dinâmica dos “sistemas abstratos”.

Para NEHMY (1998), a noção da excelência permeia muitos estudos na ciência da informação. Entre os estudiosos dessa área, a preocupação com ‘qualidade da informação’ ganhou força na década de 50, através da reflexão sobre os problemas práticos enfrentados, principalmente pela biblioteconomia, nas áreas de seleção, classificação, descrição, organização, armazenamento, recuperação, disseminação e avaliação de documentos e de sistemas de informação. Os problemas traziam seus próprios desafios e buscavam-se soluções para a eficiência e eficácia dos sistemas de informação.

O constante crescimento de arquivos levou ao aumento das preocupações com outros aspectos qualitativos e à defesa do papel de um especialista como filtrador, revisor bibliográfico e comentarista crítico na seleção de documentos e dados, contribuindo para a otimização do controle da qualidade da literatura científica e de coleções. Essas questões são abordadas pelos teóricos das áreas de seleção, avaliação de sistemas, disseminação da informação e gestão de processos informacionais. Chama-se a atenção para critérios de correção, imparcialidade, tratamento, abrangência, conveniência, idioma, estilo, precisão, linguagem, prestígio do editor, prestígio do autor ou da instituição, autoridade cognitiva e custo. Esses critérios e a ‘análise de citações’ foram tomados pela

bibliometria³², que faz algumas tentativas de mensuração de qualidade de documentos (WORMELL, 1999)³³, e nortearam o conceito de ‘qualidade de informação’ até a década de 70.

TAYLOR (1985) contribui para as reflexões sobre ‘qualidade’ em estudos sobre gestão de processos informacionais nas empresas e seu papel como ferramenta de apoio à tomada de decisão em cenários de mudanças ambientais. Considerou vários fatores na avaliação de sistemas, além dos custos e da racionalização de procedimentos. Propôs o diálogo do sistema com o usuário como forma de gerar o “valor agregado”, nome pelo qual sua teoria ficou conhecida. Cabe ao usuário desencadear o processo de valorização, em variadas situações, com motivações, problemas e padrões éticos específicos. Atendendo a essas necessidades, o sistema responde, agregando valor. Baseados em TAYLOR, podemos dizer que o conceito de qualidade diz respeito à interação do sistema (que vise à excelência) com o usuário, que quer sua necessidade atendida.

REPO (1989) auxilia-nos a entender as tendências de estudos sobre ‘qualidade da informação’ nos diversos campos científicos. Tomando a economia como disciplina piloto de suas idéias, o autor vê a informação como bem público necessário à interação social, que assume um ‘valor de uso’ e de ‘troca’, ambos imprecisos pela natureza sempre situacional que apresentam. Ele agrupa em cinco as abordagens mais comuns sobre o fenômeno. A *primeira* delas é a do “equilíbrio”, na qual a informação é vista pelo valor de troca, figurando sobretudo em estudos

³²A utilização de critérios bibliométricos, mensuração de citações são, na verdade, métodos quantitativos e supostamente objetivos, que, até há pouco, nortearam o conceito de qualidade da informação. Já para CORACINI (1991), COMPAGNON (1994) e DARNTON (1990), o uso de citações camufla a subjetividade do autor. Ao citar outro, o autor apropria-se da citação, muda seu contexto e lhe confere outro significado, carregado de sua subjetividade. O leitor vai, por sua vez, modificar novamente o significado (ECO,1998).

³³ Desenvolvendo metodologia para análise de citações em jornais científicos internacionais, WORMELL (1990) estudou a correlação entre autores, segundo distribuição geográfica no mundo, baseando-se nas publicações da LIS, ***Library and Information Science***. Os resultados revelaram predominância de publicações e citações de autores norte-americanos e europeus, em detrimento de africanos, asiáticos e sul-americanos. A alta representatividade explica a hegemonia de padrões e conceitos norte-americanos e europeus na literatura.

da economia³⁴. Muito usada pela ciência da informação e pela administração, a *segunda abordagem* implica a “concepção da informação no processo decisório”, que contribui para reduzir incertezas. A *terceira abordagem*, também tomada pela administração e pela ciência da informação é a “multidimensional”, em que se elencam atributos para a informação como certeza, impacto, aplicabilidade, conteúdo e relevância, transcendência temporal, atualização, exatidão, quantidade, poder, suficiência, compreensão, imparcialidade, tempestividade, confiabilidade, relevância, compatibilidade e quantidade. A *quarta abordagem* refere-se à linha “cognitiva” e foca o uso da informação no processo comunicativo, norteando estudos em comunicação e psicologia. A *quinta abordagem* é a “análise de custo/benefício”, usada na administração e economia. Considerando impossível criar um modelo genérico, o autor propõe um método dual para analisar a questão, como na FIG. 2, p.56. As abordagens centram-se no *valor de troca*, com aplicação em estudos clássicos econômicos (análise de produtos e serviços), e a que explora o *valor de uso*, são tomados em campos, como psicologia, gestão do conhecimento, comunicação e outros.

Em 1990, Irene WORMELL coordenou a publicação de materiais apresentados no Seminário da NORDINFO, realizado em Kopenhague, Dinamarca, em 1989, em que foram vários autores abordaram temas alusivos à ‘qualidade de informação’, como Wagner, Hämäläinen, Schwuchow, Capurro, Olaisen, Marchand, Ginman e Casanova. Os estudos ilustram as tendências de abordagem citadas por REPO, em especial as dedicadas à redução de incerteza e multidimensional com base em atributos. Permeado pelo paradigma da excelência, o evento debateu o tema em diversas dimensões como: gerenciamento (avaliação de sistemas, preço, custo, nichos de mercado, produtividade, lucratividade); credibilidade e confiabilidade de serviços *on line* e aspectos qualitativos de bancos de dados

³⁴ MARCONDES FILHO (1985:25) expôs que a notícia é altamente perecível e assume valor de troca ao se transformar em mercadoria à venda.

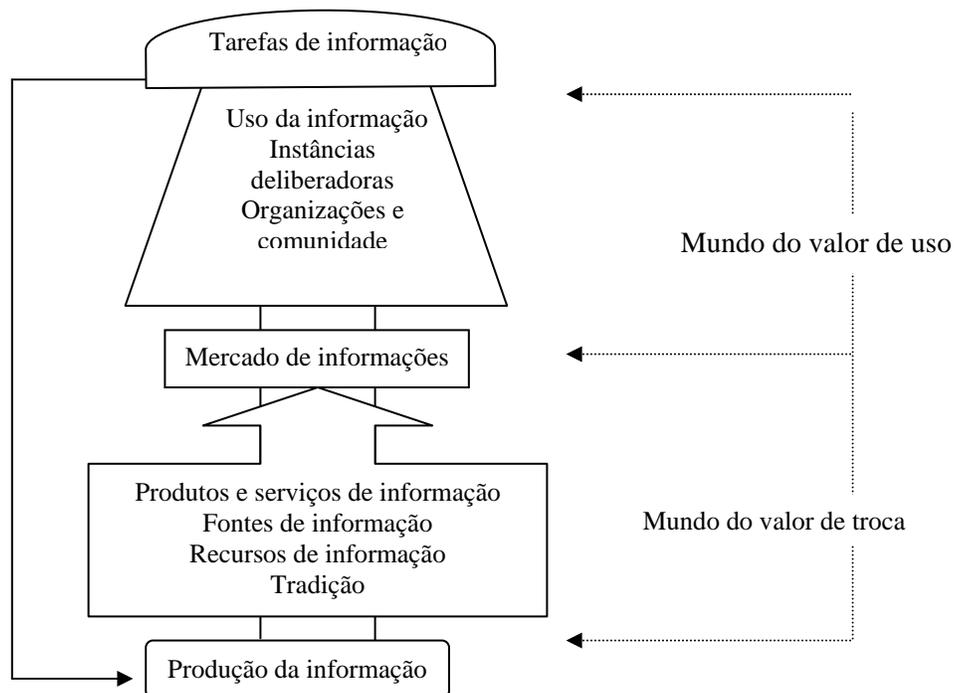


FIGURA 2 - USO DA INFORMAÇÃO E MERCADOS.

Fonte: REPO (1989:74)

Comentários: descreve os papéis do valor de troca e de uso da informação em geral. Consideramos o modelo de REPO adequado para o sistema jornalístico, que compreende: empresas jornalísticas, fontes e comunidade, estando as fontes inseridas no 'mundo da troca'. Mencionando a informação como bem público, que indivíduos e organizações trocam entre si, o modelo de REPO sugere o acréscimo das dimensões política, econômica e social ao conceito de qualidade da informação, incorporadas desde os primórdios pelos estudos em comunicação.

(*database*), ora focando gestão de sistemas, políticas de seleção, a importância da informação no contexto social ou atributos e satisfação de usuários, demonstrando sua complexidade.

Alguns autores criticaram os debates como infrutíferos, dentre eles, WAGNER (1990), que denunciou a confusa terminologia dos estudos sobre 'qualidade', problema esse extensível aos conceitos de informação. Segundo ele, 'qualidade' era utilizada de diferentes formas, alternando-se entre senso comum, mercadoria, grau de excelência de sistemas e estudo de documentos. Afirmou também terem sido pouco produtivas as tentativas de se elencarem atributos para o

fenômeno, sugerindo a sintetização de trabalhos teóricos como caminho para a construção do conceito de 'qualidade', etapa que deveria preceder as propostas de pesquisa. Apesar disso, considerava duas linhas de abordagens mais consistentes: - a primeira seria a de Taylor, orientada para o uso e usuário, e a segunda seria direcionada ao comportamento da informação no processo decisório.

OLAISEN (1990) pesquisou o uso da informação no meio eletrônico. Sua abordagem é interessante, pois elenca fatores intervenientes no processo de 'qualidade da informação', que podemos entender como reflexos de ações sociais diversas. Os fatores se inter-relacionam e enfrentam barreiras impostas por aspectos situacionais. O autor fala de naturezas cognitiva e técnica da informação. Denomina o primeiro grupo de "autoridade cognitiva", enfatizando fatores como "valor percebido", "relevância", "transcendência temporal" e aspectos ligados diretamente às fontes como "validade", "confiabilidade", "credibilidade" e "influência e competência da fonte e do meio institucional". Admite a interferência da subjetividade, como aspectos afetivos e psicológicos, e do senso comum, que, ao lado do contexto histórico, geo-político, do papel das convenções sociais e da tecnologia, influem na percepção sobre 'qualidade'. O segundo grupo engloba fatores técnicos, composto de padrões de atributos aceitos como indicadores de qualidade, como linguagem, forma, custo, novidade, acessibilidade, transcendência temporal, velocidade, flexibilidade, completeza, disponibilidade, seletividade e métodos de busca. Usuários e organizações tomam decisões com informações incompletas e sob interferência da fé e da ideologia, nas quais diferentes contextos envolveriam diferentes fatores. Propôs o modelo comportamental de busca, descrito na FIG.3, p.58, que se tornou interessante, na medida em que estimula reflexões para compreender o fenômeno na visão macro, incorporando a ação dos fatores intervenientes no ambiente informacional na sociedade. Posiciona critérios e atributos de qualidade como frutos de padronização construída socialmente e mostra a interveniência das fontes formais e informais no processo, lembrando que a concepção de 'fontes' no texto refere-se a canais formais e informais de divulgação de informação no ambiente organizacional.

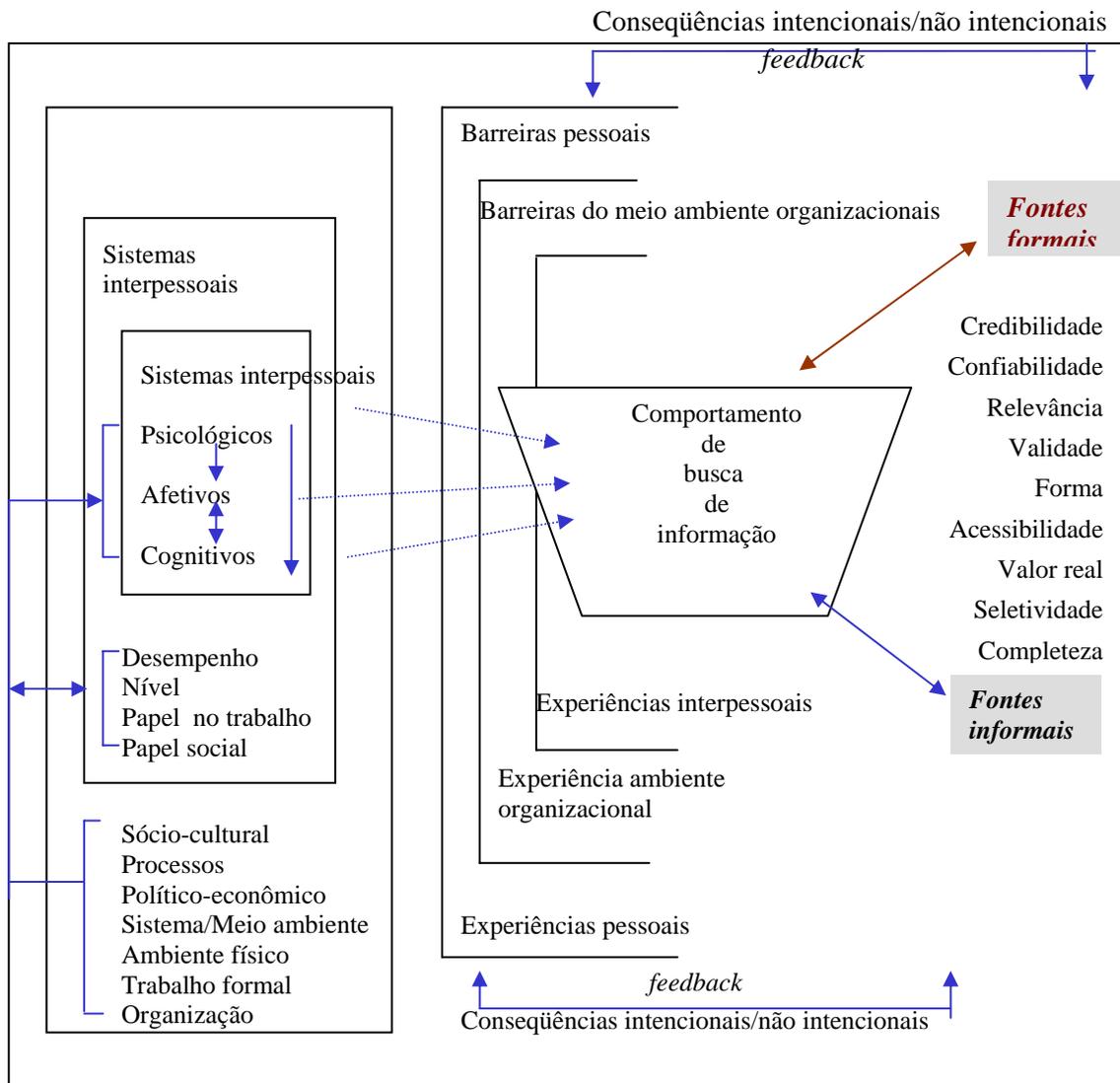


FIGURA 3 - PROCESSO COMPORTAMENTAL DE BUSCA DE INFORMAÇÃO
 Fonte: OLAISEN (1990:98)

Comentários: O esquema leva-nos a inferir que 'qualidade da informação' seja um conceito testado no comportamento de busca do usuário, que colhe informações de acordo com suas necessidades e critérios de seleção. A 'qualidade da informação' é pensada como processo, em que vários fatores interferem. Dentre esses, os atributos de qualidade socialmente aceitos guiam a escolha do usuário. Notamos a grande influência das fontes, quer sejam formais ou informais. No ambiente organizacional, fonte formal equivale a que está registrada ou à declaração de alguém que detenha cargo institucional representativo. Fonte informal refere-se aos meios verbais, dentre eles, a famosa 'rádio peão'.

CAPURRO (1990) discorreu sobre o impacto poluidor das novas tecnologias de informação na sociedade, reivindicando que profissionais e pesquisadores se pautem pela ética e competência, atuando como ecologistas e guardiões da qualidade ambiental da informação. Os desafios dos cientistas e profissionais da informação seriam: a procura por soluções de acesso democrático à informação; diagnóstico de suas implicações no desenvolvimento de cada país; pesquisas de variáveis econômicas (produção, uso e distribuição da informação); e levantamento da repercussão do fenômeno informacional no ambiente educativo. Buscar-se-ia, assim, assegurar desenvolvimento igualitário entre as nações. Seu discurso afina-se com as idéias de autores da área de comunicação.

MARCHAND (1990), cuja abordagem baseou-se em atributos de qualidade, aponta cinco formas de definição. A *primeira forma* é a “*transcendente*”, ligada à excelência extra-temporal, em que cita a obra *República de Platão* como exemplo de conteúdo, que ainda hoje desperta interesse na sociedade. A *segunda definição, baseada no usuário*, é sempre situacional, já que consumidores de informação diferentes têm desejos, necessidades e estilos cognitivos diferentes, julgando a qualidade conforme suas preferências. A *terceira forma de agrupamento* é “*baseada no produto*” e favorece a mensuração por especificações técnicas, como peso, composição química. A *quarta maneira de definição* centra-se na “*produção da informação*”, que traduz preocupações com o processo de gestão, voltado para satisfazer clientes através de racionalização de rotinas e custos. A *quinta forma de agrupamento* é a do “*valor percebido*”, no qual a subjetividade e a percepção do usuário são essenciais na distinção de atributos como *layout* e linguagem. A existência simultânea das cinco formas, todas com problemas a solucionar, resulta em pontos de vista conflitantes e parciais sobre ‘qualidade de informação’ entre públicos variados. Assim, o consenso sobre seu conceito é de difícil alcance. Sugere, então, oito dimensões para se pensar a ‘qualidade da informação’: “valor real, padrões, confiabilidade, transcendência temporal, relevância, validade, estética e valor percebido”. A *dimensão do “valor real”* refere-se à utilidade da informação no

processo decisório. A *segunda dimensão* relaciona-se “aos *padrões e especificações*” do produto ou serviço de informação, enquadrando atributos de exatidão e clareza. A *terceira dimensão* refere-se à “confiabilidade” do produto ou serviço e relaciona-se diretamente com às fontes. A *quarta dimensão* é a “*transcendência temporal*”, dizendo respeito à vida útil da informação. A *quinta dimensão* corresponde à “*relevância*” e liga-se ao grau de utilidade da informação para o usuário. A *sexta dimensão*, “*validade*”, relaciona-se com a forma de obtenção da informação e métodos de validação. A *sétima dimensão* é a “estética” e diz respeito ao *layout*, aparência e apresentação, envolvendo questões subjetivas. A *oitava dimensão* é a do “*valor percebido*”, em que o contexto muito interfere. A complexidade e ocorrência simultânea das dimensões dificulta a mensuração da ‘qualidade da informação’, mas a abordagem facilita o estudo do fenômeno.

PAIM e NEHMY (1996), retomando as considerações sobre atributos de qualidade, elencados, em especial por MARCHAND, propõem nova classificação, que norteou a investigação de CHAVES (2000). Segundo as autoras, os atributos guardam estreita correlação entre si e podem ser pragmaticamente divididos em três níveis: “*transcendente, intrínseco e contingencial*”. O nível “*transcendente*” retrata o nível filosófico e metafísico. “A qualidade considerada nessa ótica implica o reconhecimento do valor da informação como absoluta e universalmente aceitável, próxima da idéia de excelência” (PAIM e NEHMY, 1996:114). A essência da ‘qualidade da informação’ independeria do tempo e do espaço histórico. CHAVES (2000), adaptando o conceito ao jornalismo, englobou nesse nível a ‘ética’, a ‘contribuição da informação para o exercício da cidadania, educação, lazer, entretenimento’ e para o ‘desenvolvimento social’.

Os *atributos “intrínsecos”* são os principais aspectos focados pelos sistemas de informação e referem-se aos valores inerentes à informação documentada (PAIM e NEHMY, 1996). Incluem as dimensões de ‘confiabilidade’ (credibilidade de conteúdo, autoridade cognitiva da fonte, prestígio do autor ou instituição), “precisão” (registro fiel ao fato ou acontecimento), a “validade” (método de

checagem e apuração) , a “imparcialidade/parcialidade” (inerentes à informação, pois o relato incorpora a objetividade e subjetividade), “atualidade” (consonância com o ritmo de produção da informação), a “novidade” (o novo, o recente³⁵), “completeza” e a “transcendência temporal” (vida útil da informação³⁶), a “pertinência” (o fato de a informação dizer ou não respeito à realidade do público a que se dirige), a “repercussão” (capacidade de a informação se desdobrar em outras e ressoar tanto em abrangência geográfica como em impacto sobre as diversas esferas sociais³⁷) e o “impacto” (capacidade de impacto, sensibilizar o usuário, liga-se ao sensacionalismo).

O “impacto” poderia ser enquadrado na terceira categoria, a “*contingencial*”, que se refere aos aspectos situacionais ou práticos da ‘qualidade da informação’, mais percebidos pelo usuário. Enquadram-se nesta categoria o “valor percebido”, a “eficácia”, “formato (*layout*)” (PAIM e NEHMY, 1996), a “relevância” (quanto a informação é útil ou faz sentido ao usuário), “interesse”, a “abrangência”, a “redundância” (repetição de fatos ou idéias que visam à melhor assimilação) e a “objetividade” (esforço de eliminar as inferências subjetivas para conservação da fidelidade ao fato). Encontramos também neste nível a “linguagem”, acessível, clara, correta, exemplo de eficácia e padrão moderno de redação. Sendo difícil estabelecer linhas divisórias entre os atributos, os três níveis devem ser considerados, para melhor compreensão do fenômeno informacional.

NEHMY (1996, 106) reforça a noção política da informação e acredita que o cientista deva exercer o papel de hermenêuta, sugerindo a inserção da informação em princípios éticos, morais e políticos. Isso implicaria repercussões na agenda de pesquisa da ciência da informação e no currículo de formação básica do

³⁵ O culto ao novo é herança moderna (KUMAR,1997) e, na ausência de outros critérios, ressalta OLAISEN (990), valoriza positivamente a informação. O novo seria melhor que o velho. ECO (1998) defende que a noção de novidade é relativa, pois muitas vezes o antigo reveste-se de diferentes roupagens para parecer algo novo. A novidade ficaria por conta da interpretação do leitor que lhe confere novo significado, pois, como num bosque, tem várias opções de caminhos a escolher e o faz como lhe convém em determinado momento.

³⁶ A informação jornalística prima pelo factual e efêmero. À exceção dos ensaios críticos, as notícias são descartáveis.

³⁷ A repercussão é uma das intenções da notícia. Quanto maior, melhor.

profissional, que deveria incorporar denso conteúdo em ciências humanas, de modo a sensibilizá-lo para grandes questões filosóficas.

No âmbito do jornalismo, o debate sobre a 'qualidade da informação' toma emprestado teorias e abordagens da filosofia, sociologia, história, antropologia, política, economia e psicologia. Revendo alguns autores da área, encontramos atributos de qualidade similares aos elencados pelos da ciência da informação e podemos analisá-los também nos três níveis elencados por NEHMY e PAIM (1996) e CHAVES (2000), a partir de MARCHAND (1990).

As "funções" tradicionais do jornalismo referem-se às preocupações no nível "transcendental" e englobam 'universalidade, ecletismo (falar de tudo), educação, informação, interpretação e entretenimento'. Nesse nível, as reflexões sobre 'qualidade de informação' envolvem amplas considerações e incluem aspectos filosóficos, políticos, econômicos, culturais e sociais. São inevitáveis as discussões relacionando informação à cidadania. Muitas dessas reflexões começaram há cerca de 50 anos, quando intelectuais, comprometidos com a questão da informação nos meios de comunicação de massa, se uniram em torno da NOMIC- Nova Ordem Mundial de Informação e Comunicação, para denunciar o fluxo desigual de informação do norte para o sul no Planeta, com preponderância maior para o norte³⁸, representando a submissão de países menos desenvolvidos aos interesses dos EUA e países europeus. O auge da discussão aconteceu nas décadas de 70 a 80 do século XX, quando vários projetos de pesquisa foram patrocinados pela UNESCO. Embora a NOMIC tenha-se desorganizado, hoje, voltam à tona muitas de suas reivindicações. DANTAS (1998) defendeu que as políticas informacionais são estratégicas, sustentáculos importantes da soberania de uma nação. Denunciou a ausência de debate e a negligência das lideranças no Brasil em torno dessas questões. Privatizações de empresas de telecomunicações, mineradoras, setores

³⁸ Em 1980, o norte produzia cem vezes mais informação para o sul do que vice-versa.

energéticos e órgãos de imprensa ocorreram sem crítica, reforçando nossa submissão informacional aos países hegemônicos, fato agravado pela significativa utilização de agências de notícias como fontes pelos jornais, notícias pautadas em esferas de interesses de seus países de origem. CANCLINI (1995) discorreu sobre o fluxo desequilibrado de bens culturais entre norte e sul e mencionou o descaso com que as regras para a comercialização desses bens são tratadas no GATT pelos EUA, cujos produtos culturais invadem o mercado mundial, em especial o ‘terceiro mundo’, enquanto que o contrário não ocorre. Esse problema poderia ser contornado pela ação do estado, que deve favorecer a organização e a participação sociais. Apelos para essa idéia encontram respaldo entre os cientistas da informação, como em DERVIN (1995), CAPURRO (1990), NEHMY (1996) e LIEVROUW (1994), que sugeriu que a mídia aproveite as contribuições das novas tecnologias para incentivar interatividade e participação de usuários. As centrais de *telemarketing* e a *internet* são caminhos viáveis para registrar sugestões de usuários e desenvolvimento de pesquisas de opinião.

Também compõe o conceito de ‘informação jornalística’ o caráter comercial, já que relações capitalistas envolvem sua produção:

“Notícia é a informação transformada em mercadoria, com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isso, a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo... ela é um meio de manipulação ideológica de grupos de poder social e uma forma de poder política. Ela pertence ao jogo das forças da sociedade e só é compreensível por meio de sua lógica. Essa lógica supõe três dimensões: a) a inserção da notícia como fator de sobrevivência econômica (infra-estrutural, portanto) do veículo (como mercadoria); b) como veiculador ideológico ; e c) como estabilizador político”. MARCONDES FILHO (1986:13)

O caráter comercial e a universalidade são criticados por BOURDIEU (1997), para quem a mídia, sobretudo a televisão, com seu ecletismo, aliena o

público, desviando-o das discussões políticas pertinentes à sua realidade. As banalidades e os espetáculos expostos não contribuem para a melhoria da 'qualidade de vida' da comunidade, desviando o jornalismo de seus objetivos de informar e educar.

Os teóricos do jornalismo também mencionam atributos de qualidade. Referem-se à 'mercadoria notícia', que enquadraríamos na categoria "baseada no produto" de MARCHAND (1990), ou no nível "intrínseco" de NEHMY (1997). São eles: a 'validade, confiabilidade, precisão, imparcialidade, pertinência, completeza, novidade, atualidade, transcendência temporal, impacto e a repercussão'. Também são lembrados aspectos técnicos como a 'periodicidade', 'difusão', o 'tamanho', a 'novidade' e a 'raridade' (ou 'curiosidade'). Dois desses atributos merecem destaque. O compromisso com a fidelidade ao acontecimento elege a 'precisão' da notícia como meta prioritária, a ponto de originar o termo *Precision Journalism*, de Philip Meyer, que orientou a prática da imprensa nos anos 1970. Já o atributo da 'confiabilidade' guarda relação mais restrita com as fontes e é essencial para a credibilidade do jornalismo. Outros atributos podem ser enquadrados como "contingenciais". É o caso da 'linguagem' e seu 'poder explicativo' (redundância), do 'formato', da 'objetividade', da importância para o leitor ('relevância'), 'interesse', objetividade e da abrangência. A linguagem simples, clara, bem escrita, deve seguir padrões de correção gramatical, contendo certo grau didático de 'redundância'. Os atributos de 'repercussão' e 'interesse' (proximidade, oportunidade de alcançar a audiência) são eleitos, muitas vezes, como parâmetros de valorizar a notícia e balizam a tomada de decisão sobre onde as informações vão figurar no jornal impresso, por exemplo. As de maior repercussão e interesse tendem a ocupar as primeiras páginas, local mais nobre do periódico. Percebemos que as características e funções da notícia guardam afinidades com os atributos elencados por TAYLOR, OLAISEN e MARCHAND, sintetizados por PAIM e NEHMY (1996), os quais CHAVES (2000) adaptou na FIG.4, p.65, classificando-os em atributos de 'qualidade da

Nível transcendente: aspectos filosóficos e universais	
Ética	Seguir as normas de boa conduta e profissionalismo
Contribuição para o desenvolvimento social.	Contribuir positivamente para o exercício da cidadania, educação, lazer e entretenimento
Ecletismo	Falar de tudo
Nível intrínseco: atributos focados pelo sistema jornalístico	
Confiabilidade	Nível de credibilidade de conteúdo, da fonte e do meio.
Precisão	Exatidão, correção, relato fiel ao fato representado
Validade	Chechagem, forma de apuração dos dados, legitimidade
Imparcialidade	Apresentação do fato sob diversos ângulos
Parcialidade	Apresentação do fato com posicionamento político definido
Atualidade	Relato no ritmo de produção da informação
Conteúdo rico	Análises, relacionamentos com o contexto
Completeza	Inclusão de detalhes, profundidade
Pertinência	Dizer respeito ao público a que se dirige
Novidade	Recente, inédito, um furo jornalístico
Repercussão	Repercussão em novas informações ou nas diversas esferas sociais
Transcendência temporal	Vida útil maior
Impacto	Capacidade de sensibilizar a audiência
Nível contingencial: atributos mais ligados aos usuários	
Linguagem	Coloquial, formal, correta, elegância de estilo
Formato	Eletrônico, impresso, oral, visual e microforma. Pode ser agradável, uso de fotos, cores, diagramação etc.
Relevância	Utilidade, fazendo sentido para a comunidade
Interesse	Despertar interesse no público
Objetividade	Relato sem inferências subjetivas, ser sintético ou analítico.
Abrangência	Repercussão sobre um grande espaço geográfico
Redundância	Repetição de informações para facilitar compreensão

FIGURA 4 - ATRIBUTOS DE QUALIDADE DA INFORMAÇÃO

Fonte: CHAVES (2000): adaptação de PAIM e NEHMY (1996:115)

informação' denominados também de *transcendentes, intrínsecos e contingenciais*.

Percebemos que a busca de conceitos de 'qualidade', assim como o de informação, tanto na ciência da informação como na comunicação é legado dos requisitos de legitimidade exigidos pelo paradigma científico. O tema é complexo e as discussões refletem os problemas da prática dos profissionais, em especial nas áreas de seleção, avaliação de sistemas e gerenciamento de informação. As abordagens variam com o foco no sistema (excelência), informação como produto (atributos), produção (fatores intervenientes) e foco no usuário (aspectos subjetivos e culturais). No jornalismo, a preocupação com aspectos qualitativos inclui aspectos políticos, econômicos e técnicos, com destaque para o papel ativo das fontes.

As várias formas de se discutir o conceito de 'qualidade de informação' sugerem aprofundamento em pesquisas. Ressaltamos que os atributos e critérios usados para defini-los são compartilhados socialmente, sendo frutos da ação do senso comum sobre os indivíduos. Nessa perspectiva, poderíamos enquadrá-los, mais apropriadamente, como fatores intervenientes na percepção sobre 'qualidade da informação'. A abordagem é frutífera, pois permite caminho metodológico para se discutir o assunto. Como o processo da informação se estabelece na dinâmica social, a reflexão sobre 'qualidade de informação' deve englobar ampla discussão, por ser holístico e complexo. Concordamos com TAYLOR, quando defende que a percepção sobre 'qualidade' é sempre situacional e envolve, inevitavelmente, a interação entre usuário e sistema. Dessa forma, o consenso sobre algum conceito de 'qualidade da informação' é impossível. Acreditamos, enfim, ser mais adequado abordar 'qualidade da informação' como um fenômeno.

Tomando as idéias dos autores vistos anteriormente, propomos o modelo descrito da FIG.5, p.67, a que denominamos FENÔMENO MULTIDIMENSIONAL DA QUALIDADE DA INFORMAÇÃO, inserido na base tridimensional da sociedade: espaço, tempo e usuário. Na dimensão 'espaço' perpassa a dinâmica das relações sociais, políticas (relações de poder) e econômicas (modos e meios de sobrevivência). A dimensão 'tempo' envolve o contexto histórico,

os sistemas de valores, éticos e filosóficos. A dimensão 'usuário' diz respeito às necessidades de informação e aspectos subjetivos.

O fenômeno contempla a interveniência contínua dos contextos 'histórico' e 'filosófico', 'necessidades do usuário', a 'sociabilidade', a 'política' e o 'modo de sobrevivência', que envolvem processos dialéticos de comunicação, permeados por fluxos de Informação. Na esfera das 'necessidades do usuário' (leitor, jornalista e representante da fonte), consideramos questões que influenciam a apreensão subjetiva da realidade, como a experiência pessoal, aspectos afetivos, psicológicos e cognitivos. Na esfera da 'sociabilidade', salientamos aspectos que interferem na apreensão objetiva da realidade, como o ambiente sócio-cultural, a experiência compartilhada dos indivíduos, a linguagem, sistema de crenças e valores. Na esfera da 'política', destacamos a interação das ações sociais e as relações de poder. Por fim, na esfera do 'modo de sobrevivência', consideramos as formas como os indivíduos organizam a sobrevivência, o ambiente econômico, o sistema de trabalho. Interessam-nos três atores que interferem na percepção sobre qualidade da informação: o sistema jornalístico, as organizações e os especialistas.

O modelo engloba as idéias de Capurro, Paim e Nehmy, Taylor, Olaisen, Marchand, Repo e Chaves. O fenômeno da 'qualidade de informação' é holístico, situacional e enquadra diversos fatores intervenientes. Dentre eles, os atributos, espécie de construção objetiva sobre qualidade, configuram perspectiva metodológica viável para fomentar a discussão sobre o assunto. Já as fontes encontram-se em todas as dimensões, influenciando e sendo influenciadas pela dinâmica processual. O conhecimento sociológico perpassa as dimensões institucionais e a ação dos especialistas. A abordagem, compatível com o conceito de sociedade adotado, norteou este trabalho, justificou os objetivos específicos e orientou a análise dos dados. A elaboração de instrumentos de coleta de dados baseou-se nos atributos elencados na FIG.4, p.65. Identificamos a maneira como as 'fontes formais' contribuem para cada atributo e investigamos os fatores que interferem no processo de produção da notícia, assunto que abordamos mais adiante.

3

O SISTEMA JORNALÍSTICO E SEUS AGENTES

“Quanto aos jornais, nós precisamos estar de bem com eles. Fama, reputação, ser constantemente mencionado publicamente, isso não passa do feijão-com-arroz do detetive. Ele precisa que se divulguem suas informações, caso contrário, vão achar que não tem informação nenhuma”
MARK TWAIN (2001:204)

Segundo WEBER (1999: 141), na essência da ação social encontram-se atores e jogos de dominação, que classifica em três principais tipos puros ideais: a “dominação racional”, baseada na crença na legitimidade das ordens estatuídas e do direito de mando de quem detém a autoridade legal; a “dominação tradicional”, alicerçada no respeito cotidiano às tradições; e a “dominação carismática”, fundamentada na veneração de um poder extra terreno ou heróico de um ser. Ao longo de milênios, a humanidade tem testemunhado todos esses tipos de dominação, puros ou mistos, sendo que um deles, o “racional”, tende a prevalecer sobre os demais. A principal razão para que isso ocorra é o fato de vivermos progressivamente sob o regime estrutural burocrático, que se vem fortalecendo desde os primórdios da civilização, chegando a seu estado típico ideal com a modernidade. “A burocracia é de caráter racional: regras, finalidade, meios, impessoalidade objetiva dominam suas atitudes (WEBER, 1999)”. O aparato da burocracia, permeado de processos de dominação, admite várias ramificações, tecendo uma malha ou “jaula de ferro”, que aprisiona a estrutura social. A burocracia está presente no estado, nas empresas, escolas, igrejas e organizações das mais diversas, pressupondo alguns princípios básicos em seu *modus operandi*, que caracterizam o processo administrativo institucional. São eles: o “princípio de competências”, segundo o qual as atividades e responsabilidades podem ser planejadas e distribuídas de acordo com regras, leis ou

regulamentos, devidamente registrados por escrito, que delimitam deveres, direitos, poder e competência de cada ator da instituição; princípio da “hierarquia de cargos”, em que ocupantes de níveis mais altos detêm poder de mando, recebem maiores salários, enquanto os que ocupam níveis mais baixos se subordinam à autoridade legítima; princípio da “comunicação formalizada”, em que tudo deve ser formalmente registrado por escrito; e o princípio da “qualificação profissional”, segundo o qual o diploma valida o conhecimento técnico e o exercício de uma profissão. Tudo isso para garantir a “eficiência” organizacional. Esse tipo de administração racional pressupõe que o exercício da autoridade seja impessoal (protegendo contra abusos e injustiças), delegações justas e transparentes, acatadas por todos por rígida disciplina e obediência às normas, que estão acima de tudo e de todos. A burocracia pode assumir formas muito diversas, mas, de modo geral, conduz ao funcionalismo e ao utilitarismo. Os membros de uma comunidade burocrática, integrados nesse mecanismo e querendo perpetuá-la, garantem a contínua aderência às regras, fortalecendo a burocracia. Segundo WEBER (1999:222) a “burocracia, uma vez plenamente realizada, pertence aos complexos sociais mais dificilmente destrutíveis”. Forma-se, pois, uma espécie de “jaula”, que aprisiona os atores à sua dinâmica. “Onde quer que a burocratização da administração tenha sido levada a cabo, cria-se uma forma praticamente inquebrantável das relações de dominação (WEBER, 1999: 222)”. Assim, seria difícil, ou quase impossível, ocorrer mudança profunda, pois uma organização burocrática tende a excluir o público externo. Uma rara forma possível de inovação aconteceria, segundo o autor, através do lento avanço tecnológico que só acontece quando este se adapta lentamente às malhas da burocracia. Uma vez consolidado o avanço, a mudança é irreversível, de qualquer forma, adaptada à ordem da lógica burocrata, que continua prevalecendo.

Podemos pensar o jornalismo na perspectiva burocrática weberiana, acrescentando que ele pode ser também visto como um sistema perito (GIDDENS,1991), dentre tantos que compõem o modelo funcional e orgânico da

sociedade³⁹. Podemos extrapolar e olhar para toda organização social e econômica sob o prisma do modelo racional burocrático. Não apresentam as empresas jornalísticas processos de gestão burocratizados? E não estariam perfeitamente encaixados nesse modelo os dois principais agentes que nos interessam: os jornalistas e as fontes? Não têm os jornalistas um diploma que os qualifica para o exercício da profissão? Não estão submetidos à administração racional, trabalhando em obediência às normas e regulamentos de seus empregadores? E as fontes? Não seriam elas, porta-vozes primeiros dos interesses de instituições burocratizadas? Nesse sentido, caminhamos para o raciocínio de que o sistema jornalístico, a imprensa, ao dar visibilidade às diversas formas de organizações, funciona como porta-voz do complexo burocrático, imprimindo-lhe o ritmo a ser seguido e consolidando as suas bases (WEBER, 1999:212). São as vozes dos especialistas, guardiões do conhecimento, que espiralam na mídia.

No entanto, apesar do brilhantismo do pensamento de WEBER, a burocracia, como processo, não está ileso à dialética e às contradições, nem às inovações revolucionárias trazidas pela prática, mesmo que quase imperceptíveis, como acredita MARX (1978), e nem é isenta de subversões instituídas pelas subjetividades individuais. Um dos principais *'locus'* de conflitos é a comunicação, cujo campo “não é apenas um repasse de conteúdos, mas ela também se converte em dispositivo de produção de realidade e conhecimento (FAUSTO NETO, 1991: 14)”. Ou seja, as diversas vozes e pontos de vista, que o jornalismo evidencia, reforçam toda a ordem dominante e, de alguma forma, a ordem dos dominados.

No contexto descrito, entendemos o jornalismo como um sistema de informação, que compreende três atores principais: jornalistas, as fontes (promotores de notícia) e o público ou, como prefere OLIVEIRA (1996:25), as “três instâncias fundamentais para fazer com que um acontecimento alcance a esfera pública através

³⁹ WEBER (1999) considera que os jornais não são simplesmente empresas capitalistas com a ânsia do lucro, mas também organizações que funcionam como clubes políticos. Ou seja, ele entende que falar de notícias é falar de política no âmbito da sociedade.

do sistema informativo”. Centramos nossas atenções nos jornalistas e nas fontes, os entrevistados no desenrolar da pesquisa. Interessava-nos entender seu campo profissional, seu comportamento busca de informação e os fatores que interferem em sua rotina de trabalho.

3.1 O jornalista: formação, atuação e bastidores

O jornalista insere-se no mercado de trabalho após concluir quatro anos de graduação⁴⁰. Na UFMG, por exemplo, o ingresso acontece pela aprovação para o curso de ‘comunicação social’, que, após o ciclo básico, oferece a opção por quatro especialidades: ‘jornalismo, publicidade e propaganda, radialismo ou relações públicas’⁴¹. A grade curricular oferece disciplinas técnicas, que auxiliam a prática do profissional no mercado de trabalho. As diferenças básicas estão nas especificidades. Os alunos de ‘publicidade e propaganda’ e ‘relações públicas’ cursam disciplinas técnicas de criatividade, planejamento de campanhas e *marketing*. Os alunos de ‘relações públicas’ cursam algumas disciplinas ligadas à área de gestão empresarial.

Enquanto freqüentam a escola, estudantes de jornalismo e radialismo acreditam estar-se preparando para ingressarem como repórteres em veículos de comunicação. Os estudantes de ‘relações públicas’ esperam trabalhar em empresas como empregados ou consultores e os alunos de ‘publicidade’ imaginam-se

⁴⁰ A exigência de diploma superior específico para o exercício da profissão de jornalista, em Belo Horizonte, aconteceu a partir de 1979, quando os que atuavam na área obtiveram registro por tempo de prática. O mesmo processo não foi uniformemente estendido ao interior de Minas Gerais, uma vez que muitas cidades não ofereciam o curso superior. A questão é polêmica no País e no mundo.

⁴¹ Outras escolas prevêem mais especializações, pois o leque da comunicação é amplo. Temos, como exemplo, teatro, radialismo e cinema, dentre outros.

trabalhando em agências de propaganda, desenvolvendo campanhas diversas. No entanto, ao ingressarem no mercado, a realidade mostra-se diferente. O número de empregos de jornalistas nos veículos de comunicação e de publicitários nas agências é bem menor do que nas organizações diversas, que empregam profissional de qualquer uma das modalidades para dirigirem as assessorias de comunicação, também invadida por administradores, psicólogos, assistentes sociais e outros, o que sugere alta competitividade no segmento. Segundo dados do Sindicato dos Jornalistas de Minas Gerais, as empresas e instituições empregam 70% da mão de obra ativa, normalmente em assessorias ligadas à alta administração⁴². As denominações dos cargos e os salários variam muito, mesmo com atribuição de atividades semelhantes.

Apesar de haver no Brasil o Conselho Nacional de Comunicação, esse não atua como órgão regulamentador unificado da categoria profissional, a exemplo do CREA, CRA, CFC, CRM, CRO⁴³ e outros. A inserção no mercado de trabalho acontece, teoricamente, sob a fiscalização e acompanhamento do CONREP, Conselho Nacional de Relações Públicas, ou da FENAJ, Federação Nacional de Jornalismo, que atua em conjunto com os sindicatos espalhados pelo País, e o CONAR, Conselho Nacional de Auto-regulamentação de Publicidade. Cada um desses órgãos descreve as atividades dos profissionais, muitas delas comuns a todos. A divisão traz como consequência a ausência de espírito de corporação, tal como Durkheim descrevia, em que um grupo procura obter legitimidade pública e consensual para o desempenho de suas atividades. Uma das consequências é a desunião entre os profissionais de comunicação, razão pela qual, se buscássemos na sociologia das profissões uma abordagem para a prática dos comunicadores,

⁴² O envolvimento com a alta administração exige desses profissionais grande conhecimento e domínio do processo de gestão.

⁴³ CREA, Conselho Regional de Engenharia e Arquitetura; CRA, Conselho Regional de Administração; CFC, Conselho Regional de Contabilidade; CRM, Conselho Regional de Medicina; CRO, Conselho Regional de Odontologia.

encontraríamos muitas dificuldades⁴⁴, fenômeno agravado pela natureza interdisciplinar da área, que vem trazendo ao campo da comunicação um complexo de discussões prolixas e desconcertantes (LIMA, 2001).

De qualquer forma, o que nos interessava nesta tese foi o ‘tipo ideal do jornalista’, aquele que se graduou, habilitou-se com diploma. Com estes requisitos, conquistou o poder legítimo de exercer sua perícia técnica como profissional da imprensa, acreditando ter como missão informar, entreter e educar a comunidade. A identidade do jornalista perante a opinião pública varia muito: de sentinela, ‘*super star*’, justiceiro a boêmio⁴⁵. Ele também é um operário, inserido numa organização burocrática, vivenciando a complexidade de seu ambiente de trabalho. Sua obrigação diária: obter informações para compor a notícia, segundo a pauta diária pré estabelecida por seu editor⁴⁶. É o comportamento do jornalista nesse contexto que nos interessava. Queríamos compreender como ele busca as informações e os fatores que interferem na produção da notícia.

Para entendermos o comportamento de busca do jornalista, recorreremos à ajuda na ciência da informação, que, preocupando-se com problemas que permeiam o processo informacional, prioriza estudos sobre usuários na interação com sistemas prontos ou acabados, informatizados ou não. Interessa-lhe compreender complexas questões, como motivação, contexto, subjetividade do usuário e outros. Procedemos a uma rápida revisão sobre o assunto, tentando inserir o jornalista.

Segundo BOHMERWALD (2002), entre várias propostas metodológicas, quatro abordagens de estudo de comportamento de busca de informação se alternam ou misturam: a centrada na descrição de etapas (1), tipos (2), fatores intervenientes

⁴⁴ Segundo BARBOSA (1993, 3-30), há duas principais tendências para a legitimação das profissões. Uma defende o espírito corporativo e a atuação de conselhos regulamentadores como forma de defesa dos profissionais. Outra, deixa a critério do mercado a delimitação do campo profissional, permitindo maior flexibilidade à sua atuação.

⁴⁵ A identidade do jornalista é abordada por TRAVANCAS (1993) e OLIVEIRA (1996).

⁴⁶ Com algumas variações, há cinco cargos principais na hierarquia de uma empresa jornalística: o diretor de jornalismo, secretário de redação, editores, apuradores e repórteres.

na busca (3) e levantamento de necessidades de informação (4). Em todos os estudos, as fontes posicionam-se com destaque.

As descrições das etapas são feitas considerando os diversos tipos de sistemas e meios de informação ou os vários grupos ou categorias de usuários, como o faz ELLIS (1989), para quem a ocupação profissional é decisiva. Seu modelo de comportamento de busca compreende oito etapas⁴⁷, conforme se segue:

- 1) **Início:** Atividades que formam a fase inicial, identificação de fontes de interesse que servem como ponto de partida para a busca;
- 2) **Encadeamento:** identificação de novos documentos e fontes de informação;
- 3) **Varredura:** busca semidirecionada em áreas de interesse potencial, após a identificação de fontes;
- 4) **Diferenciação:** filtro de acordo com a natureza e qualidade de informação;
- 5) **Monitoramento:** consulta periódica às fontes de informação mais usadas, contatos pessoais e publicações especializadas, para atualização;
- 6) **Extração:** utilização de uma fonte em particular para localizar materiais de interesse, podendo a consulta ser direta ou indireta (bibliografia, índices, bases de dados *on-line* etc);
- 7) **Verificação:** verificação da exatidão e precisão, para correção de erros;
- 8) **Finalização:** no caso do jornalismo, a finalização é a produção de outra informação.

Baseando-se nessas etapas e, a partir da avaliação das necessidades de informação do usuário, WILSON (1997) fala de “comportamento informacional” e propõe estudar o modo como as pessoas acessam e usam a informação, assim como fatores que as inibem ou encorajam. Descreve o comportamento em quatro tipos de busca: *atenção passiva (1)*, que ocorre quando a aquisição da informação ocorre ao acaso; *busca passiva (2)*, encontro acidental de outra informação relevante que não a especificamente procurada; *busca ativa (3)*, quando o usuário sabe exatamente o quer; e *busca contínua (4)*, que ocorre após o estabelecimento da estrutura básica de idéias, crenças ou valores. O ciclo pode ou não terminar com o

⁴⁷ A menção às etapas não varia muito entre os autores da área.

processamento e uso da informação. Quando ocorrem o processamento e uso da informação, altera-se o estágio de conhecimento do usuário. Os tipos de busca variam de acordo com as necessidades de informação, conhecimento ou atividades do usuário. O jornalista apresenta todos eles, já que, por hábito, se mantém atento a tudo. O comportamento de 'busca de informação das fontes formais' tende a se enquadrar como "busca ativa".

BROWN (1991) ressalta a interveniência da experiência e do tempo no comportamento de busca, que pode ser analisado em termos de padrões diferenciados segundo três dimensões. São elas: *as condições (1)* (exposição aos estímulos iniciais e avaliação do processamento dos estímulos pelos indivíduos); o *contexto (2)* (própria pessoa, sua ocupação e o ambiente em que se encontra); e o *processo de busca (3)* (percebida a necessidade de informação, a pessoa reage a estímulos, de acordo com o contexto e ativa diversas formas de buscá-la). Todas as dimensões interagem e apresentam barreiras à busca de informação. Como exemplo, comparemos um mesmo aluno, cursando o primeiro grau e, posteriormente, uma universidade, na busca de informação para um trabalho escolar. No primeiro grau, com nível de conhecimento menor, será estimulado pelo professor e procurará por títulos com conteúdo menos profundo, recorrendo a jornais e periódicos da imprensa, até como fonte única. Como universitário, tende a se conduzir por motivos pessoais e a optar por fontes múltiplas, com maior profundidade de conteúdo, como teses, dissertações, livros, baseando-se em atributos como nome do autor, legitimidade da fonte, a data de publicação, completeza, dentre outros. No caso do jornalista, presenciemos um fato peculiar: sua exigência sobre o conteúdo é grande, mas, paradoxalmente, às vezes relata informações mais genéricas e superficiais.

Para CHOO (2000), a compreensão do comportamento do usuário começa por sua contextualização no ambiente sócio-cultural, abordagem que colabora para melhores projetos de processos e sistemas de informação. Considerando modelos de outros teóricos, o autor refere-se a formas, que denomina "modo de exploração e de busca de informação", que podem ser de quatro tipos. O

primeiro tipo é a “*busca não direcionada*”, contexto em que o indivíduo é exposto a várias fontes e a uma série de informações sem nenhuma necessidade específica. O segundo tipo é a “*busca direcionada*”, quando o usuário tem certo foco de interesse e avalia as informações encontradas de acordo com suas expectativas. O terceiro tipo é a “*busca informal*”, quando o indivíduo tem interesse para aprofundar em alguma questão, mas não de forma estruturada. O quarto tipo é a “*busca formal*”, em que o usuário se planeja e estabelece um método para abordar uma questão claramente explicitada, caso de um pesquisador. O jornalista se caracteriza, em teoria, pelas “*buscas direcionadas e formais*”. CHOO fala também de seis etapas, não muito diferentes das de ELLIS: “início”, “encadeamento”, “varredura”, “diferenciação”, “monitoramento” e extração”.

Em face dessa breve exposição, podemos concluir que o estudo do comportamento de busca de informação envolve várias questões, pois se trata de processo dinâmico e complexo, alavancado, sobretudo, por necessidades de informação do usuário, cujo perfil e demais variáveis interferem no tipo de busca, no seu posicionamento com a fonte e nas suas exigências qualitativas sobre informação. Como todas essas variáveis se inter-relacionam, é pertinente estudarmos o perfil e o comportamento dos usuários que nos interessam, em especial os jornalistas. Como vimos, o comportamento de busca de informação do repórter é peculiar, pois usa informações para produzir outra, que, por sua vez vai ser fonte para a comunidade. Sua procura por informação abrange todas etapas e tipos descritos anteriormente, embora tenda a ser mais formal, sistematizada e profissional. Devido à tendência ao “almanaquismo”, costume de a imprensa evidenciar qualquer fato pitoresco, mesmo que esteja trabalhando numa reportagem ou investigação específica e focar determinadas fontes, o repórter desenvolve o hábito de estar sempre alerta para captar informações que possam gerar interesse no público.

Segundo NICHOLAS (1997), alguns aspectos são bem característicos do comportamento informacional do jornalista. Demandando grandes volumes de informação, com os mais variados atributos de qualidade e em diversas fontes,

precisam recuperá-la com extrema rapidez. O autor distingue cinco necessidades básicas de informação dos jornalistas: “a checagem de dados”, “atualização de dados”, “a pesquisa”, “contextualização” e a “inspiração”. Os fatores que interferem na sua busca são: a natureza e peculiaridade de seu trabalho, escolaridade e seu nível intelectual, as fontes, sua subjetividade, a quantidade, a qualidade da informação, a atualidade e a velocidade com que a acessa. Outros fatores costumam apresentar-se como barreiras para a busca como o tempo, os recursos, o acesso às fontes e, a “sobre-informação”, excesso de informação disponível (SOUSA, 2000).

Podemos afirmar que o comportamento varia de acordo com o contexto, tipo de órgão de imprensa e editoria em que o jornalista trabalhe. Ao escrever para um periódico semanal, a pressão do tempo é menor, podendo o profissional se planejar e pesquisar previamente. Num diário, a produção é atropelada pela pressa. Valoriza-se, sobretudo, o “furo de reportagem”. Os horizontes geográficos cobertos pelo veículo de comunicação interferem na busca de assuntos e fontes: quanto maior, maior a diversidade a ser explorada. Os jornais convencionais têm formato padronizado, enquanto outros (semanais, quinzenais ou mensais) são mais flexíveis.

O tipo de ‘informação jornalística’, estruturando-se em nota (informação curta), reportagem (informação mais detalhada), matéria (notícia padrão) ou editorial (matéria que expressa a opinião do jornal)⁴⁸, também é determinante no comportamento de busca de informação. O ecletismo (falar de tudo a todos) contribui para que as notícias produzidas se pautem por generalizações e superficialidades. Mas, entre tantos fatores que interferem no comportamento e no interesse pela busca de informação, um é determinante: o acontecimento.

A importância do acontecimento é tal que WOLF (1994) destaca que “a qualidade da notícia vem da qualidade do próprio acontecimento”. Mas afinal, por que alguns acontecimentos são transformados em notícia e outros não? Tentando responder a essa pergunta, CHAVES (2000) discorreu sobre critérios de

⁴⁸ Esses são os principais tipos de informações jornalísticas.

'noticiabilidade', aquilo que interfere na seleção de um acontecimento e os fatos alusivos a ele, que contribuem para transformá-lo num relato por um profissional da imprensa. Os critérios justificam a escolha para conferir visibilidade a um acontecimento. São vários e agem em conjunto. Quanto mais critérios um acontecimento reunir, maior chance tem de se converter em notícia. Preferimos tomar o termo 'fatores intervenientes na 'noticiabilidade', dividindo-os em 'fatores externos' e 'fatores internos' à organização jornalística (TAB.6, p.79) .

TABELA 6 - FATORES INTERVENIENTES NA PRODUÇÃO DA NOTÍCIA

Fatores	J	L
<i>A - Externos</i>	%	%
Acontecimento	83	4,73
Tempo	77,8	8,88
Concorrência de outros jornais	74,4	8,88
Interação com o público	72	3,53
Fontes de informação	60,8	26,04
Agências de notícia	58,8	4,73
Concorrência da TV	51,4	8,88
Anunciantes/Estrutura de poder	51,2	26,63
<i>B - Internos</i>		
Preparo e experiência do repórter	88,2	30,77
Infraestrutura	79,2	8,28
Linha editorial	72,8	21,30
Tecnologia	70,2	1,18
Subjetividade do editor	68	11,24
Impressão, layout	66,4	2,96
Relações de poder	63,4	21,30
Subjetividade do repórter	62,6	22,49
Gestão	61,8	5,33
Espaço	58,8	
Não soube informar	0	15,38

Fonte: CHAVES (2000)
Elaborado pela autora em out/99

Notas: 1) J= Jornalistas L= Leitores

2) A tabela refere-se a fatores que interferem na produção da notícia, e quanto são percebidos por jornalistas e leitores. Perguntou-se, sem induzir, que fatores interferem na produção na notícia. As respostas demonstraram que a percepção sobre os fatores era maior entre os profissionais da imprensa. A baixa percepção pelo leitor sinaliza a ausência de senso crítico sobre a questão. Uma das principais fontes é a pauta dos concorrentes, seguida das fontes e das agências.

3) O conceito de fontes de informação na tabela é genérico, utilizado pela autora na época em que desenvolveu sua dissertação de mestrado, não coincidindo com o conceito descrito nesta tese.

A 'ideologia' é condicionante da 'noticiabilidade' e os meios de comunicação reforçam a ordem estabelecida e o *status quo*. Uma editoria de cultura confere tratamento diferenciado às fontes de maior poder econômico. Um artista

apoiado por grande esquema comercial de divulgação tem maior visibilidade na mídia do que um emergente. Os 'valores sócio-culturais' e a 'ideologia' chegam a formar um filtro de 'noticiabilidade', que se mostra na própria diagramação e no formato dos jornais (MOUILLAUD, 2002), geralmente divididos, com algumas variações, em seções de "política", "economia", "esportes", "artes e diversão", "cidades" e outras.

Os 'padrões e valores sociais' refletem a 'estrutura de poder', que se converte em outro fator interveniente na 'noticiabilidade'. Toda a notícia publicada coloca em ação forças sociais e mecanismos de poder que justificam sua existência. Um exemplo é a predominância de notícias oriundas de 'países de elite', onde se localizam as maiores agências provedoras de informação dos meios de comunicação, como a *API*, *UPI*, *Reuters* e a *Francepress*, que dividem o mundo em mercados, conforme acordos estabelecidos entre si. Os fatos são veiculados sob a ótica de interesses dos países hegemônicos, trazendo como conseqüências naturais a imposição de seus valores e a aculturação. Além dos "países de elite", "pessoas de elite" são noticiáveis, mesmo em rotinas cotidianas. A morte de alguém se converte em notícia conforme seu *status* na sociedade (WOLF, 1994). Fatos alusivos a Bush (EUA), por exemplo, são notícias em qualquer jornal do mundo, o mesmo não acontecendo com o presidente do Equador, Panamá, Quênia e outros países considerados subdesenvolvidos. Um desastre ou acidente com uma celebridade tem considerável valor noticiável. Da mesma forma, fatos ligados às pessoas de países dominantes são mais noticiáveis que os ligados a cidadãos de países periféricos.

A 'estrutura de poder' reflete-se no *status* da 'fonte', fator unanimemente considerado como interveniente na noticiabilidade. Quanto mais elitizada, maior influência sobre a 'noticiabilidade'. As fontes exemplificam a força da 'estrutura do poder da sociedade', pois emanam dela. Representam autoridades política, econômica ou cognitiva. Especialistas que dominam as diversas esferas do conhecimento, as assessorias de grandes empresas ou órgãos públicos tendem a figurar com freqüência na mídia. Os anunciantes recebem tratamento diferenciado pelos órgãos de comunicação.

Pelo poder, as instituições jornalísticas competem entre si e adotam o monitoramento da 'concorrência' como critério de 'noticiabilidade'. O conteúdo que grandes veículos de comunicação incluem é referência obrigatória para elaboração da pauta dos demais. A rotina produtiva já pressupõe o nivelamento com os concorrentes. Esses, por sua vez, também se orientam pelo mesmo *benchmarking* reflexivo. Baseando-se uns nos outros, agendam assuntos comuns, utilizam fontes comuns e geram relatos semelhantes, dificultando o 'furo', a exclusividade. Na batalha competitiva, aumenta-se o espaço para notícias sensacionalistas, que garantem audiência e sobrevivência aos órgãos de comunicação.

'Fatores relacionados com o público' compõem os 'critérios de audiência' e correspondem a tudo o que seja feito para atingir a comunidade. As notícias devem despertar 'interesse', 'impactar'. Paradoxalmente, o público tem pouco contato com os produtores das informações, sendo raramente ouvido como fonte. O surgimento de centrais de *telemarketing* e da *internet* vem, aos poucos, colaborando para uma aproximação. Na medida em que as pessoas comuns sejam vistas como clientes a serem seduzidos, elas exercem influência na forma de apresentação da notícia. É ao público que o jornal busca entreter, sua linguagem se adaptar e a quem o *layout* deve agradar. Caso um acontecimento seja ambíguo e complexo, melhor não ser noticiado, prejudicando, diga-se de passagem, a formação da consciência crítica do cidadão.

Um acontecimento será tanto mais noticiável quanto mais próximo da comunidade. É a interferência de 'aspectos geopolíticos'. A 'quantidade de pessoas envolvidas' em também condiciona seu grau de 'noticiabilidade'. Quanto mais pessoas, maior é a 'abrangência' e audiência, trazendo prestígio e anunciantes para a sobrevivência do jornal. Um acontecimento terá também maior probabilidade de se transformar em informação jornalística conforme sua 'repercussão', possibilidade de se desdobrar em novas interessantes reportagens. A queda de um grande avião provoca notícias sobre quedas de aviões menores. Um escândalo sexual alusivo a um famoso suscita narração de outros casos.

O 'tempo' tanto é 'fator externo' aos jornais quanto 'interno'. Sua escassez é elemento fundamental das rotinas produtivas. A falta de tempo acentua a importância dos critérios de noticiabilidade, que acabam por nortear o processo de produção da notícia. Externamente, ele demarca a 'atualidade' de um fato. Internamente, condiciona o conteúdo da notícia e o próprio comportamento de busca do jornalista. Domá-lo é demonstrar competência perante os colegas.

O "negativismo" dos acontecimentos é outro fator externo aos MCM (meios de comunicação de massa) que intervém na noticiabilidade. "O jornalismo gira em torno do conflito, sendo esse um acontecimento noticioso" (GALTUNG e RUDGE, 1993). As notícias negativas, desde que consensuais e não ambíguas, são interpretados harmonicamente pela audiência. Escândalos ou acidentes apresentam princípio, meio e fim, adequando-se à narrativa jornalística. O 'acontecimento positivo' exige acompanhamento mais planejado, incompatível com a rotina de trabalho da imprensa. Por que a audiência se sensibiliza tanto com o negativo e o sensacional? Uma tentativa de análise para a compreensão do fenômeno vem de GIDDENS (1991). Como vimos, em seu modelo de sociedade, o perfeito funcionamento dos "sistemas abstratos" mune os indivíduos da confiança necessária para sobreviverem sem ansiedade. Qualquer acontecimento que coloque em risco esse 'perfeito funcionamento' atinge a estabilidade psíquica e emocional das pessoas, colocando em risco a "segurança ontológica". Os acontecimentos negativos desestruturam a confiança na lógica dos projetos funcional, racional e científico moderno, ameaçando a sobrevivência humana. A força do impacto está no medo e na ansiedade que causa.

A mesma análise explica a existência de critérios de 'noticiabilidade' advindos da 'probabilidade de ocorrência' dos acontecimentos. Tudo o que colabora para romper ou denunciar a eficiência de um "sistema perito" contém alto potencial para se transformar em notícias. Estariam nessa categoria acontecimentos 'inesperados, imprevisíveis, as corrupções, a escassez, a falha, a anormalidade, a inversão' (um homem morder um cão), a 'quebra de rotina e o acidente'.

Entre os 'fatores internos' à organização jornalística que interferem na 'noticiabilidade', destacam-se: 'processo de gestão', as 'relações de poder' internas do jornal; a 'influência dos editores'; a 'socialização' e colegas como 'grupo de referência'; o 'tempo'; as 'implicações técnicas'; a subjetividade do repórter e os 'critérios de objetividade'.

As organizações jornalísticas são empresas como outras que integram a economia capitalista. Em toda a instituição, a 'gestão' influencia a produção de mercadorias e é de se esperar que o mesmo aconteça numa empresa jornalística. Respaldam essa posição pesquisadores da perspectiva do *newsmaking*. MOUILLAUD (1997:206), por exemplo, afirma que "as redes de informação comportam processos de regulação que produzem ordem, selecionando, separando e orientando as mensagens conforme seus níveis e suas destinações", com políticas editoriais próprias, focando, cada uma delas, a busca de seus próprios objetivos e interesses. Inúmeros exemplos de articulações e manobras nos bastidores da notícia são encontrados em biografias, como as de Assis Chateaubriand e Samuel Wainer.

Para PAGÉS et al (1987), ZALESNICK e DE VRIES (1981) e CHANLAT (1993), é impossível conceber organizações sem se considerarem as relações de poder, processo dinâmico, dialético e naturalmente conflituoso, situação presente no cotidiano de uma empresa jornalística, mesmo que, como vimos, dentro da concepção da burocracia weberiana. O ambiente apresenta constante manipulação, jogos e conchavos de poder. Apesar de o jornalismo pressupor certa liberdade para a busca de informação, uma rígida hierarquia prevalece internamente. O exercício do poder gera conflitos e tensões, muitas vezes sublimados em nome da segurança no emprego ou da aspiração à ascensão profissional. A submissão à linha editorial é conseqüência de conformismo com a autoridade institucional e sanções da chefia. Estabelece-se pelo sentimento de obrigação e respeito aos superiores, pelas ambições de mobilidade profissional, pela omissão de posicionamento dos colegas frente a conflitos, pelo prazer na atividade e pela própria sublimação à adoção dos critérios de noticiabilidade.

Alterações profundas na ‘estrutura do poder’ de determinada organização jornalística afetam até o estilo de redação dos repórteres, embora eles não saibam exatamente o que se passa entre editores e executivos. A redistribuição do poder, a modificação dos quadros funcionais e das normas influem na forma de redação das notícias. Repórteres escrevem para agradar editores, que controlam o sistema de recompensas nas salas de redação⁴⁹. O ‘poder do editor sobre o repórter’ assim como o do ‘diretor sobre o editor’, provoca o surgimento de certo estilo de redigir as notícias, evidenciando a subjetividade dos superiores. Não é raro o editor distribuir, segundo critérios pessoais, as melhores coberturas aos repórteres que mais se afinam com sua personalidade (DARNTON, 1990).

Estabelecem-se critérios de competência para a ascensão profissional. O reconhecimento entre os pares é fundamental. Assim, o ‘processo de socialização’ torna-se outro critério de ‘noticiabilidade’. A ‘influência do grupo de pares’ supera em muito a influência do público e das fontes, conforme identificado por CHAVES (2000) (TAB.7, p.85). O sentimento de pertencer cria simbiose entre seus membros, do que resultam atitudes corporativas e conservadoras. Integram o círculo íntimo de um repórter os profissionais de outros jornais, ampliando seu ‘grupo de referência’, que segue padrões e rituais compartilhados pela cultura profissional, formando uma moldura sobre o real, responsável pela angulação das notícias.

Como afirmamos, o ‘tempo’ é tão determinante na produção jornalística que se constitui fator interveniente tanto ‘externo’ quanto ‘interno’ na noticiabilidade. A temporalidade inspira nomes de jornais: *O Tempo*, *Hoje em Dia*, *O Dia*, *Diário da Tarde*, *Folha da Tarde*, *Folha da Manhã*, *Tempo* e outros.

⁴⁹ Para PAGÈS (1987), as lideranças organizacionais manipulam os subordinados por um sistema de recompensa, cujo critério de participação é a obediência às normas de conduta, tidas como parâmetros objetivos mas que, na verdade, expressam uma forma rígida de a empresa impor seus próprios valores em detrimento das aspirações dos empregados. As lideranças, em busca de poder, tecem conchavos políticos, compactuando com as regras estabelecidas.

TABELA 7 - GRUPOS DE REFERÊNCIA DO JORNALISTA

REFERÊNCIAS	%
Editor	88,00%
Colegas	84,00%
Fontes	45,33%
Especialista	29,33%
Amigo	16,00%
Família	13,33%
Diretoria	13,33%
Leitor	10,67%
Ninguém	2,67%

Comentários: As respostas referem-se à opinião de jornalistas entrevistados por CHAVES sobre os principais grupos de referência que exercem influência em seu cotidiano de trabalho. Os dados demonstram a força do processo de socialização no trabalho do jornalista, muito mais do que as 'fontes formais' (fontes e especialistas) e reforçam a pressão dos fatores subjetivos sobre a noticiabilidade.

Base: 75

Fonte: CHAVES, 2000.

O domínio sobre o tempo gera satisfação ímpar e reconhecimento pelos pares, mas a obrigação de se submeter a um limite de horas diárias gera algumas armadilhas para a qualificação positiva da notícia. O trabalho reflexivo fica prejudicado e a 'notícia' tende à superficialidade. Opta-se por versões narrativas mais simplistas e breves, por "cabere[m]" no tempo, sem o devido cuidado de se analisar a complexidade que um fato pode envolver.

Outro 'fator interno' às rotinas produtivas que intervêm na 'noticiabilidade' é a série de 'implicações técnicas' na cobertura de um acontecimento, que operam de diversas maneiras. Uma delas é a "forma", o *layout*. A disposição e a diagramação configuram um padrão a ser seguido. As informações são elaboradas para preencher os espaços destinados à seção de cultura, economia, política, esportes e outras editorias. Outro exemplo são as diferenças de exigências técnicas entre o jornal e a TV. A televisão trabalha com temas mais previsíveis e controláveis, preocupando-se com o enquadramento no tempo. No jornal escrito, o enquadramento obedece ao espaço físico. O conteúdo dramático é apelo televisivo, enquanto a linguagem do jornal impresso procura prender-se aos fatos e ser mais objetiva. São também 'implicações técnicas': administração de 'custos', 'praticidade', aspectos que

nos remete novamente à gestão. DARTNON (1990) considera alguns aspectos da linguagem como ‘implicações técnicas’. O contexto do trabalho modela o conteúdo da notícia e os textos produzidos moldam-se às técnicas herdadas de se contarem histórias. O relato jornalístico segue o padrão do *lead*⁵⁰, ou da pirâmide invertida, tese segundo a qual o relato da notícia deve caminhar do mais importante para o menos importante. Por fim, a ‘disponibilidade de recursos’ é outra ‘implicação técnica’. Significa a existência de recursos humanos, técnicos e materiais disponíveis para a cobertura de um acontecimento (máquina, carro, número de repórteres empregados).

A ‘subjetividade do repórter’ expressa-se de diversas formas. Muitos dizem que é inerente ao exercício da profissão, como GENRO FILHO (1989) e DARNTON (1990). BENJAMIN (1969) ressalta que a tendência dos narradores é começar sua história, apresentando as circunstâncias em que eles tomaram conhecimento daquilo que narram, quando não as relatam pura e simplesmente como experiência pessoal. Além da subjetividade do jornalista, a subjetividade de todo o seu grupo de referência está presente na produção da notícia.

Como último fator interveniente na ‘noticiabilidade’ destacamos a ‘objetividade’, mito que a imprensa herdou do paradigma positivista. Em nome da ‘objetividade’, jornalistas estabelecem uma série de critérios, alguns paradoxalmente subjetivos, para selecionar um acontecimento e transformá-lo em notícia, como a novidade, a atualidade, a singularidade. DARNTON (1990) alega que, em nome da ‘objetividade’, profissionais perseguem furos, mas, inúmeras vezes, fatos muito semelhantes são contados com ‘nova roupagem’. Reportagens sobre assassinatos hediondos e desastres chamam a atenção do público com conteúdos quase idênticos. Cadernos de turismo trazem narrações parecidas sobre um mesmo lugar, em épocas diferentes. TUCHMANN (1993) ressalta a busca da ‘objetividade’ como ritual estratégico do cotidiano jornalístico, interessado em se defender de qualquer acusação de parcialidade pela sociedade ou em se resguardar juridicamente em

⁵⁰ O uso do “lead” é uma prática criada pelos americanos, disseminada e assimilada pelo mundo inteiro (TRAQUINA, 1993).

situações mais polêmicas. No entanto, autores consensualmente defendem que a subjetividade seja inerente à prática de redigir e se expresse de diversas formas, como no uso de citações, na seleção de fontes, na formação e na experiência de vida do redator e na subjetividade do editor. Ao privilegiar as aparências e reordená-las num texto, incluindo alguns pontos e suprimindo outros, enquadrando alguns detalhes primeiro, outros depois, o jornalista deixa-se levar inevitavelmente por fatores subjetivos, revelando maneira própria de perceber e produzir “seus fatos”, que não existem previamente como tais, ao mesmo tempo, em que se submete ao fluxo objetivo da realidade, de onde os fatos são recortados e construídos.

Neste capítulo, abordamos o ‘comportamento de busca’ do usuário de informação, em especial do jornalista. Vimos que o assunto é complexo, dialético e interfere na ‘qualidade da informação’. São quatro as abordagens metodológicas para estudos científicos: a primeira centra-se na ‘descrição das etapas’; a segunda volta-se para ‘formas ou tipos de busca’; a terceira identifica ‘atores intervenientes’ e a quarta focaliza ‘necessidades e perfil’ do usuários.

3.2 Fontes formais nesta pesquisa

Segundo CAMPELLO (2000), organizações são importantes fontes de informação de seus públicos internos ou da sociedade em geral. O acesso a elas acontece através de fontes pessoais (indivíduos que nela trabalham) ou por fontes documentais (documentos gerados internamente). É mais comum a imprensa procurar as fontes pessoais. Na ciência da informação, as organizações são identificadas tradicionalmente pelos diretórios, que as classificam em comerciais,

educacionais e de pesquisa, governamentais, profissionais e sociedades científicas, internacionais e as ONG (organizações não governamentais). Com algumas variações, decorrentes do processo de gestão e da estrutura, instituições produzem documentos e sistemas de informações, tais como: “publicações para distribuição externa”, “documentos internos”, “documentos de arquivo”, “bibliotecas e/ou centros de informação” e “redes de informação”. As “publicações para distribuição externa” são documentos vendidos ou disponibilizados gratuitamente ao público, como relatórios, resultados de pesquisas, balanços, revistas sobre produtos e serviços, além de material publicitário, como *folders*, malas diretas e outros. “Documentos internos” são geralmente arquivados e acessíveis aos funcionários da empresa, contendo graus de sigilo diferenciados, como é caso de processos jurídicos. “Documentos de arquivos” são produzidos no cotidiano das organizações, como ofícios, memorandos, ordens de serviço, cujo conteúdo não é sigiloso, por não comprometer a organização. As “bibliotecas e centros de informação” disponibilizam informações das mais diversas em livros, jornais, revistas, oferecendo uma série de serviços aos usuários. Poucas empresas investem na manutenção de bibliotecas e centros de informação. Com isso, informações de valioso conteúdo histórico se perdem em meio a arquivos improvisados e mal conservados. As “redes” são criações sofisticadas de organizações que produzem informações de grande utilidade para a comunidade científica, que normalmente precisam de cooperação mútua. Além das descritas, acrescentaríamos informações voltadas ao público interno, como instruções sobre novos procedimentos, *house organs* (informativos internos), murais, registros de eventos e convites.

Em nossa pesquisa, adotamos o conceito de ‘fontes formais’, incorporando organizações dos setores público e privado e também os especialistas, dotados de conhecimento perito específico, que legitima seu *status* de fonte perante a sociedade. Seria, por exemplo, ‘fonte formal’ uma pessoa ou organização com representação formal de poder constituído, seja ele político, intelectual, econômico ou outro. Assim, procura-se um especialista em febre amarela para um depoimento

sobre a doença ou a secretaria de Saúde para verificação das medidas tomadas pelo poder público para combater o mal.

Sob a égide do positivismo, a partir das revoluções científica e industrial, as organizações, tais como as conhecemos hoje, aprimoraram seus modelos de gestão com base nos princípios da administração, moderna e racional. WEBER (1999) via esse processo como campo fértil para consolidar a burocracia como modelo estrutural da sociedade. As diversas instituições do complexo mundo organizacional passaram a ser administradas segundo estatutos e regulamentos, com descrição de atribuições e cargos, ocupados formalmente por critérios racionais de competência, como, por exemplo, o diploma escolar ou experiência comprovada para seu desempenho. Normalmente, a hierarquia pré-estabelecida prevê que o ocupante do cargo mais importante represente a instituição formalmente perante a imprensa e sociedade, segundo o critério que podemos traduzir como “autoridade institucional”. Se essa autoridade não detém todo o conhecimento necessário para passar informações aos jornalistas, cerca-se de assessores técnicos. Ou seja, o critério de autoridade institucional é validado por outro: o do conhecimento técnico. Ambos, como vimos, são completamente compreensíveis e coerentes na perspectiva de análise social weberiana.

Concluimos que podemos enquadrar as fontes formais, ou seja, organizações e profissionais com *expertise* de conhecimento legitimado, na concepção de burocracia weberiana e no modelo funcionalista de GIDDENS (1996), uma vez que as diversas instituições e saberes compõem o universo dos sistemas peritos, todos eles permeados pelas malhas burocráticas, com suas regras, regulamentos, critérios de competência e de legitimação. Até mesmo induzidas pela lei⁵¹, ao divulgarem informações, as organizações, através de suas fontes formais, ganham visibilidade na mídia, que, por sua vez, transforma-se numa espécie de porta

⁵¹ É normalmente previsto em leis federais que as organizações devam prestar contas à sociedade, divulgando balanços e informações pertinentes na imprensa.

voz oficial da burocracia. Agindo dessa forma, lembra OLIVEIRA (1996:144) que a imprensa institui ou reforça a jogos de dominação já existentes. Como dissemos, o *layout* enquadra antecipadamente os tipos de acontecimento a serem cobertos, segundo as categorias de economia, política, cultura, esportes e outras, pré definindo o que é ou não relevante para a sociedade. Esse *layout* favoreceria a repetição de assuntos e acontecimentos, que nos levam à ação da tradição descrita por GIDDENS (1997), essencial para a construção da identidade dos atores sociais. Normalmente, os cadernos de economia versam sobre o mundo organizacional e o da política sobre partidos e representações políticas, reino da burocracia legal e racional de WEBER (1999). Nesses cadernos, as fontes mais presentes, quer sejam procuradas quer procurem a imprensa, são escolhidas segundo o critério de representação ou autoridade institucional. Os cadernos de editoria local trazem muitas notícias alusivas às áreas de saúde, trânsito e outras utilidades, nas quais se ouvem também autoridades institucionais e especialistas, cujo conhecimento é também legitimado pelo modelo burocrático racional. Já os acontecimentos presentes nos cadernos de cultura referem-se ao contexto da tradição e valores culturais da comunidade, enquanto os cadernos de lazer e esportes versam sobre acontecimentos que envolvem os ídolos do usuário da informação, leitor ou telespectador.

Com os exemplos acima, presenciemos ao reforço a diversos tipos de dominação elencados por WEBER (1999) no jornalismo. A dominação legal e racional, a mais presente, é reforçada quando se ouve uma autoridade institucional ou um especialista numa reportagem sobre política, economia ou fato da vida cotidiana. A dominação carismática se reforça na visibilidade dos líderes religiosos e dos ídolos e heróis populares.

Tenderíamos a afirmar que a dominação tradicional fosse inerente ao próprio *layout*, comum à maioria dos jornais. Cabe aqui, porém uma pequena reflexão, inspirada novamente em GIDDENS (1997). Segundo o sociólogo inglês, no contexto atual globalizado, a super valorização dos especialistas é a tônica que, apesar de legitimar a dominação legal racional descrita por WEBER (1999), leva à

descentralização da autoridade tradicional, o que pode desencadear uma crise generalizada dos valores morais de uma comunidade. Os indivíduos constroem sua identidade, hoje, baseando-se na confiança em sistemas abstratos globalizados, que pode ser continuamente revista, ao contrário da tradição que se baseia em fé e crença em verdades incorporadas socialmente, em determinado tempo e no espaço. Em outras palavras, a tradição, entre outras coisas, “é efetivamente uma maneira de evitar choques entre diferentes valores e modos de vida” (GIDDENS, 1997:128). Essa é uma das razões que levam o autor a afirmar que a ordem social torna-se descontínuista. Ao contrário do que WEBER (1999) previu, para ele, os indivíduos não se enjaularam na gaiola da burocracia. Pequenas tradições podem ser reinventadas. Não queremos aqui nos aprofundar na questão, mesmo porque as próprias reflexões de GIDDENS, como ele próprio assume, carecem de maiores aprofundamentos. Explicitamos essas idéias para demonstrar a face dialética da comunicação. Voltamos a essa discussão na análise dos dados.

Fato é que, o indivíduo adere como cúmplice. Sujeita-se ao desenho dos jornais, pela segurança de se localizar em contexto conhecido (dominação tradicional). Levado por critérios subjetivos, busca por informações, por exemplo, por apreciar estar mais perto de quem admira (dominação carismática), por ver seus valores repetidamente reforçados (dominação tradicional) ou para se sentir mais confiante num sistema mais eficiente (dominação legal e racional), ao qual se sente obrigado, por questões de sobrevivência, a se adaptar continuamente.

O jornalismo, acreditando guiar-se pela precisão, imparcialidade e honestidade, tal como estabelece seu código de ética (FIG.6, p.92), inspirado nos ideais na Revolução Francesa e na Declaração dos Direitos Humanos, empreende-se na batalha de conquistar mentes e corações dos leitores, ouvintes e telespectadores (ROSSI,1986). Espera conquistar a credibilidade, sua moeda fundamental de troca (VIZEU, 2004), confundindo-se com a credibilidade das fontes.

1. O acesso à informação pública é um direito inerente à condição de vida em sociedade, que não pode ser impedido por nenhum tipo de interesse.
2. A divulgação da informação, precisa e correta, é dever dos meios de comunicação pública, independente da natureza de sua propriedade.
3. A informação divulgada pelos meios de comunicação pública pautar-se-á pela real ocorrência dos fatos e terá por finalidade o interesse social e coletivo.
4. A prestação de informações pelas instituições públicas, privadas e particulares, cujas atividades produzam efeito na vida em sociedade, é uma obrigação social.
5. O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade dos fatos e o seu trabalho pauta-se no apuramento preciso dos acontecimentos e sua correta divulgação.
6. Sempre que considerar correto e necessário, o jornalista resguardará a origem e identidade das suas fontes de informação.
7. A constituição brasileira assegura o direito de acesso e transmissão das informações (art 5. Inciso XXXIII: "...todos têm o direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade do Estado).

FIGURA 6 CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS BRASILEIROS

FONTE: Extraído de GOMES, 2002.

Segundo BOURDIEU (1987: 105), “o sistema de produção e circulação de bens simbólicos compreende o sistema de relações objetivas entre diferentes instâncias, definidas pela função que cumprem na divisão do trabalho de produção, de reprodução e de difusão de bens simbólicos”. Para ele, o campo da difusão só pode ser compreendido, considerando-se o sistema das relações constitutivas do campo de produção, de reprodução e de circulação dos bens simbólicos e a especificidade de seus produtos. A linha de raciocínio do autor leva-nos a pensar que um bem simbólico não é apenas um produto cultural, uma obra de arte ou um livro, mas qualquer mensagem que traga a presença de um enunciador, com seus interesses a defender, como é o caso das “fontes”, cuja visibilidade na mídia espelha jogos de poder dos diversos campos.

Dessa forma, “a produção da notícia é entendida como processo caracterizado por constante tensão, um cabo de guerra disputado por forças desiguais, mas também por contínua negociação entre essas forças” (ALBUQUERQUE, 1998). Porém, apesar da tendência de se conferir maior

visibilidade às fontes, segundo o lugar que ocupam na hierarquia da estrutura burocrática, uma relação naturalmente se estabelece, fazendo da mídia uma teia de faticidade (TUCHMAN, 1983). Ou seja, a mídia retrata diferenças diversas, assumindo papel de intermediador de conflitos e de agente de mudanças, fato que merece considerável atenção entre intelectuais e analistas sociais.

3. 2.1 Comunicação organizacional e fontes: breve histórico

A representação das fontes formais nas organizações perante a imprensa normalmente compete à área da comunicação organizacional⁵², cujo primeiro modelo foi criado pelo americano Yve Lee em 1906. Denominando-se uma espécie de advogado de empresas e órgãos governamentais para os quais prestava consultoria, Lee investia no relacionamento com a imprensa, de modo a favorecer a imagem de seus clientes. Após a Segunda Guerra Mundial, assessorias de imprensa, inicialmente integradas em departamentos de relações públicas, difundiram-se e deram origem às atuais assessorias de comunicação (LAGE:2003), passando estas a intermediarem contatos entre a mídia e as instituições.

Espera-se que esses profissionais de comunicação incorporem os valores e a cultura organizacional e que zelem pelos interesses e imagem de seus empregadores. Atuando com esse foco, a comunicação organizacional consolida os

⁵² As delimitações conceituais no emprego dos termos 'comunicação institucional, comunicação corporativa e comunicação empresarial' não são consensuais, pois há outras terminologias. Adotaremos a noção de 'comunicação institucional' como aquela cujas atividades focam a imagem da organização junto ao público externo, e 'comunicação interna' as iniciativas de endomarketing que visam integração do público interno, como apoio no alcance de resultados. Também há confusão entre 'comunicação empresarial, marketing, assessoria de imprensa, relações públicas'. Preferimos reuni-las como comunicação organizacional, por ser mais abrangente.

valores e ordem vigentes. Por outro lado, o processo é dialético. Na medida em que a comunicação, através de ações de *endomarketing*, incentiva a participação de todos na busca dos interesses organizacionais, abre, também, espaço para o diálogo e sugestões, que podem contribuir para inovações e redesenhos de gestão⁵³.

No Brasil, principalmente nos órgãos do governo, razões diversas (favorecimento político) levaram cargos de relações públicas a serem ocupados por amadores, o que contribuiu para depreciar significativamente a profissão. O processo de criação de assessorias de comunicação, de uma forma mais profissional, foi alavancado pela vinda das multinacionais no final da década de 1950. A partir da década de 70, com o oferecimento de cursos superiores em comunicação social e suas diversas especializações, o mercado viu-se definitivamente abastecido de profissionais competentes para conduzir a comunicação organizacional. Outro salto qualitativo para o exercício da profissão, segundo BUENO (2003), deveu-se à abertura política dos anos 80. Com a democratização, a comunidade passou a exigir das instituições maior transparência e compromisso com a responsabilidade social e divulgação de informações. A criação de assessorias representou, pois, “uma vertente moralizadora e ética, ajudando a transformar a mentalidade dos administradores, contribuindo decisivamente para a profissionalização do setor de informação pública” (LAGE, 2003).

O cargo de ‘disseminador de informação da fonte formal’, aquele que faz o elo entre sua empresa e a mídia, assume várias nomenclaturas em níveis hierárquicos diversos como: assessor institucional, assessor de imprensa, assessor de comunicação, superintendente de comunicação, gerente de marketing, coordenador de comunicação e inúmeros outros. Esses cargos, mesmo com atribuições semelhantes, são diferentemente remunerados e exercidos por profissionais de formação acadêmica diversas como administradores, psicólogos,

⁵³ Da mesma forma que a imprensa, a comunicação atua como porta voz da burocracia e da ordem da organização, e espelha uma teia de interesses dos diversos conluios internos (PAGÉS, 1987).

assistentes sociais ou bibliotecários, apesar de as representações dos diferentes profissionais de comunicação (relações públicas, jornalismo e publicitários) reivindicarem para si a exclusividade para a ocupação dos cargos. De fato, as assessorias se transformaram no principal mercado profissional para eles. No entanto, durante anos, no Brasil e no mundo, o fato de um jornalista trabalhar em empresa, gerou polêmicas e marginalização pelos colegas de veículos. Para BUCCI (2000: 80), “o assessor de imprensa se encarrega de intermediar as relações entre seu patrão e os repórteres”, sendo um artífice e divulgador da boa imagem da fonte, não sendo, na prática, jornalista. Alguns ainda defendem que jornalista é aquele que trabalha na mídia. “Nega-se a condição de jornalista aos profissionais de assessorias e é comum repórteres considerarem os assessores de imprensa mais como antagonistas do que como colaboradores no processo de produção de informação (LAGE, 1993)”. Mas, há outros, como LARA (2003), que reconhecem que o assessor de imprensa pode ser jornalista, pois ele tem a responsabilidade de gerir a informação para a comunidade onde seu empregador esteja inserido.

Com todas essas controvérsias, vivemos hoje o que CHAPARRO (1994) chama de “revolução das fontes”, um processo de institucionalização e mesmo profissionalização de determinadas fontes de informação, que garanta a elas a presença contínua e controlada na mídia:

“As assessorias de imprensa (estruturadas profissionalmente em departamentos importantes nos organogramas das organizações, ou atuando, como empresas prestadoras de serviço, pela via da terceirização) formam hoje, nas principais cidades brasileiras, redes de grande porte e enorme poder de influência nos sistemas e processos jornalísticos. (CHAPARRO, 1994: 69).”

PINTO (1999) acredita ser a revolução das fontes descrita por CHAPARRO (1994) o evento mais significativo ocorrido nos últimos tempos, referindo-se às diversas formas de comunicação institucional, de assessorias de

comunicação, de gabinetes de imprensa, de conselheiros de imagem, de porta-vozes e adidos. As fontes, segundo ele, instituem uma “teia de mecanismos, de instituições e de saberes, cujo propósito assumido é utilizar e, se possível, marcar a agenda da mídia, jogar o seu jogo, tirar partido da sua lógica de funcionamento e, por essa via, atingir os objetivos que são, em primeiro lugar, os dos interesses que servem”. O poder de influência das fontes sobre a opinião pública é tal, que LAGE (2003) chega a afirmar que “a percepção da realidade não é tarefa de um só homem. Começa exatamente no nível da fonte, que formula uma primeira representação que será levada adiante”. “A guerra da informação é, hoje, uma guerra de assessorias, na qual se contrapõem habilidades profissionais de empresas e entidades empresariais, de um lado, e sindicatos de trabalhadores e organizações sociais, de outro”.

3.2.2 Classificação das fontes jornalísticas

As fontes são classificadas de forma descritiva por muitos cientistas da informação em “*primárias, secundárias ou terciárias*”. São “fontes primárias”: trabalhos oficialmente inscritos e apresentados em congressos e conferências; legislação; fontes de registro de nomes, marcas comerciais, normas técnicas e patentes; periódicos, projetos e pesquisas em andamento, relatórios técnicos, teses e dissertações e traduções. As “fontes secundárias” englobam bases e bancos de dados, bibliografias e índices, biografias, catálogos de bibliotecas, centros de pesquisa e laboratórios, dicionários e enciclopédias, dicionários bilíngües e multilíngües, feiras e exposições, filmes e vídeos, fontes históricas, livros, manuais, *internet*, museus, herbários, arquivos e coleções científicas, registro de prêmios e honrarias, redação técnica e metodologia científica, siglas, abreviaturas e tabelas.

São consideradas “fontes terciárias” as bibliografias de bibliografias, bibliotecas, centros de informação e diretórios (CUNHA, 2001). Há, também, classificações segundo as formas como se apresentem, se escrita, audiovisual, localização ou canal, se formal ou informal, pessoal ou impessoal.

CHOO (1994), estudando o ambiente organizacional, classifica as fontes de acordo com usuários, dividindo-as em “pessoais ou impessoais” ou “externas ou internas” às organizações. TAYLOR (1985), também se referindo à utilização das fontes em tomadas de decisão, fala de “fontes informais” e “formais”, que divide em quatro categorias: “bibliotecas e centros de documentação” (1); “informações de escritório” (2) (memorandos, ofícios, relatórios, *clippings* de jornais); “centros de inteligência” (3) (análises de *marketing*, informações sobre pesquisa, desenvolvimento e planejamento); e “bancos de dados” (4).

No jornalismo brasileiro, o manual da *Folha de São Paulo* é referência para a conceituação de fontes e suas instruções visam padronizar o comportamento do jornalista na busca de informações. Classificam as fontes em “tipo zero”, “tipo um”, “tipo dois” e “tipo três”. Das quatro, apenas a primeira é documental, sendo as restantes fontes pessoais. A “*fonte tipo zero*” encontra-se escrita ou gravada, sem deixar margem à dúvida, como enciclopédias renomadas, documentos emitidos por instituição com credibilidade, videoteipe etc. A “*fonte tipo um*” é tida como a mais confiável e diz respeito a uma pessoa, que deve ser especialista e apresentar histórico de credibilidade. Já a “*fonte tipo dois*” também vem de uma pessoa, mas não necessariamente de histórico confiável: um desconhecido, por exemplo. As “*fontes tipo três*” são as menos confiáveis e geradoras de conflitos, embora muito se recorra a elas, por terem interesse político ou econômico explícito, como empresas, Instituições e órgãos oficiais, por exemplo. No caso da *Folha de São Paulo*, recomenda-se que o jornalista cruze diversas fontes para validar as informações recebidas. A TAB.8, p.98, ilustra as principais fontes utilizadas pela imprensa, conforme verificação de CHAVES (2000).

TABELA 8 - HÁBITOS DE LEITURA E FONTES DOS JORNALISTAS

Leitura	%
Jornais e periódicos nacionais	97,33%
Jornais locais	88,00%
Literatura de ficção	80,00%
Biografias	58,67%
Livros sobre jornalismo	38,67%
Literatura científica	22,67%
Publicações especializadas	17,33%
Outros	10,67%

Fontes	%
Testemunhas dos acontecimentos	92,00
Oficiais	84,00
Especialistas	81,33
ONGs em formação	69,33
Agências de notícia	50,67
Internet	46,67
Público	9,33

Base: 75, com respostas múltiplas

Fonte: CHAVES,2000.

Notas: 1) Os jornais são fontes de conhecimento importantes dos repórteres, ilustrando a força do grupo de referência e sobre a noticiabilidade.

2) conceito de fontes, que figura no título da tabela, é genérico, adotado pela autora na época em que desenvolveu sua dissertação de mestrado, não coincidindo com o conceito descrito nesta tese.

Nesse sentido, PINTO (1999, 277-294) tem-se preocupado com a categorização das fontes de informação. Para ele, fontes são pessoas, grupos ou instituições (ou vestígios discursivos da sua atividade) que podem ser classificadas em várias abordagens. O autor português fala de oito formas de categorizar as fontes. Segundo a natureza, elas podem ser fontes pessoais ou documentais (1). Segundo a origem (2) elas podem ser fontes públicas ou privadas. Quanto à duração (3), elas podem ser episódicas ou permanentes. Em relação ao âmbito geográfico (4), temos as fontes locais, nacionais ou internacionais. Segundo o grau de envolvimento nos fatos (5) podem ser oculares (primárias) ou indiretas (secundárias). Segundo a atitude em face do jornalista (6), podem ser ativas (espontâneas, ávidas) ou passivas (abertas e resistentes). Sob o critério de identificação (7) no discurso jornalístico e na interação com os jornalistas, as fontes podem ser anônimas (confidenciais) ou explícitas (assumidas). Finalmente, sob o ponto de vista da metodologia ou estratégia de atuação (8), as fontes seriam pró-ativas ou reativas, preventivas ou defensivas.

Também GRADIM (2000) define fonte de informação como qualquer entidade detentora de dados que sejam suscetíveis de geração de notícia, classificando-a sob três perspectivas. 1) Pelo *relacionamento* que estabelecem com

os jornais, elas podem ser internas ou externas. Por fontes internas entendem-se os jornalistas, o arquivo ou centro de documentação do jornal. Fontes externas são os outros meios de comunicação e empresas informativas, como agências, assessorias de comunicação social de entidades oficiais e outras. 2) Sob a *perspectiva do seu estatuto*, as fontes podem ser oficiais, advindas de órgãos do Governo, ou oficiosas, de entidades com representatividade reconhecida, como os sindicatos, empresas, associações, clubes desportivos e instituições não estatais (ONG), que contribuem para a vida social e cultural do país. 3) Em relação às suas *características*: humanas (contatos pessoais, suas fontes privadas, e o público em geral) ou documentais.

Ainda MILOTCH e LESTER (1993) discorrem sobre as fontes promotoras de acontecimentos, que podem ser de rotina, acidente, escândalo ou acaso. Para eles, as fontes, na procura de visibilidade, chegam a promover os eventos, “pseudo-acontecimentos”, interferindo na construção da realidade.

Já OLIVEIRA (1996) prefere falar de relação e grau de influência das fontes sobre o sistema de produção da notícia, agrupando-as em três tipos: “(a) os de total independência entre fontes e jornalistas, (b) os que são caracterizados pela cooperação entre fontes e jornalistas e (c) a fonte como promotora de notícia na luta para prevalecer seus interesses”. Exemplifiquemos o primeiro caso com uma suposta reportagem sobre economia, em que o repórter recorre aos dados do IBGE através do centro de documentação daquele órgão. A segunda hipótese acontece numa reportagem sobre um acidente de trânsito, em que o repórter precisa de uma ‘fonte formal’ para o fornecimento de dados, enquanto esta fonte aproveita para esclarecer à comunidade sobre as providências tomadas pelo poder público. No último caso, encontramos os “pseudo-acontecimentos” mencionados por MILOTCH e LESTER (1993), em que uma organização promove agenda de eventos para serem cobertos pela mídia.

OLIVEIRA (1996) cita o professor José Marques de Melo, que categoriza as fontes em “próprias” (correspondentes e arquivos dos jornais), “contratadas” (agências de notícia) e as “voluntárias (fontes formais”).

LAGE (2003), professor da Universidade Federal de Santa Catarina, classifica as fontes segundo a *natureza* (1) ou o *distanciamento com o acontecimento* (2). Quanto à “natureza” (1), as fontes podem ser mais ou menos confiáveis, sendo pessoais, institucionais ou documentais. Classificam-se em “oficiais”, “oficiosas” e “independentes”. As fontes “oficiais” são mantidas pelo estado ou por instituições que preservam algum poder legitimado, como as juntas comerciais, os cartórios de ofício, empresas (ou instituições diversas), sindicatos, associações etc. Segundo ele, embora sejam consideradas as mais confiáveis⁵⁴, fontes oficiais podem falsear a realidade quando os interesses do país estão em jogo, sonegando informações ou destacando aspectos da realidade que convêm às instituições governamentais. Erros às vezes acontecem por motivos estritamente subjetivos. Assim, o hábito de julgar as fontes oficiais como as mais confiáveis trata-se, segundo LAGE (2001, 63), de um vício porque a mentira pode ocupar lugar estratégico nas intervenções de personalidades ou instituições vinculadas aos poderes. Mesmo com a comprovação da parcialidade dos poderes sociais, a estrutura centralizada do jornalismo convencional gera supremacia absoluta das fontes oficiais. “Fontes oficiosas” são pessoas ligadas a uma entidade oficial, que não estão, porém, autorizadas a serem porta-vozes perante a imprensa. Fontes oficiosas podem ser preciosas porque esclarecem em “*off*”⁵⁵ o que se passa nas organizações, ajudando na análise contextual dos fatos cobertos. As “fontes independentes” são as organizações não-governamentais (ONG) e as sociedades sem fins lucrativos, embora muitas sejam mantidas pelo poder público. Quanto ao critério de “distância do acontecimento” (2), LAGE (2003) classifica as fontes em “primárias e secundárias”. As “fontes primárias” são aquelas em que o jornalista se baseia para colher o essencial de determinada matéria, fornecendo fatos, versões e números. Enquadramos aqui as testemunhas dos acontecimentos, que, dependendo da situação, podem se deixar levar pela

⁵⁴ Como vimos, o *Manual da Folha* afirma o contrário, elas são tidas como menos confiáveis.

⁵⁵ Em *off*, é a informação passada ao repórter sem identificação da fonte.

emotividade no repasse das informações, o que impõe ao repórter procurar ouvir outros relatos. As “fontes secundárias” são consultadas para a preparação de uma pauta, a construção das premissas genéricas ou contextos ambientais. É o caso das consultas aos *experts*, que não presenciaram o acontecimento, mas podem analisá-los tecnicamente. Outra forma de categorização de fontes por LAGE (2003) é encontrada no jornalismo investigativo, podendo ser: “informantes, implicados e adjacentes (especialistas).

O sociólogo americano GANS (1980), cujas idéias têm grande repercussão nos estudos jornalísticos, observa que existem vários tipos de fontes informativas: ‘institucionais, oficiosas, provisórias, passivas e ativas, conhecidos e desconhecidos e muitas outras’. Em meio a tantas formas de classificação, os órgãos jornalísticos escolhem as fontes de acordo com suas necessidades produtivas. Aquelas que antecipam informações tendem a ser mais ouvidas. De maneira geral, a imprensa avalia as fontes conforme o posicionamento que ocupam na estrutura social. GANS (1980) destaca o fato de que, mais importante do que classificar as fontes, é a análise dos fatores que interferem na sua seleção. Dentre esses fatores, um dos mais importantes é a ‘proximidade social e geográfica’ entre o jornalista e fontes, cujo acesso à mídia seria maior ou menor conforme o lugar ocupado na estrutura de poder da sociedade. Outros fatores que pesam para os jornalistas escolherem as fontes são a ‘conveniência, autoridade aferida, fiabilidade, respeitabilidade e capacidade de produção de informação’.

Concluimos que as formas de classificação das fontes dos diversos autores variam e esboçam parâmetros diversos, como formato, critérios de avaliação, proximidade com o jornalista ou com o acontecimento, natureza jurídica, seleção e os usos mais comuns (FIG.7, p.102), o que comprova a sua complexidade. Quanto ao ‘formato’, as fontes diferem entre pessoais, impessoais, documentais. Quanto à natureza jurídica, as fontes variam entre públicas, privadas, oficiais e oficiosas. Outro critério de classificação utilizado é a estratégica de atuação da fonte, se ativa e interessada ou passiva.

AUTOR	CLASSIFICAÇÃO	CRITÉRIO	EXEMPLOS
CUNHA	Primárias/Secundárias/Terciárias Escrita, audiovisual, Externa, interna. Formal ou informal, Pessoal ou impessoal	Distanciamento da autoria Formato Localização Canal Contato humano	Congressos/Livros/Bibliografia de bibliografia
CHOO	“pessoais ou impessoais” “externas ou internas”	Usuário Localização	
TAYLOR	“fontes informais” “formais”	Ambiente organizacional	Bibliotecas, centros de documentação, “informações de escritório” (memorandos, ofícios), relatórios, <i>clippings</i> , bancos de dados etc.
MANUAL DA FOLHA	Zero Um Dois Três	Legitimidade documental Proximidade acontecimento Conhecimento Autoridade Institucional	Testemunha
MANUEL PINTO	Pessoais / documentais Públicas / privadas Episódicas/ permanentes Locais/Nacionais/Internacionais Oculares (primárias) /indiretas (secundárias) ativas (espontâneas, ávidas) ou passivas (abertas e resistentes). anônimas (confidenciais) ou explícitas (assumidas). pró-ativas ou reativas, preventivas ou defensivas.	Natureza Origem Duração Âmbito Geográfico Envolvimento nos fatos Atitude Identificação Estratégia de atuação	
GRADIM	Internas ou e externas Oficiais/Oficiosas Pessoais documentais	Relacionamento proximidade Estatuto Características humanas	Jornalistas, arquivos dos jornais. Órgãos públicos / Sindicatos, ONGS. Contatos pessoais Documentos
MILOTCH LESTER	Pseudo-eventos	Acontecimentos promovidos	
OLIVEIRA	Independentes Cooperadoras Promotora de notícias	Relacionamento e grau de influência com os repórteres	Arquivos e centros de documentação Órgãos públicos Fontes promotoras de notícias
MELO	Próprias Contratadas Voluntárias	Relacionamento com os jornais	Arquivos, correspondentes. Agências Fontes formais
NILSON LAGE	Oficiais Oficiosas Independentes Primárias Secundárias	Natureza Distância do acontecimento	Autoridades das fontes do governo Empregados de fontes oficiais ONG Testemunhas Especialistas
GANS	Proximidade Conveniência Autoridade institucional Fiabilidade Capacidade de produção	Fatores Intervenientes	

FIGURA 7 - CLASSIFICAÇÃO DAS FONTES

Fonte: Elaborada pela autora

Percebemos que as fontes pessoais, as oficiais e as mais próximas do repórter são mais mencionadas e utilizadas nos sistemas convencionais de jornalismo. Alguns autores argumentam que a preferência pelas fontes 'pessoais formais e oficiais'⁵⁶ constitui estratégia para obtenção de dados fidedignos de personalidades conhecidas e respaldadas pelo exercício de função pública, conferindo ao jornalismo o caráter "informativo e não formativo", tornando a imprensa porta-voz da estrutura dominante. A 'fonte' é decisiva para a 'noticiabilidade' e responsável pela 'confiabilidade', um dos atributos mais importantes da qualidade da informação, segundo leitores e repórteres. Um bom filtro de fontes auxilia no avanço qualitativo da notícia (CHAVES,2000). Segundo levantamento da autora, entre as fontes elencadas como mais significativas pela imprensa, destacam-se: as testemunhas dos acontecimentos, as fontes oficiais (organização do setor público, representantes do poder legislativo, executivo ou judiciário), os especialistas (técnico perito em algum ramo profissional ou científico como médico, dentista, advogado, professor etc), algum tipo de sociedade em formação (ONG), as agências de notícia e a *Internet*. As duas últimas configuram-se também como *mídia* e veiculam informações de 'fontes oficiais'. O público é considerado fonte importante, mas, na prática, recorre-se muito pouco a ele. Podemos considerar, ainda, as leituras habituais do jornalista como fontes em que a própria mídia se destaca.

⁵⁶ Lembramos que os critérios de classificação de fontes variam muito. Na ciência da informação, há quem, mesmo sem consenso, diferencie fontes pessoais (informais) e documentais (formais). Ratificamos que, nesta pesquisa, adotamos o conceito de 'fontes formais' para designar pessoas (autoridades ou disseminadores de informação), que representem instituições pelos cargos que ocupem na estrutura burocrática ou especialistas, que detenham poder legitimado na sua área de conhecimento por uma instituição universitária.

3.2.3 A importância da fonte formal

As 'fontes formais' tanto podem 'ser procuradas' como tomarem a iniciativa de 'procurar' a imprensa. Podem ser 'naturalmente' ou 'deliberadamente' acessíveis. Tanto as 'fontes' se valem dos jornalistas para expressar seus interesses, como são procuradas para suprir necessidades de informação dos repórteres, que, por sua vez, podem usá-las para ratificar um posicionamento particular ou dar ao público o que ele quer ver, ouvir ou ler (DARTON, 1990). Quanto mais disponível, mais chance tem a fonte de se tornar rotineira. Assim, o cotidiano da imprensa é invadido por uma avalanche de *releases*, elaborados por instituições públicas ou privadas, organizações não governamentais (ONG), assessorias de especialistas ou grupos à procura de promoção (como parlamentares que 'plantam notícias' e artistas que provocam escândalos em troca de publicidade).

Entre tantos paradoxos, uma pesquisa portuguesa detectou que a confiança do público na imprensa aumentou nos últimos tempos, ficando à frente dos políticos, da política, da justiça e da igreja católica, perdendo apenas para os correios VIZEU (2004). Exagero ou não, a mídia influencia processos sociais. Para GRIZOTTI (2000), a rede de fontes dos órgãos de comunicação é instrumento essencial para o funcionamento social. Organizando-se a partir das exigências dos procedimentos produtivos, a rede reflete a estrutura social, sua hierarquia de poder, tradições e valores. Por um processo reflexivo, a primeira realidade das notícias não é a realidade tal como se mostra ou como aconteceu, mas encaixa-se na natureza e no tipo de relações sociais e culturais que se desenvolvem entre jornalistas e suas fontes (SANTOS, 1997:124). Dessa forma, a cobertura jornalística tende a confirmar a preponderância das fontes ligadas às elites do poder. "A forte ligação entre os jornalistas e entidades oficiais conduz a mídia a apresentar uma imagem muito específica da sociedade e das suas instituições" (GANS, 1980). Determinantes na

noticiabilidade, a interveniência da 'fonte' expressa a ação social objetivada sobre a produção da notícia, tendo o poder de validação de dados.

Outro exemplo da importância da fonte formal é o fato de ela representar conhecimento formal e legítimo, ratificado pela redundância na mídia. Para SERRANO (2003), "nas sociedades contemporâneas, o conhecimento constitui um princípio de hierarquização social. Ambos, jornalista e as suas fontes, contribuem para articular e definir os contornos da sociedade do conhecimento, reproduzindo as estruturas do poder e do saber".

Hoje, a vida política é influenciada por um conjunto de técnicas (a mídia e as pesquisas), de atores (os jornalistas e os conselheiros de comunicação) e de práticas do *marketing* político, sendo suas atividades organizadas em torno das regras de funcionamento das rotinas produtivas da imprensa. Por outro lado, as fontes tornam-se grandes criadores de eventos, atraindo jornalistas em coletivas⁵⁷ programadas. Organizações bancam transporte e alimentação para repórteres cobrirem seus eventos. O profissionalismo dos "promotores" de acontecimentos e a sofisticação de suas estratégias, aliados às pressões do tempo e à própria natureza do trabalho jornalístico, podem tornar os jornalistas dependentes de suas fontes.

Dentre as várias fontes formais, os órgãos do governo merecem especial atenção. A política vigente costuma levar jornalistas a espelharem consensos, marginalizando os protestos contra a guerra e as posições minoritárias, que só ecoam quando há divisões no seio dos meios oficiais. Em caso de conflitos, como Guerra do Vietnã, Malvinas e Golfo., a imprensa precisa de apoio das autoridades oficiais para cobrir os fatos. Como consequência, seus relatos privilegiam os olhares de quem lhes concede as autorizações. Para TUCHMAN (1993), os jornalistas associam a credibilidade de uma fonte à sua posição hierárquica. Conferem *status*

⁵⁷ Segundo SERRANO, foi McCarthy o inventor da coletiva: o costume de chamar a imprensa pela manhã para anunciar a conferência de imprensa da tarde.

diferenciado a uma fonte oficial. Assim, a notícia apoia-se nas estruturas institucionais, ao mesmo tempo em que a reproduz.

Certo é que, para qualquer profissional que desenvolva atividades especializadas, a questão da fonte é importante. Informações precisas e relevantes colaboram para a qualidade de seu trabalho. Quando o relacionamento com o público é constante, a responsabilidade recai sobre o disseminador da informação. Por isso, a relação com a fonte merece especial atenção.

3.2.4 A relação entre fontes e jornalistas

Como vimos, no relacionamento com a imprensa, as organizações estabelecem processo formal de representação. O repasse de informações é feito pelo ocupante de cargo mais elevado na hierarquia ou a quem ele delegar a atividade, geralmente apoiado pela pessoa que monitora o contato com jornalistas, no caso chamado de 'disseminador de informação'. Este profissional pode ser jornalista, relações públicas, publicitário ou outro qualquer, já que o mercado é invadido por várias áreas. De qualquer forma, o 'disseminador de informação' é um intermediador, que tenta pensar e agir como jornalista, valorizando a informação como um bem público a ser disponibilizado para a comunidade. No entanto, conduzindo a cultura organizacional de onde trabalha, esse profissional também atua como gerente e "marqueteiro", responsável pela imagem interna e externa de sua instituição.

Os canais de contato das fontes com a imprensa são diversos e podem ser passivos ou ativos. Comunicam-se pessoalmente, por telefone, por *mail*, *fax etc.* Na forma passiva, quando requisitado por algum órgão jornalístico, o assessor

agenda horário para entrevista, colhe (normalmente em contatos verbais) as informações necessárias junto às diversas áreas da empresa e produz breve relatório para quem for entrevistado. Ao mesmo tempo, prepara um *release* para o jornalista. Na forma ativa, o assessor envia à imprensa um *release*, relatando algum evento voltado ao público externo ou alguma medida de interesse público tomada pela organização e aguarda o contato dos jornalistas. Caso vários repórteres tenham interesse, o assessor pode organizar uma “entrevista coletiva”, com horário e espaço definidos previamente.

GANS (1980), como vários autores, afirma que existe relação negociosa entre os jornalistas e as fontes, na qual se estabelecem direitos e obrigações recíprocas. As fontes tentam passar a informação que mais lhes interessa, segundo o ângulo pretendido, enquanto que os jornalistas procuram obter informações que as fontes, por vezes, pretenderiam esconder, explorando ângulos alternativos. Neste processo, as organizações noticiosas tendem a ser passivas diante das fontes, geralmente interessadas e ativas na construção da notícia. Por outro lado, os jornalistas procuram obter autonomia para definir o que seja notícia, criando novos significados. A dominância de determinadas fontes sobre outras no jornalismo é explicada como já dissemos, pela sua posição hierárquica na burocracia institucional, sua credibilidade e a proximidade em relação aos jornalistas.

A relação entre ‘fonte’ e jornalista é dialética e conflituosa, pois envolve seres humanos e instituições com diferentes interesses, visões de mundo e níveis de conhecimento. Segundo PINTO (1999), as fontes e jornalistas têm objetivos distintos. As primeiras procuram visibilidade e atenção da mídia, impondo temas à agenda pública, agregando às informações que publicam a aderência às suas idéias, produtos e serviços. Almejam a prevenção de problemas e a neutralização de ações de concorrentes ou adversários, criando uma imagem positiva de quem representam perante a opinião pública. Por outro lado, os jornalistas querem conferir publicidade aos fatos, eventos e declarações, que considerem interessar ao público. São objetivos dos jornalistas, ao procurarem as fontes: obter informações inéditas, confirmar ou

desmentir informações obtidas noutras fontes, dissipar dúvidas, desenvolver matérias, lançar idéias e debates, fornecer avaliações e recomendações de peritos e atribuir credibilidade e legitimidade às informações colhidas.

As fontes, ao procurarem a visibilidade na mídia, movem-se, de acordo com a lógica privada e a legítima, quer se trate de instituições juridicamente privadas, como empresas, associações e grupos da sociedade civil, quer se trate de entidades públicas, como partidos políticos, instituições de utilidade pública e órgãos do Estado. Nesse processo, as fontes traçam estratégias e táticas, que PINTO (1999) agrupa em dois grandes eixos: por um lado, a conquista do acesso à mídia (1); e, por outro, o esforço de manipular as formas de acesso da imprensa a seus bastidores (2). Os jornalistas, por sua vez, precisam dos serviços das fontes. É vital para eles conciliarem a colaboração da fonte com as rotinas que o trabalho jornalístico supõe. Para terem acesso às fontes, os jornalistas procuram manter relações de proximidade e intimidade com elas. Essa proximidade agrada aos jornalistas, que se sentem privilegiados por circular livremente entre os informantes, já que muitos têm prestígio e poder. Por outro lado, gratificados pela “compreensão” das fontes (quando essas, conhecedoras de suas rotinas, facilitam seu trabalho), os repórteres correm o risco de exagerarem e interiorizarem a lógica das fontes e mesmo de se identificarem com elas, criando cumplicidade tal, que perdem de vista o interesse do público. SERRANO (2003) sugere que essa identificação leva à confluência de posicionamento entre fontes e jornalistas, fato que pode ser checado em análise das matérias de opinião dos jornais. Nessa linha de raciocínio, o historiador DARNTON (1990:82), em sua experiência como repórter no *New York Times*, relata que, depois de mais ou menos um ano na mesma área, os repórteres tendem imperceptivelmente a adotar o ponto de vista das pessoas sobre as quais escrevem. Ao ganharem familiaridade com elas, os jornalistas arriscam-se a ser prisioneiros de seus informantes. Instaura-se a simbiose, em que os repórteres se auto censuram para cultivar as fontes convencionais, enquanto essas, principalmente as do governo, acostumam-se ao “toma lá da cá” com eles. Os assessores de

imprensa e encarregados das relações públicas adotam um tom de “estamos todos no mesmo barco” e tentam parecer francos ou até irreverentes em seus comentários oficiosos. Desse modo, influenciam o “ângulo” ou o “ponto de vista” de uma reportagem, a maneira como ela é tratada e a impressão geral criada por ela. O noticiário corre em círculos fechados: é escrito sobre e para as mesmas pessoas, e, às vezes, em código privado.

Dessa forma, os problemas dos jornalistas podem tanto nascer da convivência com as fontes, sujeitando-se às suas manobras de manipulação em zonas de acessos seletivo e reservado, como também sofrer influências de questões subjetivas ou das condições de trabalho que lhe são oferecidas. Os recursos e a organização da redação, o tempo para a apresentação dos textos, os interesses e as pressões dos grupos donos dos órgãos de comunicação limitam ou potencializam o posicionamento dos profissionais em face das suas fontes de informação. Há, ainda, o *lobby* dos anunciantes. Por outro lado, por simples falta de hábito, acontece de o jornalista não explorar a riqueza de conteúdo de determinada ‘fonte formal’, como a universidade, por exemplo, onde se critica e cria conhecimento. O repórter não tem costume de consultá-la, por falta de tempo ou mesmo por desconhecimento do que ela tenha a oferecer, perdendo a chance de aprofundar o conteúdo de seus textos. A formação cultural, a experiência, a técnica, a ética do jornalista, o estatuto da profissão e de sua empresa e a vigilância de seus pares como grupo de referência são aspectos que pesam significativamente na qualidade de trabalho jornalístico e na qualidade da informação disponibilizada ao público (PINTO, 1999).

Por outro lado, os jornalistas mantêm autonomia em relação às fontes, sendo constantemente pressionados pela responsabilidade assumida perante o público. Enquanto as fontes têm o poder de gerir e direcionar a informação, de modo a conquistar visibilidade positiva na mídia, “encantando” repórteres ao facilitarem sua rotina produtiva, também os jornalistas, individualmente ou em grupo profissional, detêm poder considerável, já que não são meros intermediários. Eles

podem desempenhar papel ativo na seleção do que divulgar, no enquadramento, contextualização ou destaque das informações obtidas junto às fontes, que podem ser compreendidas como patrimônio do próprio jornalista. A notícia pode ser gerada, pois, no contexto da fonte ou das testemunhas de acontecimento, mas é reformulada segundo as normas do discurso noticioso.

No relacionamento entre fontes e jornalistas, há que se considerarem, ainda, as ações sociais, cuja natureza é essencialmente dialética. É o caso dos movimentos sociais, exemplificados no surgimento das atuais organizações não governamentais, que adotam outras estratégias para ganhar visibilidade na imprensa, fazendo dela um jogo de espelhos. Mesmo que tenda a conferir maior visibilidade às fontes de maior poder político e econômico, a mídia abre espaço para posições alternativas e contestatórias. A atenção dos jornalistas, imprevisíveis em suas escolhas e necessidades de fontes, é arduamente disputada, tornando-se arena para a luta ideológica inerente à sociedade. A qualidade do jornalismo é, portanto, o resultado de luta permanente. Por isso, o poder e a responsabilidade da imprensa nos planos político e sócio-cultural impõem-lhe a definição clara e consciente de linhas de atuação, o estabelecimento de critérios do que incluir e excluir e a competência para analisar aquilo a que atribuir importância.

Segundo LAGE (2003), alguns pressupostos devem conduzir a conversação entre fontes e jornalistas. As fontes podem mentir, mas é de se esperar que não mintam, pois a mentira tem alto custo, operacional, moral e físico, sendo a disseminação de informações corretas um princípio geral da conduta humana. Os envolvidos devem agir de boa-fé, praticando a empatia, para que se consiga atender a real necessidade da comunidade. A fonte, levada pela responsabilidade social, deve fornecer ao repórter informações que sejam relevantes. Por outro lado, é comum constatar que fontes e repórter desenvolvem estratégias discordantes, cada qual pretendendo levar a conversa para o ponto que considere mais importante.

Os conflitos são minimizados por critérios de legitimação criados pela imprensa e são sublimados pela obediência aos 'critérios de noticiabilidade', consolidados na prática, o que BOURDIEU (2001) chama de *habitus*. A pressão leva repórteres a adequarem o material a ser produzido ao *layout* pré-determinado em tempo limitado, seguindo, de preferência, o caminho mais curto e fácil. A pauta é elaborada com base na concorrência, nos *releases* enviados com informações já filtradas pelas 'fontes formais', por depoimentos de especialistas e pelas 'referências do grupo' de jornalistas, rotina que leva a vícios de circularidade e a repetições. Tudo isso contribui para a acomodação do repórter às suas rotinas, o que pode comprometer o aprofundamento da informação jornalística que produz.

Vale destacar a dependência dos jornais com as agências de notícias e a *Internet*, canais cada vez mais utilizados por pouparem tempo e minimizarem custos de produção. A submissão das editoriais às agências de notícias internacionais, aparentemente aceita sem crítica, instaura outro conflito, uma vez que aumenta a visibilidade de acontecimentos dos chamados países do primeiro mundo, consolidando o desequilíbrio do fluxo de informações entre sul e norte. As conseqüências são várias e afetam o exercício da cidadania. Ao privilegiar fatos externos, a imprensa pode desviar a atenção do público para um mundo longínquo e poderoso, ao invés de fomentar a discussão sobre as implicações políticas dos problemas locais, o que facilitaria os processos de mobilização e organização sociais, fundamentais para reverter as adversidades enfrentadas por um país como o Brasil.

Concluimos que a relação entre fontes e imprensa é conflituosa, complexa e merecedora de investigações apuradas. Abrange aspectos como fatores sócio culturais, econômicos, práticas e rotinas das organizações formais, dentre estas, as fontes e empresas jornalísticas (como sistemas de produção e recuperação da informação). A comunicação parece mesmo ser uma arena de jogos de interesse (HABERMAS, 1998), na qual se determina a visibilidade dos acontecimentos e aquilo que seja real. Há que se discutir, ainda, a relação entre a responsabilidade da mídia e a responsabilidade do mundo das fontes formais, tendo por base o compromisso

de ambas as instâncias com a sociedade. Segundo PINTO (1999), falta-nos aprofundar e consolidar o esforço de compreensão da gênese e do florescimento da institucionalização das fontes, da sua lógica de funcionamento e das suas práticas sociais. As inevitáveis relações de tensão ou conflito que decorrem entre fontes e imprensa não podem ser entendidas como lutas entre bons e maus, mas entre lógicas de ações sociais autônomas e distintas e, em qualquer caso, legítimas.

3.2.5 Interação social das fontes

Vimos, pelo exposto, que o relacionamento entre fontes e jornalistas acontece sob o impacto da interação entre jornalistas, fontes e sociedade, sendo que esta muitas vezes se manifesta no fenômeno da opinião pública.

BOURDIEU (1997:22) assume que “o jornalista é uma entidade abstracta que não existe”; o que existe são jornalistas de diferentes idades, de um e de outro sexo, com diversos graus de formação, diversos estatutos na profissão e trabalhando em quadros institucionais bastante distintos, fatos que não podem deixar de ser considerados na análise de sua relação com as fontes. Como seres dotados de subjetividade, os jornalistas pretendem tomar suas próprias decisões e receiam ser manipulados pela fontes ou por seus assessores. Para compor uma "estória", o repórter precisa saber a quem fazer perguntas e quem pode ou tem competência para falar, sendo a entrevista um instrumento de trabalho e de pesquisa (SERRANO, 2003)

Se o jornalista é um ator, ele está inserido em processo específico de trabalho. Seus meios de produção são os recursos oferecidos pela empresa que o emprega. As relações de produção pressupõem a submissão à hierarquia burocrática

de sua empresa, a obediência aos superiores e à influência de seus pares. Na busca por informação junto às fontes, os jornalistas recorrem a algumas estratégias. Dentre elas, destacam-se a recorrência às fontes “anônimas” ou aos “disfarces” para obtenção de dados, como a prática do *off the record*⁵⁸ e do embargo, o recurso aos rumores e boatos e a realização de sondagens investigativas (PINTO, 1999).

O recurso às fontes anônimas ou *off the record*, que designa aquilo que se diz confidencialmente ao jornalista e que não pode ser publicado, constitui destacado ponto de conflito no relacionamento entre as partes. Recomenda-se a prática apenas quando o repórter tem plena confiança na fonte, com base em seu histórico de credibilidade (BUCCI, 2000:133). A informação fornecida anonimamente só deve ser publicada se for de extrema relevância e a fonte pode ser omitida em casos extremos, como punição ou risco de vida. O caso mais famoso de utilização de fonte anônima aconteceu na década de 1970, em uma série de reportagens investigativas empreendidas por Bob Woodward e Carl Bernstein a respeito do Caso *Watergate*, que culminou com a renúncia do presidente Richard Nixon em 1973. O principal informante, Mark Felt, ex-integrante do FBI, só teve sua identidade revelada em 2005. Para exemplificar o nível de conflito, em 2004, a repórter americana do *New York Times*, Judith Miller, foi condenada a três anos de prisão, por não ter cedido à pressão do governo americano para revelar a fonte que, numa reportagem sobre o Iraque, teria denunciado manipulações de informação por ordem do presidente Bush. A mesma pessoa foi fonte de Matthew Cooper, da revista *Time*, que a identificou como a agente da CIA, Valerie Miller.

O produto final gerado pelo jornalista não é uma matéria científica. Assim, não é costume colocar referências bibliográficas ou fontes em notas de rodapé ou num quadro “saiba mais”, fato que tende a isentar as fontes de qualquer responsabilidade com o que é publicado (SABBATINI, 2003). As matérias geradas

⁵⁸ *Off* é o recurso de destacar que a fonte não quis ser identificada, enquanto o embargo é a total omissão de que determinada fonte foi ouvida.

precisam ser aceitas pelo público. Uma "estória" depende do repórter conseguir ou não que as fontes digam qualquer coisa com valor noticiável. Mas, em muitos casos, os repórteres limitam-se a verificar informação que recebem, ler o que outros jornalistas escreveram sobre o mesmo assunto, relacionar os fatos, ouvir os intervenientes e tentar publicar primeiro que os outros. A elaboração da matéria, ressentindo-se de investigação apurada, fenômeno explicado por vários autores como resultado da pressão imposta pelos *deadlines*⁵⁹, tipo de constrangimento que caracteriza o processo produtivo jornalístico, sobretudo nos jornais diários.

Outro fato que caracteriza a ação do jornalista é a recorrência às fontes pessoais e orais. Numa cobertura política, por exemplo, os jornalistas fazem pouco uso dos documentos disponíveis nos centros de documentação e arquivos das redações, construindo suas "estórias" com base nos contatos com as assessorias de imprensa ou com os próprios políticos. O jornalista pode, também, gerar informações, sendo comum solicitar comentários às fontes em situações hipotéticas, criando notícias completamente fictícias do ponto de vista da sua espontaneidade. É o que se chama "fazer render as notícias". Ao solicitar reações e comentários de figuras institucionais sobre acontecimentos, o jornalista privilegia os líderes legitimados, deixando de fora o "homem da rua" (TUCHMAN, 1993).

A principal característica da ação das fontes é o próprio poder formal e legitimado que lhes é conferido pela sociedade, em que pese duas variáveis: conhecimento técnico que detém e a autoridade institucional conferida pelo seu estatuto profissional burocrático. Segundo GENTILE (2001), quando as fontes dominam um saber que os jornalistas desconhecem, a tensão tende a tornar-se muito mais intensa. Fontes diferentes apresentam requisitos diferentes, em termos de exposição e de reserva de conhecimento, as estratégias de atuação das fontes são

⁵⁹ *Deadline* é o momento, hora limite, a partir do qual não se pode mais esperar para que a matéria seja finalizada.

bem diversas, mas podemos agrupar algumas: as fugas, a promoção dos pseudo-eventos e o investimento em ações de relacionamento com a mídia.

Definimos como "fuga" o meio, através do qual a fonte, com propósito bem definido, fornece uma informação, preparando ela mesma perguntas e respostas sobre o fato a ser coberto pela imprensa, chamando (ou desviando) a atenção para seus interesses. Mais que um anúncio direto, a "fuga" pode esconder determinados objetivos. A "fuga" é um "pseudo-evento" por excelência e pode acontecer na prática ocasional de a fonte oficial confidenciar informação a alguns jornalistas, querendo criar um clima de confiança mútua entre as partes (SERRANO, 2003).

Quanto aos "pseudo-eventos", eles podem ser classificados como eventos culturais e esportivos, divulgação de projetos, inauguração de obras, declaração de decisões sobre políticas e estratégias de relacionamento com a comunidade. Os "pseudo-eventos" confundem bastante os papéis de fontes e jornalista, a ponto de não sabermos quem de fato cria o acontecimento, compõe e faz a notícia. Os eventos parecem aparentemente espontâneos e pode existir relativa transparência em suas ocorrências. Nesse caso, o relato dos acontecimentos satisfaz ao jornalista. Mas, caso contrário, se os eventos são construídos e reconstruídos por indivíduos e instituições, o jornalista limita-se a reportar as notícias, tarefa incompleta que fere sua ética profissional (SERRANO, 2003).

Outra estratégia utilizada pelas fontes são os investimentos no relacionamento com a mídia, o que inclui programação de gastos com almoços, encontros, patrocínios de prêmios jornalísticos e outras práticas. Incluímos como uma dessas ações a técnica da conversa de *background*, em que os políticos fornecem enquadramentos de fatos aos jornalistas, por exemplo. Essa estratégia é eficaz, pois, nem todas as fontes oferecem as mesmas facilidades de acesso (SERRANO, 2003). As fontes que melhor se posicionam junto à mídia são aquelas que estabelecem relações habituais e freqüentes com os jornalistas, isto é, as que produzem fluxos de

informação freqüentes, enviando *briefing*⁶⁰ e *releases* diários. Essas fontes são, em geral, organizadas e profissionalizadas, constituindo importante sustentáculo das relações de poder instituídas na estrutura da burocracia social (TUCHMAN, 1993).

A política de relacionamento institui a cultura da sala de imprensa. Os jornalistas aderem a ela devido ao pouco tempo de que dispõem para confirmar e trabalhar as informações e à dificuldade de acesso rápido a outras fontes documentais ou pessoais. No caso de uma coletiva, a informação fornecida é assimilada por todos os presentes, de forma padronizada e única.

Se, como vimos, a mídia contribui para a reprodução, transformação ou criação de determinada ordem social, as notícias devem, em última instância, agradar ao público. Assim, a terceira e grande ação que envolve a notícia encontra-se no fenômeno da opinião pública, que precisamos mencionar, mas, de forma alguma, detalhar, devido à sua complexidade. Se, como relata SERRANO (2003), a mídia decide o que seja importante para ser noticiado, se algumas pessoas e instituições são aceitas como "fontes de informação" e se alguns eventos são considerados de interesse para o público, ou seja, se os jornalistas e fontes são atores políticos não desprezíveis, é o público que ambos querem atingir e é ele que sofre toda a sorte de manipulações de informações ocorridas até a publicação das notícias.

BOURDIEU (1998) ironiza que os jornalistas agendam uma série de pensadores como "*fast-food*", fato que passa despercebido ao público, alienado à ordem vigente. No imaginário popular, espera-se que o jornalista seja guardião dos interesses da comunidade. Devido a essa responsabilidade, cabe principalmente à mídia o patrocínio do jornalismo crítico e ativo (SERRANO, 2003).

⁶⁰ *Briefing*, por exemplo, é a publicação diária da agenda de um executivo, como prefeito, governador ou presidente.

3.2.6 Avaliando as fontes

Na literatura da ciência da informação, alguns estudos inspiram formas de avaliar a qualidade das fontes. As maiores contribuições estão na área de avaliação de sistemas e políticas de seleção. VILELA (2002), por exemplo, procurou identificar formas de avaliar os *sites* governamentais, que, por serem voltados à comunidade e por favorecerem o exercício da cidadania, mereceram ser investigados. A dedicação de uma pesquisa sobre o tema justificar-se-ia, entre outras coisas, para esclarecer as “netiquetas”, regras do que se publica na *WEB*, que deveria veicular informações realmente relevantes para o público. As considerações da autora são indícios para se pensar na qualificação das fontes e nelas nos baseamos para estabelecer categorias para coletar dados e analisá-los⁶¹.

VILELA (2002) sugere que, de diferentes formas, os autores chegam a algum consenso sobre os requisitos básicos para avaliar um *site*, extensíveis às demais ‘fontes’ de informação. O uso de critérios para avaliar sistemas e fontes de informações será sempre contingencial. A análise deve iniciar-se no diálogo com os usuários, que precisam ser estimulados a adotar posturas crítica e objetiva sobre o que procuram. A ausência dessa interação pode desencadear usos de fontes inadequadas. Podemos agrupar pragmaticamente os critérios elencados por VILELA como: autoria, acuidade, objetividade, clareza de posicionamento, atualidade, vida útil, abrangência, aspectos visuais, conteúdo, precisão, relevância, interesse, fator de diferenciação, linguagem, conectividade (disponibilidade, custo), interatividade (navegabilidade, amigabilidade e mecanismos de *feedback*), diversidade de serviços, referências bibliográficas e aceitação pelo público. Os critérios relacionam-se entre si. Estudos bibliométricos, tendência que permeia a avaliação de qualidade de fontes

⁶¹ Lembremos que o universo desses *sites* englobam nossas fontes formais.

escritas, tomam muitos deles para atestarem a “qualidade de uma obra”, como, nível de legitimidade de um autor da comunidade, currículo, índice de utilização pelo público, número de citações de outros autores, linguagem, clareza, densidade de informações e atualidade. WEBSTER (1972), ao discorrer sobre política de seleção, faz referência praticamente aos mesmos critérios. A decisão do usuário por um ou outro critério de escolha da fonte vai depender de seus interesses.

A autoria diz respeito aos responsáveis pela disponibilização das informações e devem ser claramente identificados. Em caso de trabalho em equipe, a ficha técnica das pessoas que a compõe também deve ser divulgada. O usuário deve perguntar-se: que imagens externas possuem essas pessoas, que grau de legitimidade ocupam na sociedade? Qual é a formação dos autores, que grau de conhecimento têm? Fazemos as mesmas perguntas ao comprar um livro. Num jornal, a autoria diz respeito aos currículos dos jornalistas. Poderíamos inferir que, para se avaliar uma ‘fonte formal’, deve-se questionar além da autoridade de seus gestores, o nível de conhecimento que estes possuem. Que imagem apresentam? Por que são representativas como fontes?

Ligada à acuidade, está o conhecimento, o grande instrumento de superioridade da administração burocrática, cuja indispensabilidade absoluta está condicionada pela moderna técnica econômica da produção de bens, esteja ela organizada de modo capitalista ou socialista (WEBER, 1999: 146).

A acuidade relaciona-se às fontes disponíveis e aos mecanismos de se aferir sua credibilidade ou validá-las. Como identificar as fontes disponíveis, seu grau de especialização e conhecimento? Há coerência nas informações oferecidas, quando checadas junto a outras fontes?

Como objetividade, entendemos a forma como o usuário interage com a fonte, a simplicidade dos caminhos percorridos para chegar ao que ele quer. No caso de um *site*, o excesso de publicidade compromete a objetividade do repasse de informações, pois, sendo desequilibrada, ela conturba a busca de informação por parte do usuário. Nesse sentido, a objetividade estaria ligada à clareza do *layout* e à

facilidade de acesso. No caso de uma 'fonte formal', poderíamos pensar a objetividade como a capacidade de ela fornecer as informações que foram realmente solicitadas e à atitude de responder prontamente ao jornalista. Há muitos *releases* com informações que extrapolam o que interessa à imprensa, contendo até publicidade disfarçada.

Estritamente relacionada a esse fator, há a clareza de posicionamento da fonte, em todos os níveis. Na avaliação de uma fonte, eletrônica ou não, são consideradas a identificação de sua identidade, seu propósito e sua eventual posição política. A existência de patrocinadores deve estar explícita. Esse critério liga-se ao atributo de parcialidade da fonte.

Atualidade relaciona-se à preocupação com a constante reciclagem das informações no tempo. A 'fonte formal' pode ser avaliada pela manutenção de programas de treinamento e reciclagem para seus empregados. Deve-se questionar se sua atuação está compatível com as necessidades atuais do público.

A vida útil também é indicativo de confiabilidade da fonte. Um repórter sempre pode perguntar-se: "há quanto tempo esta fonte existe? Ela se preocupa constantemente com sua otimização? Qual é a sua história?"

A abrangência refere-se à área de cobertura das informações prestadas, ao seu escopo. Os "aspectos gráficos" dizem respeito ao *design*, ao *layout*, à clareza dos aspectos visuais.

O quesito conteúdo é uma espécie de 'ponto de checagem' dos vários atributos. Sua avaliação procura analisar, por exemplo: a autoria, validade, credibilidade, a adequação da informação ao público alvo, sua relevância (em que é útil) para a comunidade, que interesse gera, seu nível de precisão, atualidade e profundidade. Se o conteúdo reúne a consolidação de uma série de atributos, o critério de diferenciação busca descobrir o que uma fonte apresenta e o que a torna única perante as demais. Seria o que é chamado na literatura da administração como 'diferencial competitivo'.

A linguagem diz respeito à clareza, correção e simplicidade dos textos e sua adequação ao público. Ela deve ser amigável e acessível, considerando o nível de conhecimento prévio do usuário. O repórter, por exemplo, ao procurar ouvir especialista, deve fazer pesquisa prévia para conversar com ele, de forma que possa traduzir seu conhecimento ao público leigo. O âmbito da influência da linguagem, com caráter de dominação sobre as relações sociais e os fenômenos culturais, é muito maior do que parece à primeira vista. Por exemplo, a imposição de normas de linguagem expressa a dominação que se exerce na escola. Os dialetos que funcionam como linguagem oficial das associações políticas auto céfalas, portanto, de seus regentes, vieram a ser formas ortodoxas de linguagem, oral e escrita, e levaram às separações nacionais. (WEBER, 1999: 141).

A conectividade refere-se a aspectos relativos a como o usuário pode usar a fonte e à relação de “custo e benefício” para o acesso. Nesse caso, o jornalista de pergunta: que recursos são exigidos para acessar a fonte? Que programas e equipamentos são necessários para a captura de informações? Ela estará acessível por *site de internet*, por *mail*, telefone ou pessoalmente.

Hoje, a rede é um dos principais meios de comunicação entre fontes e imprensa. No meio eletrônico, a “interatividade” é fator importante na avaliação da fonte. Reúne aspectos como a navegabilidade, amigabilidade e relacionamento fonte/usuário. Na navegabilidade, destacamos a organização, funcionalidade e racionalidade dos *links*. As ferramentas de busca devem ser eficientes e levar a fontes confiáveis e pertinentes sobre o assunto que o usuário procura. A amigabilidade é mais uma consequência de vários aspectos, como a clareza da linguagem dos textos, a facilidade de se compreender o visual gráfico, a existência ou não de instrução de uso, à facilidade com que o usuário tramita e outros.

Além dos fatores apresentados, propomos também a ‘qualidade dos resumos’ que a fonte disponibiliza, seja em *sites de internet* ou publicações diversas. Atualmente, com a abundância de informações, o resumo torna-se referência imprescindível durante a seleção de uma fonte de informação.

Para DARNTON (1990:87), “quaisquer que sejam suas imagens e fantasias subliminares, os jornalistas têm pouco contato com o público em geral” e não recebem quase nenhum retorno deles. O ‘relacionamento da fonte com usuário’ é decisivo na avaliação da fonte, principalmente se ela é um sistema de informações, como no caso da *internet*. Que mecanismos de interação propõe? Ela desenvolve pesquisa de satisfação? Retorna tempestivamente os questionamentos feitos? Quais são os mecanismos de *feedback*? Respeita a privacidade, ou cadastra seu código de acesso para envio de mala direta e mensagens sem autorização prévia do usuário? A otimização do sistema vai depender muito dessa relação.

No caso de *site* de um órgão público, que geralmente se propõe a contribuir para o exercício da cidadania, destaca-se também a ‘diversidade dos serviços’ oferecidos como fator de avaliação. O mesmo critério pode ser tomado para avaliar empresas do setor de serviços, como bancos. A menção às ‘referências bibliográficas’ colabora para a avaliação de qualquer fonte de informação. No caso da *internet*, a referência bibliográfica torna-se diferencial competitivo de alguns *sites*. O índice de ‘aceitação pelo público’, número de visitas ao *site*, também deve ser considerado na avaliação da fonte.

A TAB.9, p.122, consolida os critérios de avaliação desenvolvidos por vários autores. Com os dados obtidos, tentamos mapear e identificar os indicadores de avaliação da ‘qualidade de informação’ das ‘fontes formais’, pelo público que entrevistamos.

No jornalismo, a fonte é considerada confiável por vários fatores: pelo seu reconhecido conhecimento, por ter participado de um acontecimento, pela autoridade que possua na sociedade ou pelo cargo que ocupe numa organização. O trabalho de CHAVES (2000) ajuda-nos a entender por quê, para o público, o maior defeito das informações jornalísticas reside na parcialidade, conforme TAB.10, p.123, sinalizando conflito entre fontes e jornalistas.

TABELA 9 - CRITÉRIOS PARA AVALIAÇÃO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

ALEXANDER & TATE	NETFIRST OCLC	AMERICAN LIBRARY ASSOCIATION	SOUTH WEST / MARYLAND/ NEW MEXICO UNIVERSITY	ALBANY UNIVERSITY	SMITH	HARRIS	BARBOZA ET AL	ESCHENFELDER ET AL.	EVANS	RESUMO DA AUTORA
autoria Responsável	Autoria Reconhecimento	Autoria	Autoria		Autoria Prêmios e reconhecimento	Autoria	Autoria Responsável técnico	Autoria	Autoria Responsável técnico	Autoria: Exposição clara dos responsáveis, ficha técnica, legitimidade (imagem externa), formação, conhecimento.
Acuidade Fontes	Fontes	Fontes	Acuidade Fontes	Fonte Diversidade	Acuidade Fontes	Acuidade/ Fonte Credibilidade	Fonte	Acuidade Fontes		Acuidade/ Fontes disponíveis/ Credibilidade/ Verificação
Objetividade Publicidade		Objetivo Publicidade apropriada	Objetividade Publicidade equilibrada			Objetividade				Objetividade/ Publicidade equilibrada
		Clareza de objetivos	Clareza de propósitos / Imparcialidade	Imparcialidade	Clareza de missão e propósitos	Imparcialidade	Clareza de propósitos	Clareza de propósitos/ imparcialidade e transparência	Metas e objetivos	Clareza de posicionamento: identificação de identidade, propósito, posição política.
Atualidade	Atualidade		Atualidade	Atualidade	Ciclo- Atualidade Novidades	Atualidade	Atualidade	Atualidade	Atualidade	Atualidade: exposição clara de sua atualização.
	Vida útil									Vida útil.
Cobertura			Cobertura		Cobertura/ escopo			Cobertura/ Escopo		Cobertura/ escopo/abrangência.
		<i>Design</i>		<i>Design</i>	<i>Design</i>		Planejamento Gráfico e Visual	<i>Design</i>	<i>Design</i>	Layout - Aspectos gráficos e visuais.
		Conteúdo Veracidade Adequação à audiência		Conteúdo/ Precisão/ Adequação à audiência	Conteúdo/ Adequação à audiência/ Volume de informação	Conteúdo Precisão	Conteúdo Nível de profundidade	Conteúdo Coerência com missão/ relevância	Conteúdo	Conteúdo: adequação ao público alvo/ precisão/ nível de profundidade/ interesse relevância/ quantidade.
				Estilo diferente	Exclusividade					Fator de diferenciação
		Linguagem correta e clara	Linguagem correta e clara	Linguagem correta e clara	Qualidade da redação		Correção gramatical	Qualidade da linguagem		Linguagem do texto e visual: clareza, correção simplicidade, e adequação.
		Conectividade Estabilidade			Conectividade/ Custo/Disponibilidade Velocidade de acesso/ tempo de resposta		Recursos de multimídia requeridos Recursos técnicos	Conectividade Velocidade de acesso Acessibilidade Disponibilidade	Sustentabilidade / Acesso Disponibilidade Custo	Conectividade: Velocidade de acesso Retorno de resposta Disponibilidade Custo - Recursos exigidos.
Links		Links Clareza da interatividade		Navegabilidade Links funcionam?	Interatividade Navegabilidade Links/ Funcionalidade			Navegação Organização de links		Interatividade Navegabilidade/ links/organização, funcionalidade, racionalidade dos links. Ferramentas de busca
				Compreensibilidade	Amigabilidade Compreensibilidade/ Instruções	Compreensibilidade	Interatividade	Compreensibilidade/ instruções de uso		Amigabilidade/ instrução/ linguagem.
					Mecanismos de feedback / Respeito à privacidade dos usuários	Audiência Suporte para reclamações e retorno	Suporte para retorno Privacidade aos usuários	Mecanismos de feedback	Suporte interação c/ usuário	Relacionamento com usuário/ mecanismos de interação/ retorno/ pesquisa de satisfação.
					Diversidade de serviços oferecidos		Uso cidadão	Diversidade de serviços		Diversificação de serviços oferecidos
								Controle bibliográfico		Referências bibliográficas
								Número de visitantes visível		Índice de visitas ao site
								Avaliação de performance		Preocupação com constante otimização

Fonte: Elaborado pela autora, a partir da leitura de VILELA, Renata M. *Governo Eletrônico: uma avaliação dos portais estaduais brasileiros na Internet*. UFMG, 2002.

TABELA 10 - PRINCIPAIS DEFEITOS DAS INFORMAÇÕES JORNALÍSTICAS

DEFEITO	RESPOSTAS	%
Parcialidade: Manipulação, autopromoção	111	65,68
Falta de conteúdo: profundidade, análise, relacionamentos	78	46,15
Impacto: sensacionalismo	57	33,73
Imprecisão e distorção de fatos	33	19,53
Abrangência limitada, tanto nacional como do interior	27	15,98
Problemas de linguagem, estilo, erros, revisão	23	13,61
Completeza: manchetes sem complemento, continuidade de cobertura	21	12,43
Problemas no layout das páginas ou dos cadernos	19	11,24
Redundância de informações	19	11,24
Notícias desatualizadas	16	9,47
Relevância: Falta de interação com o público	9	5,33
Falta de novidade: veiculam mesmo que outros jornais	7	4,14
Falta de ética	5	2,96
Pertinência: uso de agências, com notícias que não têm a ver	5	2,96
Não contribuir p/ educação e desenvolvimento da comunidade	4	2,37
Imparcialidade: não toma partido, fica em cima do muro	4	2,37
Subjetividade: Editoriais desinteressantes	3	1,78
Entretenimento que aliena	2	1,18
Falta de objetividade (extraída de outros)	1	0,59
Outros		5,00

Fonte: CHAVES (2000)
Respostas múltiplas

Os defeitos e as sugestões de melhoria apontados (TAB.11, p.124) oferecem-nos pistas de como o sistema de informação é avaliado pelo usuário. Percebemos que muitos critérios se assemelham aos propostos pela avaliação de fontes discutidos anteriormente, como: clareza de posicionamento, conteúdo, relevância, objetividade, linguagem, formato, abrangência, atualidade e outros. As preocupações com o conteúdo superam aspectos técnicos, que pouco foram lembrados. Diríamos que o fato de nos nortearmos pela literatura da ciência da informação procede, pois tentamos estabelecer os critérios de avaliação das 'fontes formais'. Ela conduziu nossos procedimentos metodológicos, como, por exemplo, no desenvolvimento de instrumentos de coleta de dados. Se, na ciência da informação, as sugestões de avaliação de fontes sugerem preocupação maior com o conteúdo, vejamos como o assunto é abordado na literatura do jornalismo.

TABELA 11- SUGESTÕES PARA MELHORIA DE INFORMAÇÕES

Sugestões	Respostas	%
Checar e pesquisar mais, melhorar fontes	28	20,29
Maior precisão	20	14,49
Aprofundamento e análise	19	13,77
Pesquisar necessidades do leitor, aproximar comunidade Ombudsman	15	10,86
Mais imparcialidade e isenção	13	9,42
Melhorar nível do profissional	12	8,70
Mais independência	12	8,70
Menos sensacionalismo	11	7,97
Melhorar a linguagem	10	7,25
Comportamento mais ético	10	7,25
Maior abrangência	9	6,52
Melhorar layout	8	5,79
Planejamento e melhoria da linha editorial	6	4,35
Ser mais didático e contribuir para a educação	6	4,35
Menos interferência comercial	5	3,62
Maior especialização, segmentação	5	3,62
Posicionar-se politicamente	3	2,17
Diminuir redundância	2	1,45
Denunciar órgãos públicos e acompanhar seus feitos	2	1,45
Mais objetividade	2	1,45
Mais independência econômica do governo	2	1,45
Menos politicagem	2	1,45
Textos mais enxutos	2	1,45
Notícias mais atrativas	1	0,72
Não copiar concorrência, variar mais	1	0,72
Notícias mais atualizadas	1	0,72
Mais subjetividade	1	0,72
Aumentando a concorrência	1	0,72
Diminuir número de matérias, com seleção de conteúdo	1	0,72
Colocar o índice	1	0,72
Mais variedade	1	0,72
Não usar tanta agência de notícia	1	0,72

Fonte: CHAVES (2000)
Respostas múltiplas

Segundo CORREIA (2003), “a indústria jornalística prescindiu da crítica e da reflexão, aderindo facilmente aos estereótipos e preconceitos dominantes ou julgados como tal”. Esse fato ocorreu, como vimos, porque a mídia utiliza fontes, que tendem a reproduzir a estrutura social em todas as suas dimensões e diferenças. No aspecto qualitativo, as maiores exigências do

jornalismo referem-se ao fato de que as notícias sejam produzidas conforme as normas: 1) correção gramatical e simplicidade estilística da linguagem, 2) objetividade, compreendida como mera descrição dos fatos; 3) seleção da temática que gere "interesse humano". Do lado da produção, prevalecem os valores de aceitabilidade que façam a notícia coincidir com o gosto médio do público, que deve compreendê-la de forma direta e rápida, em detrimento de um raciocínio crítico e temporalmente dispendioso. Como resultado de tudo isso, o jornalismo tende a disponibilizar informações, simplistas e superficiais, traduzidas como o conhecimento epidérmico do mundo. O autor insiste, então, na pergunta: como evitar o canto da sereia e compatibilizar a vocação da mídia para reforçar os valores dominantes com o exercício da racionalidade crítica, levando-se em consideração a liberdade e a inteligência dos indivíduos, usuários da informação? Uma das respostas pode ser encontrada na otimização do processo de avaliação das fontes jornalísticas. É uma proposta desafiadora, pois

“o desenvolvimento dos sistemas de produção de bens simbólicos, em particular, do jornalismo, é paralelo a um processo de diferenciação cujo princípio reside na diversidade dos públicos aos quais as diferentes categorias de produtores destinam seus produtos e cujas condições de possibilidades residem na própria natureza dos bens simbólicos.”
BOURDIEU (1987: 102)”.

O caminho pode começar, por exemplo, pelo monitoramento da imprensa pelo público ou pela própria mídia, através do trabalho de *ombudsman*, que compõe, hoje, a estrutura de grandes jornais, cujos objetivos foram explicitados pela ONO, *Organization of News Ombudsman*, em 1982: cuidar do aperfeiçoamento contínuo, equidade, exatidão e responsabilidade do jornal, aumentar sua credibilidade, investigar todas as queixas, recomendar ações corretivas quando for o caso, alertar o diretor de redação sobre todas as queixas, fazer conferências e escrever para o público sobre linhas, posições e atividades do jornal e/ou para particulares, quando oportuno. No Brasil, as principais adesões

por parte da imprensa aconteceram após a publicação da lei do Código de Defesa do Consumidor, em 1990.

Nesse sentido, LUCAS (2003), analisou a experiência no jornal *O Povo*, de Fortaleza, que, de 1994 a 2003, teve o cargo de *ombudsman* ocupado por sete diferentes profissionais. Percebeu vários conflitos no exercício do cargo. Apesar de se visar ao acompanhamento crítico do trabalho e a consideração o posicionamento dos leitores, o que ajudaria o jornal a promover salto qualitativo no processo de produção da notícia, a maioria relatou que a experiência como *ombudsman* foi extremamente desgastante, uma vez que os colegas se mostravam resistentes e desconfortáveis por se sentirem vigiados. A minoria considerou a experiência válida, compreendendo que jornalista e leitor não têm o mesmo olhar, fato que, sendo detectado, colaboraria para otimizar as rotinas. Embora os erros de qualidade mais percebidos pelos leitores fossem os gramaticais, esses se posicionavam abertamente sobre os vícios de superficialidade, redundância de uso de fontes, excesso de sensacionalismo e ofereciam sugestões⁶². A proposta do cargo de *ombudsman* era pertinente e talvez seria interessante que, nos diversos órgãos de imprensa, cada jornalista ocupasse o cargo, em sistema de rodízio, vivenciando toda a sua dimensão. A partir dele, poder-se-ia pensar num programa de relacionamento com o leitor, de forma a otimizar o entendimento entre as partes.

GRADIM (2004) defende que a seleção e o acesso às fontes são importantes para qualquer publicação. Para isso, ela propõe planejamento para que o jornalista se relacione com as fontes, baseado em algumas premissas: 1) a boa fonte deve ser competente e qualificada, mas só se deve recorrer a ela na sua área de conhecimento; 2) as fontes podem ser “profissionais”, especializadas em lidar com jornalistas, o caso dos profissionais de relações públicas e assessores de imprensa; 3) nenhuma fonte, profissional ou não, é desinteressada; 4) o jornalista atento sabe constituir uma tipologia das fontes, 5) se houver vítima e ela estiver em condições, deverá ser ouvida; 6) selecionadas, localizadas e avaliadas

⁶² Muito próximas aos dados colhidos e sintetizados em nossas TAB.10 e 11, p. 123 e 124.

as fontes, a coleta de informação deve ocorrer de forma sistemática, com rigor metodológico e todos os dados devem ser verificados e confirmados por outras fontes; 7) o jornalista deve adotar regras para se relacionar com as fontes; preparando cuidadosamente as entrevistas a serem realizadas, documentando-se e esboçando mentalmente as perguntas; 8) as fontes, sem exceção, devem ser citadas; 9) dados obtidos em *off the record* só devem ser usados para confirmar informações de outras fontes ou vice-versa; 10) é necessário especial cuidado com as rotinas e as relações que estabelece com as fontes, que devem ser tratadas com cordialidade e cortesia; 11) se houver falha na coleta de dados, todo o trabalho fica comprometido, sendo melhor reconhecer o erro e recomeçar; 12) se a coleta for competente, obtêm-se os dados necessários para elaboração da matéria, podendo até, em caso de dificuldades, ser auxiliado por um editor ou um colega; 13) o jornalista deve permanecer sempre no local até o final do acontecimento; 14) quando relevante, deve-se relatar a circunstância da produção da notícia ou do próprio acontecimento; 15) o jornalista deve ter consciência de sua responsabilidade e não provocar acontecimento; 16) o jornalista deve saber selecionar entre as miríades de *press releases* e anúncios de informações que recebe, aqueles que são verdadeiramente importantes, negligenciando os demais; 17) o repórter não deve aceitar questões prévias, nem escritas antecipadamente pelas fontes; 18) ao reescrever um discurso, deve permanecer fiel ao que ouviu; 19) as entrevistas devem ser preparadas com antecedência; 20) o jornalista deve sempre identificar-se e ser pontual; 20) apesar de utilizar o gravador como suporte, o jornalista deve prestar a máxima atenção ao que o entrevistado falar ou fizer, guardando as declarações importantes; 21) as entrevistas devem ser presenciais; 22) o jornalista deve guiar-se por regras para conduzir as entrevistas, preparando-se para cada pergunta que fizer, agrupando as questões por temas; 23) o jornalista deve evitar a timidez, colocar todas as questões pertinentes e não deixar o entrevistado fugir às perguntas; 24) o jornalista deve reconhecer que é um estranho a quem entrevista, devendo pautar-se pela discrição, expressando-se com humildade e simplicidade e evitando expressões que insultem a inteligência do entrevistado; e, 25) finalmente, depois de iniciada a entrevista, o jornalista deve

observar respeitar as convicções religiosas do entrevistado, não expor ou deixar transparecer sua opinião, nunca discutir e nem cultivar familiaridade com entrevistados, tratar autoridades pelo nome do cargo (senhor ministro, corretor, e outros), conduzir-se com seriedade e honestidade, não atribuir declarações fictícias ao entrevistado, não formular perguntas que possam ser respondidas por sim ou não, ter cautela com dados ou afirmações que possam gerar controvérsias, não submeter a matéria à aprovação do entrevistado e não corrigir os entrevistados. Essas premissas são importantes, pois levam o repórter a perguntar as coisas certas, da maneira certa, às pessoas certas.

Podemos ver que, ao tentarmos discorrer sobre avaliações de fontes, alguns caminhos são apontados como: a auto crítica ao trabalho pela criação de cargos como o de *ombudsman*, análise do conhecimento ou autoridade da fonte, os cuidados no relacionamento com ela e código de conduta para a execução de entrevistas. Ou seja, chegamos à própria complexidade da problemática das fontes. Esse “embaralhamento” de temas pode ser explicado pelo fato de haver, ainda, pouca discussão e produção acadêmica a respeito da questão.

3.2.7 Novas perspectivas

A expansão dos meios de comunicação trouxe profundos impactos às relações sociais, sobretudo o surgimento da televisão. As informações veiculadas pela mídia destacam a experiência dos que nela têm visibilidade e ocupam a agenda do debate nas diversas comunidades. Famílias deixam de discutir seus problemas para conversar sobre suas novelas favoritas ou noticiários. Revistas semanais inspiram bate-papos em barzinhos e encontros informais. Assim, a mídia,

sobretudo a televisão, “substitui a experiência e constitui o simulacro da realidade” (SANTOS, 1997).

“Outro fenômeno que parece relevante analisar é o das novas tecnologias da comunicação: multimídia, redes, telemática, ampliação das capacidades das bases de dados” (GRADIM, 2004), que impactam sensivelmente as rotinas jornalísticas e o compromisso das fontes no fornecimento de informação à sociedade. O computador alterou significativamente o trabalho nas redações, as formas de interação com as fontes e se integrou à difusão de informação e, principalmente, possibilitou a interatividade da comunidade. Por outro lado, a informática alterou o trabalho de gestão das fontes organizacionais, que têm agora a possibilidade, através da *internet*, de se comunicarem diretamente com a imprensa e o público.

GONÇALVES (2002) e LIMA (2000) entendem que encontramos hoje uma crítica ao conceito de jornalismo de precisão, elaborado no começo dos anos 70. Apesar de preservar a função clássica, o jornalismo vive um momento de expansão do processo de produção, circulação e consumo de conteúdos nas redes telemáticas. O novo conceito é o de jornalismo assistido por computador, nas reportagens, pesquisa, referência e relacionamento com o público e com as fontes. O jornalista conta com programas para cálculos complexos, elaboração de tabelas, que ajudam a composição das matérias. Com o acesso a *intranet* e à *internet*, a coleta de dados pode incluir fontes secundárias como relatórios, artigos e demais publicações. É possível participar de encontros nas listas ou nos grupos de discussão. Nos sistemas convencionais de jornalismo, a preferência pelas fontes oficiais é estratégia dos profissionais para obter dados fidedignos de personalidades reconhecidas. À medida que a arquitetura descentralizada do ciberespaço desarticula o modelo clássico, incluindo novas fontes e a interatividade com o próprio público, novos critérios são necessários para conferir confiabilidade ao sistema de apuração de informações.

Ao mesmo tempo, a multiplicação das fontes, produtoras de discursos e iniciativas, traz novos atores à cena social e exige uma reestruturação das organizações jornalísticas (PINTO, 1999). Para MATTELARD (1999:9), “a

proliferação das tecnologias e a profissionalização das práticas acrescentaram novas vozes à polifonia dos múltiplos sentidos gerados pela comunicação”. Assim, há necessidade de treinamento contínuo dos jornalistas, principalmente no trabalho de levantamento dos dados necessários para elaborar a notícia ou reportagem. Se no jornalismo convencional, a notícia consiste da própria declaração, no jornalismo atual, a declaração é apenas um dos elementos que reforça a credibilidade da notícia, por conferir aos envolvidos o direito de se expressarem. Um dos grandes segredos do sucesso de uma rede de comunicação reside no investimento em consulta às fontes disponíveis. Com o exame cuidadoso dos bancos de dados existentes na rede, o jornalista pode descobrir fatos de enorme relevância muito antes de serem divulgados pelas fontes.

Sob essa ótica, cresce a importância dos centros de pesquisa e documentação como suportes ao trabalho do repórter, muito comuns, por exemplo, nos Estados Unidos. Para PINTO (1999), esse investimento não deve ser encarado como custo, mas um aperfeiçoamento de gestão para que o jornalismo reduza a tecnologia ao uso instrumental e de aperfeiçoamento, sem desestabilizar os fundamentos da prática da profissão.

Com a perspectiva de maior interatividade entre fontes e usuários; fontes e jornalistas; e jornalistas e usuários, novos critérios de eficiência são solicitados à mídia. Segundo NOVACH e ROSENSTIEL (2003:41), “os jornalistas necessitam de “habilidade para olhar as coisas sob múltiplos pontos de vista e habilidade para chegar ao fundo”. Ele não decide mais o que o público deve saber mas o ajuda a por ordem nas coisas.

Navegar num oceano cada vez mais vasto e mais denso pressupõe, para jornalistas e para os públicos, novas competências de discernimento e de avaliação (GONCALVES, 2002). A diluição do papel de intermediário dos jornalistas, através da seleção e da hierarquização da informação, sugere que ele tenha o potencial cada vez maior de interferir no processo de produção da notícia, juntamente com os editores. Não basta descrever os fatos e incluir novas fontes; o público tende a exigir capacidade analítica competente, imparcial e inteligente.

Com as novas tecnologias, a visibilidade das fontes, tradicionais ou alternativas, formais ou informais, extrapola a própria mídia. As fontes clássicas como prefeituras, câmaras de vereadores, assembleias legislativas, gabinetes de governos estadual ou federal, câmara federal, senado, federações, empresas, sindicatos e, ainda, as variadas fontes independentes estão acessíveis ao público e zelam por seus interesses e imagem no ciberespaço, que se torna uma arena de disputa de comunicação (GONCALVES, 2002). Para favorecer a visibilidade de modo mais competente, multiplica-se a contratação de assessores de imprensa por empresas, celebridades, especialistas e outros. Com a “sobre informação” existente, exige-se, cada vez mais, que a mídia faça o papel de filtrador e analista contextual (SOUSA, 2000).

Em meio a tantas ofertas, o grau de compromisso da fonte com o bem público passa a constituir importante filtro para a imprensa. Nesse contexto, novos desafios se apresentam às fontes formais. O trabalho de especialistas e das assessorias de comunicação requer maior reflexão sobre o papel social das empresas a que servem e a consciência ampliada do que representam as informações que disponibilizam. As fontes formais, ao manterem contato direto com o público, são obrigadas a assumirem maior responsabilidade com o que divulgam, exigindo maior competência de seu quadro de assessores. Assim, a ‘revolução das fontes’, fenômeno estudado por CHAPARRO (1994), adquire características e alcance ainda mais amplos.

Se, as fontes formais ocupam o ciberespaço, possibilitando o contato direto com os usuários, também estes se incorporam ao circuito de produção de conteúdos pela rede. Assim,

“o estabelecimento de uma relação sem intermediários entre as fontes e os usuários decorrente das características da tecnologia digital permite concluir que a pesquisa sobre as fontes não se circunscreve mais às relações dos jornalistas com as fontes oficiais ou com fontes institucionalizadas pautadas por uma lógica de ação estratégica, comportando como elemento estrutural não menos importante, os usuários como fontes para o jornalismo. A inclusão dos usuários como fontes coloca na agenda da pesquisa sobre o campo jornalístico um aspecto até agora negligenciado pelos códigos de ética do jornalismo convencional: as responsabilidades dos usuários das redes como fontes para os jornalistas”. (PINTO, 2003).

O impacto das novas tecnologias da comunicação impõe, pois, a revisão no código de ética profissional do jornalista e a criação de código de ética para fontes e usuários, com a definição dos direitos e deveres de cada um, “ampliando um compromisso antes restrito aos jornalistas e órgãos públicos oficiais (PINTO, 1999)”.

A inclusão das fontes e do usuário no ciberespaço diminui, de certa forma, o trabalho de intermediação do jornalismo. Porém, a mídia tende a analisar e a interpretar os fatos. Os cidadãos, com acesso direto às instituições públicas e privadas, através de canais como *internet* ou de *telemarketing*, podem checar a veracidade das informações publicadas pela imprensa.

Por todas as exposições anteriores, concluímos que a pesquisa sobre as fontes extrapola o trabalho jornalístico, pois inclui os usuários, sendo essas dimensões integradas e merecedoras de abordagem crítica mais ampla. Ao jornalismo, cabe se ater à questão, refletindo sobre seu papel no atual cenário e as responsabilidades que lhes são inerentes como sistema de informação de ampla repercussão na configuração social. Por parte das fontes, cabe a reflexão sobre seu papel no espaço público e a conscientização sobre sua responsabilidade social. Em relação ao usuário, cabe-lhe o papel de eterno aprendiz, estando alerta para analisar a informação que recebe, observando seu conteúdo, sua origem, o sistema de produção e circulação, tendo ciência dos agentes envolvidos nesse processo, seus interesses e lógicas.

3.2.8 Pensando um pouco sobre questões éticas

Tendo em vista os apelos dos autores que reivindicam a discussão sobre novo código de ética que norteie a conduta do jornalismo e das fontes no

cenário atual, no qual ambos tendem a assumir novas responsabilidades e atribuições, incluímos nesta tese a reflexão sobre o assunto.

Essa proposta é pertinente porque somos sugestionados a pensar que ela interfira diretamente nos atributos qualitativos da informação. Podemos apontar dois princípios lógicos que permeiam a ética jornalística. O primeiro é o enunciado de sua própria missão clássica; informar, interpretar, educar e entreter. O segundo princípio lógico da ética dos profissionais que produzem ou disseminam a informação é apresentado por BUCCI (2000, 56), quando afirma que “o acesso à informação pública é um direito inerente à condição de vida em sociedade, que não pode ser impedido por nenhum outro tipo de interesse”. Esse ideal deve guiar o comportamento dos jornalistas e, como diz, LARA (2003), a conduta das fontes.

BUCCI (2000) defende que o jornalismo cumpra sua missão social, antes de ser entendido como um negócio qualquer, e reivindica uma ética para o jornalismo, que “não se resume a uma normatização do comportamento de repórteres e editores, encarna valores que só fazem sentido se forem seguidos tanto por empregados da mídia como seus empregadores” (BUCCI, 2000:12). Declaram KOVACH e ROSENSTIEL (2003: 206) que os jornalistas têm a responsabilidade de ser conscientes e “o jornalismo deve prover um fórum para a crítica e o comentário público”.

Para BUCCI (2000:11), a ética só pode ser proposta porque “a comunicação social é o lugar por excelência do conflito”. Porém, o autor afirma que “onde há conflito de interesses (e sabemos que eles são inerentes à informação jornalística), não se gera informação de qualidade possível”. Como vimos, o discurso jornalístico expressa interesses diversos: das fontes, sejam elas partidos políticos, organizações públicas ou privadas, dos próprios jornalistas, do público e das grandes empresas de comunicação, embora exista hoje tendência ao monopólio dos grupos que controlam a mídia (BAGDIKIAN, 1999). Para começarmos a pensar em ética em mídia e comunicação, precisamos reconhecer essa arena de interesses. Lembra DOWING (2002) que, ao longo da história, vários grupos se organizaram e precisaram comunicar-se através da imprensa para conquistar suas reivindicações. Ele apresenta vários exemplos, como a revolução

francesa, os revolucionários americanos na luta da independência, lutas operárias e movimentos feministas.

Constatações, concluiríamos: que não seria possível pensar em informação jornalística de qualidade, na linha de raciocínio de BUCCI; ou, melhor, que interesses de terceiros permeiam todo o fenômeno qualitativo da produção e disseminação da informação, precisando ser explicitados e debatidos pela sociedade. Nessa linha de raciocínio, pensar em ética remete-nos ao conceito de comunicação dialógica de Paulo Freire, recuperado por LIMA (2000: 64):

“no momento em que as potencialidades das tecnologias interativas acenam para a quebra da unidirecionalidade e da centralização das comunicações, o conceito de comunicação dialógica, relacional e transformador oferece mais referência normativa revitalizada, criativa e desafiadora para todos aqueles que acreditam na prevaência de um modelo social comunicativo e libertador”.

O diálogo sobre ética requer que se entendam os interesses dos principais atores e os fatores que interferem no processo. Reconhecendo que poucos grupos controlam a mídia, _no caso do Brasil: famílias, organizações políticas e grupos religiosos⁶³_, e que os editoriais são “a alma de um jornal, um reflexo de seu caráter e filosofia” (TALESE, 2000: 90), fica mais fácil compreender alguns eventos. Por exemplo, entendemos o fato de um jornal assumidamente democrata, como o *The New York Times*, ter amparado sua repórter Judith Miller (condenada a três anos de prisão, por não ter cedido à pressão do governo Bush para revelar a fonte que denunciara manipulações de informação na invasão do Iraque). Já o jornalista: Matthew Cooper sentiu-se pressionado pelo grupo *Time*, assumidamente republicano, mesmo partido do presidente, e acabou entregando a agente da CIA, Valerie Miller.

⁶³ VENICIO LIMA (2001) aborda o assunto, leitura que recomendamos pela riqueza de conteúdo.

Seria, ainda, útil entender outra sugestão, vinda de TALESE (2000, 87). Ele assume que não se podem separar jornalismo e publicidade, pois são duas matérias primas essenciais aos veículos de comunicação. Enquanto as notícias veiculadas informam ou perseguem denúncias, assumindo caráter negativo, a publicidade oferece um retrato positivo da economia, dos sonhos dos cidadãos comuns, estando “a verdade em algum lugar entre os dois”.

Devem-se considerar as pressões internas, as rotinas produtivas, as influências dos grupos de referência, da subjetividade dos jornalistas e das fontes. Faltaria, ainda, inserir o público, que se circunscreve nessa arena como os grandes legitimadores dos interesses explicitados. Os públicos, organizados ou não, têm suas necessidades e aspirações, que podem ou não coincidir com os interesses dos demais. Ocorre, então, uma ciranda de barganhas, que caracteriza o bom exercício da democracia. Explicitados todos os interesses, caminhamos para uma antiga reivindicação de Paulo Freire: que a mídia assuma com vigor seu papel educativo, esforçando-se para oferecer ao público esse nível de consciência, favorecendo sua participação no processo (LIMA, 2002). Essa discussão, com certeza, requer uma política governamental facilitadora, defendida também por CANCLINI, BARBERO e tantos outros.

“Os modelos não se constituem diretamente como meio de demonstração ou de prova, mas propriamente como meio de conhecimento, seja ao orientar a pesquisa a ensejar uma descoberta, seja ao objetivar aspectos da realidade e ao formalizar os vaticínios do pensamento sobre ela DOMINGUES (2004:55).”

Neste capítulo abordamos aspectos fundamentais da metodologia como embasamento teórico, o método e as etapas da pesquisa, com descrição dos instrumentos e técnicas utilizadas.

4.1 Abordagem teórica

Pelo rigor científico, todo o trabalho que se preze, seja monografia, dissertação ou tese, deve apresentar uma revisão de literatura, que auxilie na exposição dos termos utilizados e guie o pesquisador na eleição de categorias para coleta e análise da pesquisa de campo. Mesmo porque, segundo WEBER (2001, 115), é necessário indicar aos leitores e ao próprio autor, “em que momento cessa a fala do pesquisador e começa a fala do homem que está sujeito a intenções e vontades, em que momento os argumentos se dirigem ao intelecto, em qual se dirigem o sentimento”.

Como um dos objetivos gerais da pesquisa foi desenvolver uma elaboração teórica que colaborasse para o avanço da discussão sobre o tema das ‘fontes formais’ e sua participação no processo de produção e qualificação da

notícia, pensamos que seria recomendável esclarecer que caminho epistemológico nos conduziu em tal empreitada. Os conceitos que apresentamos se basearam nos pressupostos das ciências sociais. Embora seja grande o número de pensadores que contribuíram para a evolução de conceitos que buscam compreender a dinâmica social, fomos particularmente inspirados por autores como SANTOS (2000), DOMINGUES (2004), MARX (1980), MINAYO (1996) e WEBER (1999). Com auxílio deles desenvolvemos a TAB 5 (p.34-36) e procuramos entender o 'quê' (1) seria nossa abordagem teórica dentro da história dos estudos nas ciências sociais, o 'por quê' (2) um problema social pode ser considerado científico, o 'para quê' (3) o cientista social trabalha e 'como' (4) elaborar um trabalho científico.

Respondendo à pergunta 'o quê?' (1), afirmamos que, ao apresentarmos os conceitos de 'informação', 'qualidade da informação' e 'fontes jornalísticas', a pesquisa contextualizou-se no campo das ciências sociais, cujos paradigmas conduziram nossas reflexões.

De modo geral, o cientista justifica o 'por quê' (2) da pesquisa como o meio mais eficaz de se buscar a verdade, pois "ciência" é o conhecimento com "garantia de validade" (ABBAGNANO, 1971:137), sujeito a regras de observação sistemática. Mas a questão permanece. Por que é tão importante chegar-se a uma suposta verdade, já que essa é, de certa forma, relativa? Historicamente, considerando pressupostos religiosos e filosóficos, percebemos que uma aura positiva cerca o conceito de conhecimento, permeado pela noção de crescimento e libertação⁶⁴. Começamos a responder à pergunta 'por que fazer ciência?',

⁶⁴ Citemos alguns. A doutrina hindu do *carma* pregava ser "possível a via do sacrifício, do conhecimento e da devoção (GAARDER, 2000:45) como três meios diferentes para obtenção da graça. A ignorância do homem o amarraria ao ciclo de reencarnação, enquanto que compreender a verdadeira natureza da existência seria o caminho para a salvação. Confúcio via o homem como naturalmente bom, atribuindo o mal como consequência da ignorância. Educar, portanto, significaria "a transmissão dos conhecimentos corretos (GAARDER, 2000:79)". Os conhecimentos incorretos representariam perigo, levando à noção de pecado no judaísmo, à falta de submissão no islamismo, ou à ação indesejada e prejudicial no taoísmo. No cristianismo, os valores da gratidão pela vida, a alegria de viver e a obediência a Deus viriam em primeiro plano e direcionariam a educação dos fiéis. A aura positiva que permeia o conceito de conhecimento através dos tempos constituiu-se valor ético e moral, retratado em pensamentos de vários filósofos, desde Tales de Mileto, como precursor, e Sócrates, como o grande marco da filosofia, que passa a ser entendida como "um conjunto de reflexões que vão do uso do saber em proveito do homem, sua validade, natureza, origem à crítica de sua essência (ABBAGNANO, 1997)". A crença helenística de que a

afirmando que concordamos com esses valores positivos pregados desde nossos mais remotos antepassados. Como a educação leva ao crescimento e favorece um ambiente livre e democrático, as pesquisas científicas justificam-se na implícita contribuição que prestam para o saudável progresso sustentável da humanidade. Resposta simples, não fossem as contradições e conflitos que nos deparam. Para SANTOS (1988), o projeto sociocultural da modernidade (do qual somos herdeiros), sustentado pela ciência, mostrou-se rico, complexo, ambicioso e revolucionário, capaz de muitas possibilidades. A tecnologia evoluiu, a expectativa de vida humana ampliou-se, trouxe mais conforto, mas nem todos usufruíram igualmente dos aspectos positivos do progresso, que, teoricamente, teria se assentado em dois pilares fundamentais: o da “regulação” e o da “emancipação”, ambos inter-relacionados e baseados em três princípios: o “princípio do estado” (articulado em Hobbes); o “princípio do mercado” (dominante na obra de Locke); e o “princípio da comunidade” (presente na filosofia política de Rousseau). As contradições surgiram, quando a submissão à lógica cartesiana do mercado prejudicou a emancipação social, comprometendo o senso ético da humanidade. Embora a educação tenha colaborado para libertar alguns indivíduos, a supremacia de *know-how* tecnológico trouxe força e poder para quem o detém, em detrimento de interesses de vários povos. Degradou-se o meio ambiente, a distribuição de renda ocorreu de forma heterogênea, provocando novas formas de violência social. Em meio aos benefícios trazidos, nunca os homens se mataram tanto. Nossa pergunta, pois, não é tão fácil de ser respondida, levando-nos a concluir que não

razão humana, através da reflexão e aprendizado, contribuiria para o direcionamento de ações corretas, foi retomada pelos iluministas e pelo humanismo renascentista no mundo ocidental, para quem os homens seriam animais racionais diferenciados, moldados segundo um processo civilizatório e educativo. O positivismo pregava que a razão e o conhecimento se expandiriam rumo ao progresso contínuo (GAARDER, 2000:234)”. A partir da idade moderna, a subserviência da educação católica cedeu espaço às doutrinas reformadoras e protestantes, sobretudo em países europeus não latinos. Para Lutero, o conhecimento, a consciência, a devoção aproximariam o homem de Deus. Novamente o tom positivo cerca a noção de educação. A busca da verdade, livre de dogmas, expressaria o espírito da modernidade, outro marco na história da filosofia, quando foi dividida, segundo Kant e Hegel em “filosofia universal” e “filosofia acadêmica” (HABERMAS, 1998:58). O surgimento da “filosofia acadêmica” alavanca o que se entende por conhecimento científico e coincide com a demarcação dos diversos campos do saber, legitimadores e legitimados pela comunidade, apoiando-se no paradigma da racionalidade.

basta o “por quê”. Temos que indagar: ‘para quê’ (3), então, fazer ciência e de que forma?

Ora, o que todos buscamos é solucionar os problemas advindos das contradições modernas. As ciências de todas as áreas procuram reverter a defasagem descrita por SANTOS (1988), buscando contribuir para o desenvolvimento sustentável da comunidade, levando em consideração a complexidade que envolve o meio ambiente, incluindo o homem e suas relações sociais. Visa-se, pois a qualidade social, que entendemos como “a capacidade de identificação comunitária, local e regional, bem como com relação ao problema do desenvolvimento (DEMO, 1985: 38)”. Para isto, o diálogo e a interdisciplinaridade adquirem uma grande importância, já que

“A nova configuração do saber é, assim, a garantia do desejo e o desejo da garantia de que o desenvolvimento tecnológico contribua para o aprofundamento da competência cognitiva e comunicativa e, assim, se transforme num saber prático e nos ajude a dar sentido e autenticidade à nossa existência” SANTOS (2000: 42).

Caminhamos, então, para um diálogo entre os diversos campos científicos, onde o indeterminismo das ciências sociais, sua flexibilidade e preferência pelo qualitativo são tomados emprestados nas análises das ciências tradicionais. Cada vez mais, investir em pesquisas científicas se justifica para solucionar os problemas diversos das comunidades de todos os planetas, tendo todos eles cunho social.

Pela proposta da ciência contemporânea, a postura política e comprometida com o bem estar social do cientista é central na discussão, produzindo o que SANTOS (1998 e 2000) chama de “conhecimento-emancipação” crítico, voltado para fomentar nova ordem participativa de ação e solidariedade. Nesse sentido, percebemos que a distinção entre as ciências ditas sociais e as ciências ditas exatas não depende de qualquer critério epistemológico, mas é essencialmente ideológica (LEVY-LEBLOND,1984:17-18). Não que as responsabilidades dos pesquisadores em ciências humanas sejam tão diferentes e

mais importantes que as dos investigadores de ciências naturais. Mas, trabalhando com problemas sociais, os primeiros sentem mais seu peso, embora nenhuma deles possa controlar os resultados e sua repercussão (LAVILLE e DIONNE, 1999).

Fazer ciência justifica-se, pois, pela sua contribuição para o desenvolvimento sustentável, sendo sua finalidade interferir na solução dos problemas sociais. A postura reforça o pensamento de Marx, para quem, a pesquisa deve contribuir para a prática da contínua transformação social. Como DEMO (1983)⁶⁵, acreditamos que as ciências sociais devem se preocupar, essencialmente, com a questão da qualidade social, que ele entende como a capacidade de identificação comunitária, local e regional, bem como com relação ao problema do desenvolvimento, em todos os sentidos.

Esclarecido nosso contexto (o por quê e o para quê fazer ciência), resta-nos indagar como conduzi-la (4). Somos levados a crer que, ao colocarmos em prática os fundamentos descritos, temos como suporte nosso contexto intelectual e nos baseamos em três pilares: a) posicionamento frente ao senso comum, a partir do qual delimitamos o objeto; b) exploração de uma forma de argumentação e c) a utilização de estratégias discursivas.

Se o fundamental na investigação científica é a relevância do problema para a comunidade, torna-se pertinente falarmos em 'ciência da informação', uma vez que seu objeto por excelência (o fenômeno informacional e suas implicações) afeta substancialmente as relações sociais em várias dimensões, especialmente o *espaço* e o *tempo*. O processo dialético da comunicação coloca em evidência o *senso comum*, hoje revalorizado como campo de observação científica, tendo vocação "solidarista" e "transclassista" SANTOS (1988). Ele representa o conservadorismo, o conhecimento superficial e ilusório da sociedade burguesa, sendo o menor denominador comum daquilo que um grupo ou povo coletivamente acredita. O *senso comum* foi, assim, redescoberto em seu caráter conciliatório, na medida em que se estabelece na

⁶⁵ DEMO (1983: 2) critica a imitação que as ciências sociais fazem das ciências naturais, denominando-a de "conto do vigário". A insistência na neutralidade e coletas de dados quantitativas levou muitos pesquisadores a despenderem energia em estudos condenáveis, dispersos e inconsistentes, num desfile de números sem sentido e relatos superficiais.

busca de consensos das interações sociais, expressando uma teia de discursos interessados, processo em que se presencia a conversa, a interlocução de subjetividades, a explosão de conflitos e contradições. Como defendem SANTOS (1996) e HABERMAS (1998), o grande desafio das ciências sociais é caminhar para uma nova relação entre a ciência e o senso comum, na qual um se faz do outro e ambos se inovam. Nosso estudo nasceu na identificação do problema no senso comum que, como objeto científico, se ampliou pela análise qualitativa, querendo contribuir para o aprofundamento da discussão sobre o assunto, tão relevante para a sociedade. A complexidade dos fatos abordados comprovou que o tema não se reduz ao nível de controle, carecendo de novas investigações. Pretendemos colaborar para a lógica existencial da ciência, que é promover a “situação comunicativa”, caminho viável para a democracia e a transformação, procurando abordar o tema de forma holística, considerando o contexto, texto e a biografia do autor, abraçando a interdisciplinaridade, a relatividade, a reflexividade, a complexidade, o conceito de *auto-organização* ou *auto-poiesis*⁶⁶.

Delimitada a origem de nosso tema, em meio à complexidade metodológica que caracteriza o percurso histórico das ciências sociais, algumas questões ainda permanecem centrais: o argumento (b) e as estratégias discursivas (c), que configuram o ‘como fazer pesquisa’. DOMINGUES (2004) identificou a tendência de uso de estratégias discursivas no texto científico, que se constrói sob orientação de paradigmas, entendidos aqui como modelos a serem seguidos, partindo de argumentos e de esquemas de explicação.

Nas ciências sociais (b), o argumento mais utilizado é o do criador, segundo o qual “do real só podemos conhecer efetivamente aquilo que nós mesmos construímos, pois não há em verdade uma fórmula canônica, mas um

⁶⁶ *Autopoieses* significa literalmente a “auto produção” (do grego *auto* e *poiesis*, criação ou produção) e expressa uma relação complementar fundamental entre estrutura e função, que ora se cria, se adapta, reproduz, modifica, recria-se, adapta-se e, assim, sucessivamente. O termo foi introduzido nos anos 70 pelos chilenos Varela e Maturana, referindo-se às dinâmicas dos distúrbios estruturais dos seres vivos. Nesta abordagem, os sistemas viventes são entidades auto poéticas, com uma estrutura dinâmica que lhes permite interagir entre si de modo recorrente, gerando um tipo de acoplamento estrutural ontogênico chamado domínio consensual, ou interatual com seu meio ambiente, ampliando outro tipo de acoplamento estrutural chamado adaptação ontogênica (MATURANA, 1992, 54).

conjunto de idéias e proposições mais ou menos implícitas” (DOMINGUES, 2004)⁶⁷. Nossa investigação pretendeu contribuir para o aprofundamento da discussão sobre o tema. Levantamos o problema a partir do senso comum e demonstramos sua complexidade. Identificamo-nos mais com o argumento construtivista, considerando-o mais apropriado para o campo das ciências sociais. A utilização dos argumentos pressupõe que nos guiemos por alguns paradigmas e princípios ordenadores do discurso e disciplinas-piloto, como o fizeram Marx, Durkheim, Weber e Lévi-Strauss. Para DOMINGUES (2004) esses heróis fundadores das ciências humanas, sem direito à exclusividade, produziram obras paradigmáticas para os estudos da história, sociologia, economia e antropologia.⁶⁸

⁶⁷ O autor descreve cinco tipos ideais, agentes de operacionalização nas ciências: o realismo epistemológico, o pragmatismo, o construtivismo, o instrumentalismo e o operacionalismo’ (os dois últimos predominantes nas ciências naturais), que pressupõem: “1) tomar o conhecimento e a ação como simétricos e reciprocamente dependentes; 2) possibilidade de decompor o conjunto da ação, gerando conhecimento e criação da realidade; e 3) possibilidade de decidir a “questão da verdade do conhecimento”, por critérios da verdade/falsidade. No realismo epistemológico (Marx, com viés materialista, e Durkheim, com viés positivista) o valor verdade do conhecimento se decide pelo mundo que existe ao redor e independente de nós e quanto nele interferimos. O “realista” indaga do real e se satisfaz em apontá-lo, estabelecendo uma relação conveniente entre o conhecimento e a coisa (realidade). O “operacionalista” não pergunta pela natureza da realidade, mas se atém à necessidade de fazer algo para verificar o significado de algum enunciado e decidir sobre sua veracidade. O “pragmatismo” (argumento de Pearce) pergunta-se sobre o que fazer, partindo da crença no enunciado. O “instrumentalista” indaga que instrumentos deve empregar para conhecer alguma coisa, não fazendo sentido perguntar pela verdade do conhecimento. O “construtivismo” (Weber, com viés hermenêutico, e Levi-Strauss, com viés estrutural) distingue o conhecimento da realidade, fazendo dele uma construção, através de instrumentos e operações, tendendo a relativizar a noção de verdade.

⁶⁸ Marx, orientado pela disciplina piloto da economia, utilizou o paradigma da produção e os modelos da economia mercantil simples e concorrência perfeita. Elegeu a esfera da produção como objeto de estudo, usou a economia (teoria do valor-trabalho) como princípio ordenador do discurso, elencou categorias analíticas (contradição das relações de produção, forças produtivas, trabalho etc) e escolheu a dialética como método de análise. Marx fez da economia uma ciência modelo, através do paradigma-objeto, do paradigma-teoria e do paradigma-disciplina. Em Durkheim, o paradigma é o corpo, tomado de empréstimo da biologia. Ele obtém seu objeto de estudo: o organismo social com suas nuances de consciência coletiva, normas e valores morais. Escolhe o método positivista para fazer observações objetivas e coletas de dados, elegendo como categorias de análise os grupos sociais, as funções, as causas e as regras que lhes dizem respeito. A obra de Durkheim torna-se paradigmática para a sociologia. Lévi-Strauss serve-se do paradigma da linguagem, servindo-se da lingüística como disciplina ordenadora de seu discurso. Elege o mito como objeto de investigação e utiliza o método estrutural, tendo como categorias de análise a lógica binária, e as ordens da conjugação, disjunção e mediação. Weber utiliza o paradigma da ação, o princípio ordenador de seu discurso. Suas investigações recaíram sobre vários objetos, como formas de racionalidades e moralidades das diversas atividades humanas. Seu método de análise é o da interpretação, criando tipos ideais para estabelecer categorias analíticas. Não há disciplina piloto em Weber, que explora várias como meio de conhecimento e campo de observação, tendo sua obra tornado-se paradigmática nas ciências sociais e política (DOMINGUES, 2004).

Em nossa tese, admitimos que a disciplina piloto é a sociologia, extraindo dela o princípio ordenador de nosso discurso. É com o viés sociológico, sob o “guarda-chuva”⁶⁹ paradigmático das idéias de Durkheim, Weber e Marx, que procedemos à revisão teórica sobre os assuntos relacionados à comunicação e ciência da informação.

Reconhecidos os paradigmas, DOMINGUES (2004) distingue quatro possibilidades de estratégias discursivas (c): a “descrição”, a “explicação”, a “interpretação” e a “prescrição”. Nenhuma delas se basta nem são facilmente diferenciadas uma da outra, pois se misturam e são todas úteis para o cientista. O pesquisador apreende recortes do real, que, por serem limitados, são incompletos. Por outro lado, ele pretende que sua análise penda para a completude, esforçando-se ao máximo para tal, o que justifica o uso simultâneo das estratégias discursivas, assim como da tipologia dos argumentos descritos anteriormente.

A “descrição” consiste em relatar os recortes, as seleções feitas e as abstrações do real, podendo operar num nível sistêmico e macro, como num detalhe em particular⁷⁰. Ela é bastante útil como primeiro elemento da estratégia discursiva.

“Uma vez delimitada a base descritiva, que se atém ao “quê” dos fenômenos observados (“descritos”), a próxima tarefa vai consistir em organizar (ordenar) tal base, com a ajuda de coordenadas espacio-temporais (envolvendo um conjunto de relações de coordenação e de subordinação- no espaço: ordem da simultaneidade; no tempo: ordem da sucessão), e indagar não o que os fenômenos (descritos) são, mas como eles se comportam , à luz de uma origem, de uma estrutura ou de um fim (teologia) (DOMINGUES, 2004:116)

Entramos no nível da explicação, que, apesar de tentar buscar leis e esquemas de causa e efeito, com ajuda de observação racional, é invadida pela imaginação subjetiva do cientista, passando da ordem do visível ao invisível. Ou

⁶⁹ DOMINGUES (2004) utiliza o termo para a ação de interveniência de um paradigma.

⁷⁰ Para DOMINGUES (2004) , diferentes olhares sobre um mesmo cenário podem gerar descrições completamente distintas

seja, podemos encontrar explicações diferentes para um mesmo efeito⁷¹. Mesmo porque, na passagem do ‘como ao por quê’, abre-se à porta ao infinito. Daí, a necessidade de contextualização, da descrição das hipóteses, das postulações de sentido, que, ao serem introduzidas, recaem sobre o nível da interpretação, ou, para muitos, da compreensão, já que é difícil diferenciar um conceito do outro.

Pode-se dizer que o deslizamento dos fatos à significação, ao se passar do nível explicativo ao interpretativo, já ocorre, portanto, no plano da natureza ou do mundo das coisas. Isto porque, se é verdade que a explicação se volta para o *modus operandi* dos fenômenos e indaga como eles se comportam, uns funcionando como causa outros como efeito, em contrapartida a interpretação, mais descolada do empírico e se pondo num nível mais teórico ou mesmo mais “subjetivo”, se volta para o *modus significandi* dos fenômenos (vale dizer: o modo como nós afetam) e pergunta não pelo como, mas pelo por quê e para quê das coisas ou seu sentido. (DOMINGUES, 2004: 120).

A interpretação não vai parar no ‘como’ e no ‘por quê’. Como é difícil capturar o sentido e decifrá-lo, ela flutua obrigando o pesquisador a se perguntar também o ‘para quem’, incluindo-o como ator no processo da pesquisa. Apesar de ser uma das estratégias mais ricas de apresentação dos fatos, uma mesma base descritiva e explicativa, pode gerar diferentes interpretações.

As estratégias discursivas de descrição, explicação e interpretação são usuais entre estudiosos, embora uns pendam mais para um ou outro lado. Os fundadores das ciências sociais utilizaram todas (DOMINGUES, 2004: 132-133). O aspecto prescritivo encontra-se presente nos elementos normativos da ciência, na utilização dos métodos de investigação e nas propostas de solução para os problemas que os pesquisadores procuram cercar, recaindo sobre a *práxis*, sobre o que Marx tanto pregava: a ação do cientista para a transformação social.

No nosso caso, as quatro estratégias foram bastante úteis à tese. A tática de descrição auxiliou-nos na exposição dos procedimentos adotados para a pesquisa e dos principais conceitos e categorias analíticas. A explicação e a

⁷¹DOMINGUES (2004) narra as diferentes causas apontadas pela decadência do Império Romano, segundo diversos autores.

interpretação tornaram-se fundamentais na análise. A prescrição fez-se presente na forma de expor as idéias, obedecendo ao rigor científico e na proposta do modelo para avaliação de fontes.

Enfim, ratificamos que a exposição dos principais conceitos neste trabalho (informação, sociedade, qualidade e fontes) foi orientada pelos guarda-chuvas paradigmáticos dos quatro heróis fundadores das ciências sociais, assim chamados por DOMINGUES (2004)⁷², e de seus seguidores: os teóricos da ciência da informação, sociologia e comunicação. Não poderia ser diferente, pois grande parte da formação intelectual da pesquisadores originou-se das ciências humanas.

Posicionamo-nos, de antemão, que entendemos a sociedade como um complexo de relações sociais, cujos membros interagem historicamente de acordo com códigos culturais, de conduta, morais, valores, crenças compartilhados, processo permeado por contradições, conflitos e relações de poder. Três dimensões suportam a estrutura social: o espaço, o tempo e os indivíduos, cuja interação gera inúmeras complexidades. Os indivíduos tendem a organizar sua sobrevivência em torno de processos produtivos, que passaram a serem regidos, a partir da modernidade, por instituições diversas. O *modus operandi* da sociedade é legitimado pelo paradigma racional e científico, que rege todo o complexo de socialização dos seres humanos. Três principais forças participam da construção da realidade: a ação social objetiva, a ação subjetiva e os diversos contextos. Em cada um deles, indivíduos administram subjetividades e tecem acordos de convivência, segundo suas necessidades e interesses. Sujeitam-se a uma ordem reguladora, estabelecida e aceita consensualmente. Partilham, assim, códigos lingüísticos, padrões de conduta, leis, normas e regras. As negociações são feitas pela busca do consenso, que passa a atuar como força objetiva no processo de socialização e na construção da realidade. Esse consenso está longe de ser absoluto e estável, pois se altera nas práticas transformadoras estimuladas pelos conflitos. A comunicação é o *locus* por excelência da mediação de interesses e sua

⁷² DURKHEIM, WEBER, MARX e LÉVI-STRAUSS.

natureza é dialética. Ao mesmo tempo em que colabora para consolidar as forças objetivas, possibilita a interação de subjetividades que levam às ações inovadoras.

O cientista é um hermenauta, a quem todos os fenômenos sociais são potencialmente objetos de interesse de estudos, em especial aqueles em que os conflitos estiverem mais evidentes. A principal justificativa da cientificidade de uma investigação é a relevância social da problemática. Inserido em determinado contexto histórico, dialético e dinâmico, deve ter a consciência de suas limitações, das intervenções das ações objetivas e subjetivas no processo de investigação, ser engajado e comprometido com os problemas de sua comunidade. O papel das ciências sociais é compreender os fenômenos e as relações sociais em todas as suas dimensões, colaborando para a busca de soluções práticas para os problemas, contribuindo para o desenvolvimento holístico da sociedade.

Na inexistência de um modelo de abordagem único e completo, admitimos que todos são úteis. Os fenômenos devem ser apreendidos em suas múltiplas relações, sob os mais diversos ângulos de interpretação e só podem ser entendidos sob sua perspectiva histórica. A melhor abordagem para a análise é a hermenêutica-dialética, na qual todos os aspectos que envolvem o objeto devem ser elucidados em sua singularidade e universalidade. O conhecimento gerado será relativo, pois o próprio conhecimento é uma construção consensual e está sujeito a mudanças. São importantes: a consideração dos aspectos ideológicos explícitos e implícitos, a compreensão do contexto do objeto, o levantamento as variáveis envolvidas, os conflitos e contradições, as conexões orgânicas e seus modos de relacionamento. Em relação à metodologia, consideramos o tratamento qualitativo essencial, para tentar dar conta da complexidade, mas assumimos várias influências em nosso olhar, pois, como vimos, a história tem mostrado que os métodos nas ciências sociais mais se complementam do que se contrapõem.

Nossa concepção de sociedade evidencia, pois, traços marxistas e weberianos, da mesma forma que nossa concepção da dinâmica da realidade guarda vestígios da visão orgânica de Durkheim. Admitimos a intervenção da ação humana sobre a realidade, com geração de sentido, relevamos o papel da burocracia no contexto social e elegemos a prática do trabalho jornalístico e das

fontes como meio de observação. Tendemos a tomar o materialismo histórico como caminho teórico de análise e a hermenêutica–dialética para interpretação. Defendemos o comprometimento do cientista social com o processo de transformação social. Nosso olhar sobre o sistema jornalístico e as fontes, que veremos mais à frente, não deixa de ser fortemente marcado pelo funcionalismo. Ao tentarmos nos enquadrar aos critérios científicos tradicionais, racionais, recorreremos ao positivismo, colhendo dados estatísticos para definição de amostragem, assim como obtivemos dados quantitativos para facilitar a análise.

É nesse quadro que propusemos desenvolver a pesquisa. O estudo teve natureza exploratória, obedecendo, como tal, a três princípios: satisfazer a curiosidade do pesquisador e seu desejo de contribuir para o melhor entendimento do assunto; testar a viabilidade de realização de um estudo mais cuidadoso e exaustivo e desenvolver os métodos a serem aplicados em estudo posterior⁷³. Para atingir esse objetivo, utilizamos a metodologia de estudo de caso, conforme explicitado no item que se segue.

4.2 O método

Com a palavra “metodologia”, podemos designar quatro coisas diferentes: 1ª) lógica ou parte da lógica que estuda os métodos; 2ª) lógica transcendental aplicada; 3ª) conjunto de procedimentos metódicos de uma ou mais ciências; 4ª) a análise filosófica de tais procedimentos (ABBAGNANO, 1998:669). Nosso trabalho enquadra-se na terceira possibilidade. Utilizamos o termo

⁷³ Este três princípios foram exposto mais detalhadamente por VILELA, 2000.

'metodologia' para indicar o conjunto de técnicas de averiguação ou verificação de determinada disciplina, sendo elaborada com o objetivo de lhe garantir o uso eficaz dessas técnicas e de lhe conferir *status* de cientificidade.

A primeira significativa reificação do método (do grego "*methodos*" ou caminho para a verdade) no mundo ocidental ocorreu à época do iluminismo grego, com Sócrates. Considerando a *doxa*, opinião, insatisfatória para o entendimento de uma questão, com a proposta do "conheça a ti mesmo", o grego criou um método de análise conceitual conhecido como maiêutica⁷⁴, ideal de busca da verdade, modelo inspirador para a história da filosofia e ciência que o sucedeu. A busca de qualquer explicação deveria ser fundamentada por observações e reflexões exaustivas e sistemáticas. Seus dois maiores discípulos: Platão e Aristóteles criaram as duas principais tendências para a investigação, observação e interpretação: o racionalismo e o empirismo, não necessariamente antagônicos mas complementares, que se arrastariam ao longo dos séculos, chegando a Descartes e Francis Bacon⁷⁵. A revolução científica moderna instaurou a primazia das ciências naturais, priorizando pesquisas com métodos experimentais e quantitativos, com contribuições da matemática e estatística. O positivismo⁷⁶

⁷⁴ Maiêutica significa literalmente a arte de fazer o parto, uma analogia com o ofício de parteira que sua mãe exercia. MARCONDES (1997:48)

⁷⁵ Descartes inaugurou, juntamente com o empirismo inglês, o pensamento moderno. O modelo cartesiano racional contribuiu para a consolidação da atual metodologia científica em diversas áreas. Bacon é considerado, como Descartes, um dos iniciadores do pensamento moderno. Defende o método experimental, o pensamento crítico, a utilização da técnica. Locke, que trabalhou os conceitos de conhecimento demonstrativo e a teoria da tabula rasa, e Hume, na filosofia, são outros grandes expoentes do empirismo.

⁷⁶ O positivismo originou-se na filosofia das luzes do século XVIII, em Condorcet, ministro francês que advogava ser a ciência uma "Matemática Social", trazendo contínuo progresso para a humanidade, além de contribuir para consolidar o projeto político burguês da revolução francesa. Como as épocas históricas tendem a se dividir em "épocas críticas", necessárias para eliminar fossilizações sociais, e as "épocas orgânicas", momentos históricos de estabilidade e consolidação de mudanças (Saint-Simon, citado por CAMBI, 1999), o positivismo passou de revolucionário a conservador. Sua "época orgânica" começou para consolidar a vencedora revolução burguesa. Era imperativo manter a política vigente e afastar idéias subversivas. Como uma ética religiosa, com fé cega na luz da razão, o positivismo desdobrava-se em normas, procedimentos padronizados racionais, consolidando o racionalismo burocrático mais tarde descrito por WEBER (1999). O modelo que a ciência quer perseguir é o físico. Os distintivos do espírito positivista seriam o senso de realidade, a utilidade, a certeza, a aptidão orgânica, o bom senso prático. Comte, como muitos homens de seu tempo, acreditava que uma ordem interna, com leis naturais e invariáveis, regia a sociedade em todas as suas dimensões (social, econômica, política e cultural), levando-a harmonicamente ao desenvolvimento e à prosperidade. Ao cientista social, se quisesse colaborar de alguma forma, caberia descobrir e explicitar essa ordem

constituiu-se o princípio ético norteador de atitudes e procedimentos, enquanto que o estado-nação consolidou-se como entidade reguladora e as instituições tornaram-se locais de trabalho e de socialização secundária dos indivíduos⁷⁷.

A busca da legitimação das ciências sociais iniciou-se com Durkheim, que buscou fundamentar os pressupostos teórico-metodológicos no contexto positivista. De lá para cá, a visão sobre sua metodologia vem-se alterando, passando pelo que MINAYO (1996) identifica como sete correntes predominantes, resumidas na TAB.12, p.150. São elas: o positivismo, o funcionalismo, a sociologia compreensiva, a etnometodologia, o interacionismo simbólico, a fenomenologia e o marxismo. Inspirados em SANTOS (2000) e outros, acrescentamos a hermenêutica-dialética. Alguns autores agrupam as sete correntes em três: o positivismo (dela derivando o funcionalismo), a sociologia compreensiva (dela derivando a etnometodologia, o interacionismo e a fenomenologia) e o marxismo. Bourdieu fala de três tipos de conhecimento teórico: o objetivista, que estrutura as práticas e representações das práticas, o fenomenológico, apreensão do mundo com relação de significação, e o praxiológico, que abrange as relações dialéticas das estruturas sociais. O surgimento de uma não implica a extinção de outra. Elas coexistem até hoje, completam-se e orientam o desenvolvimento de pesquisas. “As diversas correntes para abordar questões metodológicas atestam que há visões de mundo e práticas científicas diferenciadas. Não há, pois, normas consagradas para apreensão do real e as abordagens, na verdade, mais se completam do que se contrapõem. Nenhuma linha de pensamento tem o monopólio de compreensão total da realidade, pois “no processo de conhecimento não há consenso ou ponto de chegada. Há o limite de nossa capacidade de objetivação e a certeza de que a ciência se faz numa relação dinâmica entre razão e experiência e não admite a redução de um termo a outro (MINAYO, 1996: 227)”.

⁷⁷ BERGER E LUCKMANN falam de socialização primária, ocorrida na infância com alto grau de afetividade, e a socialização secundária, nas diversas instituições.

TABELA 12 – VISÕES NAS DIFERENTES ABORDAGENS METODOLÓGICAS

Linhas	Positivismo	Funcionalismo	Sociologia Compreensiva	Etnometodologia	Interacionismo simbólico	Fenomenologia	Marxismo	Hermenêutica-dialética
Autores	Condorcet, Comte, Durkheim	Parsons	Dilthey, Max Weber.	Robert Park, Garfinkel, Harrison e Madge.	Thomas, Mead, Coley, Goffman e Blumer.	Husserl, Schultz, Berger e Luckmann	Marx, Engels, Lênin, Lukács, Gramsci, althusseur	Habermas, Gadamer Santos, Minayo
Conceito de sociedade	Explicações totalizantes. Sociedade é "coisa", regida por uma ordem interna com leis invariáveis, levando à prosperidade.	Nega leis gerais p/ sociedade, composta de organismos que interagem e são interdependentes. Progresso é fruto da adaptação do sistema às mudanças	Relação entre indivíduos e sociedade é fruto da inter-relação de atores. Privilegia compreensão e inteligibilidade como propriedades específicas de fenômenos sociais. Influencia a "etnometologia", "interacionismo" e a "fenomenologia".	Sociedade constituída de estruturas, regras e conhecimentos partilhados e tácticos que possibilitam a interação social. Características inseparáveis de processos interpretativos que constituem o mundo. Foca a história oral e da vida cotidiana.	Nas relações sociais, o comportamento humano é auto-dirigido e observável nos sentidos simbólico e interacional. Processo interpretativo acontece no consenso do grupo.	Mundo constituído por ações e interações submetidas a usos, costumes e regras. Realidade é objetiva e socialmente construída, com regras partilhadas culturalmente. Há a realidade subjetiva, modificadora.	Sociedade complexa, com estruturas econômica, jurídica, política e ideológica, vivendo em épocas históricas de modo e relações de produção, onde o estado é agente regulador. Dominação, relações de poder e conflitos são inerentes. Fenômenos apreendidos em suas múltiplas relações e sob diversos ângulos,	Uma visão marxista da e a fenomenológica, assumindo dinâmica histórica, dialética, conflituosa, complexa e a interação da objetividade e subjetividade na construção da realidade. Consenso objetivo.
Principais conceitos	Senso de realidade, utilidade, certeza, aptidão orgânica, bom senso prático.	Sistema, subsistema, estrutura, função, adaptação, integração, desvio, consenso.	"Ação social": Indivíduo é ator social, interferindo na realidade e gerando significados. Fenômenos sociais diferem dos naturais.	Quer conhecer atitudes, hábitos rituais e tabus de um grupo. Preconiza experiência direta com indivíduos para compreensão da realidade, interpretada por atores sociais e expressa no senso comum.	Ser humano confere significado a objetos. Seu comportamento é auto-dirigido e observável pelo simbólico e interacional.	Ato social tipifica o mundo, para homens se comunicarem e o compreenderem. Conhecimento em tipificações construídas no consenso de atores sociais. Crítica objetivismo tradicional.	Modo de produção, formação social, relações de produção, forças produtivas, classes sociais, luta de classes, divisão do trabalho, consciência de classe, formas de produção. Fenômenos sociais, em especial, relações de trabalho.	Senso comum valorizado como locus de negociação, assim como a comunicação, vista como racionalização de interesses.
Visão da dinâmica da realidade	Coerção da sociedade sobre o indivíduo, por modos coletivos de pensar, perceber, sentir e agir. Não prevê intervenção da ação humana.	Instituições são mecanismos integradores dos sistemas sociais, que absorvem tensões, se reproduzem e conservam, tendendo ao equilíbrio.	Leis sociais variam conforme contexto. Realidades construídas "nos e através dos" significados, identificadas na linguagem da interação social. Práticas, coisas e acontecimentos são inseparáveis.	Separa pensamento e ação. A realidade é criada pelos significados subjetivos, e reduz a estrutura social a procedimentos interpretativos. Descobre fatores que determinam ou condicionam as visões das pessoas.	Vida social estabelece consenso nas inter-relações e é vasto processo de interpretação, no qual o indivíduo ou povo guia a si mesmo para definir objetivos, acontecimentos e situações.	Vida humana compreendida na linguagem significativa da interação social. Linguagem, práticas, coisas e acontecimentos são inseparáveis. Ações e interações obedecem a usos, costumes e regras.	Interpreta a realidade no todo, com suas contradições, dialética e dinâmica histórica, considerando as relações sociais. É na prática que a sociedade se transforma. Aceita a intervenção da consciência dos agentes sociais e fatores sociais.	Realidade é construção social, com intervenção de intersubjetividades. Interdisciplinaridade, relatividade, reflexividade, <i>auto-poiesis</i> . Interpreta realidade, contradições, e história, considerando relações sociais.
Papel das ciências sociais e postura do cientista	Descobrir e explicitar leis que regem a sociedade, contribuindo para manter ordem. Cientista neutro, livre de juízos de valor, deve 1) descrever características de fatos; 2) descobrir sua origem; 3) relacioná-los; 4) encontrar organicidade e 5) separar "coisa real" das 'idéias que faz dela'.	Compreender dinâmica dos sistemas e colaborar para seu perfeito funcionamento. Aspira a conhecimentos objetivos. Cientista deve ser neutro	Focar a interpretação da "ação social" para explicar a causa e efeito de seu curso. Acredita que se chegar ao conhecimento objetivo. Cientista busca neutralidade, mas reconhece intervenção dos valores na seleção do objeto de estudo. Pesquisa empírica justifica teoria.	Descobrir os modelos de racionalidade subjacentes à ação dos indivíduos e dos grupos. Quer compreender cotidiano do homem comum. Não há neutralidade real do cientista. Deve-se buscá-la, mas a realidade é fruto da intersubjetividade. Imprecisão metodológica.	Compreender os processos simbólicos, seus conteúdos e interações. Símbolos e a interação como principais elementos de apreensão. Deve fugir do objetivismo e adotar perspectiva do grupo que estuda. Vertente da etnometodologia.	Descrição fenomenológica. Significados subjetivos implícitos no universo de atores sociais, compreendendo ação da realidade objetiva, apreendendo coisas sociais como significativas. Pesquisador deve entender sua subjetividade e a do grupo. Submete ciência aos princípios da ética e moral da sociedade	Observação recai sobre a <i>práxis</i> , na perspectiva dialética, onde se dá a emancipação subjetiva e objetiva do homem. Conhecimento gerado é relativo, mas capaz de apreender a realidade, levando a ações práticas. Missão de contribuir para a transformação social. Pesquisador, inserido no contexto, tenta separar o que pensa das coisas do que elas são. Dialética entre consciências individuais e realidade objetiva	Compreender relações sociais em todas as suas dimensões, contribuindo para a busca de soluções práticas dos problemas da sociedade. O cientista é hermeneuta, inserido no contexto dialético e dinâmico.
Objeto	Leis sociais. Seque ciências naturais.	Fatos sociais.	Modo da vida dos atores sociais. Evita "pré-juízos" e "pré-conceitos".	Ênfase na subjetividade. Mundo inseparável dos processos interpretativos.	Ênfase na linguagem.	Intersubjetividade. Objetos apreendidos a partir do senso comum.	Objeto decomposto e reconstruído. Consideram-se aspectos ideológicos explícitos e implícitos.	Condições cotidianas e tenta esclarecer suas estruturas profundas.
Método de abordagem	Métodos quantitativos: chave de objetividade e da validação do conhecimento.	Quantitativos. Forte influência da biologia. Tratamento estatístico dos dados.	"Tipos ideais" como instrumento racional e teórico de aproximação com realidade. Abordagens qualitativas.	Métodos qualitativos imprecisos.	Estudos semióticos. Métodos qualitativos. Análise de conteúdo, mas utiliza dados estatísticos.	Métodos qualitativos. Conhecimento divide-se em: vivido e experimentado no cotidiano e o estudado.	Materialismo histórico: é caminho teórico e Materialismo dialético para abordar real. Análise deve ser coerente. Métodos quantitativos e qualitativos.	Todos os métodos são válidos. A análise é qualitativa.

Fonte: Elaborado pela autora, a partir de MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento**. São Paulo. Hucitec, 1996, p.59.

Compreendemos que, no passado e no presente, “entrar no campo da metodologia da pesquisa social é penetrar num mundo polêmico” (MINAYO, 1996:20), pois seus métodos fogem aos padrões das ciências físicas e naturais, tradicionais detentoras do *status* de cientificidade. A divergência preponderante está na natureza dinâmica, dialética e histórica das problemáticas das ciências sociais, que podem suscitar pesquisas não conclusivas, com métodos qualitativos, às vezes confusos, não tendo como separar a relação sujeito e objeto. Não bastasse a natureza refratária do objeto das ciências sociais, há também os obstáculos, segundo DOMINGUES (2004: 86), talvez mais poderosos, dentre eles: as barreiras de cunhos religioso e filosófico. Impregnado de universalidade em sua particularidade, seu objeto histórico traz em si todo seu contexto político, ideológico, econômico, cultural e social (WEBER, 1999). Nas ciências sociais, a investigação carrega a marca da intangibilidade, inexatidão, relatividade e complexidade. O pesquisador aproxima-se do objeto por idéias e fatos imprecisos, imperfeitos e parciais, não seguindo padrões ortodoxos de objetividade. Apesar do esforço de se postar neutro, a subjetividade e interesses próprios do pesquisador acompanham suas atitudes.

A discussão metodológica de todo trabalho exige que algumas etapas sejam esclarecidas, de forma que todo o processo de pesquisa, desde a elaboração do projeto até a fase de análise, seja melhor compreendida. “A metodologia é, enfim, uma disciplina instrumental a serviço da pesquisa; nela, toda questão técnica implica uma discussão teórica” (MARTINS, 2004: 291).

O primeiro desafio com o qual nos deparamos se relaciona com o método a utilizar. Há uma discussão acirrada dentro das ciências sociais aplicadas sobre que tipo de método responde melhor às nossas perguntas. A escolha dessa ferramenta tem por obrigação responder às dúvidas e inquietações do investigador. Consideramos que o método adequado seja aquele que, em vista da discussão apresentada, consegue da melhor forma possível dar conta de responder ao nosso problema.

A primeira polêmica com a qual nos deparamos foi a de decidir entre o uso de metodologia quantitativa ou qualitativa. Esse dilema só se estabelece devido à diferença com que se constroem os resultados das duas técnicas.

A pesquisa quantitativa se baseia na premissa de que os objetos de investigação precisem ser encarados sob um ponto de vista objetivo. Segue-se nessa metodologia a idéia de que devam ser formuladas hipóteses, construídas variáveis, e estipuladas relações causais entre as variáveis. A lógica “positivista” se baseia na possibilidade da existência da verdade objetiva que pode ser descoberta, utilizando-se o método científico e é herdeira das ciências físicas e naturais, que mais facilmente se prestam às observações quantificáveis. Claro que tudo isso se baseia na premissa da confiabilidade dos dados e da mensuração, que devem ser feitos, utilizando-se instrumentos válidos e passíveis de generalização.

Nas ciências sociais, porém, a crítica à crença única nos métodos quantitativos é enorme. DEMO (1989), por exemplo, é um dos autores que mais abertamente se contrapõe à sua utilização nos estudos da área de ciências humanas. Para ele, estudos de abordagens quantitativas tendem a ser meramente descritivos e desprovidos de qualquer significado ou utilização prática. À sua época, apesar de ter usado e abusado de coleta de dados quantificáveis, MARX (1980) já apontava a importância de avaliações críticas e profundas, tendo incluído a dialética em suas análises. Adotando certa cumplicidade com ele, WEBER (1999) ampliou consideravelmente a abordagem metodológica para a base qualitativa. Resumindo, a pesquisa quantitativa é útil na medida em que subsidie o pesquisador com dados e estatísticas observáveis, mas são insuficientes na análise de problemas nas ciências sociais.

Já a pesquisa qualitativa é definida de forma muito mais ampla, mesmo que aparentemente mais complexa, em comparação à quantitativa. Ela é caracterizada, de modo geral, pela não sujeição absoluta dos resultados à análise quantitativa. A pesquisa qualitativa pode ser usada para analisar as atitudes, os sentimentos e as motivações do nosso objeto. A abordagem qualitativa deriva de um trabalho do historiador Giambattista Vico datado de meados do século XVIII. VICO (1999) escreveu que somente pessoas podem entender as pessoas e que

elas fazem isso por meio da faculdade chamada compreensão intuitiva. Na sociologia e em outras ciências sociais aplicadas, o conceito de *verstehen*, do alemão “compreender”, ou o experimento intuitivo, e o uso da empatia estiveram associados com as principais descobertas nessa área, em que pesem as grandes contribuições vindas da psicologia.

Para essa abordagem, “a coleta de dados não é um processo acumulativo e linear, cuja frequência, controlada e mensurada, autoriza o pesquisador, exterior à realidade estudada e dela distanciado, a estabelecer leis e prever fatos” (CHIZOTTI, 1995: 89). “Outra característica importante consiste na heterodoxia no momento da análise dos dados” (MARTINS, 2004:192). A variedade de material obtida exige do pesquisador capacidades integrativa e analítica que, por sua vez, dependem de sua criatividade e intuição. Em síntese, a metodologia qualitativa define-se como um conjunto de técnicas interpretativas, que buscam descrever, decodificar e traduzir o significado dos fenômenos, acontecimentos, ações que ocorrem no mundo social, com foco nos processos e nos significados.

Há críticas à abordagem qualitativa. Uma delas é a de que a proximidade do pesquisador com o objeto põe em risco a neutralidade e a objetividade do trabalho científico. Outra diz respeito à representatividade da amostra, feita de modo casual e aleatória, o que compromete a possibilidade de generalização. Nesse caso, nem se usa o termo amostra como definidor dos indivíduos ou grupos pesquisados; o ideal é utilizar o termo “entrevistados”, “participantes”, ou “escolhidos”, pois é o que são afinal de contas. E, finalmente, mais do que em qualquer outra abordagem, as considerações éticas são muito mais relevantes.

Segundo LAVILLE e DIONNE (1999: 86), duas grandes categorias de pesquisa relacionam-se entre si: a primeira, de natureza exploratória e denominada “fundamental”, tem por motivação preencher uma lacuna nos conhecimentos, sendo destinada a aumentar a soma dos saberes disponíveis, para, em algum momento, contribuir para a solução de um problema. A outra categoria destina-se a colaborar para a resolução de um problema específico e presente, tratando-se, pois, de uma pesquisa “aplicada”. A proposta deste trabalho enquadra-se na

primeira categoria mencionada por LAVILLE e DIONNE, justificando-se o próprio objetivo geral da pesquisa: “de forma exploratória, 1) ‘investigar a participação das ‘fontes formais’ no processo de construção da ‘informação jornalística’ e sua na concepção qualitativa e 2) produzir uma revisão densa e teórica sobre o assunto, sugerindo um modelo de avaliação crítica de fontes para uso da imprensa.

Dadas essas explicações preliminares, justificamos nossas escolhas. Decidimos focar o relacionamento dos jornalistas da mídia de Belo Horizonte com as ‘fontes formais’ (disseminadores de informação e especialistas) e suas implicações na qualidade da informação, desenvolvendo um estudo de caso, por julgarmos ser esta a metodologia mais adequada à presente pesquisa. LAVILLE e DIONNE (1999: 333) definem ‘estudo de caso como “uma estratégia de pesquisa com dados existentes através da qual o pesquisador se concentra num caso, geralmente escolhido por seu caráter considerado típico, a fim de investigá-lo com profundidade”.

Utilizando o argumento, melhor enquadrado na abordagem construtivista, combinamos as duas técnicas (quantitativa e qualitativa) dando maior ênfase à técnica qualitativa. A escolha das duas técnicas se fez necessária em momentos diferentes da pesquisa de campo⁷⁸. O primeiro momento, como vemos no cronograma seguido, foi aquele em que precisávamos definir o universo de pesquisa e determinar nossos limites. Essa etapa acabou por privilegiar o método quantitativo, tendo ele sido de grande utilidade. A partir dela, prosseguimos utilizando majoritariamente o método qualitativo.

Passaremos a descrever como construímos e conduzimos nosso estudo de caso. Falaremos de cada etapa da investigação separadamente, como as conduzimos metodologicamente, que técnicas e instrumentos utilizamos. Também explicaremos como definimos o universo e a composição do plano amostral para as entrevistas.

⁷⁸ Segundo GOLDENBERG (1997:62), é o conjunto de diferentes pontos de vista e maneiras de coletar e analisar dados (qualitativa e quantitativamente) que permite a idéia mais ampla e inteligível da complexidade de um problema. Segundo a autora, o cruzamento das análises qualitativas e quantitativas asseguram conclusões mais confiáveis.

4.3 Etapas, técnicas e instrumentos

A pesquisa, desenvolvida de janeiro de 2003 a janeiro de 2005, contemplou oito fases: 'levantamento bibliográfico', promoção de um 'painel', 'levantamento inicial de uso de fontes na imprensa', 'observação participante', 'entrevistas com as fontes', 'entrevistas com imprensa', 'acompanhamento de um fato polêmico' e a "compilação e análise dos dados". Cada fase contemplou o uso de técnicas e instrumentos diferenciados para coleta e tabulação dos dados. Revisitamos dados colhidos de 1999 a 2000 em nossa pesquisa de mestrado, que nos foram muito úteis. Antes de darmos início a ela, realizamos um 'pré-teste'.

4.3.1 Painel

Com objetivo de elaborarmos nossos roteiros de entrevista e de observação participante, promovemos um painel em setembro de 2003, como fase exploratória e qualitativa, versando sobre o tema '*A relação entre fontes e jornalistas e sua participação para a qualificação da notícia*'. Por painel entendemos, segundo LAVILLE e DIONNE (1999: 44), um tipo de pesquisa de opinião que visa interrogar em uma ou várias ocasiões um grupo de pessoas a respeito de determinado tema, ao longo do desenvolvimento da investigação. A tática é a estratégia de pesquisa que visualiza opiniões, intenções ou até comportamentos de uma população muito grande. Não há regras numéricas na definição de amostragem nem para coleta de dados, tendo em vista o

aprofundamento que se pretenda, conforme depoimento de Ludmila ROSSETI⁷⁹ (1997), diretora do 'Instituto *Vox Populi*' de Belo Horizonte. Entretanto, os participantes precisam ser parte representativa do universo pesquisado.

Para registrarmos os dados colhidos no painel, revisitamos VILELA (2002), TAB.13, p.156, tentando estabelecer categorias de análise, para que, através delas, elaborássemos possíveis perguntas para cercar a questão no

TABELA 13 - BASE PARA AVALIAÇÃO DAS FONTES JORNALÍSTICAS

VARIÁVEIS	TIPO	PERGUNTAS
Autoria: Exposição dos responsáveis, ficha técnica, legitimidade (imagem externa), formação e grau de conhecimento.	Conteúdo	Quem ou que organização fornece as informações? O que as tornam legítimas e confiáveis? Qual o grau de conhecimento da fonte?
Acuidade/ Fontes disponíveis/ Credibilidade/ Verificação	Conteúdo	É possível checar as informações? As fontes são acessíveis ao público?
Objetividade/ Publicidade equilibrada	Conteúdo	Qual o grau de redundância das informações? Os anexos são pertinentes? Agregam valor?
Clareza de posicionamento: identificação de identidade, propósito.	Conteúdo	A redundância é intencional? Percebe posicionamento explícito? A fonte explicita este posicionamento?
Atualidade: exposição cata da atualização.	Conteúdo	A informação é datada?
Vida útil.	Conteúdo	Por quanto tempo considera que a informação será útil?
Cobertura/ escopo e abrangência.	Conteúdo	Em que área a informação é pertinente?
Aspectos gráficos e visuais.	Conteúdo	O <i>layout</i> é claro e agradável?
Conteúdo: precisão Adequação ao público alvo Nível de profundidade/ interesse / Relevância/quantidade.	Conteúdo	O conteúdo das informações é adequado às necessidades do público? São precisas, relevantes? Elas são superficiais ou profundas? Ajudam para a reflexão sobre o assunto? São relevantes? Por que?
Fator de diferenciação	Conteúdo	O que a fonte tem que a torna melhor que outras?
Linguagem do texto e visual: clareza, correção simplicidade, e adequação.	Conteúdo	Por que a linguagem é de qualidade?
Conectividade: Velocidade de acesso x Retorno de resposta Disponibilidade Custo - Recursos exigidos.	Processo	A fonte é acessível? Qual o tempo de resposta? É disponível? Retorna sempre? Se não, por que continua sendo uma boa fonte? Que recursos lhe são exigidos para acessar a fontes. Isto pesa sobre sua decisão?
Interatividade /Navegabilidade/ Racionalidade e organização dos links, Funcionalidade das ferramentas de busca	Processo	Como a fonte interage com a imprensa? Ela utiliza recursos?
Amigabilidade/ instrução/ linguagem.	Processo	A fonte é amigável ou requer que se instrua anteriormente para procurá-la? Isto é um dificultador?
Relacionamento com usuário/ mecanismos de interação e retorno/ pesquisa de satisfação.	Processo	A fonte é mais procurada ou procura a imprensa? Qual a proporção? Isso interfere na credibilidade?
Diversificação de serviços oferecidos	Conteúdo	A fonte atende a um tipo de informação específica ou a várias?
Referências bibliográficas	Processo	A fonte coloca seu acervo à disposição para consulta?
Índice de visitas ao site	Processo	A fonte é solicitada por outros órgãos de imprensa ou por alunos?
Preocupação com constante otimização	Processo	Sente preocupação com o contínuo aprimoramento de atualização e conhecimento da fonte?

Fonte: Elaborado pela autora, 2003

⁷⁹ A pesquisadora foi aluna de Ludmilla Rosseti, diretora do instituto *Vox Populi*, na disciplina de 'Metodologia de Pesquisa' no curso de especialização da PUC/MG, em Comunicação e Gestão Empresarial, em 1997.

contexto das fontes e do jornalismo. Queríamos verificar se esse instrumento poderia ser o primeiro suporte para a elaboração do roteiro final de entrevistas. Felizmente, ele foi de grande utilidade.

Promovemos o evento na Escola da Ciência da Informação da UFMG, durante três dias de seminário, ministrado pela pesquisadora como estágio docente. Foram nove horas de discussão dos alunos de graduação matriculados na disciplina com o editor Almerindo Camilo, então secretário de redação do jornal *O Tempo*; Rogério Bertho, assessor do *América Futebol Clube* e Carlos José dos Campos Máximo, jornalista da *Assembléia Legislativa de Minas Gerais*, que expuseram suas percepções livremente. De espontânea, registrávamos livremente os principais pontos surgidos nos debates, que foram gravados e transcritos para que pudessem ser recuperados na análise dos dados.

4.3.2 Análise documental

Após o painel, para garantir confiabilidade à pesquisa e possibilitar comparabilidade de resultados, antes de definirmos as empresas e pessoas a serem abordadas, fizemos um levantamento de 21 a 24 de setembro de 2003 sobre o aparecimento de 'fontes formais' em três jornais impressos de Belo Horizonte. Para a escolha dos periódicos, priorizamos jornais de circulação na Capital com mais de 10 anos de atuação: *Estado de Minas*, *Hoje em Dia* e *O Tempo*. Tabulamos todas as informações veiculadas, tendo identificando todas as fontes mencionadas, se públicas ou privadas. Aqui, utilizamos, pois, a metodologia quantitativa da análise estatística, em que "o número nos permitiu apanhar uma parte da significação de um conteúdo através das freqüências e outros índices da importância relativa de seus elementos (LA VILLE e DIONNE, 1999:226). Utilizamos a TAB.14, p.158, para registrarmos os dados.

TABELA 14 - RELAÇÃO DE MATÉRIAS E FONTES UTILIZADAS

PAG	CAPA Sim/Não	Assunto	Tamanho 2 Cm	Foto/ Legenda Sim/Não	Fonte Nome e cargo	Origem Órgão / Instituição/ Especialidade ou testemunha	Uso de <i>Release</i> ?	Editoria	Tipo Pública/ Privada	Atributo de qualidade	Critério de avaliação	Nu m

Fonte: elaborado pela autora em SET 2003

O prazo obedecido de quatro dias foi recomendado pela Unesco, segundo a qual, este período representa adequadamente a pauta de informações de um veículo de comunicação (OLIVEIRA, 1998). Registramos os assuntos tratados por editoria, tipo (autoridade, testemunhas ou especialistas) e origem (se pública ou privada) das fontes, cargos ou especialidades ocupados pelas fontes, espaço ocupado, uso de fotos e legendas, aparição ou não na capa e indícios de uso de *release*. Tentamos identificar para que atributos de qualidade da informação as fontes contribuíram (FIG.4, p.65) e perceber quais critérios de seleção (TAB.9, p.122) teriam levado o jornal a recorrer a essas fontes.

Posteriormente, repetimos o levantamento, de 06 a 09 de novembro, elegendo o conteúdo das primeiras páginas de todas as editorias para acompanhar, acrescentando aos veículos *Estado de Minas, Hoje em Dia e O Tempo*, jornais nacionais como *O Globo, Jornal do Brasil, Folha de São Paulo e Correio Brasiliense*. Tínhamos o objetivo de checar as percepções e a procedência de propormos os três diários mineiros como amostra representativa da categoria. Queríamos descobrir a incidência das fontes do poder público ou privado nas matérias dos três jornais e que fontes tinham maior visibilidade na capa, o espaço mais nobre da mídia, dedicado às informações de maior qualidade (MOUILLAUD, 2002). Nos veículos de Belo Horizonte, observamos, ainda, a incidência de matérias que se repetiam na primeira página.

Este levantamento resultou num relatório de 50 páginas, arquivado com os demais dados da pesquisa. Percebemos ligeira preponderância das fontes públicas nas capas, como mostra a TAB.15, p.159, e constituiu-se em importante subsídio para a montagem do plano amostral das fontes.

TABELA 15 – APARIÇÃO DE FONTES NAS CAPAS

TIPO	NÚMERO DE CITAÇÕES	%
Privada	331	52
Pública	306	48
Total	637	100

Fonte: Elaborado pela autora, nov 2003.

4.3.3 Observação participante

A observação participante é uma técnica oriunda da abordagem antropológica, prevendo que “o pesquisador se integre e participe na vida de um grupo para compreender-lhe o sentido de dentro” (LA VILLE e DIONNE, 1999: 178). É obtida “por meio do contato direto do pesquisador com o fenômeno observado, para recolher as ações dos atores em seu contexto natural, a partir de sua perspectiva e seus pontos de vista (CHIZOTTI, 1995: 90)”.

Na observação, o instrumento de coleta de dados varia, devido à natureza do problema abordado e às condições de investigação, podendo optar-se pela “forma estruturada”, na qual o pesquisador se guia por um roteiro previamente elaborado, ou pela “forma pouco ou não estruturada”. “Às vezes é muito aberto, deixando ao observador grande margem na escolha e maneira de anotar as informações”. Outras vezes, o instrumento pode assumir a forma de uma grade fechada, em que os comportamentos se vêem previamente definidos, de tal modo que o observador deve apenas assinalá-los para registrar sua presença (LA VILLE e DIONNE, 1999: 177), podendo improvisar e se permitir inferências subjetivas.

A observação foi feita em etapas, de outubro de 2004 a janeiro de 2005. Antes de entrevistarmos os profissionais da imprensa (editores e repórteres), acompanhamos por uma semana o trabalho em cada órgão de comunicação eleito para estudo, onde permanecemos em horários previamente estabelecidos. O jornal *O Tempo* autorizou-nos a acompanhar as reuniões de editores. Nos demais acompanhamos os repórteres em suas rotinas. Procuramos entender a forma como ‘a pauta’ era definida, tendo acompanhado a produção de notícias. Utilizamos um roteiro (formulário) para o registro de nossas observações, conforme TAB.16, p.161, optando por um instrumento que nos norteasse, assim como nos conferisse liberdade para anotar nossas impressões.

TABELA 16 - ROTEIRO PARA OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE

Data	Veículo	Editoria	Impressões subjetivas	Fatores intervenientes	Atributo de qualidade focado	Registros de Fontes	Formas de acesso às fontes Telefone/ internet/ releases	Critério de seleção de avaliação das fontes

Fonte: elaborado pela autora em SET 2003

Após o encerramento das entrevistas, contamos com a parceria de Bruno Faria, que desenvolveu pesquisa monográfica sobre 'seleção de fontes no jornalismo' para o curso de especialização em gestão estratégica da informação na Escola da Ciência da Informação da UFMG. O aluno realizou uma observação participante no *Hoje em Dia*, *TV Alterosa* e *Rádio Itatiaia*, veículos onde abordou os profissionais para conhecer os filtros de seleção das informações publicadas, munindo-se de instrumentos de coleta de dados discutidos conosco anteriormente. Trocamos idéias sobre as impressões colhidas.

Pensamos, também, em realizar um *survey* com os jornalistas, aproveitando o período em que desenvolvíamos a observação participante. Chegamos a abordar 10 repórteres. No entanto, à medida que respondiam aos questionários, percebíamos que a percepção sobre o problema não se tinha alterado desde nossa pesquisa de mestrado desenvolvida em 2000, oportunidade em que ouvimos 73 profissionais de imprensa em Belo Horizonte sobre diversos assuntos alusivos à qualidade de informação, dentre eles, fontes. As respostas coincidiam muito com os dados que já tínhamos e julgamos ser procedente simplificar o processo abortando o *survey*. Nesse sentido, revisitamos os dados coletados na investigação de mestrado e procuramos formas de atualizá-los.

Dessa maneira, fomos levados a outro tipo de observação participante: utilizamos a estratégia de acompanhar sistematicamente, de fevereiro de 2004 a agosto de 2005 o "*Projeto Primeira Terça*", que aconteceu toda primeira terça-feira do mês à noite, na sede do *Sindicato dos Jornalistas* em Belo Horizonte, evento em que jornalistas e profissionais de assessorias de comunicação das 'fontes formais' debateram temas diversos ligados à área de comunicação. Nessa etapa, não elaboramos roteiro para registrar os dados. Registrávamos os eventos em relatórios para posterior recuperação.

A experiência foi fundamental para checarmos impressões colhidas durante a pesquisa. Estivemos, ainda, presentes no *Congresso Mineiro de Jornalismo*, ocorrido em junho de 2004, em Mariana, Minas Gerais. Por fim, outra estratégia de atualização foi o acompanhamento da discussão sobre o tema na *internet*.

Entre as fontes, não desenvolvemos outra observação participante. Acreditávamos que nossa experiência de 20 anos da pesquisadora como comunicadora de uma organização estatal e consultora de algumas empresas seria suficiente para nos possibilitar a compreensão do cotidiano do trabalho dos 'disseminadores de informação' das fontes formais. Além do mais, o acompanhamento do *Seminário Primeira Terça* possibilitou-nos perceber a atualização do trabalho das fontes.

4.3.4 Entrevistas com as fontes

Nosso universo compunha-se das 'fontes formais' dos setores público e privado de Belo Horizonte: especialistas e organizações, representadas por seus dirigentes e profissionais responsáveis pelo relacionamento com a imprensa, aqui denominados 'disseminadores de informações'. Sabíamos que desenvolver uma pesquisa quantitativa com as fontes seria impraticável. A complexidade do universo impunha uma disponibilidade de tempo que não tínhamos. Decidimos optar pela metodologia qualitativa, colhendo dados em entrevistas em profundidade. Precisávamos, porém, conhecer bem o universo das 'fontes formais' que necessitávamos abordar, de forma a tornar nossa amostra bem representativa', essencial para conferir a sustentação à proposta de estudo.

Para isto, coletamos dados junto ao IBGE, disponibilizados na *internet* em 2003. Primeiramente, identificamos as empresas por tipos, calculando a proporção de empresas públicas e privadas, firmas individuais (que incluem nossos especialistas) e associações (sindicatos, associações, conselhos, entidades etc) que eram reconhecidas como fontes formais de informação da população em Belo Horizonte, conforme está demonstrado na TAB.17, p.164.

TABELA 17 – TIPOS DE EMPRESAS DE BELO HORIZONTE

	Universo
SEDES DE EMPRESAS COM CNPJ	77.454
Administração pública/ sociedade de responsabilidade limitada ou com fins lucrativos	59.441
Firma individual/pessoa física – especialistas	9.217
Associação/sindicatos/ Sociedades sem fins lucrativos	8.796

Fonte: IBGE, Cadastro Central de Empresas 1998; Malha municipal digital do Brasil: situação em 1997. Rio de Janeiro: IBGE, 1999, disponibilizado pela *Internet* em 2003.

Identificado nosso universo de pesquisa, ou seja, quem nos interessava ouvir: as fontes de notícia em Belo Horizonte, justamente, as que definimos como ‘formais’. Depois disso, consideramos o desdobramento feito pelo IBGE do universo de empresas da TAB. 17, resumidos na TAB.18, p.164. Ou seja, até então, procurávamos teoricamente 15 pessoas que representavam as fontes que constituíam os 15 tipos das empresas que constavam na TAB.18.

TABELA 18 – EMPRESAS DE BELO HORIZONTE, POR ATIVIDADE.

TIPO DE EMPRESA POR ATIVIDADE	Número	%Universo
1- agricultura, pecuária, silvicultura e exploração florestal	260	0,335683
2- pesca	6	0,007747
3- indústrias extrativas	139	0,179461
4 - indústrias de transformação	6.849	8,842668
5 - produção e distribuição de eletricidade, gás e água.	16	0,020657
6 - construção	3.921	5,06236
7- comércio; reparação de veículos, objetos pessoais e domésticos	30.433	39,29171
8- alojamento e alimentação	5.864	7,570945
9- transporte, armazenagem e comunicações	1.884	2,432411
10 - intermediação financeira	1.244	1,606115
11 - atividades imobiliárias, aluguéis e serviços prestados às empresas	18.608	24,02458
12- administração pública, defesa e seguridade social	111	0,143311
13- educação	1.438	1,856586
14- saúde e serviços sociais	1.788	2,308467
15 - outros serviços coletivos, sociais e pessoais	4.893	6,317298
TOTAL	77.454	100

Fonte: IBGE, Cadastro Central de Empresas 1998; Malha municipal digital do Brasil: situação em 1997. Rio de Janeiro: IBGE, 1999, disponibilizado pela *Internet* em 2003.

Acrescentamos aos 15 tipos de empresas, as categorias de firmas individuais e entidades associativas, conforme TAB.19 (p 165). Esta decisão foi respaldada pelos resultados da análise documental, onde aferimos grande presença destes dois tipos de fonte na imprensa. A partir daí e considerando a visibilidade das fontes, compusemos a mostra conforme a TAB.19, que incluiu 21 pessoas, dentre elas, 03 especialistas e 18 disseminadores de informação de instituições diversas.

TABELA 19 –PLANO AMOSTRAL

TIPO	Universo	%	Amostra qualitativa	Respondentes	NATUREZA
Administração pública/ sociedade de responsabilidade limitada ou com fins lucrativos	59.441	76,74			
- agricultura, pecuária, silvicultura e exploração florestal	260	0,335	0	Secretaria de Saúde	Pública
- pesca	6	0,007	1	ONG Meio ambiente	Pública
- indústrias extrativas	139	0,179	0	Ind Cachaça	Privada
- indústrias de transformação	6.849	8,842	1	Fiat (Especialista)	Privada
- produção e distribuição de eletricidade, gás e água	16	0,0207	1	Cemig	Pública
- construção	3.921	5,062	0		
- comércio; reparação de veículos, objetos pessoais e domésticos	30.433	39,291	1	Micro Ágil	Privada
- alojamento e alimentação	5.864	7,570	1	Big Pizza	Privada
- transporte, armazenagem e comunicações	1.884	2,432	1	Bh Trans	Pública
- intermediação financeira	1.244	1,606	1	CEF	Pública
- atividades imobiliárias, aluguéis e prestação serviços	18.608	24,024	1	Estúdio	Privada
- administração pública, defesa e seguridade social	111	0,143	3	Polícia Civil ALMG PBH	Pública Pública Pública
- educação	1.438	1,856	2	PUC UFMG	Privada
- saúde e serviços sociais	1.788	2,308	2	Materdei/ Hosp. Clínicas	Privada Pública
- outros serviços coletivos, sociais e pessoais	4.893	6,317	1	IBGE	Privada Pública
Firma individual/pessoa física – especialistas	9.217	11,899	2	01 médico 01 advogado	Pública Privada
Associação/sindicatos/ Sociedades sem fins lucrativos	8.796	11,356	3	CAM CDL Sind. Bancários	Privada Privada Pública
Sedes de empresas com CNPJ	77.454	100	21		

Fonte: IBGE, Cadastro Central de Empresas 1998; Malha municipal digital do Brasil: situação em 1997. Rio de Janeiro: IBGE, 1999, disponibilizado pela *Internet* em 2003.

O próximo passo foi cruzar os registros do IBGE com os dados obtidos em nosso levantamento juntos aos jornais. Sabíamos que a proporção das fontes privadas (52%) era um pouco maior que as fontes públicas (48%), mas que as últimas apresentavam maior visibilidade na imprensa, principalmente na primeira página, espaço reconhecido como o mais nobre pela mídia. Priorizamos, para a participação na pesquisa, as empresas com maior número de empregados, tempo de fundação e frequência de aparição na Imprensa, respectivamente.

Considerando as observações por ocasião da análise documental, chegamos à amostra qualitativa de 21 entrevistas, sendo 11 ligadas ao poder público e 10 ao setor privado, o que nos levaria finalmente, ao que nos interessaria como base amostral da pesquisa, representada pela TAB.19, p.165. Optávamos por uma “amostra típica” representativa da população (LA VILLE e DIONE, 1999: 170), formada em função explícita da escolha do pesquisador, a partir das necessidades do estudo. Separamos as fontes por categorias de tipo de atividade, seguindo a classificação do IBGE (TAB.17 e TAB.18, p.164), tentando incluir uma de cada para ser entrevistada. Excluímos os ramos de construção civil e de transporte, por termos observado que figuravam geralmente em jornais através de publicidade paga, o que poderia enviesar a análise e, conseqüentemente, nossos resultados. Descartamos a Secretaria de Saúde e uma indústria de bebidas, por terem sido ouvidas no pré-teste, razão pela qual não foram consideradas na TAB.19, p.165.

Em fevereiro de 2004, começamos as entrevistas com as ‘fontes formais’ e as concluímos em março do mesmo ano. As entrevistas em profundidade, nos moldes em que pretendíamos realizar, basearam-se no roteiro de entrevista, ANEXO I, p.263. O roteiro possibilitou entrevistas parcialmente estruturadas, cujos temas são particularizadas, e questões abertas antecipadamente preparadas, nas quais tínhamos tem plena liberdade para inverter ou tirar algumas perguntas, acrescentando outras de improviso, se julgássemos necessário, como orientam LA VILLE e DIONNE (1999: 188). Para compor as perguntas deste roteiro, elegemos como guia algumas diretrizes preliminares, a saber: 1) mapear graduação e cargo dos ‘disseminadores de

informação; 2) investigar necessidades e comportamento de busca de informação dos responsáveis pela disseminação de informação das fontes; 3) investigar os objetivos de produção de informação por parte das fontes; 4) identificar estratégias de disseminação de informação fornecida à imprensa; 5) clarear nossa percepção sobre os fatores que interferem na busca e na produção de informações; 6) identificar estratégias de seleção de informação enviada à imprensa; 7) identificar a percepção das fontes sobre os atributos de qualidade a elas conferidos; 8) verificar percepção das fontes sobre indicadores de avaliação que jornalistas usam para abordá-las; e 9) identificar, na percepção da fonte, em que ela contribui para a qualidade da informação jornalística. Tudo o que consideramos importante foi perguntado e respondido, lembrando que o roteiro definitivo acabou por ser feito baseado nas experiências que havíamos tido no pré-teste.

Para marcação das entrevistas agendávamos previamente horários por telefone, encaminhando ofício, conforme ANEXO V, p.276. Todas as conversas foram gravadas e transcritas⁸⁰. Nossa preocupação era a de que o entrevistado respondesse aquilo que precisávamos.

4.3.5 Entrevistas com os jornalistas

Considerando os critérios de tempo e praticidade, elegemos para investigar⁸¹, do lado da imprensa, três órgãos de mídia impressa da Capital com mais de 10 anos de atuação, foram eles: *Hoje em Dia*, *O Tempo* e *Estado de*

⁸⁰ As transcrições com as fontes e com os jornalistas não serão expostas nesta tese, pois totalizaram cerca de 400 páginas. Sua verdadeira utilidade foi facilitar a análise dos dados coletados.

⁸¹ Segundo alguns autores, as unidades de análise podem ser classificadas como indivíduos, grupos, organizações ou artefatos sociais (objetos como livros, poemas, pinturas, esculturas etc).

Minas. Queríamos desenvolver pesquisa qualitativa nos três jornais. Como conseguimos incluir uma emissora de rádio e uma emissora de TV: rádio Itatiaia e TV Alterosa/SBT, respectivamente, tivemos uma visão mais ampla do relacionamento da mídia com as fontes. Além dos editores, ouvimos profissionais com experiência nas editorias local, política ou econômica, reconhecidas como as mais importantes na área de jornalismo.

A amostra na imprensa incluiu representantes legítimos de nosso objeto de pesquisa. Baseando-nos no argumento antropológico⁸², nosso critério de representatividade baseou-se na escolha de profissionais que tinham em comum valores e rotinas produtivas, em práticas compartilhadas por toda uma categoria. Mesmo não precisando encontrar representatividade mensurável, requisito da pesquisa quantitativa, providenciamos que todos os tipos de veículos de comunicação se fizessem representados, para que pudéssemos visualizar as diferenças e as similitudes de cada um.

Assim como procedemos com relação às fontes, tínhamos em mente desenvolver uma metodologia qualitativa utilizando como instrumento de coleta de dados entrevistas em profundidade, que CHIZOTTI (1995:93) denomina de abordagem clínica. Ela

“pressupõe que o informante é competente para exprimir-se com clareza sobre questões de sua experiência e comunicar representações e análises suas, prestar informações fidedignas, manifestar em seus atos o significado que têm no contexto em que se realizam, revelando tanto a singularidade, quanto a historicidade dos atos, concepções e idéias.”

O termo ‘entrevistas em profundidade’ historicamente significa entrevistas individuais relativamente, não organizadas e estruturadas, pois as perguntas procuram seguir um roteiro previamente planejado sem que este precise ser seguido verticalmente. O pesquisador é exaustivamente treinado para

⁸² A abordagem antropológica, ou clínica, prevê a vivência do pesquisador no ambiente do universo de entrevistados.

investigar e extrair respostas detalhadas de cada pergunta⁸³. Às vezes, utilizam-se psicólogos como entrevistadores. Chegam-se até a usar técnicas clínicas não-direcionadas para descobrir motivações ocultas dos informantes. A direção da entrevista em profundidade é orientada pelas respostas do entrevistado. À medida que a conversa flui, o entrevistador investiga as respostas e as usa como base para fazer perguntas adicionais. Essa técnica nos foi útil para descobrirmos traços e comportamentos, valores e ações dos indivíduos.

Descrito o universo e definida a amostragem, que também denominamos “típica”, como no caso das fontes, cuidamos da elaboração do instrumento de coleta de dados: o roteiro de entrevistas, que apresentamos no ANEXO III, p.279, preparado de forma a nos conferir liberdade para alterá-lo. As perguntas que compuseram os roteiros de entrevistas, tanto para as fontes como para a imprensa, buscaram atender aos objetivos da pesquisa. Para se chegar a elas, como explicamos no item sobre o pré-teste, cruzamos as informações contidas nas TAB.6 (p.79), TAB.15 (p.159) e FIG.4 (p.65), com algumas diretrizes-guias, a saber: 1) Identificar a graduação dos jornalistas; 2) investigar necessidades e comportamento de busca de informação do jornalista; 3) investigar os objetivos de produção de informação no jornalismo; 4) investigar os fatores que interferem na busca e na produção de informações; 5) identificar políticas de seleção de fontes de informação; 6) identificar e estabelecer categorias de fontes utilizadas; 7) investigar os atributos de qualidade conferidos às fontes ; 8) identificar aspectos intrínsecos das fontes, que as levam a ser consideradas como tal e algumas a serem mais utilizadas que outras; 9) identificar indicadores de avaliação utilizados na prática; e 10) identificar, na percepção do jornalista, em que a fonte contribui para a qualidade da informação.

Assim como procedemos com as fontes, na realização do pré-teste com a imprensa, descobrimos alguns problemas, como redundância de informações, corrigidas no roteiro definitivo. Através de contato telefônico, e, munidos de carta de apresentação (ANEXO VI, p.277), marcamos horário para

⁸³ No nosso caso, a experiência da investigadora no trabalho de pesquisa, tanto qualitativa como quantitativa, por mais de 10 anos, dispensou o treinamento

entrevistar um editor geral e um repórter de cada veículo. Os agendamentos sofriam várias alterações, uma vez que o tempo é moeda bastante escassa nas salas de redação. Percebíamos que o roteiro de entrevistas teria que ser utilizado apenas como guia, cumprindo sua missão metodológica, pois o nível de reflexão variava muito de um profissional a outro. Vale acrescentar que, no jornal *O Tempo* e na *TV Alterosa/SBT* conseguimos conversar em reunião programada pela chefia com mais de uma pessoa, como mostra a TAB. 20, p.170.

TABELA 20 - ENTREVISTADOS NA IMPRENSA

LOCAL	CHEFIA	JORNALISTA	TOTAL
ESTADO DE MINAS	01	01	02
O TEMPO	04	01	05
HOJE EM DIA	01	01	02
SBT	02	01	03
RÁDIO ITATIAIA	01	01	02
TOTAL	10	05	15

Fonte: Elaborado pela autora, JUN 2004.

Para tabulação, nos orientamos no ANEXO IV (p.270), no qual procuramos categorizar as respostas, registrando observações pessoais em questões abertas.

4.3.6 Acompanhamento de fatos polêmicos

Acompanhamos dois assuntos polêmicos, para verificarmos como seriam abordados pelos diferentes jornais de Minas, incluindo a mídia nacional, para melhor efeito comparativo. Nosso objetivo era identificar se o uso de fontes

em um mesmo acontecimento relatado variava de um veículo para outro, que fatores intervenientes e que atributos de qualidade se diferenciavam.

Ao contrário da análise documental, em que registramos tudo, em coleta de dados quantitativa, nesta etapa, optamos pela análise qualitativa de conteúdo, em que “as maneiras de proceder são menos codificadas do que na abordagem anterior, não tendo regras formalmente definidas ainda que análise e interpretação se confundem” (LA VILLE e DIONNE, 1999:227).

Acompanhamos os dois assuntos polêmicos nos três jornais de Belo Horizonte. Foram eles: a repercussão da proposta da criação do Conselho Nacional de Jornalismo, em 2004, encaminhada à Câmara dos Deputados pela FENAJ, e o episódio do pagamento de mensalão, que repercutiu na renúncia do deputado Jose Dirceu do cargo de Chefe da Casa Civil do Governo Lula e contribuiu para desencadear uma grande crise política. Os dois acontecimentos converteram-se em exemplos da ação dos interesses nos bastidores da mídia.

No primeiro caso, acompanhamos as publicações alusivas à proposição da criação do Conselho de agosto a dezembro de 2004, através dos arquivos do *Sindicato dos Jornalistas de Minas Gerais*, onde fomos gentilmente recebidos por Aluísio Lopes, presidente da entidade, que também ouvimos. O segundo episódio ainda estava em evidência por ocasião da redação da tese. Optamos por acompanhá-lo sistematicamente até o dia 10 de agosto de 2005. Os episódios foram selecionados, ou por estarem diretamente ligados à atuação profissional do jornalista (Conselho Federal do Jornalismo) ou por ser fato político relevante (denúncias de Roberto Jefferson), que expressa diversos interesses nos bastidores da imprensa. Acompanhamos os dois casos nos jornais locais, anotando as impressões colhidas, tendo como guia modelo da TAB.21, p.172.

TABELA 21 - ACOMPANHAMENTO DE FATOS POLÊMICOS

VEÍCULO	PERÍODO	FONTES	FATORES INTERVENIENTES	ATRIBUTOS DE QUALIDADE	CAPA CM2	OBSERVAÇÕES

Fonte: Elaborado pela autora, JUN 2004.

4.3.7 Compilação e análise dos dados

Além da coleta de dados, a compilação e tabulação dos dados foram etapas trabalhosas. Os dados foram compilados conforme os procedimentos metodológicos expostos. Registramos dados da análise documental, observação participante e as observações sobre os fatos polêmicos nos instrumentos apresentados neste capítulo. Transcrevemos as entrevistas gravadas, tanto das fontes como da imprensa, recorrendo à ajuda de um estagiário do curso de ciências sociais e de um profissional para nos auxiliar na transcrição. Registramos em relatórios os eventos acompanhados no *Primeira Terça* e os debates do *Congresso de Jornalismo*, como já explicamos.

Para facilitar a síntese, relemos os depoimentos transcritos e, com auxílio do *software* de pesquisa *Survey*, tentávamos preencher os questionários, ANEXOS II (p.264) e IV (p.270), nos quais as categorias analíticas estavam previstas. Como as entrevistas eram qualitativas, cada pergunta possibilitou o registro de respostas livres (questões abertas). Um relatório sintético oferecia-nos o panorama, por categoria de análise das respostas e as observações dos entrevistados. Todo o material, devidamente tabulado e registrado soma cerca de

700 páginas. Guardamos todos os jornais pesquisados, com exceção dos *clippings* sobre a divulgação da proposta do *Conselho Federal de Jornalismo*, que consultamos no arquivo do *Sindicato dos Jornalistas de Minas Gerais*.

A tabulação permitiu fazer alguns cruzamentos, que nos foram úteis como suporte na análise. Já alguns dados revisitados em nossa pesquisa de mestrado (CHAVES, 2000) nos subsidiaram na elaboração do referencial teórico.

Para a análise dos dados, optamos pela metodologia qualitativa, em que “o pesquisador decide prender-se às nuances de sentido que existem entre as unidades, aos elos lógicos entre essas unidades ou entre as categorias que as reúnem” (LA VILLE e DIONNE, 1999: 227). Nesse tipo de abordagem, não há regras específicas: análise e interpretação muitas vezes se confundem. Apesar das inferências subjetivas, buscamos ser objetivos nas exposições, explicando como procedemos e tomamos decisões. LA VILLE e DIONNE distinguem três principais modos de análise e interpretação qualitativa: o “emparelhamento”, “a análise histórica” e a “construção iterativa de uma explicação”.

O “emparelhamento” originou-se dos anglo-saxões, consistindo em associar os dados colhidos a um modelo teórico, com a finalidade de compará-los. É utilizado, por exemplo, por um pesquisador que traça um “tipo ideal” weberiano do objeto observado para pô-lo à prova à luz dos resultados colhidos em campo, identificando coerências ou contradições da teoria. Neste tipo de abordagem, “a qualidade da organização do quadro operacional é primordial, pois a grade de análise torna-se não só o instrumento de classificação, mas também o de toda a análise-interpretação dos conteúdos” (LA VILLE e DIONNE, 1999: 227).

A “análise histórica” caracteriza-se como um caso particular do “emparelhamento”. O pesquisador baseia-se em quadro teórico explícito para elaborar o roteiro sobre a evolução de um fenômeno ou da situação em estudo, e submete suas previsões à prova da realidade dos dados colhidos. Esse tipo de análise é muito utilizado no acompanhamento de um discurso. Se pudéssemos ter acompanhado um mesmo fato polêmico por prolongado período de tempo, essa metodologia teria sido a ideal para analisá-lo. No entanto, especificamente

as estratégias de análise de conteúdo de dados estão ainda bastante dispersas, tendo muito ainda a ser inventado (LA VILLE e DIONNE, 1999: 228).

Na “construção iterativa de uma explicação”, é dispensada a presença prévia de um ponto de vista teórico.

“O processo de análise e interpretação é aqui fundamentalmente iterativo, pois o pesquisador elabora pouco a pouco uma explicação lógica do fenômeno ou da situação estudados, examinando as unidades de sentido, as inter-relações entre essas unidades e entre as categorias em que elas se encontram reunidas. Essa modalidade de análise e de interpretação, que lembra a construção da grade aberta, convém particularmente aos estudos de caráter exploratórios quando o domínio de investigação não é bem conhecido do pesquisador, a ponto de este julgar preferível não elaborar hipótese a priori. Esta é, então, simultaneamente desenvolvida, verificada, ainda que, em parte, um vai-e-vem entre reflexão, observação e interpretação, à medida que a análise progride” (LA VILLE e DIONNE, 1999: p.227-228).

Consideramos que nossa análise enquadrar-se-ia majoritariamente entre a primeira estratégia e a última abordagem. Ela é coerente com a abordagem do “emparelhamento”, pois o referencial teórico conduziu toda nossa pesquisa. Em várias ocasiões, foi a teoria que orientou a construção e elaboração dos instrumentos de coleta de dados. Não poderíamos, também, analisar, explicar e interpretar os dados sem os recursos possibilitados pelo referencial teórico. Já a estratégia “iterativa” adequou-se ao caráter exploratório da investigação e justifica nossa opção pela abordagem dialética, posição já defendida anteriormente.

Lembramos que, adotamos algumas “estratégias discursivas” (DOMINGUES, 2004) na apresentação e análise dos dados. Utilizamos a “descrição” para expor os resultados, explicando-nos e interpretando-os a seguir, sempre à luz dos principais paradigmas que abrigam as ciências sociais: o “orgânico” de Durkheim, o do contexto produtivo marxista, o da ação social weberiano e o antropológico.

A grande quantidade de material demandou-nos esforço de síntese considerável. Vários seriam os caminhos para apresentarmos e analisarmos os

dados. No entanto, buscando mais objetividade, optamos por cercar a interação entre fontes e jornalistas, guiando-nos pelo roteiro, a saber: 1) relacionar formação e grau de instrução entre fontes e jornalistas; 2) relacionar as necessidades e estratégias de busca de informação de jornalistas e 'disseminadores de informação das fontes'; 3) relacionar objetivos de produção de informação de fontes e jornalistas; 4) relacionar os fatores intervenientes na produção da informação jornalística com os fatores intervenientes na produção de informação pela fontes; 5) relacionar políticas de seleção de informação de fontes e jornalistas; 6) relacionar a percepção dos jornalistas e fontes sobre atributos de qualidade das 'fontes formais'; 7) relacionar a percepção de jornalistas e fontes sobre critérios de avaliação'; 8) identificar em que atributo de qualidade a fonte mais interfere, como e por que.

4.3.8 Modelo de avaliação das fontes

Para atingir o último dos objetivos específicos: propor um modelo crítico para avaliação de fontes pelos jornalistas ou qualquer profissional do contexto informacional, consideramos prudente aguardarmos as conclusões. Após ouvirmos os atores envolvidos, tanto nas fontes como na imprensa, e refletirmos sobre as questões relativas à problemática, estávamos melhor alicerçados para fundamentar a proposta, apresentada no próximo capítulo. Sua criação inspirou-se no modelo do fenômeno multidimensional da qualidade da informação apresentado na FIG.5, p.67, levando em consideração os fatores que apontamos, conforme explicamos posteriormente.

4.3.9 Pré-teste

Antes de iniciarmos a realização das entrevistas segundo nosso plano amostral para imprensa e fontes, realizamos um “pré-teste”. Nesta etapa, já tínhamos os esboços dos instrumentos de coleta de dados para entrevistas, os roteiros, e queríamos verificar se estavam adequadas, se as perguntas seriam bem entendidas pelo informante e se os dados seriam colhidos de forma eficiente.

Tínhamos em mãos questionários semi-estruturados, em que tentávamos apresentar questões, com respostas fechadas e abertas. A elaboração destes questionários baseou-se nos fatores que interferem na produção da notícia (TAB.7, p.85), nos critérios de avaliação (TAB.9, p.122) e nos atributos de qualidade descritos na revisão de literatura (FIG.4, p.65). As perguntas comporiam nosso roteiro de entrevistas e as respostas continham categorias analíticas, que serviriam para uma posterior tabulação dos resultados colhidos. Ou seja, tínhamos intenção, apenas, de verificar a pertinência das perguntas, não mostrando ao informante as respostas.

Do lado da imprensa, abordamos um repórter do SBT e um jornalista do Estado de Minas. Do lado da fonte, ouvimos uma assessoria de um banco, de uma secretaria de saúde e um coordenador de comunicação de uma indústria de bebida. Descartamos as entrevistas para efeito de coleta de dados, uma vez que a funcionalidade operacional do pré-teste foi a redefinição dos roteiros definitivos de entrevistas, a que chegamos conforme ANEXO I (p.263) e ANEXO III (p. 269). Também preparamos os ANEXOS II (p.264) e IV (p.270), que usaríamos como guia na tabulação analítica dos dados.

“Não há soro da verdade. Informantes jogam com suas próprias regras. Os melhores informantes não dizem quais são essas regras (WOODWARD, 2005: 123)”.

Partimos do pressuposto de que a informação pode ser apreendida sob o “guarda-chuva” paradigmático das quatro correntes majoritárias das ciências sociais: o “orgânico”, de Durkheim, que nos leva a refletir sobre a informação no contexto de gerenciamento e excelência dos sistemas; o “marxista”⁸⁴, pelo qual podemos analisar a informação dialeticamente no ambiente de relações de trabalho e produção; o “weberiano”, em que podemos considerar seu conceito na visão de ação social da qual participam os indivíduos e instituições como atores, construindo, reproduzindo e recriando significados; e o “estruturalista”, onde a linguagem e o discurso ocupam o centro das discussões.

De fato, induzidos pelos aspectos citados, apreendemos o conceito de ‘qualidade da informação’ como fenômeno multidimensional permeado por contextos políticos filosóficos, sociais, econômicos e culturais, que têm como protagonistas dois grupos principais de atores: os usuários (que alternativamente podem assumir os papéis de produtores e fontes), com suas necessidades e interesses latentes; e os diversos sistemas peritos (sendo o jornalístico um deles), por sua vez, com necessidades e interesses, também específicos. Nesse sentido, o conceito de qualidade estará sempre em contínua construção.

A abordagem teórica influenciou nossa elaboração conceitual, a coleta e análise de dados. Pela complexidade do tema, poderíamos apresentá-los de várias formas. Buscando coerência de raciocínio, exporemos os resultados

⁸⁴ Há quem atualmente o denomine “marxiano”.

aferidos na pesquisa de campo, seguindo o roteiro previsto na metodologia. Procuraremos resumir objetivamente as impressões colhidas, permitindo-nos, em cada tópico, a inserção de um comentário analítico.

Começamos por mencionar quem entrevistamos, expondo as impressões da observação participante. Falamos sobre o perfil e a graduação dos jornalistas e dos 'disseminadores' das fontes. Discorremos sobre o mercado de trabalho do comunicador, tendo em vista que atuam como 'disseminadores de informação das fontes'. Abordamos os objetivos perseguidos na produção de informação, as necessidades de informação e os interesses de fontes e jornalistas, relacionando-os, para melhor entender suas motivações. Refletimos sobre o comportamento de busca e a prática desses atores no processo de produção da informação. Buscamos identificar as políticas de seleção de fontes e checar se os critérios seletivos conferem com a literatura. Analisamos as estratégias de disseminação de informação das fontes e suas formas de interação com a imprensa. Procuramos compreender as categorias de fontes utilizadas, os indicadores de avaliação e como as fontes interferiam nos atributos qualitativos da informação produzida. Queríamos descobrir o nível de consciência crítica de nossos atores, reflexões que nos ajudaram a compreender melhor suas formas de atuação e sua contribuição na qualificação da notícia. Procuramos perceber se faziam sentido algumas suposições apresentadas na exposição da problemática.

5.1 Entrevistados

Por uma questão ética e sigilo, identificamos as pessoas entrevistadas pelos cargos que ocupam ou profissão que exercem. Mencionaremos nomes,

apenas quando se tratarem de pessoas de cargo público, como presidente de entidade ou participantes de eventos que foram abertos à presença do público.

Do lado dos jornais, conversamos três diretores de jornalismo, sete editores e cinco repórteres das empresas *Estado de Minas*, *Hoje em Dia*, *Rádio Itatiaia* e *TV Alterosa*. O dia-a-dia destes profissionais costuma começar com reunião entre os editores, que recebem dos “apuradores” o material recebido de fontes externas. Avaliam o que a concorrência está noticiando e discutem a pauta. Após a reunião, repassam o roteiro para cada jornalista de suas equipes.

No *O Tempo*, a entrevista foi coletiva, para não prejudicar a rotina da redação, que emprega assalariados e terceirizados. As conversas nos demais órgãos de imprensa foram mais tensas. Apesar da boa receptividade e de o horário ter sido marcado de acordo com a conveniência dos entrevistados, estes se demonstravam preocupados com o tempo parado. Várias vezes fomos interrompidas pelo telefone. Alguns demoravam a focar o assunto do relacionamento com as fontes, gerando-nos a impressão de que não estavam acostumados a refletir sobre o assunto. “Você sabe, a redação é uma loucura, vivemos em função do *deadline*, mal dá para a gente parar e pensar sobre o trabalho”, declarou um repórter de TV. No *Estado de Minas*, que conta com melhor estrutura, conversamos com mais calma.

A rádio Itatiaia destacou-se pela maior interatividade com o público. A mesma percepção teve Bruno Faria, com quem estabelecemos parceria na etapa de observação participante. Ele visitou o *Hoje em Dia*, *TV Alterosa* e *Rádio Itatiaia*, todos por quatro dias consecutivos. Em sua monografia, relata que, a cada visita, procurava: 1) conversar livremente com os jornalistas, tentando captar a percepção que tinham do fluxo de informações nas redações; 2) acompanhar o volume das informações que chegavam e 3) compará-las com as que eram veiculadas. Sua abordagem inicial gerou desconfiança, o que o obrigou a optar por uma mudança de tática: aplicou 24 questionários a jornalistas. Bruno observou que os canais de acesso mais usuais aos jornalistas são telefone e *mail*. Uma repórter lhe confessou receber diariamente 200 cartas, via *mail*. A maioria dos *releases* recebidos originavam-se de órgãos públicos, que, segundo ela, são

as fontes mais procuradas, seguidas de especialistas e setores representativos da comunidade. A monitoração da concorrência o impressionou, assim como a interveniência da subjetividade do apurador na noticiabilidade. Bruno percebeu que os repórteres se demonstravam mais à vontade, quando abordados fora do ambiente de trabalho. Concluiu que “se o material descartado no processo de seleção das notícias perde seu lugar na mídia por critérios puramente qualitativos, então podemos dizer que contamos com um sistema do mais alto nível. Se ao contrário, existem outros elementos pertinentes ao processo, interessa-nos conhecê-los e analisá-los”. Essa ressalva corrobora nossa pesquisa.

O repórter, exceto quando recebe relatórios de pesquisa (o caso do IBGE), tem absoluta preferência pelas fontes pessoais, sendo a entrevista oral seu principal instrumento de trabalho, o que ratifica o que apuramos na revisão de literatura. Geralmente, dirige-se aos ‘disseminadores de informação’ das fontes para agendar entrevistas com as autoridades de maior nível hierárquico das instituições ou com quem estas autoridades delegarem. Segundo um dirigente, “o jornalista tem que ter suas fontes, construir com ela um histórico de confiança”. Nesse caso, a fonte pode aparecer rotineiramente na mídia. Corroborando essa afirmação, Bruno Faria registrou que alguns repórteres assumiram recorrer repetidamente a uma ou outra fonte, geralmente autoridade de órgão público ou especialista, fenômeno denominado por TRAQUINA (2003) como “rotinização”.

Como explicamos na exposição dos procedimentos metodológicos, a escolha das fontes baseou-se em classificações do IBGE e em criterioso levantamento de conteúdo junto aos três jornais: *Estado de Minas*, *Hoje em Dia* e *O Tempo*, em setembro de 2003, quando decidimos sobre que percentual de fontes públicas e privadas a selecionar. As instituições que gentilmente nos receberam foram: ALMG (Assembléia Legislativa de Minas Gerais), BH Trans, Big Pizza, CEF (Caixa Econômica Federal), CAM (Clube Atlético Mineiro), CDL (Clube de Diretores Lojistas), CEMIG (Companhia Energética de Minas Gerais), Em Comum Estúdio Livre, Fiat Automóveis (onde entrevistamos um especialista), Hospital das Clínicas, Hospital Mater Dei, IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), Micro Agil Informática Ltda, PBH (Prefeitura Municipal de Belo

Horizonte), Polícia Civil de Minas Gerais, PUC Minas (Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais), Sindicato dos Bancários, UFMG e Visão Mundial. Conversamos, também, com o presidente do Sindicato dos Jornalistas de Minas Gerais, além de ter colhido diversos depoimentos de repórteres e ‘disseminadores de informação das fontes’ que participaram dos seminários do *Primeira Terça*, promovidos por aquele Sindicato em 2004 e 2005.

Ao abordarmos os representantes das fontes formais, percebemos que a infra-estrutura da área responsável pela disseminação da informação varia muito de lugar para lugar. A Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, a Cemig, a Assembléia Legislativa e a PUC são bem supridas de recursos humanos e materiais. A Cemig tem políticas, diretrizes e as atribuições das áreas formalmente descritas. Já as demais contam com estrutura reduzida. É o caso da Polícia Civil e o Hospital das Clínicas da UFMG, fontes que, mesmo muito assediadas pela imprensa, driblam dificuldades para conduzir o trabalho diário. Para nos receber, a jornalista da Polícia Civil, abdicou de seu horário de almoço: “se não for assim, você fica sem falar comigo”, disse ela.

O cotidiano desses profissionais é corrido. As atividades são bem versáteis, mas, em geral, englobam: relacionamento com a imprensa, elaboração de jornais internos, gestão de comunicação por *internet*, coordenação de cerimonial, elaboração de peças publicitárias, promoção de eventos internos e externos, apoio a RH, suporte à gestão e campanhas de marketing. São responsáveis pela imagem de suas instituições perante as comunidades interna e externa. Em geral, coordenam os centros culturais. Em duas instituições, constatamos que as bibliotecas se subordinam à área de comunicação. Em outra, presenciamos o contrário: a biblioteca coordena as atribuições de comunicação.

Durante as entrevistas, os ‘disseminadores de informação das fontes formais’ eram muitas vezes interrompidos por autoridades ou pela imprensa, geralmente, pelo telefone. Demonstraram possuir visão sistêmica e crítica sobre o papel da disseminação da informação. A preocupação com a imagem institucional ficou evidente. Muitos desenvolvem atividades polivalentes: “a comunicação numa empresa, ou instituição qualquer, parece uma caixinha de

mágica: todo mundo quer , todos palpitam e, às vezes, pensam entender mais do que nós, os responsáveis pela área. Corremos o risco de assumir atividades que nada nos acrescentam ou pouco tenham a ver conosco”, declarou uma assessora. Uma explicação para seu depoimento pode vir de LIMA (2001), que lembra que, de fato, a comunicação é onipresente e extremamente interdisciplinar. O trabalho da comunicação, tanto interna quanto externa, abre-se aos limites da criatividade, ou seja, a espaços ilimitados.

As fontes do poder público mais demandadas sobressaem-se pelo interesse que suas atividades geram junto à população, por produzirem informações utilitárias que precisam ser socializadas; por prestarem serviços em áreas de grande relevância ou por tomarem decisões que afetam a vida dos cidadãos, como é o caso das instâncias deliberativas de órgãos públicos do executivo e legislativo. Essas fontes também são procuradas diretamente pela população. Como exemplo, citamos o IBGE, a Cemig, Hospital das Clínicas, Caixa Econômica Federal, Polícia Civil e Prefeitura, instituições, que estão envolvidas com a otimização de *sites* na *internet*. Vários jornalistas ingressam atualmente no mercado de trabalho pelo espaço cibernético. As atividades dessas instituições incluem: pesquisa e estatísticas, energia elétrica, saúde, habitação, segurança e serviços de utilidade pública, como: trânsito, educação, saneamento básico e tributação. Tal fato lembrou-nos a tendência de desintermediação das fontes, descrita na revisão de literatura.

As fontes da iniciativa privada vivem situações distintas. Algumas têm grande visibilidade na mídia por gerarem interesse instantâneo na população, como é o caso do Clube Atlético Mineiro e da PUC, conforme declarações de dois representantes dessas instituições. Outras se destacam pela tecnologia diferenciada (Hospital Mater Dei), pela perícia e impacto econômico (Fiat Automóveis), ou utilizam de recursos estratégicos para figurarem na mídia: anunciam, promovem eventos, treinamentos ou empreendem outras iniciativas.

Constatamos que algumas entidades são procuradas regularmente pela imprensa: a Polícia, a Copasa, a Prefeitura, o Hospital das Clínicas, fazendo parte da ‘ronda’ dos repórteres que apuram os acontecimentos a serem cobertos.

Impressionou-nos a monitoração constante da concorrência: canais de TV ligados, *sites* de agências de notícia e outros órgãos de imprensa.

Dentre os especialistas entrevistamos um ginecologista (professor doutor da Faculdade de Medicina da UFMG); um advogado, empresário e especialista em direito imobiliário, e um engenheiro mecânico (Fiat Automóveis). Esses profissionais dedicaram-nos mais tempo, atendendo-nos fora de seus horários de trabalho. Segundo eles, tornam-se fontes pelo seu conhecimento perito, pela instituição que integram ou relevância do assunto que dominam. O contato com a imprensa não faz parte de seu cotidiano: eles atendem aos repórteres quando solicitados.

5.2 Perfil do profissional entrevistado

Procuramos identificar a qualificação do repórter e do profissional que atuam como ‘disseminadores de informação’ das fontes formais, pois supúnhamos ser este um dos fatores intervenientes na qualificação da notícia. Tanto os repórteres, quanto as fontes são atores importantes no processo de construção da informação que chega ao público pela mídia.

Nossos entrevistados da imprensa, cujo piso salarial em Belo Horizonte é de R\$1.124,00⁸⁵, possuem graduação em jornalismo, obedecendo às normas previstas para o exercício da profissão, sendo fiscalizados pelo Sindicato de Jornalistas de Minas Gerais. A média salarial entre produtores e editores é maior, girando em torno de R\$8.000,00, com algumas variações. Com pouco tempo para se dedicarem a cursos de especialização e pós-graduação, eles têm

⁸⁵ Dado da Fenaj, jul. de 2004, extraído do *site* www.fenaj.org.br. O salário mínimo vigente era de R\$240,00 (duzentos e quarenta reais).

na própria mídia (leitura de jornais, acesso a *sites* de agências de notícias e revistas) a principal forma de atualização e reciclagem de conhecimento, ratificando dados de pesquisa de CHAVES (2000), quando foi desenvolvido um *survey* com os jornalistas das empresas *Estado de Minas*, *Hoje em Dia* e *O Tempo* (TAB.9, p.122). Essa prática, segundo um dos investigados “é um perigo, pois tendemos a nos considerar tão cultos em conhecimentos gerais, que nos acomodamos muitas vezes e não prosseguimos nos estudos”. A maioria ressaltou a importância do acesso à *internet*, ainda incipiente há cerca de cinco anos (CHAVES, 2000). Poucos declararam participar regularmente de treinamentos internos. Alguns aproveitam os cursos promovidos pelo Sindicato dos Jornalistas de Minas Gerais, que vem-se empenhando em colaborar para o aprimoramento profissional de seus filiados. A agenda dos cursos em 2004 incluiu os temas: “Ética Jornalística, Comunicação, Mobilização Social e Cidadania, Como fazer Jornalismo Econômico para o Cidadão, Jornalismo Investigativo, Assessoria de Comunicação, Jornalismo e Política, Reflexões sobre o jornalismo cultural e Gestão de Negócios”. Professores e profissionais das diversas áreas de comunicação ministraram os módulos.

Uma produtora de rádio concluiu a graduação em RP, relações públicas, para, posteriormente, complementar com o jornalismo. Acreditando que as graduações em jornalismo e publicidade sejam mais técnicas, declarou: “foi ótimo eu ter optado primeiramente pelo curso de RP, pois me possibilitou cultivar uma visão mais sistêmica sobre a comunicação e processo de gestão. O jornalismo veio mesmo como complemento”. Porém, a preocupação com a qualificação evidenciou-se por vários repórteres, como uma que confessou viver angustiada pela latente necessidade de estudar mais: “é um conflito, não temos tempo e somos conscientes de que devemos procurar saber sempre um pouco mais que a maioria das pessoas. Em algumas circunstâncias, ficamos constrangidos. Por exemplo, quando precisamos entrevistar um especialista e não sabemos nada sobre o que vai falar. É ruim, parece que não somos preparados e competentes. Ficamos sem saber se as informações estão à altura do que o público merece ou precisa. Quando conhecemos mais o assunto, sentimo-nos

mais à vontade com a fonte, podendo explorá-la em profundidade. Neste caso, impomos mais respeito e produzimos uma informação de melhor qualidade”.

Ao analisarmos o perfil técnico dos entrevistados na imprensa, fomos levados a supor que tendem a se tornarem especialistas em generalidades, com um conhecimento superficial, próprio da mídia, na qual buscam seu principal meio de atualização. O imaginário popular também contribui para seu comportamento. Muitas vezes, em que pese a imagem de boêmio, o jornalista é visto como alguém que vigia as instituições, principalmente as governamentais, um guardião que age em benefício da comunidade (TRAVANCAS, 1993).

Já, entre as ‘fontes formais’, os especialistas recebem os maiores salários e têm níveis mais elevados de graduação acadêmica. Com treinamentos diversos em seus ramos de atividade, um cursou doutorado na Inglaterra e os outros cursaram especialização *latu sensu*. Trabalham, obviamente, com foco em suas especialidades, não sendo o relacionamento com a imprensa uma de suas atribuições rotineiras. Lêem mais literatura técnica e muito pouco jornal. Costumam assistir noticiários pela televisão.

A falta de melhor preparo dos repórteres constituiu uma das principais críticas apontadas pelos demais ‘disseminadores de informação’ das fontes formais, cujo salário variou de R\$2.500,00 a R\$18.000,00 por mês valores maiores que os dos jornalistas que trabalham nos veículos de mídia. “Quando somos procurados, o cenário é quase sempre o mesmo. Fornecemos sempre informações básicas, para que o repórter tenha condições de produzir a matéria pautada na redação”, declarou uma gerente de comunicação. Essa posição foi corroborada pela maioria das fontes entrevistadas.

Identificamos em 19 casos⁸⁶, 13 denominações diferentes de cargos, a saber: ‘assessor de imprensa’ (sete), ‘analista de comunicação’, ‘gerente de comunicação e marketing’, ‘assessor de comunicação (dois)’, ‘relações públicas’, ‘chefe de setor de disseminação da informação’, ‘assessor adjunto de imprensa’, ‘superintendente de comunicação empresarial’, ‘diretor de comunicação social’,

⁸⁶ Dos 21 entrevistados nas fontes, 03 eram especialistas e 19 disseminadores de informação das fontes.

‘coordenador de comunicação social’, ‘gerente de marketing’ e “gerente de comunicação corporativa’. A graduação dos ‘disseminadores de informação’ responsáveis pelo contato com a imprensa variou entre jornalistas, relações públicas, publicitários, administradores e outras formações. Uma coordenadora de comunicação social não tinha curso superior. O conteúdo da mídia foi apontado como a principal forma de atualização, com foco específico no negócio da empresa a que servem. A maioria recebe treinamentos internos e vários cursaram especialização, com destaque para *marketing*, comunicação e gestão empresarial. A necessidade de reciclagem é latente e sensivelmente identificada nos depoimentos dos profissionais, o que indica a importância da qualificação contínua.

Cabe-nos ressaltar que os cursos *latu sensu* são geralmente formulados a partir de uma demanda de mercado. O fato de vários profissionais procurarem a especialização em *marketing* e *gestão* indicaria uma possível lacuna na grade curricular dos cursos de graduação, fato sobre o qual um publicitário se posicionou: “a universidade está muito distante da realidade do mercado. “De fato, qualquer assessor de comunicação precisa entender de gestão”, declarou um assessor. “As escolas querem formar separadamente jornalistas, relações públicas e publicitários, enquanto o mercado requer profissionais polivalentes”, ressaltaram alguns entrevistados. Eles desconhecem as necessidades práticas do mercado e não preparam o estudante de uma forma mais holística, como é o caso de um profissional de comunicação”. Duas entrevistadas são tanto ‘jornalistas’ como ‘relações públicas’ por formação.

À primeira vista, percebemos uma dualidade na postura dos entrevistados que trabalham como ‘disseminadores de informação das fontes formais’. Ao mesmo tempo em que se declaram satisfeitos com a profissão, vários expuseram as dificuldades de infra-estrutura e a necessidade constante de “provar que são importantes e necessários”, como afirmou uma entrevistada. “Nosso papel é de bastidores e, às vezes, sinto-me quase invisível”, declarou uma jornalista. Percebemos melhor auto estima entre os que ocupam formalmente altos cargos hierárquicos onde trabalham, sendo, também, melhor remunerados.

Indagamos a vários 'disseminadores das fontes formais' se os repórteres lhes questionam sobre sua formação acadêmica. A maioria respondeu que não. As informações colhidas comprovam a nossa suposição de que, nas organizações, a área de relacionamento com a imprensa e endomarketing estaria entregue a comunicadores, não necessariamente jornalistas, e a profissionais de outros campos, (administradores, psicólogos e outros), em cargos de diferentes denominações e níveis hierárquicos, com diferentes recursos, infra-estruturas e remunerações das mais díspares.

Façamos aqui uma reflexão. Por que a qualificação profissional impacta a 'qualidade da informação' propriamente dita? Diretamente, somos induzidos a responder. Pelo lado da imprensa, porque são os responsáveis pela produção da informação e, pelo lado das fontes, porque são também gestores da informação que vai ser disponibilizada ao público. Um jornalista mais preparado, possivelmente, amplia sua visão e capacidade analítica, além de abordar suas fontes com mais segurança, como nos lembrou uma das entrevistadas. O mesmo acontece com o profissional que trabalha como 'disseminador da informação'. O especialista, por outro lado, é extremamente qualificado em sua profissão, razão pela qual auxilia a imprensa na interpretação dos acontecimentos.

No entanto, pouco adianta a qualificação, seja do repórter, do 'disseminador de informação' ou do especialista, se eles não assumirem a responsabilidade de lidar com a informação como bem público e o compromisso de divulgar não apenas o que lhes interessa pessoalmente ou à empresa a que são subordinados, seja jornal ou outra organização qualquer. O horizonte ético de todos há de ser o bem estar da comunidade em que se insere (LARA, 2003).

Lembramos que outros fatores, além do conhecimento e da capacidade, interferem na 'qualidade de informação' divulgada pela fonte, ou elaborada pelo jornal: as condições de trabalho, razão pela qual abordamos o mercado profissional do 'disseminador de informação', conforme se segue.

5.3 Mercado profissional

Até a década de 1970, o ingresso no mercado de trabalho não contemplava a obrigatoriedade do diploma superior. Estudantes da UFMG, por exemplo, diplomavam-se em curso polivalente de Comunicação Social, estando aptos a exercer qualquer habilitação da área. Hoje, as graduações variam em “jornalismo”, relações públicas, publicidade e propaganda ou radialismo. Em outras universidades do País, a variedade de especializações é ainda maior. Em Belo Horizonte, algumas universidades incluem graduações específicas em *Marketing, Comunicação Empresarial e Comunicação Integrada*, que preparam profissionais para o mesmo mercado.

Os representantes das ‘fontes formais’ definem-se, em maioria, como profissionais de imagem e que lidam com ‘comunicação integrada’, posicionando-se favoravelmente a uma possível unificação entre as diversas especializações (jornalismo, relações públicas, publicidade) como forma de valorização do campo, retornando à proposta de graduação polivalente. “até para barrarmos a proliferação de cursos que aparecem por aí”. A cada ano, a concorrência aumenta absurdamente”, ressaltou um dos que prestaram depoimento, graduado em publicidade e propaganda. “Os profissionais da área de comunicação não têm união, se vêem como concorrentes num mercado escasso. Vejo uma burrice as pessoas fazerem a distinção entre as três especializações. Só perdemos força”, declarou outra entrevistada, formada em RP, jornalismo, que, ainda, cursa publicidade e propaganda: “quero ser profissional de comunicação e, para não ter dúvidas, pego os três diplomas”, acrescentou. Por outro lado, quatro graduados em jornalismo defenderam que a delimitação das áreas específicas é muito clara, embora concordem que seja impossível trabalhar a comunicação, a não ser de forma integrada.

Um entrevistado, formado em publicidade, que chefia a assessoria de imprensa da instituição em que trabalha, pediu-nos sigilo sobre sua graduação acadêmica, pois a imprensa o tem como jornalista. Quatro entrevistados, todos

jornalistas, defenderam que as assessorias de comunicação devem ser comandadas 'naturalmente' por jornalistas. Uma entrevistada, formada em relações públicas, aceitou a divisão entre as diversas áreas, pelas especificidades de cada uma, salientando que a assessoria de comunicação é 'naturalmente' o terreno dos relações públicas, como defende o CONRERP, Conselho Nacional de Regulamentação Profissionais dos Relações Públicas. Por outro lado, uma jornalista, responsável pela assessoria de imprensa de um hospital, declarou-nos que recebeu carta do CONRERP alertando que seu nome não poderia constar como responsável pelo jornal de sua empresa, por não ser qualificada em relações públicas⁸⁷. A publicação é encaminhada, também, aos clientes. Por exigência legal do Sindicato dos Jornalistas, quando isso acontece, é obrigatório explicitar o editor responsável, devidamente cadastrado como jornalista naquele sindicato.

Os exemplos anteriores ilustraram a confusão sobre a legitimidade do perfil do profissional que ocupa a área de comunicação no ambiente das 'fontes formais'. A quem pertence este território: aos jornalistas, aos relações públicas, aos publicitários, aos administradores?

Os entrevistados da mídia consideram-se 'jornalistas', na concepção clássica da profissão. Entre eles, o corporativismo é mais acentuado. A maioria acredita que os cargos de chefia de comunicação nas 'fontes formais' devam ser assumidos por jornalistas, com o argumento de que estes compreendem melhor as rotinas da imprensa. No entanto, não desaprovam o exercício de um publicitário ou relações públicas, se o profissional demonstrar competência e familiaridade com o trabalho das redações.

O corporativismo entre os jornalistas evidenciou-se em vários debates do *Projeto Primeira Terça*. Tomemos como exemplo o evento ocorrido em 04 de junho de 2004, que teve como tema "*O mercado de trabalho do jornalista assessor de imprensa*". Participaram como expositores Aloísio Soares Lopes, presidente do Sindicato dos Jornalistas de Minas Gerais, o jornalista Lélío

⁸⁷ Todo jornal interno deve ter, por exigência do Sindicato dos Jornalistas, um jornalista responsável. O CONRERP defende que a publicação deva ter um relações públicas responsável.

Fabiano, diretor de uma empresa de comunicação, o jornalista Américo Antunes, que atualmente trabalha como publicitário, e Rita Louback, jornalista e relações públicas. Indagados sobre a viabilidade da unificação das profissões de jornalismo, relações públicas e publicidade em comunicação integrada, posicionaram-se contrários. Lélío Fabiano declarou que, para ele, as diferenças entre as diversas especialidades da comunicação social eram bastante claras: “costumo dizer que o jornalista é o verbo, o RP a ação e o publicitário é o predicado”. A afirmativa foi aclamada com louvor pelos companheiros de mesa, recebendo um adendo de Américo Antunes: “eu acrescentaria um quarto: o coordenador e planejador do trabalho da comunicação”. Uma pessoa do auditório questionou-lhe: “e que formação teria este coordenador?”, que foi prontamente respondida por Américo: “qualquer uma: jornalismo, relações públicas ou publicidade”. Afinal, existe uma hierarquia de uma especialidade sobre a outra? Vale perguntarmos se os limites de atuação entre as três áreas estariam claros. Para TALESE (2000), ao relatar a história do *The New York Times*, mesmo as especialidades de comunicação aparentemente mais antagônicas, ‘publicidade e ‘jornalismo’ têm ambos caráter informativo e são duas faces da mesma moeda.

De qualquer forma, deparamo-nos com um dos graves problemas que afetam os profissionais envolvidos na produção da notícia: a disputa no mercado de trabalho. Até bem pouco tempo, como nos reportamos na revisão de literatura, o ambiente organizacional representava o terreno dos ‘relações públicas’, cujo exercício profissional seria, em tese (a prática era outra), regulamentado e fiscalizado pelo CONRERP, Conselho Nacional de Regulamentação Profissionais dos Relações Públicas. Os jornalistas trabalhariam em órgãos de imprensa e os publicitários, por sua vez, em agências de propaganda. Como vimos, historicamente, assessores de imprensa jornalistas recebiam severas críticas e, não raro, sentiam-se discriminados pelos pares da mídia. A realidade, porém, impôs a todos uma revisão de conceitos.

Com o surgimento da *internet*, o universo institucional mostra-se diretamente à comunidade, o que o levou a investir na profissionalização e na contratação de mão-de-obra mais competente. Independentemente da graduação

de quem vai gerir a área, a comunicação tem dois focos principais: o endomarketing, voltado para integrar os empregados no alcance dos objetivos organizacionais, e preservação da imagem institucional externa. “Somos, sobretudo, profissionais de imagem. Num grande evento, por exemplo, eu não posso me dar ao luxo de contar com apoio de pessoas formadas em A, B ou C. Preciso de profissionais de comunicação, que saibam fazer de tudo”, declarou um ‘superintendente de comunicação empresarial’ de uma grande empresa, graduado em jornalismo, mas com ampla experiência na área de publicidade. Outro depoimento, que corrobora a posição anterior, veio de Andréa Margit, em 02 de agosto de 2005, durante o seminário *Primeira Terça*, promovido pelo Sindicato dos Jornalistas. A jornalista, que integra uma ONG ambientalista sediada em Washington, destacou: “internacionalmente, nós não nos denominamos assessores mas comunicadores, quer sejamos RP, jornalistas ou publicitários.”

“Penso que a universidade se distancia muito do mercado de trabalho, fomentando uma separação sem sentido”, analisou uma jornalista, coordenadora de comunicação, que elogiou a criação do curso de Comunicação Integrada da PUC Minas. Talvez, todos esses conflitos possam causar a disparidade de salários e trazer, como consequência, obstáculos para a construção da identidade do comunicador.

Outro exemplo concreto dos conflitos é a confusão em torno das instituições que representam, regulamentam ou defendem os direitos dos profissionais. Além da FENAJ (Federação Nacional de Jornalismo) e dos sindicatos regionais filiados, lembramos a ABERJE (Associação Brasileira de Jornalismo Empresarial), ABI (Associação Brasileira de Imprensa), ABRACOM (Associação Brasileira de Comunicação), ANJ (Associação Nacional de Jornalismo), CONAR (Conselho Nacional de Auto Regulamentação Publicitária, que, na prática, fiscaliza conteúdo de anúncios e propagandas), o CONRERP, Conselho Nacional de Regulamentação Profissionais dos Relações Públicas, e o CNC (Conselho Nacional de Comunicação, criado há três anos). A descrição das atividades coincide muitas vezes ou mesmo se sobrepõem.

Em 2004, a FENAJ apresentou projeto de lei para a criação do *Conselho Nacional de Jornalismo*. Por envolver diretamente nossos atores, acompanhamos atentamente o fato. Conforme declarou-nos Aloísio Lopes, presidente dos Sindicatos dos Jornalistas de Minas Gerais e 1º Secretário da FENAJ, a proposta vem sendo reeditada há mais de 40 anos, tendo como principal objetivo zelar pelo exercício ético do jornalismo e pela defesa dos interesses da classe, além de exigir o diploma superior para o cargo de jornalista e assessor de imprensa nas empresas. A proposta de criação do *Conselho* fora apresentada em dois congressos nacionais da categoria, em 2000 e 2002. Ele atuaria na regulamentação das escolas, normatização de estágios, ampliaria poderes dos conselhos regionais e influenciaria positivamente a qualidade da informação produzida. “Temos várias preocupações urgentes” esclareceu Aluísio, “estudantes ocupam vagas de profissionais formados, surgem novos cursos de qualidade duvidosa, que não são fiscalizados, e há muitos veículos de imprensa que dispensam o diploma para o exercício do cargo de jornalista”. Ressaltou que a exigência do ‘diploma’ já constitui uma batalha no mundo inteiro, pois é contestada por outras facções políticas, geralmente ligadas aos empregadores. Após verdadeira peregrinação nas instâncias deliberativas em Brasília, a formatação final entregue ao Governo foi divulgada no dia 06 de agosto de 2004, durante 31º *Congresso Nacional de Jornalismo*, ocorrido em João Pessoa, na Paraíba. O projeto, discutido durante anos, que atenderia às reivindicações da classe, previa, dentre outras coisas, a fiscalização dos empregadores e a obrigatoriedade de filiação profissional, a exemplo do que acontece com o CRM, Conselho Regional de Medicina, CREA, Conselho Regional de Engenharia e Arquitetura, CFC, Conselho Federal de Contabilidade, e tantos outros. No entanto, ao se tornar pública, a proposta desencadeou enorme polêmica na mídia, que o apresentou à sociedade como iniciativa do governo petista para controlar a liberdade de expressão e coibir o uso democrático da imprensa. De agosto a dezembro, jornais locais e nacionais foram bombardeados por severas críticas à criação do Conselho, através de editoriais e reportagens, a grande maioria fazendo menção à ‘atitude autoritária’ do governo federal.

Tal fato impôs aos representantes da FENAJ, como o fez Aloísio Lopes, a cumprirem intensa agenda de debates em níveis estadual e federal com órgãos de imprensa, políticos, escolas, jornalistas e entidades de classe, visando esclarecer detalhes da proposta e discuti-la. Em face da enxurrada de críticas, a FENAJ recuou, promoveu modificações no texto e recentemente encaminhou ao deputado federal (PP/SP), Celso Russomano, o projeto de lei 5235/05, desta vez propondo a criação da OJB, Ordem dos Jornalistas Brasileiros, que atuaria a exemplo da OAB. Voltaremos ao assunto oportunamente.

Os dirigentes que entrevistamos posicionaram-se todos contra a criação do conselho: “nossa atividade é diferenciada e não procede qualquer tipo de controle”, declarou um deles. Os repórteres preferiram não se pronunciar. Os que trabalham como ‘disseminadores de informação’ nas ‘fontes formais’ posicionaram-se, na maioria, favoráveis. Vários colunistas explicitaram-se contra a proposta do Conselho, postura justificada por um jornalista: “é enorme a quantidade de colunistas que têm graduação em outras áreas, a quem não interessa discutir a questão”, salientou.

Além das polêmicas discussões na mídia, o projeto recebeu duras críticas dos representantes dos relações públicas. O CONREP contestou a exigência do diploma de jornalista para o assessor de imprensa, defendendo a reserva de mercado institucional das ‘fontes formais’ para os relações públicas. Tal fato inspirou Ângelo Sastre, em matéria publicada no *Observatório da Imprensa*, em 14 de setembro de 2004, a sugerir uma comissão paritária entre FENAJ e CONRERP, com participantes da ABERJE e ABRACOM para negociar acordo que beneficiasse ambos os lados. “Com inteligência, as duas instituições vão descobrir que o confronto vai pôr a perder tudo o que historicamente se conseguiu de bom até hoje, enfraquecendo tanto uns quanto outros”. Também salientou: “tão certo como essa briga não dar em nada, é pensar que jornalistas ou relações públicas vão abrir mão de sua atuação nessa área. Está mais claro que isso não acontecerá. Se o mercado já assimilou bem esta situação e, se na prática, esse convívio já existe é, na maioria dos casos, extremamente salutar,

por que jogar as entidades numa guerra como essa, sem sentido?" Por fim, defendeu:

...”que as atividades editoriais de cunho institucional e corporativo e a assessoria de imprensa sejam atividades inerentes às duas categorias, possibilitando que tanto os formados em relações públicas quanto em jornalismo possam exercê-las. Se nos dermos as mãos, ao invés de trocarmos tapas, tanto RP quanto jornalistas vão ganhar, pois as somas de forças engrandecerá e dignificará ainda mais as duas atividades. ..Quanto ao futuro, ai sim, há belos desafios pela frente, inclusive, quem sabe, o de repensar essa atividade profissional. (SASTRE, 09/2004)

O pronunciamento de Ângelo Sastre corrobora as impressões evidenciadas em nossa pesquisa, através das falas dos entrevistados e das afirmações de TALESE (2000): existe rivalidade entre os profissionais de comunicação, quer sejam relações públicas, publicitários ou jornalistas, num mercado que é invadido por outros campos, o que colabora para enfraquecer toda a categoria.

Pelos depoimentos dos entrevistados, de Ângelo Sastre e dos expositores dos eventos promovidos pelo Sindicato dos Jornalistas de Belo Horizonte, constatamos que jornalistas trabalham em veículos de comunicação, mas desempenham atividades de publicitários e relações públicas. Outras combinações são todas possíveis e reais. Ficou claro que o mercado exige flexibilidade e diferentes habilidades de um profissional de comunicação, quer ele seja um empregado ou contratado como empresa terceirizada. Segundo a empresária Flávia Rios da RC2 Comunicação Empresarial (*Seminário Primeira Terça, 04 de maio de 2005*), o cenário se estende ao mercado paulista, com algumas variações. Segundo a empresária, o assessor de imprensa tem muito a ver com jornalismo, com a peculiaridade de que é o grande responsável pela condução e pela consolidação da cultura organizacional. A diferença básica é que a comunicação seja valorizada como instrumento de gestão, o que desafia o profissional da área a se aprimorar nesse campo.

Perguntamos a Aluísio Lopes se ele vislumbraria a possibilidade de se propor um conselho de comunicação integrada em substituição ao conselho de jornalistas. Respondeu que essa discussão não caberia aos representantes do Sindicato e da FENAJ, focadas na defesa da categoria dos jornalistas. A análise de se proceder ou não à unificação curricular caberia à universidade.

O cenário anterior afeta o trabalho das 'fontes formais', pois, como vimos, na maioria, são os profissionais de comunicação, os mesmos que vivem sob os conflitos de representação profissional descritos anteriormente, os responsáveis pela produção, disseminação e gestão da informação dessas fontes.

A defesa da representação de uma profissão é questão estudada pela sociologia das profissões. Hoje, duas tendências prevalecem: a que considera de suma importância a busca da legitimação pelo diploma e pela representação corporativa por uma entidade de classe, e outra, que defende a flexibilização imposta pelas necessidades do mercado (BARBOSA, 1993 e CRIVELLARI, 2004)⁸⁸. A atuação de conselhos é comum em áreas técnicas como engenharia, medicina, odontologia e menos usual nas ciências sociais aplicadas, pelo próprio caráter interdisciplinar dos vários campos que as compõem, fato que se reflete nas suas atribuições práticas (LIMA, 2001). As profissões tidas como "novas", entre elas as diversas áreas da ciência da informação e da comunicação, enfrentam dificuldades de serem reconhecidas com identidade específica, problema agravado pelo impacto das novas tecnologias. As linhas de pesquisa na comunicação estão longe de atingir consenso (LIMA, 2001).

O quadro descrito merece atenção dos pesquisadores na academia, pois acreditamos estar diante de um problema. Não detendo o monopólio das atividades e com condições diversas de remunerações de trabalho, a atuação do profissional é marcada por conflitos de representação e rivalidades, estando ele sempre às voltas com a preocupação de se auto afirmar perante os demais

⁸⁸ Troca de informações em entrevistas informais.

profissionais da empresa. Busca a legitimação, provando continuamente sua importância. A construção de sua identidade fica, pois, comprometida.

Uma complexa discussão envolve a relação entre vocação, identidade profissional e competência na sociologia das profissões. Segundo alguns sociólogos ligados à corrente antropológica, a identidade profissional é uma construção baseada em valores e práticas compartilhados por uma categoria, normalmente representada por sua entidade de classe. Contribuem, também, para viabilizá-la os contínuos processos de socialização, pois esses proporcionam a identificação com os grupos de referência. A construção, para ser harmônica, assenta-se no reconhecimento legítimo do tipo ideal do profissional, cujas competências são normalmente descritas e valorizadas publicamente. Como resultado dessa contínua relação, o profissional conquista certa estabilidade e auto confiança que lhe permitem atuar buscando formas de aperfeiçoamento. Se atingido esse resultado, pode ocorrer um avanço para toda categoria. Tomando esse conceito de 'identidade profissional', identificamos um problema em nossa pesquisa. Na imprensa, o profissional se sente 'jornalista', embora a exigência do diploma ainda não seja totalmente respeitada e sua obrigatoriedade ainda gere polêmica. Mesmo assim, apesar das 'richas' com os publicitários, a quem acusam de intervir na pauta, os jornalistas possuem situação mais confortável em relação à construção de sua identidade profissional. Por outro lado, a impossibilidade de uma identidade uniforme do perfil de comunicador nas 'fontes formais' é retratada na grande variação de recursos, atribuições, salários e níveis hierárquicos do cargo. Muitos declararam sentirem-se obrigados a provar continuamente sua competência, para atestar a importância da comunicação. Esta busca da autoafirmação sinaliza que os conflitos podem trazer repercussões emocionais, dificultando a concentração no trabalho entre os profissionais que atuam como 'disseminadores de informação' nas 'fontes formais'. Não é difícil, portanto, perceber que o quadro afeta a gestão, a produção e a disseminação da informação, repercutindo em todo o processo qualitativo da construção da notícia.

5.4 Necessidades e interesses envolvidos

Afinal, que necessidades e interesses envolvidos são os motivadores das ações de nossos atores? Segundo BUCCI (2000, 42),

“o jornalismo não lida prioritariamente com divulgação de relatos. a sua justificativa é descobrir o segredo que não é difundir aquilo que governos, igrejas, grupos de comunicação e políticos desejam contar ao público, embora também se sirva disto, mas aquilo que o cidadão quer, precisa e tem direito de saber e que não necessariamente coincide com o que os outros querem contar.”

O posicionamento do autor sugere que as informações veiculadas pela imprensa deveriam, em primeiro lugar, atender às necessidades do público, embora reflitam os interesses das fontes e das empresas que controlam a mídia. Resta saber quando todos esses interesses convergem ou não.

Ao perguntarmos sobre necessidades de informação e ao observarmos as fontes selecionadas, percebemos que grande importância é conferida às informações sobre saúde, educação, habitação, saneamento, trânsito, poder público e segurança. Ou seja, na percepção da imprensa, parece que o conceito de ‘relevância’ se associe à idéia de informações utilitárias, essenciais.

Questionados sobre que necessidades e objetivos procuram atingir, quando buscam informações para compor as notícias, as respostas dos jornalistas apontam para uma confluência: acreditam buscar, em primeiro lugar, as que sejam de interesse da comunidade. Resultados semelhantes foram apurados por FARIA (2005) em sua pesquisa monográfica, embora ele tenha ouvido de alguns entrevistados que essa regra é muitas vezes desrespeitada. Reconhecem que atendem, também, aos objetivos e interesses das ‘fontes formais’, constituindo ‘um

conflito natural', como externaram vários jornalistas. Há, ainda, a interferência pessoal do próprio repórter, que, não raro, tenta influenciar a pauta, como observou FARIA.

As declarações revelaram que os profissionais de imprensa acreditam seguir a missão clássica do jornalista, que é a de interpretar as informações pelo interesse coletivo, educando, entretendo e informando a comunidade, embora o relacionamento com ela não seja tão estreito: “não temos condições, pelo corre-corre, de parar o que estamos fazendo para atender ligações e ler *mails* enviados pelo público. Isto fica por conta dos apuradores”, declarou uma repórter. FARIA (2005) percebeu que a participação do público varia de um veículo para outro. Na rádio, as cartas e ligações são dirigidas aos apresentadores dos programas, enquanto que, nos jornais, elas se destinam à redação. O conteúdo gira em torno de curiosidades, denúncias e reclamações, fatos que levam os apuradores a recorrerem às suas fontes para checarem a procedência dos fatos relatados. “Com a *internet*, cresceu demais o número de pessoas que nos escrevem, o que favorece a participação popular”, declarou uma repórter. De fato, jornais e revistas vêm aumentando o espaço dedicado às cartas dos leitores. Indagamos se algum profissional especializado acompanha e analisa criteriosamente as informações passadas pelo público, mas a resposta foi negativa. Não existe o cargo *de ombudsman* em nenhum dos órgãos de imprensa envolvidos na nossa pesquisa. O filtro cabe aos critérios pessoais de editores e apuradores.

“Sabemos que as fontes têm interesse, mas a visibilidade na imprensa sempre será balizada pelo interesse coletivo”, declarou uma jornalista. A partir desse depoimento e tomando-o como coerente com o ideal da ética profissional, poderíamos supor que a visibilidade das fontes públicas, por representarem órgãos públicos, seria maior na mídia. Essa suposição foi parcialmente comprovada no levantamento feito junto aos jornais impressos em 2003, conforme resumimos na TAB.22, p.199. Parcialmente porque, com exceção das editorias de política e economia, as fontes privadas são mais mencionadas e ocupam maior área no jornal por centímetro quadrado, considerando todos os

TABELA 22 – VISIBILIDADE DAS FONTES NA IMPRENSA

CADERNOS x FONTES	AGRO	CULTURA	ECONOMIA	ESPORTES	LOCAL	INTER	TURISMO	OPINIAO	POLÍTICA	VEÍCULOS	TOTAL
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Arquivos	15,38	9,74	6,83	12,64	13,38	1,51	6,90	20,83	6,84	13,33	10,74
Agência	23,08	7,12	9,94	19,54	5,02	34,67	0,00	4,17	15,10	6,67	12,53
Especialistas	0,00	13,86	4,35	44,25	4,01	3,52	3,45	25,00	6,27	20,00	12,47
Testemunhas	0,00	5,24	4,35	4,02	18,39	6,53	3,45	0,00	5,41	0,00	4,74
Privada/Autoridade	23,08	50,19	11,49	13,79	15,05	8,54	75,86	16,67	7,41	40,00	26,21
Privada/total	69,14	86,14	36,96	94,25	55,85	54,77	89,66	66,67	41,03	80,00	67,45
Agência Pública	0,00	0,00	3,11	0,57	0,33	0,50	0,00	4,17	3,42	0,00	1,21
Especialistas	0,00	0,00	1,86	0,57	0,33	1,01	0,00	4,17	0,85	6,67	1,55
ONG	7,69	4,12	6,83	2,30	4,01	1,51	0,00	8,33	4,84	0,00	3,96
Pública/autoridade	30,77	9,74	50,93	2,30	38,13	42,21	10,34	16,67	49,57	13,33	26,40
Pública	30,77	9,74	62,73	8,07	42,81	45,23	10,34	33,33	58,69	20,00	32,17

Fonte: elaborado pela autora em D

TABELA 23 - VISIBILIDADE AS FONTES NA PRIMEIRA PÁGINA

EDITORIAS X FONTES	CULTURA	ECONOMIA	ESPORTES	LOCAL	INTER	POLÍTICA	TOTAL
	%	%	%	%	%	%	%
Arquivos	16,67	5,23	22,22	9,62	2,17	6,54	10,41
Agência	2,38	10,80	4,94	9,62	34,78	19,63	13,69
Especialistas	21,43	4,53	49,38	0,96	2,17	4,67	13,86
Testemunhas	21,43	3,48	13,58	30,77	9,78	9,35	14,73
Privada/autoridade	19,05	10,45	9,88	8,65	4,35	4,21	9,43
Privada/total	80,95	34,49	100	59,62	53,26	44,39	62,12
Agência Pública	0,00	2,79	0	0,96	0,00	0,93	0,78
Especialistas	7,14	2,44	0	1,92	4,35	0,93	2,80
ONG	0,00	5,92	0,00	5,77	1,09	3,27	2,68
Pública/autoridade	11,90	54,70	0	32,69	41,30	50,47	31,85
Pública	19,05	65,85	0	41,35	46,74	55,61	38,10

Fonte: elaborado pela autora em DEZ/2003.

TABELA 24 – VISIBILIDADE X ESPAÇO OCUPADO NA CAPA

EDITORIA	ESPAÇO / CM2	%
POLÍTICA	143298	30,91
ECONOMIA	93085,5	20,08
ESPORTE	71157	15,35
CULTURA	57494	12,40
INTER	56131	12,11
GERAIS	38744	8,36
OUTRAS	3670	0,79
TOTAL	463579,5	100

Fonte: elaborado pela autora em DEZ/2003.

cadernos, quadro que se ampliaria com a inclusão dos anúncios. Porém, as duas editorias, política e economia, que utilizaram preponderantemente fontes públicas, representaram 51% da área ocupada na primeira página (TAB.224, p.199), o que, conforme MOIULLAUD (2002), constitui o espaço mais nobre do jornal, destinado às notícias de maior importância e qualidade. Já o espaço reservado às cartas dos leitores fica em página interna, de pouca visibilidade.

Sabemos que os cadernos especiais, como 'Feminino, Turismo, Fim de Semana, Veículos, Agropecuária' e outros são financiados pela iniciativa privada. Os cadernos de cultura e de esportes trazem muitos depoimentos de ídolos e artistas. O caderno de editoria local recorre muito às fontes públicas e privadas, representadas, basicamente, por testemunhas e especialistas.

Os depoimentos dos 'disseminadores de informação' das 'fontes formais' também convergem: suas necessidades de informação representam os interesses das organizações para as quais trabalham, tendo como objetivo a preservação de sua boa imagem perante a comunidade. Entretanto, acreditam que as informações produzidas devam ser de interesse social, pela relevância pública de suas atividades ou pelo tipo de serviço prestado à população. Os representantes das empresas públicas acreditam ter maior visibilidade na mídia pela responsabilidade social que detêm. "Reportar-nos à imprensa é uma forma de prestarmos conta à população", declarou uma entrevistada da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte. "O público precisa saber de informações, principalmente utilitárias, como trânsito, impostos, políticas públicas, medidas de segurança, saúde e educação", acrescentou outra entrevistada.

Os representantes das 'fontes formais' da iniciativa privada concordaram que suas necessidades de informação buscam atender aos objetivos de seus empregadores e posicioná-los de forma positiva na imprensa. Uma entrevistada salientou: "Por representarmos uma organização privada, é muito difícil conseguirmos espaço na mídia, mesmo que atuemos em área de necessidade básica, como é o caso da saúde. Para conseguirmos visibilidade, bolamos um jeito de conferir um cunho social às nossas iniciativas e eventos", confidenciou. Corroborando essa posição, Andréa Margit, gerente de uma

organização internacional ambientalista, em sua palestra no dia 02 de agosto de 2005 (no Sindicato dos Jornalistas), salientou: “como não somos da área de saúde ou qualquer área de utilidade pública, temos que ter estratégias de penetração da mídia. Precisamos seduzi-la. Não é fácil, pois nosso papel é muito mais educativo do que informativo”. O depoimento de Andréa leva-nos a desconfiar de que uma das missões clássicas da imprensa, educar, não é priorizada. Matérias com conteúdo positivo e otimista são denominadas *soft* e não são bem vistas nas salas de redação Para SERPA (2001), duas frases emblemáticas configuram o fazer jornalístico, tornando-se quase ditados populares. “O homem que morde o cão” gera notícia, enquanto “*good news is no news*” (traduzindo, “notícia boa não é notícia”). Existe uma inclinação às denúncias, como nos confidenciou um repórter e como lembram vários teóricos do jornalismo.

A dificuldade levantada por Andréa pode ser explicada por Franklin Martins, ex-diretor de jornalismo da Rede Globo de televisão. Em debate com o público no “*Programa Sempre Um Papo*” coordenado pelo jornalista Afonso Borges, que aconteceu no dia 01 de agosto de 2005 no auditório do edifício-sede da Cemig, ele afirmou que a missão do jornalismo reduz-se, basicamente à ação de informar. A declaração gerou polêmica entre os presentes, dentre eles, vários estudantes. Muito possivelmente, se o palestrante tivesse refletido antes, sua resposta teria sido diferente. Mesmo porque, em seu livro “*Jornalismo político*”, MARTINS (2005) explicita a importância do repórter ‘interpretar’ a notícia, recorrendo ao maior número de fontes possível. Porém, agindo de forma impulsiva, ilustrou que, na prática, a pressão do tempo e a busca de resultados (terminar uma matéria), automatiza o trabalho jornalístico, levando-o a ser mais informativo que interpretativo ou educativo.

A percepção dos especialistas é a de que as informações que divulgam atendam aos interesses, primeiramente, dos repórteres que os procuram: “geralmente eles querem conferir alguma informação técnica ou que façamos uma análise superficial dos fatos, de forma que fique claro para o público”, declarou um dos entrevistados. Perguntamos a um engenheiro se ele,

ao conceder entrevistas, reflete sobre os interesses e necessidades da comunidade, ao que respondeu: “não necessariamente, fico restrito ao que me pedem”.

Quando se fala de interesses, outras vezes se fazem presentes no discurso jornalístico: a dos anunciantes. Compram anúncios e espaço publicitário nos jornais, mas, não raro, a publicidade se disfarça de matéria jornalística. São os casos de reportagens em cadernos de turismo, agropecuários, veículos e vários outros. “O caderno de economia está repleto de matéria paga”, denunciou um entrevistado de uma ‘fonte formal’.

Para TALESE (2000), isso é fato natural, pois jornalismo e publicidade são ‘farinha do mesmo saco’, já que um não vive sem o outro. O autor afirma que ambos tem caráter informativo, sendo o jornalismo usualmente denunciante e negativo, enquanto a publicidade tem natureza otimista e positiva. Sustentando financeiramente as organizações jornalísticas, os anunciantes interferem muito no conteúdo dos jornais. “De vez em quando, por exemplo, temos atrito com a área de jornalismo, pois temos que pedir para não criticarem nossos bons anunciantes”, confidenciou um contato publicitário, durante a etapa de observação participante.

Podemos concluir que as informações colhidas e as notícias produzidas, antes de atenderem às necessidades do público, balizam-se, em primeira instância, pelos interesses envolvidos, sejam eles das fontes, dos órgãos de imprensa ou dos jornalistas. Isso nos leva a constatar que a parcialidade seja uma das características implícitas à informação jornalística, ratificando que os interesses dos atores sociais sejam inerentes à qualidade da informação. Concordando conosco, o professor Wilson Bueno, em seminário realizado no dia 02 de agosto de 2005 no Sindicato dos Jornalistas de Minas Gerais, ressaltou que “não é possível acreditar em neutralidade da imprensa”. Para ele, os jornalistas brasileiros recorrem muito a especialistas como fontes, muitas vezes ouvindo apenas um, criando o que chama de vício de “monofonte”. Também MARTINS (2005: 55) declara:

Por que alguém decide passar informação para um repórter? Por que alguém vira fonte? Os motivos variam, mas, de uma forma ou de outra, a fonte sempre age movida por interesse, pessoal ou público, individual ou coletivo, legítimo ou escuso. O mais comum é o sujeito dar a informação porque acredita que a divulgação irá beneficiá-lo. Com muita frequência, acontece também o contrário: ele quer prejudicar um desafeto. Há casos em que as fontes têm razões mais nobres: depararam com uma safadeza, uma negociata, um abuso e querem lançar luz sobre o fato. Há também pessoas que passam informação porque, de alguma forma, se sentem poderosas ou influentes quando a notícia aparece no jornal. No fundo, gostariam de ser jornalistas, e não fontes. Há de tudo um pouco. (MARTINS, 2005: 55).

Ratificamos que o interesse coletivo parece ser uma diretriz ética para a imprensa, por missão, e para as fontes, por responsabilidade ou conveniência de posicionamento de imagem. Estão igualmente presentes os interesses específicos das fontes, dos especialistas, dos anunciantes, das organizações jornalísticas e dos próprios repórteres. Em algumas situações, as necessidades de divulgação de informação voltam-se para categorias específicas, como no caso do jornal de sindicatos e entidades.

Os exemplos comprovam a idéia de HABERMAS (1998) de que a mídia expressa uma teia de interesses, razão pela qual o conflito seja inevitável. Apesar de pertinente, desconfiamos que a ausência do cargo de *ombudsman* nos veículos de comunicação representaria um entrave ao fomento de postura mais crítica entre os jornalistas. Porém, as informações advindas das fontes e da comunidade não são catalogadas e analisadas sistematicamente por profissional especializado. As análises são feitas de forma improvisada e intuitiva pelos apuradores e editores.

Voltemos aos dois episódios que acompanhamos na imprensa como fatos polêmicos. Eles ilustram, com maestria que, no jornalismo político, mais do que em qualquer outro, a ação das fontes não se desvincula de interesses (MARTINS, 2005): a divulgação da proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo e a crise desencadeada pelas denúncias de corrupção do governo Lula. Em ambos os casos, a maioria das fontes usadas para compor as matérias

publicadas pela imprensa constituiu-se de: políticos (deputados e senadores), juristas e advogados (normalmente ligados a alguma instituição) e representantes de entidades de classe.

Vejamos a proposta de criação do Conselho Nacional de Jornalismo. Enquanto a FENAJ insistia na importância de um órgão que atuasse em defesa do profissional da imprensa, os empregadores defendiam que o jornalismo merecia autonomia e tratamento diferenciado de outras profissões. Visivelmente rejeitada pela mídia, a proposta recebeu severas críticas em diversos editoriais e matérias, tendo como um dos principais argumentos a ameaça à liberdade de expressão e ao espírito democrático. As fontes mais ouvidas foram deputados, senadores, representantes de órgãos de classe como OAB, ABI, ANJ, teóricos, críticos e dirigentes da FENAJ. Editores, chargistas, colunistas também colaboraram nas manifestações contrárias à criação do Conselho. A maioria das cartas de leitores publicadas corroborava a posição dos veículos de comunicação. Em levantamento junto a *clippings*⁸⁹ do *Sindicato dos Jornalistas* sobre o assunto, constatamos que 85% das matérias externavam posição contrária à criação do Conselho, com visibilidade, também, maior. As manchetes de primeira capa ou das matérias internas ilustravam o teor das críticas. Reproduzimos algumas delas na TAB.25, p.205. Além dos títulos, cujo teor volta-se muitas vezes contra Lula e seus aliados, *charges* criticavam a proposta. A opinião da classe jornalística dividiu-se. A ANJ e ABI posicionaram-se contra. Dois comitês apareceram: um contra e outro a favor da criação do Conselho. As falas dos dirigentes da imprensa entrevistados, quando questionados a respeito do assunto, ratificaram o posicionamento de repúdio ao projeto; utilizaram-se expressões como “absurda”, “inconseqüente”, “radicalmente contra”, “oportunismo político”, “coisa de fascista” e por aí vai. Lembramos que os editores e repórteres optaram por não se expressarem. A maioria dos representantes das ‘fontes formais’ posicionou-se a favor de um Conselho, não especificamente de jornalismo, que atuasse na defesa do profissional de comunicação.

⁸⁹ *Clipping* é uma coletânea de recortes sobre um assunto, veiculados pelos diversos jornais escritos. Há, também, os clippings eletrônicos, quando se trata de TV e rádio.

TABELA 26 – MANCHETES SOBRE CONSELHO FEDERAL JORNALISMO

VEÍCULO	DATA	MANCHETE
O GLOBO	06/08/04	Projeto cria o Conselho Federal de Jornalismo: (Subtítulo: A partir da aprovação da lei, o jornalista terá que pagar à entidade para poder trabalhar).
Folha	06/08/04	Lula quer conselho para fiscalizar jornalismo
Estado de Minas	07/08/04	Conselho já é condenado
Folha	07/08/04	Fenaj apóia conselho de jornalismo; ABI veta.
O Tempo	07/08/04	“Jornalistas condenam criação de Conselho” e “ Adeus Lênin”
Folha	08/08/04	Entidades dos EUA condenam conselho de jornalismo no país
Folha	08/08/04	Profissão não pode ter nenhuma forma de pressão, diz promotor.
O Globo	08/08/04	Pecado original
O Tempo	08/08/04	“Dirceu defende controle da imprensa” e “ Declaração de presidente é criticada”
Folha	08/08/04	A mão sinistra
Diário da Tarde	09/08/04	Mordaça
Folha	10/08/04	Escreveu não leu, o pau comeu.
Folha	10/08/04	Associação de magistrados condena criação do Conselho de Jornalismo
Hoje em Dia	11/08/04	Mais uma polêmica no ar
O Tempo	11/08/04	Onda de obscurantismo
Estado de Minas	11/08/04	Liberdade em discussão
Correio Braziliense	11/08/04	Conselho que desafia a inteligência
Correio Braziliense	11/08/04	Cuidado com a vida alheia
Correio Braziliense	11/08/04	Projeto antidemocrático
Estado de SP	11/08/04	Governo mostra sua face autoritária
Estado de SP	11/08/04	Cercear jornalista fere Constituição, diz Vidigal.
Estado de SP	11/08/04	Desprezo pela democracia: Hora de pagar uma dívida
Folha	12/08/04	Juízes condenam CFJ
Diário da Tarde	12/08/04	Mordaça que querem colocar na imprensa
Correio Braziliense	12/08/04	A atração totalitária
O Globo	12/08/04	Imprensa fiscalizada
Correio Braziliense	13/08/04	Cala a boca jornalista
Veja	18/08/04	O fantasma do autoritarismo (faz paralelo com Lênin e governo Lula)
O Tempo	18/08/04	Organização repórteres sem fronteira pede fim do Conselho
Folha	19/08/04	Stalin não morreu
Estado de Minas	21/08/04	As entranhas da ofensiva de Lula contra a imprensa
Hoje em Dia	21/08/04	ANJ critica Conselho de Jornalismo
O Tempo	31/08/04	Denuncismo, mordaça e liberdade de imprensa.
O Tempo	31/08/04	Carta do leitor: Estamos na ditadura
O Tempo	13/0/049	Conselhos profissionais paradoxos
Estado e Minas	09/10/04	Entre Lula e Che Guevara
Revista Imprensa	10/04	Maioria dos jornalistas é contra a criação do CNJ
Folha	09/11/04	A inconstitucionalidade do CFJ
Correio Braziliense	16/12/04	Câmara enterra de vez do CFJ

Fonte: Elaborada pela autora, ago 2005.

O segundo episódio referiu-se à série de denúncias de corrupção feitas pelo deputado Roberto Jefferson, PTB/RJ, ainda em evidência na época em que escrevemos sobre o assunto. Acuado na mira de uma série de acusações de irregularidades, o político contra-atacou atirando para vários lados. Acompanhamos o assunto junto aos três jornais de Belo Horizonte e alguns periódicos nacionais. Constatamos que as fontes utilizadas constituíram-se, principalmente de parlamentares, deputados, senadores, advogados, juristas e cientistas políticos. O jornal *Estado de Minas*, que em 2003 parecia se opor explicitamente a Lula, aproveitou o uso de manchetes e legendas de fotos para compor tom de denúncia ao governo. Eis alguns exemplos: “Corrupção derruba popularidade de Lula”, “PT mantém dirigentes acusados de corrupção”, “Popularidade de Lula cai com a corrupção”, “Cúpula do PT defende Delúbio”.

Outros veículos apresentavam-se inicialmente neutros. À medida que os depoimentos na CPI confirmavam as denúncias e pesquisas apontavam a queda da popularidade do governo, abriram-se às críticas. O jornal *O Tempo*, por exemplo, de propriedade do deputado Vitório Medioli, optou inicialmente pela discrição acompanhando o tom de cobertura da *Folha de São Paulo*, cuja posição no início do episódio enquadrámos como neutra. Na época, consideramos curiosa a postura deste jornal, pois esperávamos que combatesse o governo, já que o deputado era filiado ao PSDB, partido que, ao lado do PFL, muitos atribuem ser o orquestrador da publicação das denúncias. A explicação veio no dia 09 de julho, quando soubemos que o deputado mudara para o Partido Verde. Com o passar o tempo, o veículo também adotou postura ofensiva ao governo. Fato semelhante ocorreu no jornal *Hoje em Dia*, de propriedade de um grupo religioso, que inicialmente transpareceu abordar o episódio com certa neutralidade, quando comparamos sua cobertura com os demais jornais.

Porém, nenhum veículo expressou tão bem parcialidade e interesse próprios como a revista *Veja*, da Editora Abril, que, reconhecidamente, não mediu esforços, com usos de fotos, manchetes, colunistas e cartas aos leitores, no combate ao Partido dos Trabalhadores. A edição 1916, de 03 /08/2005, trouxe na capa a foto do rosto de José Dirceu, metade na sombra e metade na luz, com o

título: “O risco Dirceu: os recados ameaçadores que ele manda ao governo, seu secretário particular foi autorizado a sacar dinheiro de uma conta de Valério”. Percebíamos a sugestão clara de aquele político ser uma personalidade de duas faces, desmerecedora de confiança. Entre as primeiras páginas, encontramos o editorial intitulado “A favor do Brasil”, cujo teor dizia que a revista adotara posição de imparcialidade na cobertura da crise política. Porém, a edição publicou uma série de outras reportagens em que as fontes ouvidas voltavam-se contra o governo, incluindo as cartas dos leitores. Quase ao final do exemplar, o colunista Diogo Mainardi escrevia artigo com a manchete: “Quero derrubar Lula”, que parecia sintetizar o recado que o *Grupo Abril* queria passar. Testamos a redação, enviando uma carta de repúdio à postura parcial da linha editorial, mas ela não foi publicada. Na edição seguinte, a capa da revista trazia o nome do presidente como “LULLA”, tendo os dois “L” em cores verde e amarela, como o fizeram à época do *impeachment* de Fernando Collor de Mello, deposto em 1992. Na edição, as matérias foram também sugestivas ao afastamento do Presidente Lula.

Ratificamos os resultados da pesquisa de CHAVES (2000): o conteúdo das reportagens, à exceção dos editoriais, procuram guiar-se por certa isenção e imparcialidade. As estratégias de posicionamento são percebidas: pela forma com que o jornal confere visibilidade às notícias, pelas fontes selecionadas e, principalmente, pela composição de manchetes, fotos e legendas. CHAVES (2000) identificou que 57% dos leitores de Belo Horizonte lêem primeiro as manchetes. No entanto, 26% deles lêem apenas os títulos, que conseqüentemente, interferem bastante na formação da opinião pública.

A investigação das denúncias desencadeadas por Roberto Jefferson ilustra a interveniência das fontes no trabalho do jornalismo investigativo. Resta saber que interesses nos bastidores induziram a inserção dessas fontes. Normalmente, a mídia não esclarece como inicia os trabalhos de investigação. No caso da crise política, supõe-se que tenha sido o deputado a fonte inicial, um homem que, pelos indícios, pode ser corrupto e mentiroso, mas que continuou

sendo fonte pelo critério da representatividade⁹⁰, que pode ser enquadrado no quesito “autoria”.

Os motivadores do agir jornalístico, em que pese os interesses dos veículos nos quais trabalham e ação das fontes, são alicerçados pelas necessidades de informação da comunidade, quer seja por missão filosófica quer por objetivos puramente mercadológicos. Essa visão pode ser possibilitada pela formação universitária humanista que recebem. Entre as fontes, os interesses organizacionais vêm em primeiro lugar, sendo seu objetivo conquistar a legitimidade e apoio da comunidade.

Ao contrário dos jornalistas, autoridades e especialistas podem ser superficialmente preparados na academia no que diz respeito à formação humanista, dependendo da formação acadêmica cursada. Disciplinas como economia e sociologia são consideradas como “quase irrelevantes” por estudantes de ciências exatas, por exemplo. Surge para nós a preocupação: os especialistas têm consciência do que significa o comprometimento da informação como bem público? Como eles se comportam em relação aos problemas sociais? Os especialistas têm noção da própria responsabilidade social que assumem? E os artistas, os ídolos, os religiosos? Como se inserem nesse processo? A mídia poderia contribuir para o papel de conscientização das fontes? Por missão (jornalística) ou por possibilidade de projeção (fontes), os valores do público parecem operar como horizontes éticos de ambos os grupos que entrevistamos. Assim, somos induzidos a defender que as fontes carecem de aprimorar seu pensamento crítico em relação à sua inserção na sociedade.

⁹⁰ Na época em que revisávamos este texto, o deputado lutava contra pedido de cassação de mandato, pedido por seus colegas parlamentares, em 14 de setembro de 2005.

5.5 Comportamento de busca

Os jornalistas acreditam que o principal motivador para a produção da notícia seja o acontecimento, fato conferido nas entrevistas. Ao conversarmos sobre postura de busca de informação, percebemos certa acomodação à rotina produtiva dos jornais. Os repórteres estão acostumados a aguardar a prévia da elaboração da pauta, esperando diariamente o roteiro que devam seguir.

Quando os repórteres apresentam sugestões coletadas, vindos das ruas, essas são discutidas informalmente com apuradores e editores. Nesse caso, podem ser acatadas. Ou seja, o grupo influencia seu comportamento.

Segundo a maioria ouvida, toma-se ciência de um acontecimento através de *releases*, agências de notícia ou outros órgãos de imprensa, filtrados pelos apuradores e editores. Muitas vezes, o acontecimento é preliminarmente mediatizado, recebendo moldura prévia, submetida aos interesses e às necessidades de quem o tenha enquadrado, seja uma pessoa ou instituição. Outra forma, menos usual, mas freqüente, é a denúncia do leitor, ouvinte ou telespectador. “O cidadão comum ajuda muito nas matérias de curiosidades”, afirmou uma editora. Alguns entrevistados salientaram que acontece de tudo: de denúncias reais e comprováveis à tentativa de um cidadão comum simplesmente querer aparecer de alguma forma e conquistar seus minutos de fama.

A forma de checagem é quase sempre a mesma. A recorrência às fontes é diária e demanda bastante tempo. Ouvem-se as fontes “qualificadas - pessoas com representatividade institucional; especialistas, de preferência ligados a alguma instituição pública”; e testemunhas. Segundo um editor, “as informações jornalísticas são, em 70% dos casos, factuais e a utilização de personagens visa conferir maior precisão ao relato.

Uma assessoria de comunicação foi bastante elogiada por encaminhar matérias prontas, em formato de jornal ou de reportagem de televisão,

já com todos os depoimentos necessários de personagens⁹¹, devidamente autorizadas para a imprensa usá-las: “Facilita demais. Neste caso, precisamos apenas checar e achar um gancho para compor a matéria”, ressaltou. Vários palestrantes ouvidos na série de eventos que acompanhamos no *Programa Primeira Terça*, no Sindicato dos Jornalistas, adotam e sugeriram a prática.

Podemos concluir que o comportamento de busca dos jornalistas é diretamente afetado pelas rotinas produtivas estabelecidas pelos órgãos de imprensa para os quais trabalham, pelo grupo de referência e pela ação das fontes. O grande vilão, a ‘escassez do tempo’, tende a contribuir para adotarem postura passiva em face da pauta estabelecida e a instituírem o fenômeno de “rotinização” de fontes descrita por TRAQUINA (2003) ou ao vício do “monofonismo” identificado por BUENO (2005).

De fato, os depoimentos colhidos na imprensa atestam a importância do *release* como grande motivador da produção de uma notícia. Na investigação sobre conteúdo feito em 2003, suspeitávamos que 57% das notícias fossem publicadas após recebimento de *releases*, principalmente os advindos de órgãos públicos, os maiores insumos de informação do jornal (FARIA, 2005). Esses fatos comprovam a pró-atividade das fontes e a suposição de que a mídia, envolta às pressões de tempo, enxugamento de quadro funcional e exigências de produtividade, acolha informações e sugestões de pauta que favoreçam a elaboração da notícia. Fazem isso de forma habitual, sem maiores questionamentos críticos. São gratos quando as fontes entendem seus horários e rotinas, por providenciarem previamente testemunhas e personagens, sem se darem conta de que abrem espaço para a angulação interessada da informação.

Pelo lado das fontes, a procura por informações acontece de quatro formas. (1) A primeira, menos citada, é quando o responsável pela divulgação e relacionamento com a imprensa analisa o que se passa de relevante em sua instituição e elabora *release* para encaminhamento às salas de redação, levando em consideração o interesse social. (2) Outra forma, pouco usual, é quando

⁹¹ Personagens: pessoas que testemunham ou podem ter alguma ligação com os acontecimentos.

especialistas internos procuram as assessorias de comunicação pedindo-lhes para divulgarem algum fato que consideram ser inédito. “Alguns desses especialistas querem só aparecer”, lembrou uma assessora de imprensa. As duas outras formas mais usuais que desencadeiam a procura de informações são: (3) a solicitação pela alta direção ou (4) quando procurados pelos jornalistas. A forma de checagem de informações é quase a mesma: ouvem-se pessoas que ocupam cargos de direção ou especialistas internos. A maioria dos entrevistados afirmou ser abordada diariamente pela imprensa.

Somos induzidos a concluir que o comportamento de busca das fontes submete-se à exposição dos interesses das instituições. Os jornalistas, por sua vez, checam as informações e acabam por explicitá-las ao público, legitimando aqueles interesses. Por outro lado, ficou bastante evidente a preocupação de alguns desses profissionais em empreenderem conciliação de interesses com a comunidade. “Nem que seja para atingirmos visibilidade na imprensa, precisamos investir na responsabilidade social”, declarou uma pessoa que trabalha em uma empresa privada. De fato, como vimos, o caráter público da informação transforma-se em uma espécie de filtro seletivo da imprensa.

5.6 Classificação e seleção de fontes

Pelos depoimentos colhidos junto aos jornalistas, a categoria segue padrão intuitivo de classificação de fontes, no qual as mais citadas foram: públicas (ou oficiais), especialistas, testemunhas dos acontecimentos, internet, agências de notícia e jornais e revistas. Ou seja, a classificação tem como padrão: natureza jurídica da fonte, nível de conhecimento, envolvimento com o episódio relatado e o meio onde buscam mais informações, coincidindo com nossa revisão de literatura

feita nos capítulos 2 e 3. Uma produtora de rádio salientou a importância da habilidade verbal da fonte: “costumo classificar as fontes em carinhas felizes ou tristes. As mais felizes voltam, as tristes não”. De fato, no caso de rádio e TV, a apresentação e facilidade de expressão verbal da fonte é bastante valorizada. Outra categoria mencionada foram os “marqueteiros”, aqueles assessores que incansavelmente querem promover seus empregadores.

Para selecionar a fonte, o jornalista se baseia, principalmente, em julgamento próprio, construindo suas “próprias fontes”, como relatou um dirigente, criando histórico de relacionamento aparentemente confiável. Essa relação, porém, será sempre conflituosa na opinião dos entrevistados da imprensa, atestando o que vimos no referencial teórico. Exemplificamos com alguns depoimentos: “Tem hora que a fonte extrapola, manda muito”... “a fonte colabora no aprofundamento do conteúdo das matérias, mas tem muita manipulação”.... “precisamos manter certo distanciamento da fonte”.

A opinião dos editores e dos colegas é muito importante, ressaltando a influência dos pares, ou seja, do grupo de referência. De qualquer forma, a procura é basicamente por fonte pessoal.

Entre os entrevistados como ‘disseminadores das fontes formais’, as informações são pré-selecionadas conforme os interesses da alta direção, sendo as fontes pessoais internas preferidas a arquivos e documentos. Ouvem-se muito os especialistas e, em caso de divergências entre eles, busca-se consenso, para que apenas uma posição seja divulgada à imprensa.

Três fatores foram apontados, pelas fontes e jornalistas, como os mais importantes na seleção de uma fonte pessoal: a autoridade institucional ou de projeção (ídolos e famosos), o conhecimento e o fato de estar envolvido no acontecimento. Dois dos fatores: a autoridade institucional, associada à credibilidade da instituição, e a confiabilidade advinda do conhecimento técnico perito, convertem-se nos principais critérios de seleção apontados pelos entrevistados. As fontes públicas (oficiais) de grande representatividade e credibilidade têm maior *status* que outras.

Muitos ressaltaram a facilidade de acesso, a tempestividade de respostas e o interesse público das informações geradas como importantes filtros seletivos das fontes formais. Vale salientar que os critérios de seleção apontados pelos jornalistas foram espontaneamente ratificados pelas fontes quando indagados sobre o que a imprensa espera delas. A grande exceção ficou para a imparcialidade e a transparência, bastante mencionadas, apenas, por parte dos repórteres. Também foram lembrados: o bom relacionamento, tecnologia de ponta, boa expressão verbal (comunicabilidade), atualidade, raridade, proximidade geográfica e dados estatísticos confiáveis. “A imprensa adora números”, declarou uma gerente de comunicação. Muitos atributos que complementam o conceito de credibilidade foram destacados, como: idoneidade, verdade, objetividade, domínio de conteúdo e coerência.

Repórteres como os ‘disseminadores de informação’ das ‘fontes formais’ lembraram a importância de se compreenderem as rotinas produtivas da imprensa. “Uma boa fonte sabe até o horário em que a informação deve chegar à redação”. Indagados sobre os motivos que os levam a conferir tamanha relevância a esse fator, a maioria apontou a pressão do tempo. Um dirigente mencionou as dificuldades orçamentárias e a busca da redução de custos.

Perguntamos às ‘fontes’ por que os critérios de seleção seriam considerados como tal, as respostas convergiram bastante, tendo a maioria apontado a legitimidade, o reconhecimento social de sua autoridade e a representatividade. “Tenho absoluta consciência de que sou considerado uma boa fonte, primeiro, porque faço parte de um quadro de professores da UFMG, depois, pela minha formação e especialidade, que me conferem representatividade”, afirmou um médico ginecologista, que acrescentou: “o fato de ser comunicativo, saber traduzir meu conhecimento em linguagem simples e acessível, me favorecem bastante. Mas penso que conquistei a credibilidade como fonte depois de uma série de abordagens, quando os jornalistas passaram a confiar em mim”. Um engenheiro considerou o conhecimento perito que detém como seu diferencial, embora a mídia não lhe cobre tanto: “acho que sou abordado enquanto fonte por causa de minha especialidade, mas as informações que

repasso são superficiais, genéricas, representando muito pouco do que sei”, declarou. Outro especialista em direito habitacional afirmou: “considero-me fonte porque conheço a fundo o direito imobiliário, assunto de grande apelo popular. Tenho, ainda, a prática no mercado e um ótimo relacionamento com a imprensa.”

Tentamos averiguar, entre as fontes, se, além da imprensa, outros públicos as procuravam. Queríamos checar o efetivo interesse coletivo das informações geradas pelas fontes formais. Todos responderam que suas instituições são abordadas pela população, estudantes e outras instituições. Algumas fontes são também procuradas por especialistas e lojistas, como os hospitais, prefeitura, as universidades e o CDL. Entre todas as fontes, o IBGE destacou-se como o órgão mais assediado pela população. Uma invejável aura de credibilidade gira em torno daquele Instituto. Gerando dados estatísticos, colhidos em pesquisas quantitativas balizadas por métodos científicos, a confiabilidade do órgão parece inquestionável aos olhos da imprensa. “Nossa responsabilidade é muito grande, por isto temos um cuidado especial na divulgação, totalmente centralizada na Matriz, que fica no Rio de Janeiro”, declarou a responsável pela disseminação de informação, que acrescentou: “É comum os jornalistas nos pedirem para analisar o que publicamos, mas não podemos. Temos que nos ater aos dados”.

5.7 Fatores intervenientes na noticiabilidade

CHAVES (2000) buscou identificar que fatores os jornalistas apontavam como intervenientes na noticiabilidade e na produção da notícia. As respostas indicaram todos os itens mencionados na TAB.6, p.79, presentes em todas as fases do processo produtivo. Os mais lembrados, em ordem decrescente

de frequência foram: 1) preparo e experiência do jornalista; 2) acontecimento; 3) infra-estrutura; 4) tempo; 5) concorrência; 6) interação com o público; 7) linha editorial; 8) tecnologia; 9) subjetividade do editor; 10) relações internas de poder; 11) subjetividade do repórter; 12) gestão; 13) fontes; 14) agências de notícia; 15) *layout* e 16) anunciantes.

A presente pesquisa ratificou que os fatores discutidos interferem no comportamento de busca e seleção das informações a serem produzidas pela imprensa”, impactando, conseqüentemente a qualificação da notícia. No entanto, houve recorrência espontânea às menções do ‘acontecimento’ e das ‘fontes’ como determinantes na noticiabilidade. O destaque conferido à *internet* demonstrou que a expansão da rede impactou o trabalho nas salas de redação.

Identificamos o peso da concorrência em diversos momentos de nosso levantamento de dados. A análise documental de setembro de 2003 apontou que, num determinado dia, o percentual de assuntos repetidos nas capas dos jornais variou de 25% a 45%. Considerando-se as páginas internas, o índice aumentou. 70% de notícias veiculadas coincidiram entre os jornais. As maiores exceções ficaram por conta dos cadernos de cultura e específicos.

As menções às fontes oficiais e públicas comprovam as raízes históricas da interferência de fontes do governo na noticiabilidade, evidenciando a ação do contexto ideológico, cultural e político.

Entre os fatores intervenientes, as rotinas de trabalho e a pressão por resultados, lembrou MARTINS (2005), são significativos, por conduzirem todo o *modus operandi* produtivo da imprensa.

Ouvimos das fontes que o desencadeamento das notícias enviadas aos jornais é ocasionado por ‘um fato ocorrido na organização’, o que, mais uma vez, evidenciou que são, primeiramente, seus interesses os geradores de informações.

Depoimentos de 17 pessoas levaram-nos a crer que o *stress* da pressão do tempo também é sentido pelas fontes. “Tudo nosso é muito corrido. Precisamos atender a imprensa tempestivamente. Com a estrutura enxuta, corremos atrás dos técnicos internos, que não têm muito tempo, é uma luta...”,

declarou um assessor de comunicação. As fontes, a exemplo da imprensa, estão envolvidas nas rotinas produtivas e na ação burocrática, com suas normas, regulamentos e hierarquia de cargos. A valorização do conhecimento perito de especialistas já expressa o reflexo da burocracia na ação social das fontes.

Como a fonte eleita pelo jornalista é, com pouquíssimas variações, pessoal, acresceríamos seu carisma e subjetividade como outro fator interveniente no processo de construção da notícia. Esse fato ratifica a importância da contínua qualificação desse profissional para colaborar de forma competente e consciente no processo de construção da notícia, posição salientada por uma relações públicas de um órgão público. Ele deve desenvolver postura crítica e censo ético perante a disseminação da informação.

5.8 Estratégias das fontes

Vimos que as fontes capacitam-se e aprimoram sua competência em lidar com a imprensa, de forma a atingir seu principal objetivo: favorecer sua imagem pessoal ou a posição da instituição que representa perante a comunidade, propósito ratificado repetidamente pelas declarações dos entrevistados.

As estratégias mencionadas variaram bastante. Alguns relataram que o próprio cuidado no relacionamento com a imprensa já é, em si, uma estratégia. Para isso, o trabalho envolve desde a estruturação da área de comunicação até a elaboração de cursos voltados a preparar autoridades e técnicos internos para o contato com jornalistas. Tal empreendimento não é fácil, devido às dificuldades estruturais e às inúmeras atribuições do profissional da área de comunicação. Lembrou uma assessora: “estamos sempre apagando

incêndios, sendo chamados a toda hora, a imprensa nos procura constantemente. Em meio a isto tudo, tentamos ser pró-ativos e treinar nossas fontes internas”.

Do total de representantes das fontes formais entrevistados, 16 lembraram o envio de *release* como principal estratégia, facilmente percebida pelos jornalistas que abordamos. Um especialista ponderou que sua principal estratégia é manter-se atualizado em sua *expertise*, de forma que seu conhecimento seja sempre um diferencial. Cursa jornalismo para facilitar o relacionamento com a imprensa, que já é bom. O especialista em direito imobiliário é fonte rotineira de vários veículos de comunicação e escreve gratuitamente colunas para jornais.

O médico ginecologista entrevistado, consciente da relevância de sua área de saúde, ao falar sobre o relacionamento com a imprensa, externou preocupação quase didática no repasse da informação à comunidade: “Fiz até curso para melhor me expressar e favorecer o relacionamento com a mídia. Preciso fazer com que o repórter me entenda para repassar corretamente minhas declarações ao público”.

“O domínio de conteúdo e de conhecimento, maior entre os especialistas que trabalham nas empresas, torna-se uma estratégia subliminar das fontes”, declarou uma gerente de comunicação. “Os repórteres chegam aqui muito desinformados. Nossos técnicos preparam verdadeiras aulinhas para eles, para que esses possam se embasar e construir o texto jornalístico. Assim, o que é publicado, muitas vezes, é o que nós mesmos selecionamos para sair”, declarou uma representante das ‘fontes formais’. E acrescentou: “como os jornalistas gostam de números, neutralizamos a ansiedade deles, ao esperá-los com alguma estatística”. Outra assessora destacou: “o mais incrível é que não questionam os números, embora eles não sejam necessariamente reproduzidos fielmente nas matérias”. De fato, como lembra OLIVEIRA (1996), apesar do culto à exatidão dos números, é comum constatarmos na imprensa distorções estatísticas em relatos sobre o mesmo acontecimento, como passeatas, manifestações e acidentes.

Outra estratégia bastante citada foi a promoção de eventos para serem acompanhados pela mídia. Esses eventos tornam-se “pseudo-

acontecimentos”, interferindo na produção da notícia. Uma entrevistada destacou que, “para uma empresa particular, é difícil chamar a atenção da imprensa. Temos sempre que inventar um motivo “social” para o evento. Se planejamos um curso, por exemplo, abrimos um dia para a população carente. As empresas públicas têm maior visibilidade, pois nós somos encarados como anunciantes. Não gostam nem que nossa logomarca apareça nos vídeos de TV. Para atrairmos a atenção, procuramos sempre um diferencial: no conhecimento ou em tecnologia”. Tal declaração nos leva a suspeitar que, em face da crescente competição pela busca de visibilidade na mídia, o cunho social do evento tenda a ser um diferencial seletivo.

Como comentamos, uma sofisticada estratégia é o fornecimento das informações no formato desejável pela imprensa. As fontes procuram entender as rotinas produtivas da imprensa, para se mostrarem colaboradoras. Assim, pode-se elaborar um *release* em forma de matéria jornalística, colhendo-se, de preferência, o depoimento de uma testemunha. Algumas assessorias publicam revistas, periódicos e vídeos. A Assembléia Legislativa, por exemplo, tem um canal de televisão. “Os repórteres nos pedem para arrumar personagens e eles adoram quando está tudo prontinho esperando por eles”, declarou uma gerente de comunicação. Outras assessorias utilizam técnicas bem avançadas, produzindo coberturas para televisão e rádio, amplamente aceitas pelos veículos. Andréa Margit⁹² denominou essa estratégia de elaboração de *videonews release*. Ela ressaltou que a ONG ambientalista que gerencia procura trabalhar a padronização da marca em impressos. A assessoria de comunicação da ONG distribui fotos à imprensa e mantém banco de fontes de especialistas, pois, como trabalha com comunicação científica, preocupa-se com o caráter educativo das informações produzidas.

Devido a relatos como esse, perguntamos às fontes se elas não se sentiam no domínio da condução das entrevistas, fato com que a maioria

⁹² Em palestra proferida no *Seminário Primeira Terça* na sede do Sindicato dos Jornalistas, em 02 de agosto de 2005.

concordou. No entanto, essa postura das fontes é interpretada paradoxalmente pela imprensa. Uma jornalista criticou os *releases* impressos, afirmando que eles demandam checagem de informações. Porém, salientou a elaboração de *videonews* do Ministério da Saúde como prova de competência e profissionalismo. Cabe então uma pergunta: em que um *release* eletrônico difere de escrito?

Os repórteres demonstram-se mais gratos do que conduzidos, quando as fontes providenciam um “personagem” ou fornecem imagens e fotos, favorecendo a produção da matéria. SERRANO (2003) denominou esses artifícios de “fuga”. Outro exemplo de “fuga” que testemunhamos é a elaboração prévia de perguntas e respostas que as fontes preparam para os jornalistas, prática condenável, segundo LAGE (2003). Afinal, além do fenômeno de “rotinização” das fontes, uma assessora de imprensa lembrou o contrário: “podemos dizer que há, de certa forma, a rotinização das perguntas. Às vezes, já adivinhamos os questionamentos dos repórteres”.

Aparentemente, os jornalistas aceitam o que lhe favoreça a produção da notícia. Acreditam, como declarou um repórter, que mantêm o controle da situação, já que são eles os redatores e os anguladores da notícia produzida. Tal reflexão ratifica nossa suposição de que a busca de resultados influencia bastante o comportamento do jornalista, numa submissão subliminar às rotinas produtivas. Isso nos leva a suspeitar que as redações carecem de debater a questão das fontes sob um ponto de vista mais crítico.

Outra estratégia mencionada refere-se ao acesso. A criação das centrais de atendimento e o avanço da *Internet* foram destacados por muitos como ferramentas importantes de interação entre imprensa e público. “É impossível trabalharmos hoje sem pensar em disponibilizar informações nos *sites*, para atender aos interesses de nossos clientes ou da comunidade”, destacou uma assessora de imprensa. Os depoimentos dos jornalistas demonstraram que valorizam o fato de a fonte estar disponível na rede. “A *internet* mudou muito o jornalismo e as assessorias de imprensa, que fornecem informações diretamente à população”, disse um dirigente, confirmando depoimentos de vários autores. “Sentimos que nossa responsabilidade hoje é maior e que há necessidade de

demonstrarmos competência também na *internet*”, relatou um chefe de comunicação, que atualiza diariamente informações de caráter utilitário no *site* oficial da instituição onde trabalha.

Entre as fontes do setor privado, foram também destacados o patrocínio e os gastos com publicidade como estratégias para atrair a imprensa. “Minha estratégia é pagar. A mídia escreve aquilo que pagamos. É só olhar os cadernos de economia”, salientou um empresário⁹³. Alguns entrevistados, como a Polícia e o Hospital das Clínicas, mencionaram que não precisam de estratégia, além de cuidar da relação amistosa com a imprensa, pois se constituem fontes naturais. Para entidades como IBGE e o CDL, a publicação de resultados de pesquisas, com grande embasamento estatístico, já é, em si, a estratégia.

Uma iniciativa interessante foi desenvolvida pela assessoria de imprensa da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Através de comunicação formal encaminhada pela reitoria daquela universidade, perguntou-se ao corpo docente quem estaria disponível para falar com a imprensa, sobre que assunto e em que forma de contato. A idéia simples materializou-se na publicação de um banco de fontes, disponibilizado também no *site* da Instituição, o que aumentou significativamente sua visibilidade na imprensa .

Entre tantas estratégias, o cuidado no contato com a imprensa foi reiteradamente mencionado: o uso do telefone e a conversa com o editor são fundamentais para confirmarem se a informação (que se quer passar) chega às redações dos jornais, rádios ou TV. Gil Carvalho, coordenadora de produção da TV Globo, em seminário realizado no dia 06 de abril de 2004 na sede do Sindicato dos Jornalistas, afirmou: “Nada substitui o lembrete. Recebemos mais de 100 *mails* por dia. Por isto, é fundamental que nos liguem”. Ela, ainda, recomendou aos presentes, assessores de fontes organizacionais, que visitassem os veículos. Também orientou que, ao prepararem os *releases* para a imprensa, colhessem antecipadamente as informações com especialistas internos, para posterior checagem pelos repórteres. Em nossa observação participante, ficou bastante evidente o uso de *mails* e telefone.

⁹³ Esse empresário acompanhou a entrevista que fizemos com sua consultora de comunicação.

Revedo as estratégias apresentadas, diríamos que elas se diversificam. Focam o preparo para falar, a acessibilidade, o bom relacionamento com os jornalistas, o uso de publicidade e o favorecimento das rotinas produtivas da imprensa, o que requer competência, habilidade e conhecimento técnico do trabalho e horários das salas de redação. Por outro lado, um ditado popular diz que “quem conta um conto, aumenta um ponto”. Os atores da mídia também têm suas armas de contra-ataque, podem deliberadamente conferir visibilidade maior a uns do que a outros, favorecer ou não uma imagem positiva das fontes ou induzir um posicionamento político, por artimanhas como o uso de títulos, fotos, legendas, *charges* e outras estratégias.

Os depoimentos colhidos parecem evidenciar a tendência de as fontes formais caminharem para assumir maior responsabilidade social, seja para conquistarem melhor visibilidade na mídia, seja pela imposição das novas tecnologias de comunicação, que propiciam maior interatividade com o público, em concordância com as observações de PINTO (1999) e GONCALVES (2004).

5.9 Avaliação das fontes

Perguntamos aos jornalistas em que se baseiam para avaliar uma fonte enquanto que, às fontes, indagamos por que critérios se percebem avaliadas pela imprensa. Chamou-nos a atenção o posicionamento auto crítico das fontes, que apontaram quase todos os quesitos de avaliação identificados na revisão de literatura, conforme TAB.10, p.123, que se resumem em: ‘autoria’ (exposição clara dos responsáveis, ‘ficha técnica’, ‘legitimidade’, ‘imagem externa’, ‘formação’ e ‘grau de conhecimento’); ‘acuidade’ (fontes disponíveis para checar, credibilidade); ‘objetividade’; ‘clareza de posicionamento’; ‘atualidade’; ‘vida útil’;

‘cobertura, escopo e abrangência’; ‘*layout*’; ‘conteúdo’: adequação ao público alvo’, ‘precisão’, ‘nível de profundidade’; ‘interesse’, ‘relevância’; ‘fator de diferenciação’; ‘clareza, ‘correção’, ‘simplicidade e adequação de linguagem’; ‘acessibilidade (tempestividade); ‘retorno’; disponibilidade; ‘custo’; ‘Interatividade’; ‘amigabilidade; e o ‘relacionamento com usuário’.

As respostas de ambos os públicos convergiram bastante. Quase todos os jornalistas declararam que a credibilidade, conquistada pelo histórico de bom relacionamento e confiança, a idoneidade, a reputação da fonte constituem os fatores de avaliação mais importantes. Da mesma forma, quase todas as fontes sente-se avaliada pelos mesmos critérios.

Os jornalistas conferiram grande importância ao conhecimento e à perícia da fonte. Pelas declarações colhidas, o conhecimento é tão valorizado como a representatividade institucional da fonte. “Claro que ouvimos sempre a autoridade máxima em um órgão, empresa ou instituição, pois pressupomos que ele tenha o maior nível de responsabilidade sobre o repasse da informação”, salientou um dirigente. E uma assessora de imprensa lembrou que “a autoridade ouvida sempre se apóia nos técnicos”. De fato, as fontes mais ouvidas nos assuntos polêmicos que acompanhamos variaram entre políticos e especialistas.

Com exceção de um especialista, cuja visibilidade pessoal na imprensa ultrapassa a da organização que dirige, os ‘disseminadores de informação’ das fontes também conferiram mais importância à representatividade institucional do que ao conhecimento. “Acho que a representatividade pesa mais porque o repórter só ouve um técnico ou especialista interno, com a anuência expressa da autoridade”, justificou um assessor de imprensa, que complementou: “a imprensa não demanda tanta profundidade, as informações repassadas são superficiais. Se não fosse pela Instituição, não seríamos considerados fontes”.

Até aqui, podemos enquadrar os critérios descritos nas categorias de ‘autoria’ e ‘acuidade’. A ‘autoria’ envolve a exposição clara de quem detém a responsabilidade (autoridade institucional), a reputação, a imagem externa e o grau de conhecimento da fonte. A ‘acuidade’ envolve a credibilidade, a possibilidade de conferir a validação por outras fontes, sustentando a

confiabilidade da informação repassada. Geralmente, essa aferição é feita juntamente com outras autoridades ou outros especialistas.

Outra convergência foi a importância conferida à compreensão das fontes sobre as rotinas produtivas da imprensa, que poderíamos classificar como 'fator de diferenciação' segundo a revisão de literatura. Compreendemos, assim, porque o repasse da informação como matéria pronta foi tão valorizado pela imprensa. Essa prática, ratificamos, pode tornar-se estratégia de controle de conteúdo pela fonte, endossada pela postura passiva do repórter. Lembramos que o contrário pode acontecer: o jornal pode alterar a formatação da matéria e distorcer a informação passada, sendo essa uma das grandes preocupações dos 'disseminadores de informação' das fontes, conforme relatou Vanessa Fagundes, da FAPEMIG (Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado de Minas Gerais), em palestra proferida no *Seminário Primeira Terça*, em 02 de agosto de 2005.

O 'conteúdo' da informação, o interesse gerado na comunidade e a relevância da informação foram critérios mais citados pela imprensa do que pela fonte. Quase não ouvimos menção à qualidade áudio ou visual do *layout* das informações, talvez pelo fato de as novas tecnologias nivelarem as possibilidades de qualidade de apresentação das informações.

Além dos fatores já mencionados, as fontes destacaram que os jornalistas valorizam muito: a acessibilidade, a tempestividade de resposta, o relacionamento. Os especialistas ressaltaram a importância de utilizarem linguagem simples e clara. "Se alguém detém conhecimento indiscutível sobre algum assunto e não sabe traduzir numa linguagem simples, ele não é boa fonte", lembrou um repórter.

A preocupação com a *internet* ficou evidente entre as fontes, o que nos remeteu ao "fenômeno de desintermediação da mídia perante as fontes", descrito por GONÇALVES (2002). Concordamos com o autor: as fontes tendem a assumir maior responsabilidade pela divulgação de informações, já que atingem diretamente a comunidade.

As declarações confirmaram a interferência do julgamento pessoal que jornalistas fazem de suas fontes, o que deixa claro que é imperativo existir o

clima de confiança recíproco entre as partes. Por outro lado, esse fato pode levar, segundo LAGE (2003), à cumplicidade promíscua entre fonte e jornalista, a uma relação de fidelidade à toda prova, levando a trocas de favores.

Além do grande peso conferido ao julgamento pessoal, a influência do grupo de referência na avaliação de fontes ficou evidenciada nos pronunciamentos dos jornalistas entrevistados. Percebemos que aceitação dos pares é questão de honra, idéia defendida por DARNTON (1990) e outros. BERGER e LUCKMAN (1985) explicam que a influência do grupo faz parte do processo de socialização secundária de um indivíduo, que é o caso do ambiente de seu trabalho.

Resumindo, embora os jornalistas não utilizem algum parâmetro normatizado para avaliação, as fontes declararam sentir-se avaliadas por todos os critérios que elencamos na revisão de literatura. Observamos que os critérios de classificação, seleção e avaliação se confundem. Isso nos sugere que podemos propor um modelo de avaliação, até como forma de promover um esforço crítico sobre a questão. Os quesitos mais valorizados foram: a autoria e acuidade, ligados à autoridade, conhecimento legítimo e credibilidade.

5.10 Participação das fontes nos atributos de qualidade

De maneira geral, as fontes posicionaram-se criticamente sobre sua participação na qualificação da notícia. Se tomarmos os atributos de qualidade elencados na FIG.4, p.65⁹⁴, os mais salientados pertencem ao nível intrínseco, que MARCHAND (1990) afirmou serem os mais valorizados pelo sistema

⁹⁴ Resumidamente: Contribuição para o desenvolvimento social; ecletismo; confiabilidade; precisão; validade; imparcialidade; parcialidade; atualidade; conteúdo rico; completeza; pertinência; novidade; repercussão; transcendência temporal; impacto; linguagem; formato; relevância; interesse; eficácia; objetividade; abrangência; redundância.

produtor e disseminador da informação. Os entrevistados mencionaram de forma recorrente: a ‘confiabilidade’ e a ‘validade da informação’. Outros atributos citados foram a ‘precisão’ e o ‘conteúdo’.

Entre os jornalistas, a participação das fontes é crucial nos quesitos que consideram mais importantes na produção da notícia: a ‘confiabilidade’, ‘validade’ e ‘precisão’ da notícia, embora reconheçam a existência de *lobbies*⁹⁵ nos bastidores. Por outro lado, acreditam que resguardem os interesses da comunidade e que conferem o tom de relevância ao que escrevem.

Cabe-nos a ressalva de que a noção de ‘precisão’ difere entre o olhar das fontes e o da imprensa. Para as fontes, a “precisão” diz respeito à publicação fiel da informação que repassam, produzida de forma a atingir o público de maneira que obtenham bom posicionamento de imagem. Essa preocupação cresce, segundo um dos depoimentos, quando a informação se refere a assuntos complexos ou científicos. Entre os jornalistas, o conceito de ‘precisão’ está ligado ao fiel relato de um acontecimento.

As fontes percebem que contribuem para a parcialidade das informações, cientes de que agem de acordo com seus objetivos organizacionais. Preocupam-se mais com a ‘repercussão’ do que com a ‘relevância’ da informação. Isso indica que a fonte age motivada por interesses próprios, divulgando informações irrelevantes, mesmo que possam gerar informações relevantes. Pelo lado da imprensa, identificamos fatos semelhantes. Dessa forma, somos levados a crer que os interesses e a busca de grande repercussão perante o público, induzida pelo uso de manchetes, fotos, legendas e estudadas angulações, contribuem para alterar, em várias situações, o atributo de ‘precisão’ da notícia. BIAL (2005) relata que o empresário Roberto Marinho aconselhava que a geração de notícias devesse se balizar pela aceitação do público.

Em relação ao ‘conteúdo’, uma assessora da imprensa e professora universitária destacou que a responsabilidade do aprofundamento da informação é da fonte e não do jornalista, que “não tem tempo para isto”. Esta declaração e o

⁹⁵ *Lobby* consiste na pressão de um grupo para o alcançar seus interesses.

fenômeno de desintermediação do jornalismo perante a fonte, em que esta se coloca mais diretamente em contato com o público através das novas tecnologias (GONÇALVES, 2002), representam defesa da proposta de PINTO (1999) e outros autores: caminhamos para nova relação de senso de ética e responsabilidade das fontes perante a comunidade.

Por outro lado, lembramos que um dos maiores problemas das notícias apontados pelos leitores (CHAVES, 2000) seja a superficialidade de conteúdo. Um exemplo é o crescente recurso ao “retranquismo”, publicação de notas rápidas, justificado pela intenção de levar ao leitor informações mais objetivas e sintéticas, já que ele tem pouco tempo para absorver tudo o que a mídia publica (BUCCI, 2000). Corroborando essa posição, citemos o depoimento de um engenheiro, especialista de uma multinacional, designado algumas vezes pela área de “comunicação corporativa” para conceder entrevistas à imprensa: “parece que o público quer apenas uma instrução básica de uma fonte confiável”. Este fato exemplifica com maestria a análise descrita por GIDDENS (1997) sobre a atuação dos profissionais de comunicação das fontes formais. Nos pontos de acesso, para ratificar a confiança no sistema perito, o indivíduo comum não vai tomar contato, e nem pode, com o conhecimento profundo do perito. Se isso acontecesse, ele poderia descobrir eventuais “furos”, o que poderia abalar sua confiança e, conseqüentemente, sua segurança ontológica.

Cabe-nos aqui tecer algumas reflexões. Que tipo de conhecimento está sendo socializado? O que ele traz à população? Que utilidade tem para o cidadão? Como ele contribui para que o cidadão atue de forma crítica na solução dos problemas da comunidade a que pertence? Ora, será que autoridades e especialistas têm consciência desse nível de responsabilidade social ao concederem entrevistas? Os cursos de graduação contribuem para desenvolver nos especialistas e gestores a visão crítica de seu papel perante a sociedade? Como? Conversamos sobre isso com o engenheiro entrevistado. Ele confessou que nunca refletira sobre o assunto. Quando estudante, cursou disciplinas de economia e sociologia, que, teoricamente, colaborariam para que alcançasse uma visão mais ampla de sua profissão. “Nem me lembro direito do que vi.

Considerávamos estas disciplinas exóticas, pois supúnhamos que fugiam ao nosso foco. Fazíamos os trabalhos em grupo que, na verdade, eram elaborados por um ou outro colega, enquanto os outros assinavam”, confidenciou. Ora, esse cenário é comum nos cursos de graduação. E, se são os estudante de hoje os futuros especialistas a prestarem (ou interpretarem) amanhã informações à comunidade através da imprensa e, se toda a profissão tem seu cunho social, já que dependem em última instância da legitimação do público, poderíamos reivindicar às universidades que colaborassem na preparação da visão holística dos alunos, possibilitando-lhes atuação mais consciente em seu contexto social.

Um entrevistado como fonte formal, lembrou-nos, porém, que os especialistas não têm necessariamente, graduação universitária: “Você está ouvindo especialista com nível superior porque quer ouvir fontes formais, mas ele pode ser um desportista, um artista, até um analfabeto”. Com razão, figuras de extrema popularidade têm grande visibilidade na mídia, que não se poupa de publicar amenidades, detalhes irrelevantes a respeito da intimidade dos ídolos.

Suspeitamos que, quando o assunto é científico e a fonte tem mais conhecimento, a informação tende à superficialidade, fazendo-se compreensível ao cidadão comum. Ao contrário, as banalidades sobre a vida de um ídolo popular são redundantemente expostas. “O que seria mais relevante para a comunidade: a cobertura detalhada sobre a ação de um remédio para a cura de um câncer ou a cobertura do casamento do Ronaldinho⁹⁶? Qual dos fatos tem mais visibilidade na mídia? Claro que o casamento, pois a mídia é imediatista. Em primeira instância, ela publica o que dá ibope”, criticou e lembrou, ainda, a morte de Ayrton Senna, ídolo do automobilismo, que morreu em 1992, cujo enterro foi explorado por dias pela imprensa brasileira, com elevados índices de audiência.

Os especialistas estão comprometimento da informação como bem público? Como eles se comportam em relação aos problemas sociais? Têm noção clara de sua própria responsabilidade perante a comunidade? E como os artistas, os ídolos, os religiosos se inserem nesse processo? A mídia poderia contribuir para a conscientização dessas fontes?

⁹⁶ Jogador da seleção brasileira de futebol muito popular à época em que redigimos a tese.

Não caberia à imprensa a função mais pedagógica e interpretativa? Afinal, não tem o jornalismo como horizonte ético a missão de educar, interpretar, informar ou entreter? Alguns acreditam que a mídia penda para os dois últimos focos, embora a atual realidade lhe exija mais interpretação analítica. Andréa Margit, externou essa preocupação. Trabalhando com comunicação científica alusiva ao meio ambiente, ela confessou que a visibilidade das informações que passa à imprensa é dificultada justamente porque têm cunho educativo.

Ao expormos que a mídia tende à superficialidade (uso de “retranca” ou exposição de banalidades sobre ídolos populares) e, ao defender que a fonte seja a responsável pelo aprofundamento das informações, chegamos a paradoxo. Afinal, qual é a tendência, a superficialidade ou o aprofundamento? Podemos dizer que ambas. A maioria do público assimila as informações genericamente, até por falta de tempo. Por outro lado, cresce a interação do usuário com a fonte e com a imprensa. Por bem ou por mal, a conscientização dos usuários tende a aumentar. Há que se considerar, ainda, a crescente segmentação da mídia. Fatos como esses sinalizam algumas transformações no cenário da mídia, que precisa rever seu papel, como advogam alguns teóricos. A revisão certamente passaria pela análise de necessidade de informações do público.

Conforme descrevemos, as novas tecnologias de informação impuseram maior profissionalização às fontes. Através dos *sites*, elas disponibilizam informações com conteúdo mais profundo do que através da imprensa. O processo de desintermediação descrito por GONÇALVES (2002), a proximidade com o público cada vez mais exigente, _amparado por leis de defesa do consumidor_, e a concorrência induzem as fontes a assumirem maior responsabilidade na disseminação de informação. Nessa perspectiva, acreditamos que haja, também, uma tendência de as fontes reverem seu processo de gestão de informação, sendo esse profícuo campo de pesquisa e atuação prática para os cientistas da informação.

Se, segundo alguns autores, a imprensa deve buscar ser mais interpretativa, essa preocupação foi evidenciada por alguns repórteres entrevistados. Vale salientar que, caminhando nessa linha, a atuação das fontes,

sobretudo de especialistas, tende a se acentuar, pois é com o auxílio desses que os jornalistas buscam analisar os acontecimentos.

Jornalistas e fontes consideram importantes os atributos do nível 'transcendente' (MARCHAND, 1990), que envolvem aspectos filosóficos como a contribuição para o desenvolvimento social, exercício da cidadania e entretenimento. Esses atributos atuam como orientação ética. A participação desses atores no processo é sempre interessada. "Se você pensar bem, até atrás do entretenimento há interesse, pois o que se quer vender é o que se publica", relatou um repórter.

A adequação da 'linguagem', clara, acessível e objetiva destacou-se como uma das preocupações das fontes e jornalistas, atributo do nível "contingencial" segundo MARCHAND (1990). Caber-nos-ia perguntar se as escolas preparam adequadamente os futuros especialistas no que se refere à expressão e as fluências, verbal e escrita.

Transcrevemos didaticamente os principais resultados apurados para a TAB 26, p.230 e 231, que contempla quatro colunas, sendo jornalistas (1), fontes (2), especialistas (3) e observações (4). Criamos códigos numéricos, para que fique claro a que se referem às observações da última coluna.

5.11 Um modelo de avaliação de fontes

Um dos objetivos desta pesquisa foi conceber um modelo aplicável para que os jornalistas, como produtores de informação, se nortearassem para refletir sobre a avaliação de suas fontes. Queríamos propor algo dialógico, interativo e aberto à manipulação por esses usuários.

TABELA 26 – QUADRO RESUMO DOS RESULTADOS

ITENS	JORNALISTAS (1)	FONTES (2)	ESPECIALISTAS (3)	OBSERVAÇÃO
Entrevistados	Estado de Minas, Tempo, Hoje em Dia, TV Alterosa e Rádio Itatiaia	ALMG, BH TRANS, Big Pizza, CEF, CAM, CDL, CEMIG, Fiat, Mater Dei, IBGE, Hospital das Clínicas, Visão Mundial, UFMG	Médico Engenheiro Advogado	Dia a dia corrido (1,2,3) Escolhidos pelo interesse social (2) Maior visibilidade para fontes públicas (2)
Perfil	Graduação em jornalismo. Atualizam-se basicamente pela mídia	Graduações diversas. Atualizam-se pela mídia e treinamentos internos. <i>Latu sensu</i> em Marketing e Gestão Empresarial	Maior nível acadêmico Atualizam-se pouco pela mídia Especialistas não são preparados para lidarem com a informação como bem público	Índício de defasagem entre formação acadêmica e necessidades impostas pelo mercado profissional (2) Especialistas não têm, necessariamente curso superior, como celebridades (3)
Mercado Profissional	Jornalistas trabalham em veículos de comunicação, empresas e agências de publicidade. Os veículos de comunicação só empregam jornalistas nas salas de redação.	Cargos com diferentes denominações, níveis hierárquicos e salários Rivalidades e invasão de outras formações Atuam com comunicação integrada. Busca contínua da auto-afirmação	Foco em suas especialidades À exceção de celebridades, o contato com a imprensa não é rotina	Mercado do comunicador marcado por conflitos (2) Representatividade confusa (2) Conflitos de construção de identidade (2) Entraves à qualidade da informação (2) Problema para pesquisa (2)
Necessidades	Acreditam atender necessidades do público	Acreditam atender, primeiramente, necessidades das instituições que representam	Acreditam atender necessidades dos repórteres	As necessidades são várias, mas o público é o horizonte ético (1,2)
Interesses	Acreditam priorizar interesses do público Reconhecem interesses de anunciantes e de donos de empresas de mídia	Priorizam os interesses das organizações, com objetivo principal de posicionamento de imagem. Alguns reconhecem a responsabilidade social como diferencial de visibilidade	São procurados por interesses de jornalistas ou de seus jornais Alguns são apontados como marqueteiros	Interesse e parcialidade são inerentes ao fenômeno qualitativo da informação (1,2,3) Não há profissional especializado para analisar necessidades de informação do público (1,2,3)
Comportamento de Busca	Passivo Sujeitam-se à pauta Intervenção sobre a pauta acontece, discutida com o grupo	Postura depende da estrutura da área Iniciativa privada mais ativa Áreas muito assediadas (saúde e polícia), mais passivas	Passivos, embora alguns adotem estratégias	Comportamento de busca é afetado pelo tempo e pelas rotinas e condições de trabalho (1)
Classificação	Natureza (Pública ou privada/ Especialidade Conhecimento ou celebridade), Acesso ao episódio (testemunha ou analista), acesso (internet, mail)	Não tem	Não tem	Classificação intuitiva de fontes (1)
Seleção	A autoridade institucional ou de projeção (ídolos e famosos), o conhecimento e o fato de estar envolvido no acontecimento.	Acreditam serem selecionados pela acessibilidade, disponibilidade e pela instituição que representam.	São selecionados pelo histórico de confiança construído com os repórteres Especialistas de instituições públicas são priorizados aos ligados à iniciativa privada	Grande ênfase à representatividade, conhecimento, principalmente de fontes ligadas ao poder público (1)
Fatores intervenientes	Preparo e experiência do jornalista; acontecimento; infra-estrutura; tempo; concorrência; público; linha editorial; tecnologia; subjetividade do editor; relações internas de poder; subjetividade do repórter; gestão; fontes; agências de notícia; layout; e anunciantes.	Preparo e experiência do profissional, acontecimentos internos, decisões da cúpula, público a ser atingido; relações internas de poder; subjetividade dos especialistas internos	Demanda da cúpula para concessão de entrevistas Confiança que repórter deposita no especialista Disponibilidade Conhecimento e imagem externa	Tempo, a pressão por resultados e condições de trabalho destaca-se entre os principais fatores intervenientes de todos os atores (1,2,3) Na imprensa: ação da influência concorrência é enfática (1)

ITENS	JORNALISTAS (1)	FONTES (2)	ESPECIALISTAS (3)	OBSERVAÇÃO
Estratégias	Uso de <i>mail</i> e telefone para acessar as fontes Construção de banco de fontes, de acordo com histórico de credibilidade construído	Uso de <i>releases</i> , impressos e eletrônicos Relacionamento Promoção de eventos Facilitação das rotinas da imprensa Acesso /Internet	Deter controle de conteúdo Cursos para falar com a imprensa Escrita de colunas Controle de conteúdo	Imprensa percebe estratégias, gerando conflitos (1). Valoriza-se a compreensão das rotinas e favorecimento da produção pela fonte é vista com gratidão pela imprensa (1, 2)
Avaliação	'Autoria' (responsáveis, ficha técnica, legitimidade, imagem externa, formação e grau de conhecimento); 'acuidade', credibilidade, 'objetividade'; 'clareza de posicionamento'; 'atualidade'; 'vida útil'; 'cobertura, escopo e abrangência'; 'layout'; 'conteúdo': adequação ao público alvo/ precisão/ profundidade; 'interesse', 'relevância'; 'fator de diferenciação'; 'clareza, correção, simplicidade e adequação de linguagem'; 'acessibilidade: 'retorno'; disponibilidade; 'custo'; 'Interatividade'; 'amigabilidade; e o 'relacionamento com usuário'.	Acreditam ser avaliados: Pela acessibilidade, tempestividade relacionamento, conhecimento dos técnicos internos, credibilidade institucional, confiabilidade, imagem externa, abrangência de atuação Procuram compreender as rotinas produtivas do repórter, facilitando a produção da informação, providenciando até personagens para a as entrevistas	Acreditam serem avaliados pelo conhecimento que detêm	Ênfase na autoria, acuidade e acesso (1,2) Compreensão das rotinas produtivas como importante fator de diferenciação, convertendo-se em critério de avaliação (2) Critérios de avaliação confundem-se com os de classificação e seleção (1) Não existe <i>Ombudsman</i> (1) Não há analistas de sugestões do público, para embasar decisões organizacionais (2) Especialista distante do público (3)
Atributos	<i>Transcendente</i> : da missão jornalística: educar, interpretar, informar e entreter, a imprensa destaca-se nas duas últimas, mas procura a interpretação, principalmente com ajuda dos especialistas <i>Intrínseco</i> : Conceito de precisão ligado ao relato fiel do fato Interesse na repercussão Imparcialidade utópica <i>Contingencial</i> : <i>Layout</i> e linguagem acessíveis ao público. A relevância retrata-se nas informações utilitárias	<i>Transcendente</i> : São geralmente informativas As de caráter educativo têm pouco espaço <i>Intrínseco</i> : Participam na validação da informação Conceito de precisão: quando a imprensa publique o que quer Interesse na repercussão <i>Contingencial</i> : Interferem no formato e na linguagem. O tipo de atividade da fonte formal é que lhe confere relevância (saúde, segurança, transporte, serviços essenciais, impacto econômico etc)	<i>Transcendentes</i> : Auxiliam na interpretação dos fatos. <i>Intrínseco</i> : Validam a informação Completeza e conteúdo Especialistas: divulgam superficialmente seus conhecimentos Celebidades: Redundância de banalidades, ligam-se aos interesses de impacto e repercussão <i>Contingencial</i> : Procuram utilizar uma linguagem mais popular, adequando seus conhecimentos ao público. Necessidade de utilizar recursos de redundância	Nível <i>transcendente</i> : Imprensa mais informativa e entretenitiva. (1) <i>Intrínseco</i> : Maior ênfase aos atributos deste nível: validação, repercussão; (1) Conceito de precisão difere entre jornalistas e fontes (1, 2) Interesses inerentes (1,2,3) Conteúdo: tendência à superficialidade (1,3) Impacto: Exposição de banalidades de celebridades e sensacionalismo (1) <i>Contingencial</i> : Relevância como critério de seleção de fontes (1) Rotinas produtivas fator interveniente (1)
Tendências	Necessidade de formação da consciência crítica Papel de colaborador, também, na formação da consciência crítica do público Papel tende a ser mais interpretativo Novos desafios éticos Necessidade de encarar a informação como bem público	Fenômeno da desintermediação das fontes traz novos desafios e impõe novo código de ética Conturbado mercado profissional prejudica a construção de identidade e gestão do processo informacional Maior responsabilidade na disseminação da informação e necessidade de encarar a informação como bem público Uso de <i>internet</i>	Carece de consciência crítica sobre o caráter público da informação Necessidade de encarar a informação como bem público Participa ativamente da interpretação da realidade	Necessidade do cultivo à consciência crítica de todos os atores (1,2,3) Fontes e jornalistas podem fomentar a consciência crítica do usuário (1,2) Novo código de ética para imprensa, fontes, especialistas e usuários (1,2,3) Academia pode contribuir (1,2,3)

Fonte: Elaborada pela autora, SET 2005.

Precisávamos, primeiramente, esclarecer uma dúvida: deveríamos chamá-lo de ‘instrumento ou modelo’? Segundo ABBAGNANO (1998:571), a palavra “instrumento foi ampliada por Dewey, designando todos os meios capazes de obter um resultado em qualquer campo da atividade humana, prático ou teórico”. Ou seja, usamos um instrumento para chegar a resultados esperados. Por “modelo”, entende-se a disposição ordenada de elementos que compõem um conceito científico, devendo caracterizar-se pela simplicidade, possibilidade de ser expresso por meio de parâmetros suscetíveis de tratamento matemático e pela semelhança ou analogia com a realidade que se destina a explicar. Em outras palavras, podemos entender que um “modelo” se presta à análise de um fenômeno ainda não totalmente compreendido por determinada comunidade, quer ele seja biológico, físico, matemático ou social.

Buscamos, também, ajuda em RYDER (2005) para quem um modelo fornece diretrizes de interpretação, a serem compartilhadas com os usuários, que podem propor mudanças:

“modelos, como mitos e metáforas, auxiliam-nos a apreender nosso contexto. Derivando-se de intuições ou pesquisas formais, um modelo oferece ao usuário meios de se olhar um problema. O desenho de um modelo fornece estrutura e sentido para possibilitar a compreensão negociada entre o que se propõe e o que o usuário interpreta. Modelos nos auxiliam a visualizar um problema, através de sua decomposição em categorias menores e manipuláveis. A validade de um modelo específico é determinado pelo seu contexto de uso. Como qualquer outro instrumento, um modelo adapta-se à intenção específica de seu usuário. Ele pode ser avaliado pela capacidade de mediação que proporciona, pela possibilidade de ser compartilhado e pela efetividade como foca o fenômeno a ser observado”.⁹⁷

⁹⁷ Original: “models, like myths and metaphors, help us to make sense of our world. Whether it is derived from whim or from serious research, a model offers its user a means of comprehending an otherwise incomprehensible problem. An instructional design model gives structure and meaning to an I.D. problem, enabling the would-be designer to negotiate her design task with a semblance of conscious understanding. Models help us to visualize the problem, to break it down into discrete, manageable units. The value of a specific model is determined within the context of use. Like any other instrument, a model assumes a specific intention of its user. A model should be judged by how it mediates the designer’s intention, how well it can share a work load, and how effectively it shifts focus away itself toward the object of the design activity.

A proposta visa suprir os profissionais que lidam com coleta e produção de informação de alguma metodologia interativa e participativa, que os auxilie na busca de compreensão crítica e consciente do processo de avaliação de fontes, cabendo a eles, como usuários, propor mudanças que se fizerem necessárias. Esta é uma das condições que RYDER (2005) elege para o enquadramento de um modelo. Assim, pelas considerações apresentadas, pensamos que nossa sugestão se enquadraria melhor como “modelo”, concebido sob a visão construtivista do que como “instrumento”.

Desfeita a dúvida, apresentamos o “modelo para avaliação de fontes jornalísticas”⁹⁸ na TAB.27, p.234, que tem a pretensão de colaborar para a discussão sobre o tema no ambiente jornalístico ou em qualquer cenário compreendido pelo fenômeno informacional, auxiliando na reflexão sobre escolha das fontes e sua participação na qualidade da informação produzida, contribuindo na formação de leitura crítica sobre o assunto.

Trata-se de uma planilha simples, que pode ser automatizada, se o grupo de usuários preferir. Ela foi criada para ser preenchida conjuntamente por grupos individualizados de editores e suas equipes, em reuniões participativas, com periodicidade que atenda às rotinas dos veículos de comunicação.

O preenchimento geraria, ao final, um ‘fator indicativo de qualidade’ da informação avaliada, cujo máximo alcançável é 100 pontos. Esse número (100, cem) foi escolhido por estar associado à idéia de completude no senso comum. Recomendaríamos uma discussão mensal. Alternativamente, o analista de gestão de informação ou cientista da informação poderia coordenar o processo. A forma de condução dos encontros deveria sempre se diversificar, estimulando-se um ambiente agradável e produtivo. O modelo foi concebido a partir da discussão apresentada ao longo deste trabalho.

Elegemos como categorias cinco fatores pertinentes à avaliação de fontes, esporadicamente mencionados pelos entrevistados: a classificação

⁹⁸ Cabe lembrar o modelo avalia fontes formais. Seria interessante incluir, posteriormente, o olhar do cidadão comum.

TABELA 27 - MODELO PARA AVALIAÇÃO DE FONTES JORNALÍSTICAS

VEÍCULO:		DATA:		EDITORIA:				MATÉRIA/REPORTAGEM OU NOTA:				FATOR INDICATIVO DE QUALIDADE:	
1 FONTE	2. TIPO	PESO	3. INTERESSE	PESO	4 MISSÃO	PESO	5 CRITÉRIO DE SELEÇÃO	PESO	6 ATRIBUTO GERADO	PESO	7 TOTAL		
Soma													
Total itens													
MÉDIA:													

Fonte: Elaborado pela autora NOV/2005

de fontes, os critérios de seleção, o interesse atendido, a missão cumprida e os atributos de qualidade gerados pela produção da informação. Como os profissionais misturam ou confundem classificação com critérios de seleção e avaliação, quisemos chamar a atenção dos usuários para que pensem sobre cada processo separadamente. Os ‘fatores intervenientes na noticiabilidade’, apesar de sua relevância, foram excluídos na elaboração do modelo, por entendermos que mais justificam do que colaboram na avaliação da escolha de fontes. O modelo é aplicável à matéria, notícia, editorial, reportagem ou qualquer forma de informação jornalística. Ele é útil para se comparar diferentes relatos de um jornal ou coberturas de um mesmo acontecimento em veículos de mídia diferentes. Ou seja, ele viabiliza aos participantes avaliarem seu trabalho perante a concorrência. Eventualmente, o modelo pode ser utilizado em discussões com estudantes ou em reuniões comunitárias. Debates semelhantes podem acontecer entre as fontes organizacionais e especialistas, com vistas a se criar a consciência de que a informação é um bem público, o que traz responsabilidades a quem a divulga.

Inspirando-nos ideais de GENRO FILHO (1989), o modelo, destinado, pois, a fomentar uma cultura de posicionamento crítico sobre a questão das fontes, pretende ser flexível. A forma de sua aplicação é, essencialmente, interativa, permitindo que os usuários promovam modificações quando as julgarem procedentes. Isto tende naturalmente a acontecer, à medida que a metodologia for apreendida e internalizada pelos usuários. Pressupomos que a participação levaria ao envolvimento contínuo e consciente com o fenômeno qualitativo da informação.

Após as considerações preliminares, procedamos ao detalhamento do modelo propriamente dito. Em alguns momentos, utilizamos intencionalmente a redundância, para facilitar assimilação de nossas explicações.

O cabeçalho traz espaço para se registrarem: nome do veículo, data, editoria, a informação jornalística posta em observação e o ‘fator indicativo de qualidade’ da matéria, a ser computado após o preenchimento da planilha. Como

múltiplas fontes podem ser utilizadas na mesma notícia, ela contempla várias linhas, sendo cada uma delas destinada ao registro de uma fonte específica.

A seguir, a planilha contempla o preenchimento de sete colunas: 1) *Fonte*, 2) *Tipo (Classificação)*; 3) *Interesse*, 4) *Missão*, 5) *Critério de Seleção*, 6) *Atributo de Qualidade Gerado* e 7) *Total*. Na primeira coluna, registra-se a fonte a ser analisada. As demais colunas devem ser preenchidas em conjunto com a equipe, durante a reunião, como dissemos, participativa e interativa. As colunas dois, três, quatro, cinco e seis prevêm a aferição de pesos, sendo que os próprios participantes conferem os pesos às colunas, justamente para que se envolvam efetivamente na reflexão sobre as fontes e internalizem sua responsabilidade no processo. Destacamos que a aferição de pesos em todas as colunas não visa à comparação matemática, mas à reflexão crítica sobre a participação das fontes na qualidade da informação.

Obtém-se o total de cada coluna e, ao final, divide-se o somatório dos pontos obtidos pela aferição de pesos pelo número de itens apontados, que corresponde ao número de fontes avaliadas. Cada coluna pode alcançar a média máxima de 20 pontos. Dessa forma, a soma máxima de todas as colunas resulta no 'fator indicativo de qualidade da informação, cujo teto, repetimos, é de 100 pontos. Obtém-se o mesmo valor, tirando-se a média simples das linhas, que representa a pontuação de cada fonte avaliada.

A segunda coluna diz respeito à classificação das fontes escolhidas. Dividimos os especialistas em 'especialistas' e 'celebridades', por concordarmos com a observação de um dos entrevistados, já que ambos figuram na imprensa, sendo um fonte formal e o outro não. Como vimos, a classificação é intuitiva e sua figuração no modelo visa alertar os profissionais de informação a refletirem sobre o assunto. Assim, a coluna deve ser preenchida conforme o tipo de fonte utilizada, sendo os pesos definidos em equipe, sendo o máximo de 20, gerando o preenchimento do gabarito da TAB.28, p.237. Se uma mesma fonte receber várias denominações de classe, pontua-se apenas a de maior peso.

TABELA 28 - PESO POR CLASSIFICAÇÃO DE FONTE

TIPO	CONCEITO	PESO
Autoridade	Fonte tem cargo representativo na instituição	
Celebridade	Desportista, artista, nome <i>show business</i> etc.	
Documental	Fonte advinda de arquivo escrito, livro etc.	
Especialista	Profissional liberal, formado em curso superior.	
Pessoal	Fonte pessoal, contatada em entrevista.	
Privada	Ligada ao setor privado	
Pública	Ligada ao setor público	
Testemunha Ocular	Fonte que participou do acontecimento	

Fonte: Elaborada pela autora AGO/2005

A terceira coluna registra o interesse preponderante a ser atendido pela publicação da notícia. Por ser prioritário, entendemos que a escolha recairia sobre, apenas, um tipo de interesse. Mas se a equipe mencionar mais de um interesse, pontua-se apenas o de maior peso, de forma que a coluna atinja a pontuação máxima de 20 pontos. A equipe deve preencher gabarito descrito na TAB.29, p.237.

TABELA 29 - PESO POR INTERESSE ATENDIDO

TIPO	CONCEITO	PESO
Anunciante Grupo político	Quando há um interesse de um <i>lobby</i> político nos bastidores, levando à uma parcialidade explícita na publicação da informação	
Empresa de Comunicação	Quando o interesse atingido é apenas no veículo, numa estratégia de autopromoção ou defesa de interesse próprio.	
Fonte	Quando a fonte é a grande beneficiada pela publicação da notícia, porém se reconhece sua preocupação com qualidade da informação.	
Jornalista Editor	Quando ele age imbuído da intenção de produzir a melhor matéria possível.	
Público	Quando a informação produzida é pertinente e relevante à comunidade, sendo importante que ela chegue ao público.	

Fonte: Elaborada pela autora AGO/2005

A seguir, os participantes preenchem a quarta coluna, em que conferem peso às quatro missões clássicas do jornalismo– educar, entreter, informar ou interpretar-, elegendo qual delas é prioritariamente atingida com a publicação da informação, gerando o gabarito da TAB.30, p.238. Lembramos que a missão traduz o nível *transcendente* (MARCHAND, 1990), que inclui atributos filosóficos e valorativos como a contribuição da informação para o desenvolvimento social sustentável. Se mais de uma missão seja mencionada, pontua-se apenas a de maior peso, de forma que o total possível da coluna atinja, no máximo, 20 (vinte) pontos.

TABELA 30 - PESO POR MISSÃO ATENDIDA

MISSÃO	CONCEITO	PESO
Educar	A informação repassada pela fonte colabora na educação e formação da consciência crítica do leitor,	
Entreter	A informação visa estritamente ao entretenimento do usuário ou foi pré-interpretada de forma parcial e tendenciosa	
Informar	O caráter é eminentemente informativo	
Interpretar	A informação repassada pela fonte foi de antemão interpretada por um especialista ou pelo próprio jornalista, de forma transparente.	

Fonte: Elaborada pela autora AGO/2005

A coluna cinco registra os critérios adotados na seleção de fontes, também baseados na revisão de literatura, conforme TAB.31, p.239. Agrupamos alguns dos critérios por estarem mais intimamente ligados entre si, como ‘conteúdo e conhecimento’; ‘retorno e tempestividade de resposta’. Os pesos, em pontos, são atribuídos previamente pelos participantes, que moldam o gabarito da coluna. A pontuação de cada critério pode variar de 01 a 20 pontos. O objetivo dessa metodologia é sensibilizar os jornalistas para a responsabilidade que têm do início ao fim do processo da produção da informação. Como a seleção das fontes pode seguir múltiplos critérios, a equipe opta entre mencionar vários ou, como

orientamos, por eleger um principal. De qualquer forma, será registrado apenas o de maior peso, a exemplo do procedimento padrão adotado nas colunas anteriores.

TABELA 31 - PESO POR CRITÉRIO ADOTADO DE SELEÇÃO

CRITÉRIOS DE SELEÇÃO	CONCEITO	PESO
Acessibilidade	A fonte é acessível, fácil e rápida de ser contactada, pessoalmente, telefone ou <i>mail</i> .	
Acuidade/ Credibilidade Validação	Relaciona-se às fontes disponíveis, às quais se tem mecanismos de aferição de credibilidade.	
Atualidade	Informação são pertinentes por serem atuais ou, caso contrário, se o momento requer que seja novamente publicada.	
Bibliografia	Fonte é acessível por bibliografia ou ela própria cita bibliografia e demais fontes documentais utilizadas no repasse da informação.	
Autoria/Conhecimento/ Conteúdo	Fonte tem representatividade ou detém conhecimento legítimo e reconhecido no assunto sobre o qual presta informação.	
Formato/ <i>Design/ Layout</i>	Formato da informação é de qualidade ou favorece a produção da notícia	
Objetividade	Tem clareza de expressão, e objetividade	
Posicionamento	Fonte demonstra-se imparcial, ou parcial desde que explicita seu posicionamento	
Proximidade ou participação no acontecimento	Fonte está envolvida no acontecimento coberto	
Relacionamento	Cordialidade, atenção no relacionamento	
Retorno/Tempestividade de resposta	Fonte presta a informação no tempo certo necessário às rotinas da mídia	

Fonte: Elaborada pela autora AGO/2005

Enfim, a sexta coluna, TAB.32, p.240, destina-se ao registro dos atributos de qualidade gerados na produção da notícia, com o uso das fontes abordadas, tendo por base os níveis *intrínsecos* e *contingenciais* de MARCHAND (1990), pois o nível transcendente foi contemplado na coluna 03 (três), que diz respeito à missão jornalística. Agrupamos alguns atributos por estarem estritamente ligados entre si, conforme literatura vista e nossa percepção na análise de dados. Deixamos de fora a 'parcialidade', por entendermos que ela seja inerente à

qualidade da informação. Como vários autores defendem que a ‘objetividade’ se expressa na ‘linguagem’ (atributos contingenciais), unimos os dois atributos em uma só categoria. A aferição de pesos por atributo, que pode variar de 01 a 20 pontos, deve ser discutida pelo grupo, gerando um gabarito prévio, que norteará o preenchimento da coluna ‘seis’ do modelo de avaliação. Pontuar-se-á, também apenas o atributo mencionado de maior peso, conforme procedimento padrão.

TABELA 32 – ATRIBUTO DE QUALIDADE GERADO

ATRIBUTO GERADO	CONCEITO	PESO
Abrangência	A informação repassada pela fonte, pelo caráter público, diz respeito a uma extensa região geográfica.	
Atualidade	Relato no ritmo de produção da informação.	
Confiabilidade/ Validade	Nível de credibilidade e legitimidade da fonte e do meio. Possibilidade de apurar dos dados.	
Conteúdo/Completeza/ Aprofundamento	Análises, relacionamentos com o contexto, inclusão de detalhes, profundidade.	
Formato/Design/ Layout	Formato agradável, uso de fotos, cores, diagramação etc.	
Linguagem/ Objetividade	Coloquial, formal, clara, correta, elegância de estilo, conduzida pela objetividade	
Pertinência	Dizer respeito ao público a que se dirige	
Precisão	Exatidão, correção, relato fiel ao fato representado	
Relevância	Ser útil ou fazer sentido para a comunidade	
Repercussão/ Impacto	Informação da fonte causa grande impacto junto ao público e pode desdobra-se em novos relatos	

Fonte: Elaborada pela autora AGO/2005

Após o preenchimento de todas as colunas, com base nos seus respectivos gabaritos, soma-se o total de cada coluna e apura-se a média final. O máximo que cada uma das cinco colunas pode atingir é 20 pontos. Enfim, a coluna sete trará o somatório de cada linha, sinalizando que fonte contribuiu mais positivamente para o alcance final do ‘fator indicativo de qualidade’ da última célula, que representa a soma das médias de cada coluna. Os resultados devem, enfim, ser discutidos pela equipe.

Forjaremos um exemplo para melhor compreensão do funcionamento do modelo de avaliação. Suponhamos que um jornal tenha optado por promover a discussão avaliativa sobre fontes em debates a serem conduzidos pelos editores com suas equipes, com periodicidade e horário pré-estabelecida: 9h da manhã da penúltima terça-feira de cada mês. O processo inicia-se com o editor. Cabe a ele, ou a quem delegar, selecionar uma notícia para debater. Imaginemos que tenha sido escolhida uma reportagem sobre as condições de saúde da população de Belo Horizonte, em que as fontes utilizadas tenham sido: IBGE, médico especialista, presidente de uma entidade de classe e uma testemunha, conforme TAB. 33, p.241.

TABELA 33- EXEMPLO DE PREENCHIMENTO DO MODELO – ETAPA 1

VEÍCULO: JORNAL AGORA		DATA: 25/08			FATOR INDICATIVO DE QUALIDADE:						
EDITORIA: LOCAL		MATÉRIA/REPORTAGEM OU NOTA: Condições de saúde na Grande BH									
1 FONTE	2 TIPO	PESO	3 INTERESSE	PESO	4 MISSÃO	PESO	5 CRITÉRIO DE SELEÇÃO	PESO	6 ATRIBUTO GERADO	PESO	7 TOTAL
<i>IBGE</i>											
<i>Médico</i>											
<i>Presidente Entidade</i>											
<i>Testemunha</i>											
SOMA											
Total itens											
Média Final											

Fonte: elaborada pela autora NOV 2005

O editor pede a alguém para preparar as planilhas para aferição de pesos, que se constituirão os gabaritos (TAB.28 a 32, p. 237 a 240) das colunas 02 a 06, em cinco folhas de cartolinas, disponibilizados de forma bem visível no local da reunião. Em seguida ele prepara a planilha, preenchendo o cabeçalho e a primeira coluna, conforme quadro a seguir. Providencia tantas cópias quanto forem os integrantes de suas equipes. Ou seja, no início da reunião, os participantes têm em mãos o quadro anterior. Discutem os gabaritos das colunas 02 (dois) à 06 (seis),

registrando um por um. Suponhamos que os gabaritos acordados tenham sido os relacionados na FIG 8, p.242, extraídos conforme TAB. 28 a 32, p. 237 a 240.

COLUNA DOIS		COLUNA TRÊS		COLUNA QUATRO	
TIPO	PESO	TIPO	PESO	ATRIBUTO GERADO	PESO
Autoridade	15	Anunciante	05	Educar	20
Celebridade	05	Grupo político		Entreter	05
Documental	20	Empresa de Comunicação	05	Informar	10
Especialista	15	Fonte	10	Interpretar	15
Pessoal	05	Jornalista ou editor	10		
Privada	05	Público	20		
Pública	20				
Testemunha Ocular	20				

COLUNA CINCO		COLUNA SEIS	
CRITÉRIOS DE SELEÇÃO	PESO	ATRIBUTO GERADO	PESO
Acessibilidade	10	Abrangência	10
Acuidade/ credibilidade/validação	20	Atualidade	10
Atualidade	10	Confiabilidade/ Validade	20
Bibliografia	05	Conteúdo/Completeza/Aprofundamento	20
Autoria/Conhecimento/ Conteúdo	20	Formato/Design/ Layout	10
Formato/Design/ Layout	05	Linguagem/ Objetividade	10
Objetividade	05	Pertinência	15
Posicionamento	10	Precisão	20
Participação no acontecimento	20	Relevância	20
Relacionamento	10	Repercussão/ Impacto	10
Tempestividade de resposta/ favorecimento das rotinas produtivas	20		

FIGURA 8 - EXEMPLOS DE PREENCHIMENTO DAS COLUNAS DO MODELO

Fonte: elaborada pela autora NOV 2005

A seguir, a equipe discute o preenchimento das linhas da planilha final, registrando os itens de cada coluna, de forma bem participativa e interativa. Apura-se a soma de pontos por coluna, assim como as médias. Deve-se somar o total de

cada coluna e divide-se o resultado pelos número de itens ou fontes avaliadas. Suponhamos que o preenchimento tenha ocorrido conforme TAB 34, p.243 a seguir:

TABELA 34 – MODELO PREENCHIDO

VEÍCULO: JORNAL AGORA DATA: 25/08 FATOR INDICATIVO DE QUALIDADE: 81,25											
EDITORIA: LOCAL MATÉRIA/REPORTAGEM OU NOTA: Condições de saúde na Grande BH											
1 FONTE	2 TIPO	PESO	3 INTERESSE	PESO	4 MISSÃO	PESO	5 CRITÉRIO DE SELEÇÃO	PESO	6 ATRIBUTO GERADO	PESO	7 TOTAL
IBGE	Documental Pública	20	Comunidade	20	Informar	10	Acuidade	20	Validade	20	90
Médico especialista	Especialista/	15	Jornalista	10	Interpretar	15	Conhecimen to	20	Conteúdo	20	80
Presidente Entidade	Autoridade pessoal Privada	15	Fonte	10	Informar	10	Autoria	20	Validade	20	75
Testemunha	Ocular	20	Jornalista	10	Informar	10	Precisão	20	Precisão	20	80
SOMA		70		50		45		80		80	
Total de fontes		04		04		04		04		04	
Média Final		17,5		12,5		11,25		20		20	81,25

Fonte: elaborada pela autora NOV 2005

Apurou-se um ‘ fator indicativo de qualidade’ de **81,25** pontos. A coluna sete trouxe um somatório simples de cada linha, referente a cada fonte, cujos números auxiliam nas reflexões. No caso da matéria acima, por exemplo, a comparação entre as fontes leva-nos a crer o IBGE tenha contribuiu mais positivamente para a qualificação da notícia.

Uma vez completado o preenchimento, a equipe discutiria os resultados apurados. O ‘indicador qualitativo’ estaria satisfatório? O que fazer para melhorá-lo? Estariam corretos na aferição de pesos? Que modificações são necessárias? Em seguida, a cobertura do mesmo assunto feito pela concorrência poderia ser posta em avaliação por iguais critérios, para efeito comparativo. Nesse

caso, o modelo de avaliação passaria a fazer ainda mais sentido, fomentando melhor reflexão sobre o papel da fonte.

Enfim, lembramos que a criação do modelo visa fomentar o posicionamento crítico perante a questão do processo seletivo de fontes e sua contribuição para o processo de qualificação da informação, propondo-se ajustes às necessidades do usuário.

Alternativamente, as reuniões de avaliação de fontes poderiam ser acompanhadas por um especialista, para que, continuamente, analisasse a percepção dos profissionais sobre o fenômeno da qualidade da informação, confrontando-a com análise sobre as necessidades e interesse dos usuários, manifestadas nos contatos que esses estabelecem com os órgãos de imprensa.

A apresentação do modelo buscou o formato mais simples possível, de forma a possibilitar sua aplicação com recursos facilmente disponíveis. No entanto, sua apresentação visual pode sofisticar-se. O cuidado visual poderia contar com a colaboração de publicitários e *designers* da empresa de comunicação, o que ampliaria a discussão para além da sala de redação.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

“A comunicação implica um diálogo entre sujeitos mediado pelo objeto de conhecimento que, por sua vez, decorre da experiência e do trabalho cotidiano. Ao limitar a comunicação a uma relação entre sujeitos necessariamente iguais, toda relação de poder fica excluída. O próprio conhecimento gerado pelo diálogo comunicativo só será verdadeiro e autêntico quando comprometida com a justiça e a transformação social. A comunicação é, portanto, dialógica. (LIMA, 2003:64)

A presente tese refletiu sobre a participação das ‘fontes formais’ no processo de produção da notícia e, conseqüentemente, na qualidade da informação jornalística. A jornada impôs vários desafios, dentre eles: a escassez de referências na literatura sobre ‘fontes’ e a imprecisão dos conceitos: ‘qualidade de informação’ e ‘informação’. Esse cenário motivou-nos a contemplar, entre nossos objetivos o esforço de uma elaboração teórica, que colaborasse para o avanço da discussão sobre o tema. Nesse sentido, buscando atender ao rigor científico, elaboramos um referencial teórico, às luzes dos principais paradigmas que regem as ciências sociais, que sustentou toda a argumentação da tese, que enquadramos como construtivista. Com isso, podemos dizer que, dentre as contribuições trazidas pela investigação, destacam-se a elaboração de teoria analítica sobre ‘qualidade de informação’ e ‘fontes jornalísticas’.

Ao propormos a investigação sobre a problemática das fontes, acreditávamos estar diante um dos mais significativos fatos que interferem no tão sonhado avanço qualitativo da informação disponibilizada para a sociedade. Queríamos investigar como as ‘fontes formais’ participam do processo de construção da notícia e, conseqüentemente, como colaboram para os atributos de qualidade de

‘informação jornalística’ percebidos pelo senso comum. Por ‘fontes formais’, denominamos as organizações dos setores público ou privado, representadas por profissionais responsáveis pela disseminação de informação nas organizações e os especialistas (profissionais liberais com curso superior ou com notório saber em algum assunto).

Defendendo o comprometimento do cientista social com o processo de transformação social, esclarecemos, através da abordagem teórica, o caminho epistemológico que conduziu nosso percurso, permitindo-nos: contextualizar os conceitos com os quais lidamos, elaborar uma revisão teórica e analítica sobre o tema das fontes, tão pouco explorado na academia, de forma a contribuir para investigações futuras; propor um metodologia para pesquisa de campo e analisar os dados obtidos.

Entendemos que a elaboração de conceitos na ciência da informação deve incorporar elementos de ciências sociais, sobretudo na questão das fontes, uma vez que são atores que interagem e participam ativamente da construção objetiva e subjetiva da realidade social.

Ao revermos historicamente os caminhos tomados pela metodologia das ciências sociais, ficou claro que os conceitos com os quais os cientistas trabalham são fortemente influenciados por sua época. Em que pese a profusão de linhas existentes a partir da modernidade, as visões de Durkheim, do funcionalismo sociológico, de Marx, de Weber e da visão antropológica de Lévi-Strauss, ainda hoje, conduzem nossos pensamentos e a construção de conceitos, fenômeno explicado pelo fato de a “sociologia” ter-se tornado a “disciplina-piloto” das pesquisas na área social, guiando-nos nas ‘estratégias discursivas’ e na “argumentação” que utilizamos.

Como é essencial no campo das ciências sociais, começamos por expor nosso conceito de sociedade. Assumimos entendê-la na concepção de sistemas, sob o paradigma ‘durkheimiano’, cuja dinâmica é regida pelo *modus operandi* burocrata, tão bem descrito por Weber, e tecida por ações interativas

voltados para a geração de sentido entre atores que interagem em contextos materializados de relações de produção, tal como descreve Marx. Assim, compreendemos a sociedade como um complexo de relações sociais, cujos membros interagem historicamente de acordo com códigos culturais, de conduta, morais, valores, crenças compartilhados em ambiente permeado por contradições, conflitos e relações de poder. Em nosso ponto de vista, três dimensões suportam a estrutura social: o espaço, o tempo e os indivíduos, em suas diversas formas de associações, que contratam acordos de convivência, segundo suas necessidades e seus interesses. Três tipos principais de forças permeiam a construção da realidade: a ação social objetiva, a ação subjetiva e as ações dos diversos contextos. Os atores sujeitam-se à consensual ordem reguladora, partilham códigos lingüísticos, padrões de conduta, leis, normas e regras. As práticas sociais, ao mesmo tempo em que se guiam pela ordem estabelecida e a perpetuam, são forças potencialmente transformadoras. Nesse sentido, a geração, a disseminação e o consumo de informação caracterizam o processo comunicacional, *locus* da mediação de interesses, que, dialeticamente, colabora para consolidar as forças objetivas e promover a interação de subjetividades que levam às ações inovadoras. Assim, o papel das ciências sociais é compreender os fenômenos e as relações sociais em todas as suas dimensões, colaborando para a busca de soluções dos problemas que se apresentam à sociedade.

Nosso conceito de informação foi construído sob a visão de sociedade que apresentamos. De acordo com a revisão de literatura, percebemos que a procura de conceitos em ciência da informação busca atender a um pré-requisito metodológico. Mas, de maneira geral, ela é entendida como fenômeno da comunicação humana. Propusemos que a informação pudesse assumir conotações simbólicas, mas que, via de regra, favorecesse a socialização entre indivíduos. A ação social visaria integrar os atores ao ambiente social. Amparando-nos em GIDDENS (1997:2002), defendemos que a informação, gerada na interação dos grupos sociais com os diversos sistemas abstratos, fortalecesse a confiança dos

indivíduos no conhecimento perito e na funcionalidade do macro-sistema. Assim, eles conquistariam a segurança ontológica, essencial para construir sua identidade. Tomando o paradigma weberiano, compreendemos a informação no contexto da ação social, podendo ser entendida como um dos fios com que se tecia a construção da realidade, sendo o resultado, tanto da interlocução de ações sociais objetivas como de ações subjetivas. Amparamo-nos, também, no paradigma marxista (ou marxiano), focando a 'informação jornalística' no contexto das relações de produção, em que os principais atores são: sistema jornalístico, as 'fontes formais' e os jornalistas, todos eles envolvidos nos meandros burocráticos e relações de poder.

Trouxemos um olhar alternativo para se abordar o conceito de 'qualidade da informação'. Preferimos trabalhar com o conceito de 'qualidade' como 'fenômeno multidimensional', inserido na base tridimensional da sociedade, composta pelo espaço, tempo e usuário. Este fenômeno está compreendido entre as dimensões do 'espaço', do 'tempo', e da 'teia intersubjetiva' de usuários: os sistemas de informação, as fontes, os jornalistas e os demais indivíduos dispersos no contexto social. Cada um desses atores apresenta necessidades e interesses, que compõem intrinsecamente o conceito de 'qualidade de informação'. Na dimensão 'espaço' enquadrados a dinâmica das relações sociais, políticas (relações de poder) e econômicas (modos e meios de sobrevivência). A dimensão 'tempo' envolve o contexto histórico e sistema de valores éticos, morais e filosóficos. A dimensão 'usuário' envolve os diversos atores sociais (fossem eles produtores, fontes ou usuários), seus interesses e necessidades de informação, todos eles sujeitos à influência da ação objetiva da realidade, na qual projetavam sua subjetividade, em ações significativas. O fenômeno contempla a interpenetração intermitente das três dimensões e suas ramificações, numa teia de capilaridade complexa de possibilidades, que envolvem processos contínuos e dialéticos de comunicação, permeados por fluxos de informação, nos quais a ação das fontes é uma constante. Essa visão nos foi muito útil, pois esclarece porque os estudos que

exploram o tema de 'qualidade da informação' tendem a se concentrar em excelência de sistemas, fatores intervenientes; informação como produto; ou na sua relação com sociabilidade e como instrumento político. Todas essas abordagens merecem ser eleitas como categorias analíticas de pesquisa. Compreendemos melhor porque os atributos de qualidade de informação são, na verdade, uma construção social, que guarda forte influência do paradigma moderno.

Pelo exposto, podemos dizer que há várias formas de procurarmos o aprofundamento sobre a questão da 'qualidade da informação', principalmente quando a abordagem se abrigar sob qualquer um dos quatro paradigmas centrais das ciências sociais: o durkheimiano, o weberiano, o marxista (marxiano) ou o estruturalista. No entanto, nosso olhar considerou a construção da realidade objetiva e subjetiva, tal como apregoam BERGER e LUCKMANN (1985), permeada continuamente por fluxos comunicacionais, que expressam uma teia de interesses. Assim, acreditamos que o avanço na reflexão sobre 'qualidade de informação' só pode ser possibilitado, de fato, pela compreensão, diálogo e interação dos vários atores envolvidos em seu processo, quer eles sejam produtores, disseminadores ou usuários de informação. Partimos ainda, do pressuposto de que todos esses atores devessem buscar o comprometimento com o desenvolvimento social auto-sustentável, missão em que a academia muito pode colaborar.

Nossa pesquisa demonstrou que a concepção de 'qualidade de informação', por parte das 'fontes formais', liga-se intimamente à preservação de imagem dos sistemas peritos. Por parte da imprensa, a preocupação com a produção é grande, sendo a notícia o resultado de um trabalho. Dessa forma, a visão predominantemente concebe a 'informação' como um 'produto'. A noção de qualidade liga-se a alguns atributos considerados essenciais: precisão, confiabilidade, validade, relevância, linguagem e formato.

No jornalismo, a discussão sobre qualidade passa, ainda, pelo cumprimento de sua missão: informar, entreter, interpretar e educar a população, que se enquadra nos atributos transcendentais na classificação de MARCHAND

(1990). No entanto, percebemos que as notícias geradas tendem a ser mais informativas e “entretenitivas”. Quando se busca a interpretação, recorre-se às fontes, principalmente aos especialistas de nível de escolaridade universitária. Já as preocupações com o caráter educativo demonstram ser mais teóricas do que práticas.

A tese levanta a questão das fontes e une a discussão com uma teoria para conhecer o jornalista. Revelou o repórter como um trabalhador de um sistema perito, sujeito à toda sorte de contradições e relações de poder do processo produtivo nas redações dos jornais. Procurou preencher uma lacuna deixada pelo paradigma da manipulação de Tuchmann, demonstrando que o ritual estratégico na busca da verdade jornalística pertence a um contexto social mais amplo, que é permeado pela teia relações de interesses de diversos atores. Percebemos que dentre vários os interesses envolvidos estão: os da organização jornalística e suas múltiplas fontes. Isto nos levou a concluir que a noção de interesse fosse inerente ao conceito de ‘qualidade de informação’. Seus pontos de vista, objetivos e resultados a alcançar eram os verdadeiros motivadores das ações desses sistemas. Para as fontes, ‘qualidade é a informação publicada na mídia, com formatação, conteúdo e posicionamento que lhe favoreçam. Sua noção de precisão é referendada pelos seus interesses. Por outro lado, para a imprensa, ‘qualidade da informação’ é, em tempo limitado, relatar fielmente um acontecimento, de forma preservar sua precisão, validando-a com o depoimento de uma fonte confiável. Podemos pensar, ainda, que os donos das empresas de mídia, cujos interesses políticos e econômicos confirmam outra noção de ‘qualidade’: “a informação controlável”.

No entanto, a dinâmica da comunicação é dialógica e dialética. Tanto as fontes como a imprensa declararam que se guiavam por um horizonte ético comum: os interesses da comunidade. Dessa forma, entendemos que a discussão sobre o conceito de qualidade da informação só pode avançar através de contínuo processo de negociação entre as partes. Para isso, é necessário que tanto os sistemas jornalísticos como as fontes, incluindo os especialistas, estimulem o

diálogo com seus públicos, de forma que a teia de interesses seja evidenciada e possa ser discutida. Infelizmente, apuramos que, apesar do crescente contato do público com a imprensa e com as fontes formais, nenhum profissional especializado analisa as necessidades do seu público.

Em nossa pesquisa de campo, entendendo que os atores investigados, as fontes formais e os jornalistas, inserem-se na perspectiva burocrática weberiana⁹⁹, constituindo cada um deles um sistema perito (GIDDENS, 1991), dentre tantos que compõem o modelo funcional e orgânico da sociedade. Procuramos mapear a graduação dos profissionais abordados; investigar necessidades e comportamento de busca de informação; compreender os objetivos de produção de informação e sua relevância para a comunidade; identificar os fatores que interferem na busca e produção de informações; identificar as políticas de seleção de fontes de informação; descobrir as categorias de fontes utilizadas, descobrir os indicadores de avaliação de fontes utilizados na prática e visualizar como as fontes contribuem para os atributos de qualidade da notícia.

A prática comprovou várias suposições, o que já esperávamos, uma vez que nos abrigamos no paradigma do *newsmaking*, que elege o estudo das rotinas produtivas como categoria de análise. Acreditamos que a abordagem marxista nos tenha permitido refletir criticamente sobre a *práxis*, munindo-nos de uma mente crítica sobre o processo observado, postura essencial para apreendê-lo e propor inovações. Tomando de empréstimo a abordagem do *newsmaking*, desenvolvemos reflexão teórica e analítica sobre fontes de informação, sendo a presente contribuição trazida por este estudo. Vimos que as ‘fontes formais’ participam decisivamente no processo de produção jornalística, sejam elas organizações ou especialistas. Tanto fontes como os jornalistas guiam-se pelo interesse da comunidade como horizonte ético. Esse compromisso aumenta

⁹⁹ WEBER (1999) considera que os jornais não sejam simplesmente empresas capitalistas com a ânsia do lucro, mas também organizações políticas que funcionam como clubes políticos. Ou seja, ele entende que falar de notícias é falar de política no âmbito da sociedade.

gradativamente, à medida que cresce a proximidade do público com os sistemas de informação jornalística e com o ambiente organizacional, possibilitado pelo avanço das tecnologias interativas de comunicação. Esse cenário parece favorecer o tão sonhado debate entre fontes, imprensa e comunidade, essencial para que a informação contribua para a comunicação democrática e politicamente comprometida com o desenvolvimento social holístico e sustentável entre os diversos atores sociais.

Os depoimentos comprovaram algumas suposições. Apurados os resultados, a análise dos dados coletados, às luzes do referencial teórico, possibilitou-nos apresentar ‘modelo de avaliação de fontes’, que pudesse colaborar no debate e aprofundamento crítico sobre o tema no ambiente jornalístico. Acreditamos que esta se tenha constituído outra contribuição do estudo. O ‘modelo de avaliação de fontes’, apresentado na pretende ser flexível, aberto a sugestões e modificações de seus usuários, a princípio, jornalistas. Porém, ele pode ser adaptado para o ambiente das ‘fontes formais’ ou ser utilizado nas escolas ou em programas de conscientização com a comunidade, pois vimos que o compromisso ético com a ‘qualidade da informação’ é desafio para todos.

Ao investigarmos a formação de jornalistas e dos ‘disseminadores de informação’ nas fontes, descobrimos que a maioria é graduou-se em comunicação social. A busca do reconhecimento do espaço é uma preocupação recorrente. A categoria de comunicadores carece de órgão regulamentador unificado, que zele pelo exercício profissional no mercado, invadido por profissionais de outros campos. As razões para isso podem começar na academia, que, afastada do mercado, apresenta possíveis deficiências em sua grade curricular, formando “jornalistas, relações públicas e publicitários, radialistas e outras especialidades, separações que, aparentemente, não se justificam, visto que são, na verdade, profissionais de imagem e comunicação. Segundo LIMA (2002) a profusão conceitual caracteriza o campo da comunicação na academia. Por ser de natureza interdisciplinar, as teorias

são muito amplas, dificultando o avanço de conceitos consensuais ordenadores de um discurso acadêmico mais consistente, que repercuta na prática profissional.

A confusão em torno dos órgãos que representam as categorias pode explicar porque alguns entrevistados demonstraram estar envolvidos em problemas de auto-estima e de construção de identidade, questão que mereceria aprofundamento em pesquisa no campo da sociologia das profissões. Suspeitamos que a identidade bem definida favorecesse a atuação de um profissional e o foco na otimização de suas atividades, dentre elas a responsabilidade de gerir e produzir a informação. As pessoas entrevistadas, que possuem uma posição formal reconhecida e legitimada, demonstraram postura pró-ativa, competência na gestão da informação, além de possuírem aguçado senso ético e crítico da dimensão social do papel que desempenham, repercutindo em avanço qualitativo considerável de seu trabalho.

Os vários especialistas que se fazem visíveis na mídia, os guardiões do conhecimento na expressão de GIDDENS (1997: 2002), assumem-se como técnicos e peritos em determinados assuntos. Ao disseminarem parte de seu conhecimento à imprensa, eles o fazem sem maiores reflexões sobre as repercussões sociais e políticas de suas declarações. Muitos se alienam no domínio de um saber técnico, esquecendo-se da dimensão social do conhecimento que acumulam.

Nesse sentido, a universidade assumiria papel fundamental para suprir essa lacuna, oferecendo disciplinas humanísticas nas grades curriculares dos futuros especialistas, elaboradas de forma a incentivar o espírito crítico e a responsabilidade social daqueles que ingressam no mercado de trabalho. Não tendo sido enquadrados por nós como 'fontes formais', há ainda os especialistas não acadêmicos- atletas, artistas e demais celebridades-, cuja visibilidade na imprensa é enorme, incorporando as informações de caráter de entretenimento.

A classificação das fontes é feita de forma bem dispersa, despadronizada e assistemática. Prevalece, no entanto, a classificação intuitiva de fontes, segundo: a natureza estatutária, se "pública" ou da iniciativa "privada"; hierarquia de cargos (se autoridade ou não); o histórico de relacionamento com o

repórter (se confiável e acessível ou não); especialidade por conhecimento perito (se legítimo), ou por grau de participação no acontecimento midiático (se testemunha, personagem ou analista). A classificação orienta a seleção de fontes. Fontes ligadas ao poder público, autoridades, especialistas de mais fácil acesso e pessoas envolvidas nos fatos são priorizadas para serem ouvidas pela imprensa.

A investigação comprovou que a imprensa tem declarada preferência pelas fontes 'pessoais'. Por isso, somos levados a crer que o carisma das pessoas que prestam depoimentos à imprensa torna-se, também, fator interveniente na noticiabilidade. Até então, trabalhávamos com a idéia de subjetividade apenas entre os profissionais de imprensa, por parte da disseminação, e os usuários, por parte da interpretação. No entanto, podemos dizer que a interlocução subjetiva abrange fontes, produtores e usuários, gerando uma ação social intersubjetiva, que não pode ser alijada do conceito de 'qualidade de informação'.

A seleção evidencia a valorização da autoridade institucional formal e o conhecimento técnico perito legitimado da fonte, pois são essenciais para validar uma informação. Fatos pitorescos, porém, acontecem. Algumas fontes, como Roberto Jefferson, mentem, ferindo um dos atributos de qualidade da informação mais valorizado pela imprensa: a precisão. No entanto, a representatividade do cargo de deputado o perpetuou como fonte. Dessa forma, outra reflexão nos depara. Até que ponto as declarações das fontes, reconhecidamente legítimas, mas de credibilidade duvidosa, podem interferir sobre a validade e a precisão dos acontecimentos, ou seja, sobre a verdade dos fatos jornalísticos?

Os critérios de avaliação evidenciaram a importância de autoria, acuidade e acessibilidade da fonte. Chamou-nos a atenção que a atualização não é um dos requisitos básicos cobrados da fonte. Ao contrário, quanto mais tradicional e sólida, mais confiável. Para o jornalismo, a atualidade centra-se no acontecimento. Este fato é aparentemente contraditório, pois a atualidade constitui um dos mitos da informação jornalística.

O conhecimento procurado nos especialistas e socializado pela mídia tende a ser superficial. GIDDENS (1991, 1997, 2002) explica que as informações dos sistemas abstratos são repassadas de forma a não torná-los vulneráveis. Sabendo apenas o mínimo, os indivíduos continuam confiando na perícia técnica do sistema, que conserva sua imagem e legitimidade. No entanto, o próprio GIDDENS (1997, 2002) afirma que os especialistas, por deterem o conhecimento perito, dividem o poder na estrutura interna de um sistema, sendo, por isto, potenciais agentes de mudanças. Para ele, essa seria a alternativa para se abrir a “jaula de ferro” da burocracia descrita por WEBER (1999)¹⁰⁰. Resta-nos perguntar como seria desencadeado o processo de mudança? Um dos caminhos seria através da interação com o público? As fontes não deveriam rever a superficialidade com que passam seus conhecimentos, contribuindo para educar a comunidade e gerar usuários críticos e conscientes? As informações de *feedback*, fornecidas nos pontos de acesso pelos indivíduos, poderiam ser analisadas pelos especialistas e subsidiarem a otimização dos processos do universo dos sistemas peritos, dentre eles, ‘fontes formais’ e o sistema jornalístico. Dessa forma, tornar-se-ia possível a revisão de normas e procedimentos burocráticos. Se escapáramos da “jaula de ferro”, não sabemos, mas inovações no seu interior seriam viáveis.

Enquanto o conhecimento de peritos tende a ser relatado de forma superficial, depoimentos das vidas cotidianas de ídolos e artistas, assim como suas intimidades, tendem a ser explorados em profundidade pela mídia, atendendo a propósitos sensacionalistas. A prática de conferir grande visibilidade às banalidades corrobora a denúncia de BOURDIEU (1997), para quem a mídia exagera na missão de entreter a comunidade, desviando os indivíduos de agir sobre os problemas reais que os afetam. Nessa linha de raciocínio, os indivíduos estariam vulneráveis, por acomodação, que poderíamos chamar de ‘alienação informacional’.

¹⁰⁰ Não nos cabe analisar as críticas de GIDDENS a WEBER, pois a reflexão extrapola a proposta de nosso trabalho.

As 'fontes formais' desenvolvem estratégias de relacionamento com a imprensa, cuidando atentamente do contato com os jornalistas. Procuram facilitar as rotinas produtivas dos repórteres. As mais ativas chegam a oferecer informação em formato pronto para ser veiculado, como vimos. Fatos como esses são considerados pela imprensa como competência e não como estratégia interessada de disseminação de informação, o que sinaliza falta de postura mais crítica da imprensa no tratamento com as fontes.

De maneira geral, a fala de nossos entrevistados, tanto fontes como jornalistas, externaram que o relacionamento é, aparentemente, cortês e, essencialmente, conflituoso. Amparados pela escassez do tempo, essa é uma contradição sublimada pela acomodação às rotinas produtivas, o que explica porque percebemos o comportamento de busca de informação entre os jornalistas mais passivo do que esperávamos.

A ação das 'fontes formais' chamou-nos a atenção sob diversos aspectos. Além de serem as portadoras e aplicadoras do conhecimento perito, suportam todo o aparelho de dominação que caracteriza a esfera social. Cabe-nos propor uma reflexão. Como as 'fontes formais', ao ganharem visibilidade na mídia, interferem nos três tipos ideais de dominação descritos por WEBER (1999): a racional, carismática e a tradicional? Em qual delas haveria uma preponderância? Tentemos esboçar uma resposta, permitindo-nos algumas reflexões.

Vimos que a imprensa prioriza a autoridade e o conhecimento perito e legitimado da pessoa ouvida. Lembramos que a dominação racional apóie-se, justamente, em regras, normas, descrição de atribuições e hierarquia de cargos. Ora, se o conhecimento transmitido é superficial, ao agir dessa forma, fica claro que a mídia prioriza a validação ao conteúdo. Portanto, ela evidencia e igualmente valida a dominação racional. Por outro lado, a imprensa trabalha diversos mitos em heróis religiosos, artistas, desportistas e em outros ídolos populares-, o que reforça a dominação carismática.

A dominação tradicional merece atenção especial. Ela se faz de certa forma presente no formato (*layout*) pré-determinado dos jornais ou no fato de o agendamento de notícias seguir o calendário cultural e hábitos repetitivos e tradicionais da sociedade. No entanto, o culto ao “novo”, ao “bizarro”, às curiosidades e o trato sensacionalista com que alguns acontecimentos são relatados, como, por exemplo, crimes e denúncias, revelam que a mídia favorece a quebra da ação de valores éticos, pertencentes à esfera da dominação tradicional. Alguns acontecimentos, denominados pela imprensa de “*soft*”, são desprezados por não gerarem impacto. Iniciativas comunitárias bem sucedidas na área de educação também não têm muita visibilidade. A preferência pela denúncia caracteriza o jornalismo, como lembram TALESE e BUCCI (2000). Ao denunciar os sistemas peritos, o jornalismo pode abalar a segurança ontológica dos indivíduos, razão pela qual o sensacionalismo gera tanta repercussão¹⁰¹.

Se as fontes formais, por um lado, contribuem para reforçar a dominação racional, por outro, a contínua recorrência às suas autoridades e aos especialistas internos evidencia duas tradições: o culto à figura da autoridade e a perpetuação da autoridade das instituições acadêmicas como instâncias legitimadoras do conhecimento perito dos especialistas, fatos já previstos por WEBER (1999). A universidade é, pois, a instância fundante de legitimação, o que implica grande carga de responsabilidade social.

Segundo GIDDENS (1997:2002), nos últimos tempos, vivemos o fenômeno de “destraditionalização”, com surgimentos de várias possibilidades de

¹⁰¹ A pesquisa de CHAVES (2000) abordou o impacto do negativismo sobre a ‘noticiabilidade’. Segundo muitos entrevistados, os jornais abusam da veiculação de notícias negativas, como forma de garantir um mercado consumidor, pois a audiência se sensibiliza muito com o sensacional. A autora buscou compreender esse fenômeno com ajuda de GIDDENS (1991). Como a sociedade ocidental passou a conviver na modernidade numa nova relação *espaço X tempo*, em que os indivíduos adquirem a “segurança ontológica” através da confiança nos “sistemas abstratos”, qualquer acontecimento que coloque em risco o ‘perfeito funcionamento’ desses “sistemas” atingiria a estabilidade psíquica e emocional das pessoas. Elas se veriam ansiosas e sentiriam sua “segurança ontológica” ameaçada. Assim, o impacto de acontecimentos negativos decorre, na verdade, da quebra da confiança na lógica do modelo funcional e racional do projeto da modernidade ocidental, o que é interpretado como ameaça à própria sobrevivência dos seres humanos.

constituição de novas tradições. A modernização tardia trouxe o fenômeno da individualização, com amplos reflexos na construção da identidade, impondo desafios e a reconstrução radical de políticas públicas emancipatórias. De seu ângulo, BOURDIEU (1998) alerta que os indivíduos enfrentam, hoje, dificuldades para se organizarem e exercerem sua cidadania, de forma a se engajarem na solução dos problemas sociais que lhe são pertinentes. Pela responsabilidade social das universidades, elas devem estar atentas a este cenário.

Os depoimentos dos entrevistados comprovaram a máxima de Habermas, segundo a qual a comunicação midiática tece uma teia de interesses. O advento das novas tecnologias tem possibilitado maior interatividade entre o público e a imprensa, assim como entre o público e as fontes. Tal fato traz novos desafios à agenda de todos os atores.

Como vimos, o jornalismo investigativo exemplifica com maestria a atuação de fontes interessadas. Há alguns anos atrás, os interesses mais evidentes presentes na mídia pertenciam ao universo das fontes, das organizações jornalistas, dos anunciantes e dos próprios repórteres, em que pese o horizonte ético ser o público. Mas este praticamente não tinha acesso às fontes nem à mídia. O advento das novas tecnologias trouxe esse ator à cena, até então visado como um mercado puramente consumidor. A interatividade possibilitada pela *internet* e centrais de atendimento abre espaço para que os interesses dos usuários recebam tratamento diferenciado pela mídia. O debate, tão esperado e apoiado por uma série de intelectuais, traz novas possibilidades para a democratização da informação e maior responsabilidade da mídia perante a comunidade. Justifica-se, dessa forma, a reivindicação de BOURDIEU (1997), de que a mídia estimule o diálogo e favoreça a conscientização da comunidade.

Pelo lado das fontes, as novas tecnologias da comunicação têm possibilitado o fenômeno da 'desintermediação' da mídia como porta-voz das fontes, que se reportam diretamente a seus públicos. As informações repassadas podem ser mais trabalhadas e aprofundadas. A interação aumenta a responsabilidade das

fontes para com a gestão da informação como bem público. Por isso, acreditamos que exista uma tendência à contratação de profissionais especializados no tratamento da informação. Inspirando-nos em CAPURRO (1990), podemos reivindicar que esses profissionais assumam de forma competente o papel de ecologistas, analistas e gestores informacionais. Vale ressaltar que é o campo para o qual os cientistas de informação muito têm a contribuir.

Diante os fatos, alguns autores defendem que a mídia precise rever seu papel. Alguns acreditam que a tendência gire em torno de uma postura mais analítica, em que pese a decisiva participação das fontes formais, sobretudo a dos especialistas. Mas, recorrendo à missão clássica do jornalismo, poderíamos dizer que os desafios de informar, entreter, educar e interpretar permanecem. Cabe às organizações jornalísticas reverem que desafios elas têm realmente cumprido e como as fontes podem colaborar no cumprimento de sua missão.

Por fim, apoiando-nos em LIMA (2002), defendemos que a discussão sobre 'qualidade' passa pela revisão crítica das fontes, dos jornalistas e do público sobre o papel da informação na sociedade. Nesse sentido, resta-nos perguntar: como os diversos atores se posicionam em relação à informação como bem público? Nossa investigação demonstrou que não existem políticas de gestão e análise de informação nos jornais. É necessário, pois, estimular este debate, com o qual os cientistas da informação muito podem colaborar.

Todas essas considerações lembram o apelo de PINTO (1999), que destaca a importância de se colocar em pauta a discussão sobre novo código de ética para fontes, jornalistas e usuários. Acreditamos que o local para se materializar esse debate esteja na academia. Cabe à universidade como instância preparatória e legitimadora, fomentar a consciência crítica nos alunos dos cursos de graduação, os futuros especialistas, dentre eles, os profissionais de comunicação e os cientistas da informação, cujo compromisso ético com a informação mais do que nunca é imprescindível. Acreditamos que as pesquisas acadêmicas sobre qualificação profissional sejam cada vez mais pertinentes.

A postura crítica das fontes, dos profissionais e gestores das empresas de mídia deve-se estender aos usuários, a serem educados pelos provedores de informação. Nesse sentido, é válida a atuação de um profissional que acompanhe o comportamento e a interação desses públicos, com vistas a propor estratégias de ação em conjunto. Como recorte, pesquisamos as ‘fontes formais’ e os jornalistas, que atuam em sistemas de informações. Advogamos, porém, que a dimensão do usuário (público) não pode ser esquecida e merece, sem dúvida, ser priorizada como campo de estudo pelos cientistas da informação. Ao usuário, caberá, pois, o papel de eterno aprendiz, estando alerta para analisar a informação que recebe, observando seu conteúdo, sua origem, o sistema de produção e circulação, tendo ciência dos agentes, interesses e lógicas envolvidos nesse processo. Tudo isso requer que o usuário seja educado para os processos necessários, auxiliado por alguns agentes facilitadores: a mídia, as escolas, as fontes e, como lembra CANCLINI, o próprio estado. Mas, até que a academia, o estado e as fontes consigam atender às nossas sugestões, como podemos contribuir para que esta postura crítica seja alcançada? Inspirando-nos nesta investigação que desenvolvemos, podemos propor um modelo para avaliação de fontes pela imprensa, por estudantes de jornalismo ou por profissionais do processo informacional.

A concepção de ‘qualidade de informação’ que apresentamos leva-nos, ainda, a compreender que nosso estudo apresentou limitações. Dentre elas, assumimos que o foco escolhido procurou refletir sobre a participação da ‘fonte formal’ para a qualidade positiva, e talvez elitista, da informação. Tal postura foi influenciada pela nossa defesa de que o comportamento do cientista deva contribuir para a melhoria da qualidade de vida da comunidade a que serve.

Assim, como em qualquer pesquisa, identificamos várias lacunas que mereceriam outras investigações acadêmicas, ampliando nosso olhar sobre o fenômeno da qualidade da informação. Mesmo porque, ao lidarmos com a ‘ciência da informação’ e da ‘comunicação’, pelo caráter interdisciplinar de ambas,

mergulhamos sempre em férteis campos de estudo. Podemos propor alguns temas para pesquisa na ciência da informação.

Como primeira questão, sugeriríamos uma investigação sobre como a comunidade avalia as fontes de informação e em que meios a procura. Como defendemos, a inserção crítica sobre a questão da 'qualidade da informação' contempla a participação de todos os atores envolvidos em seu processo. Poderia ser desenvolvido outro modelo de avaliação de fontes, a partir do olhar cidadão comum, com suas necessidades e interesses expressos, contrapondo-se ao que apresentamos. Tal fato colaboraria para enriquecer o debate sobre o assunto.

Sugerimos o segundo tema: investigar como a prática docente universitária colabora na formação crítica e consciente dos estudantes para que estes lidem com a informação como um bem público, ao ingressarem no mercado de trabalho, seja como produtores, fontes ou disseminadores da informação. Vimos que a responsabilidade da universidade é grande, pois assume o papel de autoridade legitimadora do conhecimento dos especialistas que se convertem em 'fontes formais', auxiliando muitas vezes na interpretação dos acontecimentos mediáticos.

Como terceira questão, sugerimos investigações que se proponham a estudar a qualificação e as condições de trabalho do profissional que atua como responsável pela gestão e disseminação da informação das 'fontes formais', sendo a abordagem aberta, tanto para a ciência da informação como para a comunicação. No nosso caso, identificamos que muitos enfrentam problemas de auto estima e construção de identidade, o que requer atenção especial da academia. São várias as perspectivas possíveis, dentre elas, o mapeamento das funções e análise das diversas entidades que representam os profissionais de informação.

Trazemos o quarto tema para aprofundamento teórico. Vimos, como muitos defendem, e a prática comprova, que caminhamos para uma nova relação de responsabilidades entre 'fontes e comunidade' e entre sistemas jornalísticos e comunidade', o que, impõe um código de ética para as fontes, jornalistas e usuários.

Nesse sentido, vale à pena pesquisar como as políticas públicas incentivam (ou não) o diálogo entre o público, 'fontes formais' e empresas de comunicação.

Para os que apreciam investigações teóricas, sugerimos o quinto estudo: o aprofundamento analítico da relação dos paradigmas das ciências sociais e conceito de 'qualidade da informação'.

Na perspectiva estruturalista, insistimos na sexta proposta: um trabalho de pesquisa sobre uso estratégico das manchetes, sua interferência no conteúdo da informação, seu impacto sobre a opinião pública e, conseqüentemente, sua interveniência sobre o comportamento dos cidadãos. Nesse sentido, essa proposta poderia ser indicada aos estudiosos de ciências sociais e comunicação, relacionando os reflexos das informações da mídia sobre a tradição e na recriação de novos valores culturais.

Vimos que, muitas vezes, o cientista da informação pode colaborar no avanço qualitativo do processo informacional. Ele pode analisar as sugestões colhidas junto ao público, tentando, pela conciliação de interesses, contribuir para otimizar os sistemas de produção e disseminação de informação. Porém, apesar de necessário, constatamos que ele está quase sempre ausente. Por isso, sugerimos à academia a sétima proposta de pesquisa, que vise identificar as formas de inserção do cientista de informação no mercado de trabalho.

Tanto a academia, como os jornais e as 'fontes formais' têm como missão buscar a aproximação com os usuários da informação. O envolvimento de todos pode promover debates que estimulem a postura crítica entre os usuários em face do processo informacional, que vai auxiliá-los no exercício do direito de cidadania, intervindo ativamente na solução dos problemas sociais que lhe sejam pertinentes. Dessa forma, trazemos nossa última sugestão para pesquisa, na ciência da informação: como estabelecer estratégias e diretrizes que favoreçam a formação de postura crítica do público? Enfim, terminamos no exato ponto em que começamos. Encontramo-nos frente à encruzilhada de novos caminhos, que ratifica nosso posicionamento: o trabalho do pesquisador tem apenas início.

7. ANEXOS

ANEXO I - ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA A FONTE

Bloco 1- Mapear a escolaridade, graduação e cargo

Nome:	Cargo:	Sexo:	Tempo de profissão
Empresa:	Empregados:		Ramo:
Graduação:	Escola:	Ano conclusão:	Especialização?

Como costuma se atualizar e aprimorar o conhecimento?

Bloco 2- Investigar comportamento de busca de informação dos representantes.

Quais são suas necessidades de informação?

Como busca as informações solicitadas pela imprensa?

Quando procura as fontes internas?

Checa as informações?

Bloco 3 Investigar os objetivos de produção de informação das fontes

Que objetivos atendem quando produz informação para a imprensa?

**Identificar estratégias de disseminação de informação fornecida à imprensa;
Com qual periodicidade procura? Quais as estratégias de disseminação de informação à imprensa?**

Com qual periodicidade são procurados pela imprensa?

Quais as estratégias utilizadas para atrair a imprensa?

Bloco 4 - Investigar os fatores que interferem na busca e produção de informações;

Quais os fatores que interferem na produção de informações para a imprensa?

Bloco 5 Identificar estratégias de seleção de informação à imprensa;

Como seleciona as informações que vão para a imprensa?

Bloco 6 - Identificar a percepção das fontes sobre os atributos de qualidade a elas conferidos pela imprensa;

Que atributos de qualidade lhe são exigidos da imprensa?

Bloco 7 - Verificar percepção das fontes sobre indicadores de avaliação que jornalistas usam para abordá-las;

Que indicadores a imprensa utiliza para elegê-la como fonte?

Bloco 8- Identificar, na percepção da fonte, em que ela contribui para a qualidade da informação jornalística

Em que atributo de qualidade de informação interfere?

ANEXO II
QUESTIONÁRIO PARA A FONTE

Bloco 1- Mapear a escolaridade, graduação e cargo das “fontes formais”

Nome:	Cargo:	Sexo:	Tempo de profissão
Empresa:	Empregados:		Ramo:
Graduação:	Escola:	Ano conclusão:	Especialização?

Como costuma se atualizar e aprimorar o conhecimento?

- a1) Cursos externos em comunicação
- b1) Treinamentos internos sobre assuntos pertinentes à empresa
- c1) Cursos de pós-graduação
- d1) Leitura especializada e1) Outras

Bloco 2- Investigar comportamento de busca de informação dos representantes.

Quais são suas necessidades de informação?

- a2) Informações que sejam de interesse do público
- b2) Que sejam relevantes para a comunidade
- c2) Informações buscadas pela imprensa
- d2) informações pertinentes à realidade a organização que trabalha
- e2) informações relativas a sua profissão
- f2) Outras

Como busca as informações solicitadas pela imprensa?

- a3) Dentro da organização, em contatos verbais com a CEO ou a quem a cúpula delegar
- b3) Em arquivos escritos da empresa
- c3) Mantém arquivo atualizado de informações que possam interessar à imprensa
- d3) internet
- e3) Outras

Quando procura as fontes internas?

- a4) Ao ser solicitado pela imprensa
- b4) Ao ser solicitado pelo CEO, com interesse de divulgar algo à imprensa.
- c4) Outros

Checa as informações?

- a5) Sim, internamente
- b5) Não vê necessidade
- c5) Outros

Bloco 3 Investigar os objetivos de produção de informação das fontes

Que objetivos atende quando produz informação para a imprensa?

- a6) Aos da organização
- b6) Aos da imprensa
- c6) Aos da comunidade d6) Outros

Identificar estratégias de disseminação de informação à imprensa;

Com qual periodicidade procuram a imprensa?

- A7) Diariamente
- B7) Semanalmente
- C7) Quinzenalmente
- D7) Mensalmente
- E7) Outros

Com qual periodicidade são procurados pela imprensa?

- A8) Diariamente
- B8) Semanalmente
- C8) Quinzenalmente
- D8) Mensalmente
- E8) Outros

Quais as estratégias utilizadas para atrair a imprensa?

- A9) Enviando 'releases'
- B9) Promovendo coletivas
- C9) Promovendo eventos para serem cobertos pela mídia: Periodicidade
- D9) Convidando para almoços
- E9) Enviando mensagem no correio eletrônico
- F9) Oferece possibilidade de a imprensa checar as informações?
- G9) Como vê a relação com a imprensa?
- H9) Que recursos são destinados à publicidade?
- I9) Outras

Bloco 4 - Investigar os fatores que interferem na busca e produção de informações;

Quais os fatores que interferem na produção de informações para a imprensa?

- a10) Um fato ocorrido na organização
- b10) Tempo
- c10) Concorrência entre empresas
- d10) Fontes de informação
- e10) Contexto sócio econômico e cultural, estrutura de poder externa
- f10) A comunidade
- g10) Estrutura de poder interna, gestão e interesses da organização
- h10) Infra estrutura/ Tecnologia
- i10) Subjetividade da fonte, preparo e experiência
- j10) Interesses pessoais
- k10) Interesses do governo l10) outros

Bloco 5 - Identificar política e estratégias de seleção de informação à imprensa;

Como seleciona as informações que vão para a imprensa?

- A11) Aquelas que são previamente demandadas pela imprensa
- B11) Produz informações que querem fazer chegar à imprensa
- C11) Produz regularmente informações que interessam à comunidade
- D11) Não existem políticas definidas
- E11) Dá preferência a fontes pessoais internas
- F11) Dá preferência a arquivos internos
- G11) Outros

Em que se baseia para escolher as fontes?

- a12) Na autoridade interna da fonte
- b12) No conhecimento da fontes
- c12) As que testemunham os acontecimentos
- d12) Julgamento pessoal e12) Outras

Como vê a relação com a imprensa?

- a13) Tranqüila b13) Conflituosa c 13) Outras

Bloco 6 - Investigar os atributos de qualidade que a imprensa exige das fontes;

Que atributos de qualidade lhe são exigidos da imprensa?

- a14) Confiabilidade
- b14) Tipo de atividade/Conhecimento perito.
- c14) Idoneidade.
- d14) Imparcialidade/ isenção.
- e14) Credibilidade
- f14) Interesse público
- g14) Legitimidade
- h14) Acessibilidade
- i14) Tempestividade de resposta
- j14) Amigabilidade.
- k14) Abrangência de atuação
- l14) Proximidade geográfica
- m14) Linguagem.
- n14) Contéudo e profundidade das informações?
- o14) Layout
- p14) Relevância das informações para a comunidade q14) Outros

Identificar aspectos intrínsecos que a levam a ser considerada como fonte

O que a leva a (o) ser considerada(o) como fonte ?

- a15) Posição formal no contexto social, político e econômico/ fama/status e prestígio
- b15) Conhecimento perito legitimado
- c15) Representatividade
- d15) Hierarquia na organização
- e15) Pela facilidade de acesso f15) Outros

Por que é mais procurada que outra fonte?

- a16) Por ser uma empresa pública
- b16) Por ser grande anunciante
- c16) Porque temos estratégia de acesso à imprensa
- d16) Pelo reconhecimento e legitimidade social e16) Outras

Quem mais procura essa fonte?

- a17) Concorrência
- b17) Estudantes
- c17) População em geral
- d17) Especialistas
- e17) Instituições em geral f17) Outras

Bloco 7- Identificar indicadores de avaliação das fontes utilizados na prática;

Na sua opinião, em que o jornalista se baseia para avaliar as informações das fontes?

- a18) Julgamento próprio
- b18) Opinião dos colegas
- c18) Opinião dos editores
- d18) Histórico das fontes
- e18) Cruzando com outras fontes
- f18) Critérios já estabelecidos e comumente usados na redação:
- g18) outras:

Por que **critérios percebe serem avaliados pela imprensa?**

- a19) Confiabilidade Histórico/Imagem/ Reputação
- b19) Tipo de atividade/Conhecimento perito.
Preocupação com o contínuo aprimoramento e atualização da fonte? ___ Sim ___ Não
- c19) Idoneidade. Processo transparente de gestão (balanço) ___ Sim ___ Não
- d19) Imparcialidade/ isenção.
A imprensa percebe mecanismos de manipulação? ___ Sim ___ Não
Coletivas forçadas ___ Sim ___ Não
Eventos programados para chamar atenção da mídia ___ Sim ___ Não
Pressão por ser anunciante do órgão de imprensa. ___ Sim ___ Não
- e19) Credibilidade. As informações são corretas e ratificadas por outras fontes? ___ Sim ___ Não
- f19) Interesse público . As informações são de interesse? ___ Sim ___ Não
- g19) Legitimidade . Tem autoridade institucional? ___ Sim ___ Não
- h19) Acessibilidade
Considera-se acessível? ___ Sim ___ Não Se não, por que continua sendo uma boa fonte?
É mais procurada ou procura a imprensa? ___ Mais procurada ___ Procura mais
Isso interfere na credibilidade? ___ Sim ___ Não
A fonte coloca seu acervo à disposição para consulta? ___ Sim ___ Não
- i19) Tempestividade de resposta .Qual o tempo e constância de retorno?
___ Imediato
___ Retorna quase sempre a tempo de atender as necessidades
___ Retorna quando quer
___ Nunca retorna
- j19) Amigabilidade. **Considera-se é amigável?**
 Sim
 Sim, mas requer pré requisitos para melhor assimilar a informação
 Não, o que favorece a fonte
 Não, o que desfavorece a fonte
 Outras
- k19) Abrangência de atuação
As informações fornecidas são pertinentes? ___ Sim ___ Não
Abrangentes? ___ Sim ___ Não
Agregam valor? ___ Sim ___ Não
A fonte atende a um tipo de informação específica ou a várias? ___ Específicas ___ Várias
- l19) Proximidade geográfica. O escopo é ___ local ___ estadual ___ nacional ___ internacional
- m19) Linguagem correta e clara
- n19) Conteúdo e profundidade das informações?
A informação é datada? ___ Sim ___ Não
Elas são precisas? ___ Sim ___ Não
São relevantes? ___ Sim ___ Não

Exemplifique o que considera relevante?

Qual a vida útil?

Elas são superficiais ou profundas?

Ajudam o leitor a refletir sobre o assunto?

___ Curta ___ Longa

___ Profundas ___ Superficiais

___ Sim ___ Não

o19) Layout. Como ela apresenta as informações prestadas? ___Textos ___Informatizada ___Outros

Bloco 8- Identificar em que atributo de qualidade de informação a fonte mais interfere

Em sua percepção, para qual atributo de qualidade de informação contribui ou interfere?

Nível transcendente		
Aspectos filosóficos e universais		
Ética	Seguir as normas de boa conduta e profissionalismo	20a
Contribuir para o desenvolvimento social.	Contribuir positivamente para o exercício da cidadania, educação, lazer e entretenimento	20b
Ecletismo	Falar de tudo	20c
Nível intrínseco		
Atributos focados pelo sistema jornalístico		
Confiabilidade	Nível de credibilidade de conteúdo, da fonte e do meio.	20d
Precisão	Exatidão, correção, relato fiel ao fato representado	20e
Validade	Checagem, forma de apuração dos dados, legitimidade	20f
Imparcialidade	Mostrar os fatos sob diversos ângulos	20g
Parcialidade	Apresentar o fato com posicionamento político definido	20h
Atualidade	Relato no ritmo de produção da informação	20i
Conteúdo rico	Análises, relacionamentos com o contexto	20j
Completeza	Inclusão de detalhes	20k
Pertinência	Dizer respeito ao público a que se dirige	20l
Novidade	Recente, inédito, um furo jornalístico	20m
Repercussão	Repercutir geograficamente ou nas diversas esferas sociais	20n
Transcendência temporal	Vida útil maior	20o
Impacto	Capacidade de sensibilizar a audiência	
Nível contingencial		
Atributos mais ligados aos usuários		
<i>Usuário/ valor percebido</i>		
Linguagem	Coloquial, formal, correta, elegância de estilo	20p
Formato	Eletrônico, impresso, oral, visual e microforma. Pode ser agradável, uso de fotos, cores, diagramação etc.	20q
Relevância	Ser útil ou fazer sentido para a comunidade	20r
Interesse	Despertar interesse no público	20s
<i>Eficácia</i>		
Objetividade	Relato sem inferências subjetivas, ser sintético ou analítico.	20t
Abrangência	Repercutir sobre um grande espaço geográfico	20u
Redundância	Repetição de informações para facilitar compreensão	20v

ANEXO III
ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA IMPRENSA

Bloco I- IDENTIFICAÇÃO e FORMAÇÃO:

Nome:	Sexo:	Empresa:	Cargo:
Graduação:	Escola:	Ano conclusão:	Editoria

Bloco 2 - Investigar comportamento de busca e necessidades de informação;

Quais são suas necessidades de informação?

Como busca as informações?

Como checam as informações?

Quando procura a fonte?

Bloco 3 - Investigar os objetivos de produção de informação no jornalismo;

Quais os objetivos procura alcançar quando produz uma notícia?

Bloco 4. Investigar os fatores que interferem na busca e produção de informação;

Que fatores influenciam a busca e produção da informação?

Bloco 5 - Identificar políticas de seleção de fontes de informação;

Qual a política de seleção para escolha de fontes?

Em que se baseia para escolher as fontes?

Identificar e estabelecer as categorias de fontes utilizadas;

Quais as fontes mais utilizadas e por que?

Existem profissionais que pesquisam todas as fontes existentes?

Sugere uma classificação de fontes por categoria?

Compreender as formas de acesso às fontes;

Como vê a relação com a fonte?

Com qual periodicidade procuram as fontes?

Quais as estratégias utilizadas para acessar a fonte?

Como a fonte interage com a imprensa?

Bloco 6 - Identificar os atributos de qualidade

Que atributos deve reunir uma fonte?

Identificar aspectos intrínsecos que levam as fontes a serem consideradas

O que leva uma fonte a ser considerada como tal ?

Alguma fonte é mais utilizadas que outra?

Quem mais procura essa fonte?

Bloco 7- Identificar indicadores de avaliação das fontes utilizados na prática;

Em que se baseia para avaliar as informações das fontes?

Como checam os atributos conferidos às fontes?

Bloco 8 - Identificar em que atributo de qualidade a fonte mais interfere;

Em que a fonte contribui para a qualidade da informação

ANEXO IV
QUESTIONÁRIO PARA IMPRENSA

Bloco I- IDENTIFICAÇÃO e FORMAÇÃO:

Nome:	Sexo:	Empresa:	Cargo:
Graduação:	Escola:	Ano conclusão:	Editoria

Bloco 2 - Investigar comportamento de busca e necessidades de informação;
Quais são suas necessidades de informação?

- a1) Informações que sejam de interesse do público
- b1) Informações requisitadas pela editoria
- c1) Informações para complementar/chechar *releases*
- d1) Informações técnicas
- e1) Outras

Como busca as informações?

- a2) *Releases* enviados pelas fontes
- b2) Testemunhas dos acontecimentos
- c2) Sugestões de leitores
- d2) Centro de pesquisa
- e2) Internet
- f2) Outras

3. Como checam as informações?

- a3) Cruzando várias fontes
- b3) Consultando especialistas
- c3) Consultando pessoas envolvidas
- d3) Em centros de pesquisa
- e3) Relacionando e analisando fatos
- f2) Outras

Quando procura a fonte?

- a4) Ao receber a pauta e ver o que tem a escrever/release
- b4) Quando é procurado pela fonte/ coletivas
- c4) Quando preciso de opinião de especialista em uma matéria
- d4) Em assuntos de interesse comunitário
- e4) Periodicamente, em busca de novidade
- f4) Outras

Bloco 3 - Investigar os objetivos de produção de informação no jornalismo;
Quais os objetivos procura alcançar quando produz uma notícia?

- a5) Atender interesse do público
- b5) Atender necessidades do público
- c5) Atender interesses do jornal
- d5) Atender interesses pessoais
- e5) Atender interesses definidos pela pauta e editor
- f5) Atender interesses de grupos de poder (anunciantes, políticos, empresas etc)
- g5) Outras

**Bloco 4. Investigar os fatores que interferem na busca e produção de informação;
*Que fatores influenciam a busca e produção da informação?***

- a6) O acontecimento
- b6) Tempo
- c6) Concorrência entre jornais
- d6) Fontes de informação
- e6) Contexto sócio econômico e cultural, estrutura de poder externa
- f6) A comunidade
- g6) Estrutura de poder interna, gestão e interesses do jornal
- h6) Infra-estrutura/ Tecnologia
- i6) Subjetividade do repórter, preparo e experiência
- j6) Espaço/ *layout* pré-definido
- k6) Outros

Bloco 5 - Identificar políticas de seleção de fontes de informação;

Qual a política de seleção para escolha de fontes?

- a5) As que são definidas pela linha editorial do jornal
- b5) Priorizar fontes oficiais, de grande representatividade e credibilidade pública
- c5) Priorizar grandes anunciantes como fontes
- e5) As mais acessíveis
- f5) Não existem políticas definidas
- g5) Outras

Em que se baseia para escolher as fontes?

- a6) Na autoridade institucional
- b6) No conhecimento das fontes
- c6) As que testemunham os acontecimentos
- e6) Julgamento pessoal
- f6) As sugeridas pela pauta/ editor
- g6) No prestígio/*status* ou fama da fonte
- h6) Outras

Como vê a relação com a fonte?

- a7) Tranqüila
- b7) Conflituosa
- c 7) Outras

Com qual periodicidade procuram as fontes?

- a8) Diariamente
- b8) Semanalmente
- c8) Quinzenalmente
- d8) Mensalmente
- e8) Quando procurado pela fonte
- f8) Outras

**Compreender as formas de acesso às fontes;
Quais as estratégias utilizadas para acessar a fonte?**

- a9) Contato telefônico
- b9) Correio eletrônico
- c9) Entrevista pessoal agendada
- d9) Entrevista pessoal, sem agendamento
- e9) Em coletivas organizadas pelas fontes
- f9) Outras

Como a fonte interage com a imprensa?

- a10) Enviando 'releases'
- b10) Promovendo coletivas
- c10) Promovendo eventos para serem cobertos pela *midia*
- d10) Convidando para almoços
- e10) Enviando mensagem no correio eletrônico
- f10) Outras

**Identificar e estabelecer as categorias de fontes utilizadas;
Quais as fontes mais utilizadas e por que?**

- a11) Fontes oficiais
- b11) Instituições privadas
- c11) ONGS
- d11) Especialistas
- e11) Agências de notícia
- f11) Literatura
- g11) A concorrência
- h11) Testemunhas dos acontecimentos:

Existem profissionais que pesquisam todas as fontes existentes?

- a12) Sim, de forma sistemática
- b12) Não
- c12) Usamos as mais comuns e de mais fácil acesso
- d12) não, mas seria bom se tivesse
- e12) Outras

Sugere uma classificação de fontes por categoria?

- a13) Oficiais
- b13) Públicas
- c13) Anunciantes/Pagas
- d13) Pessoais
- f13) Outras

Bloco 6 - Identificar os atributos de qualidade

Que atributos deve reunir uma fonte?

- a14) Confiabilidade
- b14) Tipo de atividade/Conhecimento perito legítimo.
- c14) Idoneidade/ Imparcialidade/ clareza de posicionamento
- d14) Credibilidade
- e14) Interesse público
- g14) Legitimidade
- h14) Acessibilidade (Ter mail, atender prontamente ao telefone)
- i14) Tempestividade de resposta
- j14) Amigabilidade (**que agilize ou facilite o acesso**)
- k14) Abrangência de atuação
- l14) Proximidade geográfica.
- m14) Linguagem (**que agilize ou facilite o acesso**)
- n14) Contéudo e profundidade das informações?
- o14) Layout (que agilize ou facilite o acesso)
- p14) Relevância das informações para a comunidade
- q14) Outros

Identificar aspectos intrínsecos que levam as fontes a serem consideradas

O que leva uma fonte a ser considerada como tal ?

- a15) Posição formal no contexto social, político e econômico/ fama/status e prestígio
- b15) Conhecimento perito legitimado
- c15) Testemunha de acontecimentos
- d15) Outros

Alguma fonte é mais utilizadas que outra?

- a16) Sim, as empresas públicas
- b16) Sim, os anunciantes
- c16) Sim, as que têm estratégia de acesso à imprensa
- d16) Sim, as mais próximas, de acesso mais prático e barato
- e16) Sim, as agências de notícia.
- f16) Outras

Quem mais procura essa fonte?

- a17) Concorrência. A mídia em geral
- b17) Estudantes
- c17) População em geral
- d17) Especialistas
- e17) Instituições em geral
- f17) Outras

Bloco 7- Identificar indicadores de avaliação das fontes utilizados na prática;

Em que se baseia para avaliar as informações das fontes?

- a18) Julgamento próprio
- b18) Opinião dos colegas
- c18) Opinião dos editores
- d18) Histórico das fontes
- e18) Cruzando com outras fontes
- f18) Critérios já estabelecidos e comumente usados na redação: g18) outras:

Como checam os atributos conferidos às fontes?

a19) Confiabilidade Histórico/Imagem/ Reputação

b19) Tipo de atividade/Conhecimento perito.

Sente preocupação da fonte com o contínuo aprimoramento de atualização? ___ Sim ___ Não

A fonte tem conhecimento legítimo para se expressar? ___ Sim ___ Não

c19) Idoneidade.

Processo transparente de gestão (balanço) ___ Sim ___ Não

d19) Imparcialidade/ isenção. Percebem mecanismos de manipulação? ___ Sim ___ Não

Coletivas forçadas

Eventos programados para chamar atenção da mídia

Pressão por ser anunciante do órgão de imprensa

e19) Credibilidade. As informações são corretas e ratificadas por outras fontes? ___ Sim ___ Não

f19) Interesse público . As informações das fontes são de interesse? ___ Sim ___ Não

g19) Legitimidade . As fontes têm autoridade institucional? ___ Sim ___ Não

h19) Acessibilidade

As fontes são acessíveis e disponíveis ao público e à imprensa? ___ Sim ___ Não

Se não, por que continua sendo uma boa fonte?

A fonte é mais procurada ou procura a imprensa? ___ Mais procurada ___ Procura mais
Isso interfere na credibilidade? ___ Sim ___ Não

A fonte coloca seu acervo à disposição para consulta? ___ Sim ___ Não

i19) Tempestividade de resposta .Qual o tempo e constância de retorno?

___ Imediato

___ Retorna quase sempre a tempo de atender as necessidades

___ Retorna quando quer

___ Nunca retorna

j19) Amigabilidade. **A fonte é amigável?**

Sim

Sim, mas requer que se instrua anteriormente para procurá-la

Sim, mas exige equipamentos ou dispêndio de dinheiro

Não

Outras

k19) Abrangência de atuação

As informações são pertinentes? ___ Sim ___ Não

Abrangentes? ___ Sim ___ Não

Agregam valor? ___ Sim ___ Não

A fonte atende a um tipo de informação específica ou a várias? ___ Específica ___ Várias

l19) Proximidade geográfica. O escopo é ___ local ___ estadual ___ nacional ___ internacional

m19) Linguagem.

Gosta da linguagem da fonte?

É correta e segue os padrões gramaticais

Qual o grau de redundância?

n19) Contéudo e profundidade das informações?

A informação é datada?

___ Sim ___ Não

O conteúdo é adequado às necessidades do público? ___ Sim ___ Não

Elas são precisas?

___ Sim ___ Não

São relevantes? Exemplifique

___ Sim ___ Não

O que considera relevante?

Qual a vida útil?

___ Curta ___ Longa

Elas são superficiais ou profundas?

___ Profundas ___ Superficiais

Ajudam o leitor a refletir sobre o assunto?

___ Sim ___ Não

o19) Layout. *Como ela apresenta as informações prestadas?* ___ Textos ___ Informatizada ___ Outros

Bloco 8 - Identificar em que atributo de qualidade a fonte mais interfere;

Em que a fonte contribui para a qualidade da informação

Nível transcendente		
Aspectos filosóficos e universais		
Ética	Seguir as normas de boa conduta e profissionalismo	20a
Contribuir para o desenvolvimento social.	Contribuir positivamente para o exercício da cidadania, educação, lazer e entretenimento	20b
Ecletismo	Falar de tudo	20c
Nível intrínseco		
Atributos focados pelo sistema jornalístico		
Confiabilidade	Nível de credibilidade de conteúdo , da fonte e do meio.	20d
Precisão	Exatidão, correção, relato fiel ao fato representado	20e
Validade	Checagem, forma de apuração dos dados, legitimidade	20f
Imparcialidade	Mostrar os fatos sob diversos ângulos	20g
Parcialidade	Apresentar o fato com posicionamento político definido	20h
Atualidade	Relato no ritmo de produção da informação	20i
Conteúdo rico	Análises, relacionamentos com o contexto	20j
Completeza	Inclusão de detalhes	20k
Pertinência	Dizer respeito ao público a que se dirige	20l
Novidade	Recente, inédito, um furo jornalístico	20m
Repercussão	Repercutir geograficamente ou nas diversas esferas sociais	20n
Transcendência temporal	Vida útil maior	20o
Impacto	Capacidade de sensibilizar a audiência	
Nível contingencial		
Atributos mais ligados aos usuários		
<i>Usuário/ valor percebido</i>		
Linguagem	Coloquial, formal, correta, elegância de estilo	20p
Formato	Eletrônico, impresso, oral, visual e microforma. Pode ser agradável, uso de fotos, cores, diagramação etc.	20q
Relevância	Ser útil ou fazer sentido para a comunidade	20r
Interesse	Despertar interesse no público	20s
<i>Eficácia</i>		
Objetividade	Relato sem inferências subjetivas, ser sintético ou analítico.	20t
Abrangência	Repercutir sobre um grande espaço geográfico	20u
Redundância	Repetição de informações para facilitar compreensão	20v

Outros:

ANEXO V

Ilmo(a) Sr(a)

Prezado(a) Senhor(a),

Apresento-me como estudante de doutorado em Ciência da informação da Universidade Federal de Minas Gerais. Graduada em Comunicação Social, com especializações em *marketing*, planejamento estratégico, comunicação empresarial e mestrado em Ciência da Informação, em que trabalhei o tema “Qualidade da informação jornalística”, junto a leitores e jornalistas dos jornais impressos de Belo Horizonte, cuja cópia lhe foi encaminhada via *mail*.

Prosseguindo os estudos, elegi no doutorado o tema a “*Participação das fontes formais na construção e qualificação da notícia*”, cujo projeto foi aprovado em dezembro, habilitando-me a conduzir pesquisa em campo, a ser desenvolvida em cinco órgãos de imprensa e fontes formais da Capital mineira.

Desta forma, solicito uma entrevista com a pessoa responsável pelo relacionamento com a imprensa.

Agradeço desde já a valorosa contribuição de V.S, colocando-me inteiramente à disposição para eventuais esclarecimentos no endereço e telefones abaixo indicados. Tão logo a tese seja defendida, essa Instituição receberá cópia.

Atenciosamente,

CONSUELO CHAVES JONCEW
Consuelochaves@terra.com.br
30821042 – 97068789

ANEXO VI

Ilmo(a) Sr(a) Secretário de Redação /Editor

Prezado(a) Senhor(a),

Apresento-me como estudante de doutorado em Ciência da informação da Universidade Federal de Minas Gerais. Graduada em Comunicação Social, com especializações em *marketing*, planejamento estratégico, comunicação empresarial, cursei o mestrado em Ciência da Informação, trabalhando o tema “Qualidade da informação jornalística”, junto a leitores e jornalistas dos jornais impressos de Belo Horizonte, cuja cópia lhe foi encaminhada via *mail*.

Para o doutorado, escolhi estudar o tema a *“Participação das fontes formais na construção e qualificação da notícia”*, cujo projeto foi aprovado em dezembro último, habilitando-me a conduzir pesquisa em campo, a ser desenvolvida em alguns órgãos de imprensa e fontes formais da Capital.

Desta forma, venho solicitar a essa conceituada Empresa permissão para acompanhar por uma semana o trabalho do jornalismo, das 7 às 8h30min e a partir das 17h30min, em agenda a combinar. Acompanharei a sistemática de elaboração da pauta e elegerei para entrevistar um dirigente (um editor) e um repórter (pauteiro).

Esta foi a solução mais simples e imediata encontrada para a coleta de dados. Outra forma viável para aplicar o questionário seria a cessão de 30min em reunião geral promovida pela chefia de redação.

Agradeço desde já a valorosa contribuição de V.S, colocando-me inteiramente à disposição para eventuais esclarecimentos no endereço e telefones abaixo indicados. Tão logo a tese seja defendida, esse jornal receberá cópia.

CONSUELO CHAVES JONCEW
Consuelochaves@terra.com.br 30821042 – 97068789

- ABBAGNANO, Nicola. *Dicionário de filosofia*. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- ADGHIRNI, Zélia Leal. Routines produtivas do jornalismo em Brasília. In: MOUILLAUD, Maurice et al. *O jornal da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- ADORNO, Theodor W & HORKHEIMER M. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- ALBUQUERQUE, Afonso de. Manipulação editorial e produção da notícia: dois paradigmas da análise da cobertura jornalística da política. In RUBIM, Antônio Canelas e outros. *Produção e recepção dos sentidos mediáticos*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- ALFONZO, Alejandro. Comunicación para mejorar la calidad de vida en la ciudad . Discurso pronunciado na abertura do seminário internacional “Cidade, Meio ambiente e cultura, Rio de Janeiro. *Comunicação e Sociedade*, v.19, 1994, p.154-159.
- ALLEN, Bryce L. *Information tasks: toward a user centered approach to information systems*. San Diego: Academic Press, 1996.
- ALLEN, Maryellen. A case study of the usability testing of the University os South Florida's virtual library interface design. *Online Information Review*, v. 26, n.1, p. 40-53, 2002.
- ALMEIDA, Mauro. *Dicionário de comunicação*. Belo Horizonte, Graphilivros, 1983.
- ARANHA, Maria Lucia de Arruda e MARTINS, Maria Helena Pires. *Filosofando*. Moderna, 2004.
- ARAUJO, Vânia Maria Rodrigues. *Sistemas de recuperação da informação*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1994.
- AZEVEDO, Fernando. *A transmissão da cultura*. São Paulo: Melhoramentos, 1976.
- BAGDIKIAN, B.H. *The media monopoly*. Boston: Beacon press, 1997
- BAKHTIN, Mikhäil. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1986.
- BALZAC, Honoré. *Ilusões perdidas*. São Paulo: Círculo do Livro, 1985.

BALZAC, Honoré. *Os jornalistas*. Rio de Janeiro: Ediouro, 1999.

BARBERO, Martin, Jesus. Indústrias culturais: modernidade e identidade. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (org). *Indústrias culturais e os desafios da integração latino-americana*. São Paulo: INTERCOM, 1993, 163p, p.21-36.

BARBOSA, Maria Ligia de Oliveira. A Sociologia das profissões em torno da legitimidade de um objeto. In *BIB*. Rio de Janeiro, n.36. 2 semestre 1993, p 3-30.

BARBOSA, Ricardo. R. Acesso de informação de profissionais brasileiros: um estudo exploratório. *Perspectiva Científica de Informação*, v.2, p.5-35, 1997.

BARRETO, Aldo de Albuquerque. A eficiência técnica e econômica e a viabilidade de produtos e serviços de informação. *Ciência da Informação*, v.25, n.3, p.405-414, set/dez 1996.

BARRETO, Aldo de Albuquerque. A questão da informação. *São Paulo em Perspectiva*, São Paulo: p.3-8, 08/04/1994.

BARROS, Antônio Teixeira. Ciência e tecnologia como boa notícia. *Revista de Biblioteconomia*. Brasília, v.21, n.1, p.79-101, jan./jul. 1997

BARTHES, Roland. *A aula*. São Paulo: Cultrix, 1978.

BAUDRILLARD, Jean. *A ilusão do fim ou a greve dos acontecimentos*. Lisboa: Terramar, 1992.

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacres et simulations*. Paris: Galilée, 1981.

BELKIN, N.K. Information concepts for information science. *Journal of Documentation of the American Society for Information Science*, v.34, n.1, p. 55-85, March/1978.

BELKIN, N.K., ROBERTSON, S.E. Information science and the phenomenon of information. *Journal of the American Society for Information Science*, v. 27, n.4, p. 197-204, 1976.

BENDIX, Reinhard. *Nation-building and citizenship; studies of our changing social order*. New York: London, Sydney, John Wiley & Sons Inc, 1964.

BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. Trad. Rouanet, Sérgio P. São Paulo: Brasiliense, v.1, 1985.

BENJAMIN, Walter. *O narrador*. São Paulo: Abril Cultural, 1975 Coleção Os Pensadores. P. 56-74.

BENKIN, Saul Faingaus. *Conversando sobre endomarketing*. São Paulo: Makron Books, 1995.

BERGER, Christa. Do jornalismo: toda notícia que couber, o leitor apreciar e o anunciante aprovar a gente publica. In: MOUILLAUD, Maurice et al. *O jornal da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.

BERGER, Peter e LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade*. Rio de Janeiro: Vozes, 1985.

BIRD, Elizabeth, e DARDENNE, Robert. Mito, registro e estórias: explorando as qualidades narrativas das notícias. In: TRAQUINA, Nelson e outros. *Jornalismo, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993.

BOBBIO, Nicola M. Opinião pública. In BOBBIO, Nicola M , PASQUINIO G. *Dicionário de política*. Brasília: UNB, 1988.

BOBBIO, Norberto. *A era dos direitos*. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

BOGDAN, R. e BIRLEN, S.J. *Investigação qualitativa em educação*. Porto: Porto Editora, 1994.

BOHMERWALD, Paula. *A usabilidade e o comportamento de busca em bibliotecas digitais: um estudo de caso sobre a Biblioteca Digital da Puc-Minas*. Belo Horizonte: UFMG, 2002.

BORKO, H. Information science: what is it? *American Documentation*, v.19, n.1, p.3-5, jan/ 1968.

BOSI, Alfredo. *Dialética da colonização*. São Paulo: Cia das Letras, 1992, p.11-63.

BOSI, Eclea. *Entre a opinião e o estereótipo*. Novos Estudos, n.32 CESOP/UNICAMP, p.111-129, março 1992.

BOURDIEU, Pierre e outros. *La construcción del objeto: el ofício de sociólogo*. 11ed. México: Siglo XXI, 1989.

BOURDIEU, Pierre. A opinião pública não existe. In *Les Temps Modernes*, n 318, JAN 1973, p.1292-1304, Trad. De Ruth Joffily DIAS.

BOURDIEU, Pierre. *Contra fogos*. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BOURDIEU, Pierre. O mercado de bens simbólicos. In *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1987. P.99-181.

BOURDIEU, Pierre. *O Poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BOURDIEU, Pierre. *Sociologia*. Org Renato Ortiz. São Paulo: Ática: 2001.

BREED, Warren. Controle social na redação. In: TRAQUINA, Nelson e outros.

Jornalismo, teorias e estórias. Lisboa: Veja, 1993.

BROWN, Mary E. A general model of information seeking behavior. *54th Annual Meeting of the ASIS*. October 27-31, 1981.

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

BUCKLAND, K. Michael. Information as a thing. *Journal of the American Society for Information Science*. V.42, n.5, p.351-360, 1991.

BUENO, Wilson C. *Comunicação Empresarial: teoria e pesquisa*. São Paulo, Manole, 2003.

BUENO, Wilson C. *Comunicação Empresarial no Brasil: uma leitura crítica*. São Paulo. All Print Editora, 2005.

BUITONI, Dulcilia H. S. *Jornalismo: o tecido e o acontecido*. Revista da USP, n.6, p. 175-182, 1990.

BULIK, Linda. *Doutrinas da Informação no mundo de hoje*. Londrina: Concitec-PR, 2003.

CABRAL, Ana Maria. *A vez e a voz das classes operárias em Minas*. São Paulo: USP, 1995.

CALIXTA, Mauro. *Planejamento estratégico*. São Paulo: HABRA, 1991.

CAMBI, Franco. *História da pedagogia*. São Paulo: UNESP, 1999.

CAMPELLO, Bernadete Santos, CENDÓN, Beatriz Valadares e KREMER Jeanette Marguerite. *Fontes de informação para pesquisadores e profissionais*. Belo Horizonte: UFMG, 2000.

CAMPELLO, Bernadete S., CAMPOS, Carlita M. *Fontes de informação especializada: características e utilização*. 2. ed. Belo Horizonte, UFMG, 1993. 160 p.

CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas híbridas*. São Paulo: Ed.USP, 1997.

CAPURRO, R. What is information science for? A philosophical reflectiion. In: VAKKARI, P., CRONIN, B. *Conceptions of libray and information science*. London: Taylor Graham, 1992, p.82-96.

CARVALHO, José Murilo. *Os bestializados: o Rio de Janeiro e a república que não foi*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

CARVALHO, José Murilo. *Pontos e bordados*. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

CARVALHO, Natália Guiné de M. *Agências de notícias na internet como serviços de informação para negócios*. UFMG, 2001.

CASANOVA, M.B. Information: the major element for change. In WORMEL, Irene. *Information quality: definitions and dimensions*. London: Taylor Graham, 1990, p.42-53.

CASTRO, Maria Ceres P.S. e outros. *Folhas do tempo: imprensa e cotidiano em Belo Horizonte 1895-1926*. Belo Horizonte. UFMG, Associação Mineira de Imprensa; Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, 1997.

CASTRO, Reginaldo. *Globalização e direitos humanos*. Folha de São Paulo. São Paulo: Caderno 1, 10/12/98.

CATANI, Denice e BASTOS, Maria H. C. *Imprensa periódica e história da educação*. São Paulo: Escrituras, 1998, p. 77-109.

CERTEAU, Michel. *A escrita da história*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.

CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1994.

CERVELLINI, Silvia, FIGUEIREDO, Rubens. *Contribuições para o conceito de opinião pública*. Opinião Pública. V.3, n. 3, sd.

CERVELLINI, Silvia, FIGUEIREDO, Rubens. *O que é a opinião pública*. São Paulo: Brasiliense, 1996.

CHAGAS, Carlos. *O Brasil sem retoque*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

CHALMERS, A . F. *O que é ciência afinal?* São Paulo: Brasiliense, 1993.

CHANLAT, Jean François. *O indivíduo nas organizações*. São Paulo: Atlas, 1993.

CHAPARRO, Manuel C. *Pragmática do jornalismo*. São Paulo: Summus Editorial, 1994.

CHARTIER, Roger. A história cultural , entre práticas e representações, in *Memória e Sociedade*. Bertrand Brasil, 1990, p.13-67..

CHAUÍ, Marilena. A cultura. *O mundo da prática*. Sl:se, sd. P.288-296.

CHAUÍ, Marilena. *Convite à filosofia*. São Paulo: Ática, 1995.

CHAVES, Consuelo. Cidadania: questão de prioridade, in *Jornal Plenário*: Belo Horizonte:, dez/1999.

CHAVES, Consuelo (2000). *A qualidade da informação jornalística*. Belo Horizonte, 273p. Dissertação (mestrado), Escola de Ciência da Informação, UFMG.

- CHISHOLM, Roderick. *O que é teoria do conhecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 1969.
- CHIZOTTI, Antônio. *Pesquisa em ciências humanas e sociais*. São Paulo: Cortês, 1995.
- CHOO, Chein W. *Information management for the intelligent organization*. ASIS, Medford: 1995.
- CHOO, Chun Wei. *Web Work: Information seeking and knowledge work on the World Wide Web*. *Kluwer Academic Publishers*. Dordrecht, The Netherlands, 2000, cap.1, p.1-25.
- COBRA, Marcos. *Planejamento estratégico de marketing*. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1991.
- CÓDIGO BRASILEIRO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS. Retirado na Internet
- COELHO NETTO , José T. *Informação, semiótica informação e comunicação*. In: *Perspectiva*. São Paulo: 1984.
- COELHO NETTO, José T. *O que é indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1996.
- CONTI, Mário Sérgio Conti. *Notícias do planalto*. São Paulo: Cia das Letras, 1999.
- CORACINI, Maria José. *Um fazer persuasivo*. São Paulo: Pontes, 1991.
- CORREIA, João Carlos. *Jornalismo e espaço público*. Extraído da Internet. Site: www.suigeneris.pro.br/jornalismo.html, 24/08/2003.
- COSTA, Antônio Felipe Correa da. *Ciência da informação: o passado e a atualidade*. In *Ciência da Informação*. Brasília, 19(2) 137-143, jul./dez, 1990.
- CRIVELARI, Maria Helena. *Relação Educativa e Formação Profissional na Ciência da Informação*. ENANCIB, 2003.
- CUNHA, Murilo Bastos. *Para saber mais: fontes de informação em ciência e tecnologia*. Brasília: Brique de Livros, 2001.
- DAMAZIO, Antônio R. *O erro de Descartes*. São Paulo, Cia das Letras, 2001.
- DANTAS, Marcos. *A lógica do capital informação*. Brasília: Contraponto, 1998
- DARNTON, Robert. *O beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução*. São Paulo: Cia das Letras, 1990. *Jornalismo: toda a notícia que couber a gente publica*, p.70-97.
- DE DUVE, Christian. *Poeira vital*. Rio de Janeiro: Campus
- DEMO, Pedro. *Ciências sociais e qualidade*. São Paulo: ALMED,1985.

DEMO, Pedro. *Educação pelo avesso*. São Paulo: Cortez, 2000.

DERVIN, Brenda, NILAN, Michael. Information needs and uses. *Annual review of information science and technology*, v.21, p.3-33, 1986.

DERVIN, Brenda. Information design: something new, something old. Dervin.1@osu.edu. Seattle, 1996.

DERVIN, Brenda. Information, democracy: na examination of underlying assumptions. *Journal of American Society for Information Science*, v.46, n.5, p-369-385, 1994.

DIGGINS, John Patrick Diggins. *Max Weber: a política e o espírito da tragédia*. Rio de Janeiro: Record, 1999.

DIMENSTEIN, Gilberto, KOTSCHO, Ricardo. *A aventura da reportagem*. São Paulo: Summus, 1990.

DIZARD, Jr. Wilson. *A nova mídia: a evolução da comunicação de massa na era da informação*. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.P.19-54, A evolução da comunicação de massa.

DOMIGUES, Ivan. A abordagem estrutural do texto filosófico. In MARI, Hugo e outros. *Estruturalismo: memória e repercussões*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1999.

DOMINGUES, Ivan. *Epistemologia das Ciências Humanas*. Loyola: São Paulo, 2004.

DOMINGUES, Ivan. *O grau zero do conhecimento*. Loyola: São Paulo, 1999.

DOWING, John D.H. *Mídia radical*. São Paulo: Editora Senac, 2001.

DRAIBE, Sônia. *As políticas sociais brasileiras: diagnósticos e perspectivas, para a década de 90: prioridades e perspectivas de políticas públicas*. IPEA/IPLAN, v.4, 1990.

DURKHEIM, Emile. *A evolução pedagógica*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1995.

ECO, Umberto. *Como fazer uma tese*. São Paulo: Perspectiva, 2005.

ECO, Umberto. *Interpretação e superinterpretação*. São Paulo: Martins Fontes, 1993

ECO, Umberto. *Seis passeios pelos bosques de ficção*. São Paulo: Cia das Letras, 1994.

ECO, Umberto. *Sobre os espelhos e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

EISENSTEIN, Elisabeth L. *A revolução da cultura impressa*. São Paulo: Ática, 1998.

- ELLIS, David. A behavioural model for information retrieval system design. *Journal of the Information Science*, v.15, p. 237-247, 1989.
- ENGELS, Friedrich. *A origem da família, da propriedade privada e do estado*. In *Karl Marx Friedrich Engels, obras escolhidas*. São Paulo: Alfa Omega, 1977
- EPSTEIN, Isaac. *Teoria da Informação*, 1988.
- EYSENCK, Michael e KEANE, Mark. Keane. *Psicologia cognitiva*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1994.
- FAUSTO NETO, Antônio. Estruturalismo e comunicação. In MARI, Hugo e outros. *Estruturalismo: memória e repercussões*. . Rio de Janeiro: Diadorim, 1999.
- FAUSTO NETO, Antônio. *Mídia e Cultura*. COMPOS, 1997
- FAUSTO NETO, Antônio. *Mortes em derrapagens*. COMPOS, 1997
- FEILITZEN, Cecilia Von e CARLSSON, Ulla. *A criança e a mídia*. São Paulo: Cortez, 2002.
- FERREIRA, Hudson Rúbio. *Informação e percepção do risco das radiações ionizantes*. Belo Horizonte: UFMG:2003, tese de doutorado.
- FISHMAN, Mark. *Manufacturing news*. EUA, University of Texas, 1990.
- FONSECA, Francisco C.P. *Imprensa e opinião pública*. Opinião Pública. Campinas: CESOP/UNICAMP, v.4, n.2, pp. 85/96, sd.
- FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. <http://www.foucault.hpg.ig.com.br/ordem.html>, 2002.
- FOUCAULT, Michel. *Em defesa da sociedade*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1979.
- FRANÇA, Vera R. *Jornalismo e vida social: a história amena de um jornal mineiro*. Belo Horizonte: UFMG, 1998.
- FREIRE, Paulo. *Conscientização*. São Paulo: Moraes, 1980.
- FREITAG, Bárbara e ROUANET, Sérgio Paulo. *Habermas*. São Paulo, Ática, 1990.
- FROTA, Maurício, FROTA, Maria Helena. *Acesso à informação, estratégia para a competitividade*. Brasília: CNPQQ/IBICT, FBB, 1994.
- FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS E FUNDAÇÃO DE ASSISTÊNCIA AO ESTUDANTE. *Dicionário de ciências sociais*. Rio de Janeiro. FGV, 1987.

- GAARDER, Jostein . *O mundo de Sofia*. São Paulo: Cia das Letras, 1995.
- GAARDER, Jostein e outros. *O livro das religiões*. São Paulo, Cia das Letras, 2000.
- GALTUNG, Johan, RUDGE, Mari H. A estrutura do noticiário estrangeiro. In: TRAQUINA, Nelson et al. *Jornalismo, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993.
- GANS, Herbert J. *A study of CBS Evening News and Newsweek and Time*. New York: Vintage Books, 1980.
- GANS, Herbert J. *Popular cultures and high culture*. New York: Basci Books, Inc., Publishers, 1974. A comparative analysis of high and popular culture, p.65-103.
- GANS, Herbert J. Special to press think: Interview With Herbert Gans, America's Senior Sociologist of New. Extraída da *Internet* em 2005.
- GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide*. Porto Alegre: Ortiz, 1989.
- GIDDENS, Anthony. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: Universidade Estadual Paulista, 1991.
- GIDDENS, Anthony e outros. *Modernização reflexiva*, 1997
- GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. São Paulo, Zahar, 2002.
- GIL, Antônio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 1991.
- GINMAN, M. Quality information and information for quality. In WORMEL, Irene. *Information quality: definitions and dimensions*. London: Taylor Graham, 1990. P.18-33.
- GOLDENBERG, Miriam. *A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais*. Rio de Janeiro: Record, 1997.
- GOMES, Mayra Rodrigues. *Ética e jornalismo*. São Paulo: Escrituras, 2002.
- GONÇALVES, Elias Machado e outros. *O ciberespaço como fonte para os jornalistas*. Santa Cruz de la Sierra, Universidade de Santa Cruz, 2002. Trabalho apresentado pelo GT de Jornalismo da Associação latino-americana de pesquisadores em Comunicação. <http://www.facom.ufba/jol/doc/ciberespa%/E7ºdoc>, 2003.
- GRADIM, Anabela. *A Recolha de informação*. In Biblioteca on line de ciência da comunicação: Mai 2000, publicado na internet, <http://www.bocc.ubi.pt> em 2004.
- GRAMSCI, Antônio. *Os intelectuais e a organização da cultura*. São Paulo, Círculo do Livro, 1985.

GRANJA, E.C. (1998) Diretrizes para a elaboração de dissertações e teses. São Paulo, Instituto de Psicologia /Serviço de Biblioteca e Documentação. 44p.

GRIZOTTI, Giovani. *Relacionamento entre repórteres e fontes no jornalismo investigativo*. Porto Alegre, 2000, extraído da internet em 2004. <http://www.tognolli.com>

GUREVITCH, Michel, BLUMLER, Jay G. A construção da notícia: o mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson e outros. *Jornalismo, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993.

HABERMAS, Jurgen. *Conhecimento e interesse*. Rio de Janeiro: Zahar, 1982. 367p.

HABERMAS, Jurgen. *O discurso filosófico da modernidade*. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1998.

HACKETT, Robert A. Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objetividade nos estudos dos media noticiosos. In: TRAQUINA, Nelson e outros. *Jornalismo, teorias e estórias*. Lisboa: Veja, 1993.

HARMAN, Jennifer . *Reuters: a survey of end-user searching*. *Aslib Proceedings*, 38 (1), January 1986, p.35-42. Printed in Great Britain.

HARTER, Stephen. Variations in relevance assessments and the measurement of retrieval effectiveness. *Journal of the American Society for Information Science*, v.47, n.1 p.37-49, 1996.

HAVELOCK, Erick. Equação oralidade X cultura escrita. In OLSON, David R., TORRANCE Nancy. *Escrita e oralidade*. São Paulo: Ática, 1995.

HAYWARD, Tim, BROADY, Judith E. Macroeconomic change: information and knowledge. *Journal of the American Society for Information Science*, v.20, n.6, p.377-388,1994.

HELLER, Agnes. *O cotidiano e a história*. São Paulo: Paz e Terra, 1992.

HELLERN, Victor e outros. *O Livro das religiões*. São Paulo, Cia das Letras, 2000.

HERSH, William, PENTECOST, Jeffrey. A task oriented approach to information retrieval evaluation. *Journal of the American Society for Information Science*, v.47, n.1, p.50-56, 1996.

HERRERO, Francisco Javier. *Religião e história em Kant*. São Paulo:Loyola, 1991.

HESSEN, Johannes Hessen. *Teoria do conhecimento*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

HOBSBAWM, Eric. *Era dos extremos*. São Paulo: Cia da Letras, 1995.

HOLLANDA, Aurélio B.F. *Novo dicionário da língua portuguesa*. 15 ed, Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1995.

HORTON JR, F.W. Information resources: concepts and cases. *Association for Systems Management*, v.15, p.53-74, 1979.

HUMBERG, Mário Ernesto. A ética e os profissionais de comunicação. In: BARATA, Alessandro. *Ética na comunicação*. Sl: Mauada, 1995.

ILLICH, Ivan. Um apelo à pesquisa em cultura escrita. . In OLSON, David R., TORRANCE Nancy. *Escrita e oralidade*. São Paulo: Ática, 1995.

INGWERSEN, Peter. Conceptions of information science. In VAKKARI, P. CRONIN, B. *Conceptions of library and information science*. Los Angeles: Taylor Graham, 1992, p.299-312.

JANINE, Renato R. e outros. *Caderno Especial dos 50 anos dos Direitos Humanos. Folha São Paulo*. São Paulo: 03 de dezembro, 1998.

JANNUZZI, Paulo de Martins. *Biblioteconomistas e outros profissionais da Informação no mercado de trabalho brasileiro: 1980-1996*. ENANCIB, 2003

KANDO, Noriko. *Information concepts reexamined*. <http://www.rd.nacsis.ac.jp/~kando/inf.html>, kando@rd.nacsis.ac.jp, 1997.

KATZ, Elihu. Os acontecimentos mediáticos: o sentido de ocasião. In: TRAQUINA, Nelson e outros. *Jornalismo, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993.

KOVACH, Bill e ROSENSTIEL. *Jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir*. São Paulo,: Geração Editorial, 2003.

KUCINSKI, Bernardo. *A síndrome da antena parabólica*. São Paulo: Perseu Abramo, 1998.

KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e revolucionários*. São Paulo: Edusp, 2003.

KUHLTHAU, C. *Seeking meaning: a process approach to library and information science*. New Jersey:ABLEX, 1994.

KUHN, Thomas Kuhn. *A estrutura das revoluções científicas*. São Paulo: Perspectiva, 1994.

KUMAR, Krishan. *Da sociedade pós-industrial à pós-moderna*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

LAGE, Nilson. *Relacionamento do repórter com as fontes: procedimentos e teoria*. Universidade Federal de Santa Catarina. Extraído da Internet, ago de 2003. Lage@floripa.com.br

- LAMPRECHT, James. *ISO 9002 e o setor de serviços*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1994.
- LARA, Maurício. *As sete portas da comunicação pública*. Belo Horizonte: Gutenberg, 2003.
- LARAIA, Roque de Barros de Lima. *Cultura: um conceito antropológico*. Rio de Janeiro: Zahar, 1990.
- LATOUR, Bruno. *Jamais somos modernos*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.
- LAVILLE, Christian, DIONNE Jean. *A construção do saber*. Belo Horizonte: UFMG, 1998.
- LE COADIC , Yves François. *A ciência da informação*. Brasília: Briquet de Lemos Livros, 1996. 119p.
- LEDWITH, Robert. On the difficulties of applying the results of information retrieval research to aid in the searching of large scientific databases. In *Information Processing & Management*, v.28, n.4, p. 451-4515, 1992.
- LEVI, Pierre. *As tecnologias da inteligência*. Lisboa: Ed. 34, 1993.
- LEVI, Pierre. *O que é o virtual*. Lisboa: Ed. 34, 1992.
- LÉVY-LEBLOND, Jean Marc. Une science sociale: la physique, em *L'esprit de sel; Science, culture, politique*. Paris: Seuil, 2984.p.17-18.
- LIEVROUW, Leah A. Information resources and democracy: understanding the paradox. *Journal of the American for Information Science*, v.45, n.6, p.350-357, 1994.
- LIMA, Venício A de. *Mídia. Teoria e política*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.
- LINNENMAN, Robert, STANTON, John L. Jr. *Marketing de nichos.-* São Paulo: Makron Books, 1993.
- LITTELJOHN, Stephen W. *Fundamentos teóricos da comunicação humana*. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.
- LOSEE, Robert .A discipline independent definition of information. association for systems management. Cleveland, DH. *Journal of The American Society for Information Science*, v.48, n.3, p.254-269, 1997.
- LUCAS, Ricardo Jorge de Lucena. *Ombudsman. Uma avaliação da crítica*. Fortaleza: UFC. Texto extraído da Internet em 02/07/2003.

- LUSTOSA, Isabel. *O nascimento da imprensa brasileira*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- LYOTARD, Jean-François. *A condição pós-moderna*. Rio de Janeiro: José Olímpio Editora, 1998.
- MACHIAVELLI, Nicòllo. *O príncipe*. São Paulo: Círculo do Livro, 1977.
- MAFFESOLI, M. *A conquista do presente*. Rio de Janeiro: Rocco, 1984.
- MAFFESOLI, Michel. *A contemplação do mundo*. Porto Alegre: Artes e Ofícios 1995.
- MARCHAND, Donald. Managing information quality. In WORMELL, Irene. *Information quality: definitions and dimensions*. London: Taylor Graham, 1990, p.7-17.
- MARCHIONINI, Gary. Usability testing for large institucional web sites. CHI 97 Conference on Human Factors in Computing Systems, Atlanta, 1997. Available from Internet :<http://www.acm.org/sigchi/webhci/chi97testing/marchion.htm> 20/06/2001.
- MARCHIORI, P.Z. *Profissionais de informação: alguns conceitos de Pierre Bourdieu aplicáveis à possível existência/ dinâmica de um campo de atividades de informação*. Humanas, Curitiba: UFPR, n.3, p.135-139, 1994.
- MARCHIORI, Patrícia Zeni. *Bibliotecários, jornalistas e o informáticos: a ocupação de posições relativas no campo de atividades de informação*. Transinformação, Campinas, v. 8, n.1, p. 89-111, jan./abr. 1996.
- MARCONDES, Danilo. *Filosofia, linguagem e comunicação*. São Paulo: Cortez, 2001.
- MARCONDES, Danilo. *Iniciação à história da filosofia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1997.
- MARI, Hugo e outros. *Estruturalismo: memória e repercussões*. Belo Horizonte: UFMG, 1995
- MARSHALL, T.H. 1967. *Cidadania, classe social e status*. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.
- MARTELETO, Regina Maria. Cultura da modernidade: discursos e práticas informacionais. *Revista da Escola de Biblioteconomia*, UFMG, v.23, p.115-137, jul/dez, 1994.
- MARTINS, Franklin. *Jornalismo político*. São Paulo: Contexto, 2005.
- MARX, Karl. *Coleção os pensadores*. São Paulo: Abril Cultural, 1978.
- MARX, Karl. *Introdução à crítica da economia política*. In *O capital*, volume I. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980

MARX, Karl. *Liberdade de imprensa*. Porto Alegre: L& PM, 1999.

MARTINS, Heloísa Helena T. de Sousa. *Qualitative research methodology*. In *Educação e Pesquisa*. São Paulo, USP v.30, n.2, p 287-298, mai-ago 2004.

MATOS, Olgária C.F. *A escola de Frankfurt: luzes e sombras do iluminismo*. São Paulo: Moderna, 1993.

MATTELARD, Armand, MATELLARD, Michéle. *Comunicação mundo*. Petrópolis: Vozes, 1994.

MATTELARD, Armand, MATELLARD, Michéle. *Histórias das teorias da comunicação*. São Paulo: Loyola, 1999.

MATTELARD, Armand. *História da sociedade da informação*. São Paulo: Loyola, 2002.

MATURANA, Humberto Maturana. *A ontologia da realidade*. Belo Horizonte: UFMG, 1999.

MCGEE, James V. *Gerenciamento estratégico da informação*. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

MCKENNA, Regis . *Marketing de relacionamento*. 3.ed. Rio de Janeiro: Makron Books, 1993.

MCLUHAN, Marshall. O meio é a mensagem . In: COHN, Gabriel. *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Nacional, 1978.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. São Paulo: s.e.: 1972.

MEADOW, Charles. *Text information retrieval systems*. San Diego: Academic Express,1992.

MEDEIROS, Rildecil. Tratamento do texto jornalístico escrito à luz da análise documentária: o caso do resumo. *Informação & Sociedade: Est.*, João Pessoa, v.9, n.2. p.346-353. Jul/dez, 1999.

MEDINA, Cremilda. *Jornalismo e literatura: fronteiras e interseções*. Cad.Jorn.Edit, São Paulo: v.11, n.25, p.1-106, jun/1990.

MENOU, J. Michel. Cultura, informação e educação de profissionais de informação nos países em desenvolvimento. In *Ciência da Informação*, Brasília, v. 25, n.3, p. 296-304, set/de, 1996.

- MENOU, J.M The impact of information. II. Concepts of information and its value. *Information Processing and Management*, v.31, n.4, p.479-490, 1995.
- MILOTCH, Harvey, LESTER Marilyn. As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico do acontecimento de rotina, acidentes e escândalos. In: TRAQUINA, Nelson e outros. *Jornalismo, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993.
- MINAYO, M.C.S. *O desafio do conhecimento*. São Paulo - Rio de Janeiro: Hucitech-Abrasco, 1996.
- MINAYO, M.C.S. *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- MONDIN, Batista. *Introdução à filosofia*. São Paulo: Edições Paulinas, 1980.
- MORAIS, Fernando. *Chatô, o rei do Brasil*. São Paulo: Cia das Letras, 1994.
- MORAIS, Reginaldo Carmello Correa. Informação na cidade: caso de política. *Educação e sociedade*, n.44, p.64-82, abr/1993.
- MORIN, Edgar. *Ciência com consciência*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996.
- MORIN, Edgar. Complexidade e ética da solidariedade. In: CASTRO, Gustavo e outros. *Ensaios de complexidade*. Porto Alegre: Sulina, 1997.
- MORIN, Edgar. *Culturas de massas no século XX. Neurose I*. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, v.1,1997.
- MORIS, Ruth. Toward a user-centered information service. *Journal of the American Society for Information Science*, v.45, n.1, p. 20-30, 1994.
- MOUILLAUD, Maurice e outros. *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- NARASIMHAN, R. Cultura escrita, caracterização e implicações. In OLSON, David R., TORRANCE Nancy. *Escrita e oralidade*. São Paulo: Ática, 1995.
- NEGRI, Antônio. Um produto do sangue da terra. *Folha de São Paulo: Caderno Mais*. São Paulo: fev., 1998.
- NEHMY , Rosa e outros. A ciência da Informação como disciplina científica. In *Perspectiva em Ciência da Informação*, v.1, n.1, p.9-25, jan/jun,1996.
- NEHMY , Rosa, PAIM, Isis. *A desconstrução do conceito 'qualidade da informação'*. *Ciência da Informação*, v.27, n.1, p.36-45, jan/abr,1998.
- NEHMY, Rosa (1996). *Leitura epistemológico-social da 'qualidade da informação'*. Belo Horizonte. Esc. de Biblioteconomia, UFMG. Dissertação (mestrado).

- NEIL, S.D. The information analyst as a quality filter in the scientific communication processo. *Journal of the American Society*. V.15, 1989, p.3-12.
- NEUMANN, Elisabeth Noelle. *The spiral of silence*. Chicago: University of Chicago, 1993.
- NICHOLAS, David. , MARTIN, Helen. *Assessing information needs: a case study of journalists*. *Aslib Proceedings*, v. 49, n 2, February, 1997, p. 43-52.
- NONAKA, Ikujiro, TAKEUCHI, Hirotaka. *Criação de conhecimento na empresa*. Rio de Janeiro: Campus, 1996.
- OLAISEN, J. Information quality factors and the cognitive authority of eletronic information. In WORMEL, Irene. *Information quality: definitions and dimensions*. London: Taylor Graham, 1990. p.84-91.
- OLIVEIRA, Ana Maria R. *Imprensa e globalização*. Belo Horizonte: PUC MINAS/FUMARC, 1998.
- OLIVEIRA, Djalma de Pinho R . *Planejamento estratégico*. 7.ed. São Paulo: Atlas, 1993.
- OLIVEIRA, Fabíola. *Jornalismo científico*. São Paulo: Contexto, 2002.
- OLIVEIRA, Valdir C. *Os moinhos de papel*. São Paulo:USP, 1996.
- OLSON, David R., TORRANCE, Nancy. *Cultura escrita e oralidade*. São Paulo: Ática, 1995.
- ORTIZ, Renato. Globalização, poder e medo. *Folha de São Paulo*. São Paulo: 07 de outubro, 1998.
- PAGÉS, Max et al. *O poder nas organizações*. São Paulo: Atlas, 1987.
- PAIM, Isis, NEHMY, R., GUIMARÃES, C. Problematização do conceito “qualidade” da informação. *Perspectivas em Ciência da Informação*, v.1, n. 1, p.111-119, jan/jul, 1996.
- PAIM, Isis, NEHMY, Rosa. Questões sobre a avaliação da informação: uma abordagem inspirada em Giddens. *Perspectivas em Ciência da Informação*, v.3, n. 2, p.81-95, jul/dez, 1998.
- PHILIPS, E. Bárbara. Novidades sem mudança. In: TRAQUINA, Nelson et al. *Jornalismo, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993.
- PINTO, Eduardo. *Comunicação para a produtividade* , Rio de Janeiro: Quartet, 1994.

PINTO, Manuel. *Fontes jornalísticas* : contributos para o mapeamento do campo. In *Comunicação e Sociedade*, v. 14 (1-2), 1999, p.277-294, Braga: Universidade do Minho, extraído da internet <http://www.ics.uminho.pt/dcc/doc/mpinto/fontes.htm>, 2003.

PINTO, Ricardo Jorge e SOUSA, Jorge Pedro. GT Estudos sobre periodismo: *Um retrato sociográfico e jornalistas do Porto*. Texto extraído da Internet em jul de 2003.

POPPER, K. *A lógica da investigação científica*. São Paulo: Abril Cultural, 1980, p.3-124.

PORTER, Michael. *Vantagem competitiva*. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

PRATES, A . *Temas contemporâneos da sociologia clássica*. Sl: sd.

QUERÉ , Louis. *De um modelo epistemológico da comunicação a um modelo praxeológico*. Texto distribuído em sala de aula, 2002.

QUINTO CONGRESSO MINEIRO DE JORNALISMO. Marina, 2004.

QUINTANEIRO, Tânia et al. *Um toque de clássicos*. Belo Horizonte: UFMG, 1996.

QUIVY, R. *Manual de investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradativa, 1992.

REES, A e SARACEVIC, Tefko. Education for information science and its relation to librarianship. *Key papers in information science*. Washington D.C., 1972.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato. *Comunicação empresarial: comunicação institucional* . 2.ed. São Paulo: Summus, 1986.

REPO, Aatto, J. The value of information: approaches in economics. *Journal of the American Society for Information Science*, v.40, n.2, p.68-85, 1989.

RIBEIRO, Darcy. *O povo brasileiro*. São Paulo: Cia das Letras, 1995.

RICHARDSON, Robert J. WAINWRIGHT, David. Campinas: Editora Papyrus, 2001.

ROBERTSON, S.E, HANCOCK-BEAULIEU, M.M. On the evaluation of IR systems. *Information Processing & Management*, v.28, n.4, p.457-466, 1992.

RODRIGUES, Adriano D . *Comunicação e cultura: a experiência cultural na era da informação*. Lisboa: Editora 34, 1994.

RODRIGUES, Adriano D. Delimitação, natureza e funções do discurso mediático e O acontecimento. In: MOUILLAUD, Maurice e outros. *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Legitimidade e comunicação. *Revista de Comunicação e Linguagem*. Julho, 1992.

- RODRIGUES, Adriano. *Estratégias da comunicação*. Lisboa: Presença, 1997.
- ROMÃO, José Eustáquio. *Pedagogia dialógica*. São Paulo: Cortez, 2002.
- ROSSI, Clóvis. *Vale à pensa ser jornalista?* São Paulo: Moderna, 1986.
- ROSZAC, T. *The cult of information: the folklore of computers and tthe true, art of thinking*. London: Paladin, 1988.
- ROUSSEAU, Jean Jacques. *Emílio ou da educação*. Trad. Sérgio Milleit._3ed. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil,1995.
- ROWLEY, Jennifer. The controlled versus natural indexing languages debate revisited: a perspective on information retrieval practice and research. *Journal of Information Science*, v. 20, n.2, p.108-119, 1994.
- RYDER, Martin. *Instructional design models*. Disponibilizado pela internet, 07 SET de 2005, no site <http://carbon.denver.edu/>
- SABBATINI, Renato M F. *Fontes de informação em CT*. www.igutenberg.org/sugesta3.html Boletim 3, 2003.
- SAMARA, Beatriz S., BARROS José Carlos. *Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia*. São Paulo: Makron Books, 1997.
- SANCHIS, Pierre. *Da quantidade à qualidade*. Texto avulso.
- SANTAELLA, L. *Cultura das mídias*. São Paulo: Razão Social, 1992, p.11-30.
- SANTIAGO, Silvano. *Nas malhas das letras*. São Paulo: Cia das Letras, 1989. O narrador pós-moderno, p.38-52.
- SANTOS SILVA, Augusto, PINTO, JM. *Metodologia das ciências sociais*. Porto: Afrontamento, 1986.
- SANTOS, José Luiz . *O que é cultura*. São Paulo: Brasiliense, 89.
- SANTOS, Milton. *Técnica, espaço e tempo*. São Paulo: Hucitec, 1997.
- SANTOS, Rogério. *A negociação entre jornalistas e fontes*. Coimbra: Minerva, 1997.
- SARACEVIC, Information science: origin, evolution and relations. In VAKKARI, P., CRONIN, B. *Conceptions of library and information science*. London: Taylor Graham, 1992, p.5-27.
- SARACEVIC, T.Wood,J.B. *Consolidation of information*. Paris: Unesco, 1998. Definitions and conceptual framework, p. 9-29.

SARACEVIC, Tefko. Ciência da informação: origem, evolução e relações. Trad. CARDOSO, Ana Maria. *Perspectiva em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v.1,n.1, p.41-62, jan/jun. 1996.

SAVOLAINEN, R. The sense making theory-: reviewing the interests of a user-centered approach to information seeking and use. *Information Processing & Management*, v.29, n.1, p.13-28, 1993.

SCHILLING, Kurt. *História das idéias sociais*. Rio de Janeiro: Zahar,1966.

SCHLESINGER, Philip. Os jornalistas e sua máquina do tempo. In: TRAQUINA, Nelson e outros. *Jornalismo, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993.

SCHUDSON, Michael. The menu of media research. In, BALL, ROKEACH, S.J e CANTOR, M. G.(Eds). *Media, audience and social structure*. Beerly Hills: 1986, Sage : 43-50.

SCHWUCHOW, W. Problems in evaluating the quality of information services. In. WORMELL, Irene. *Information quality: definitions and dimensions*. London: Taylor Graham, 1990, p. 69-72.

SELKES, Flávia. *Quando o lucro na imprensa é a ética*. Jornal do Brasil, p.17 da Editoria Internacional, 26 de dezembro, 1999.

SEMINÁRIOS PRIMEIRA TERÇA. Belo horizonte, 2004 a 2005.

SENNÁ, Adriana Kivanski. *O jornal como fonte para recuperação dos padrões habituais de uma sociedade: os casamentos em Rio Grande*. Biblios, Rio Grande, 12:123-129, 2000.

SERRANO, Estrela. *Jornalismo e elites de poder*. Lisboa, mar 1999, publicado na internet, <http://www.comcult.blogger.com.br/estrela.htm>, 02/07/2003.

SERVA, Leão. *Jornalismo e desinformação*. São Paulo: Senac, 2001.

SHAPIRO, Harry. *Homem, cultura e sociedade*. São Paulo: Fundo de Cultura, 1966.

SHEPARD, Michael Thomas. As lições de Limisoara. In: MOUILLAUD, Maurice et al. *O jornal, da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.

SHERA, J. Epistemologia social, semântica geral e biblioteconomia. *Ciência da informação*, v.6, n.1, p. 9-12, 1977.

SILVA, Alexandre C. Internet. Reunião Anual da SBPC,49. Anais. Belo Horizonte: v. 1-15, julho, 1997.

SILVA, Sara Maria de Andrade. O espaço da informação. *Informação e Sociedade*; João Pessoa, v.11, n.1, p.35-56.

SINGLETON, Royce. *Approaches to social research*. US: Oxford University, 1997.

SIMÕES, Roberto Porto . *Relações públicas, função política*. 2.ed. Porto Alegre: Sagra, 1987.

SMITHSON, Steve. Information retrieval evaluation in practice: a case study approach. *Information Processing & Management*, v. 30, n.2, p.205-221, 1994.

SODRÉ, Nelson Werneck. *A história da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

SOLOSKI, John. O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. In: TRAQUINA, Nelson et al. *Jornalismo, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993.

SOUSA, Jorge Pedro. *A utilização de fontes anônimas no noticiário político dos diários portugueses de referência: um estudo exploratório*. . Coimbra: Universidade Fernando Pessoa, Biblioteca on line de ciência da comunicação:06 JUL 2004.<http://www.bocc.ubi.pt>

SOUSA SANTOS, Boaventura. Ciência. In CARRILHO, Manoel Carrilho. *Dicionário de filosofia contemporânea*. Portugal, 1988, p.23-43.

SOUSA SANTOS, Boaventura. *Introdução a uma ciência pós-moderna*. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

SOUSA SANTOS SANTOS, Boaventura. *Pela mão de Alice*. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

SOUSA SANTOS SANTOS, Boaventura. *Um discurso sobre as ciências*. Coimbra. Lisboa, Afrontamento, 1996.

SOUZA, Eneida Maria. As repercussões do estruturalismo nas ciências humanas. In MARI, Hugo e outros. *Estruturalismo: memória e repercussões*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1999.

SOUSA, Jorge Pedro. *As notícias e seus efeitos*. Coimbra: Minervacoimbra, 2000.

SQUIRRA, Sebastião. O jornalismo do Futuro. *Comunicação e Sociedade*, São Bernardo do Campo, n.28, p.75-99, 1997.

STEVENS, Norman. *The history of information*. USA: Academic Press, 1986.

TALESE, Gay. *O reino e o poder*. Uma história do New York Times. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

TARDE, Gabriel. *A opinião e as massas*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

- TARMAS, Richard. *A epopéia do pensamento ocidental*. Rio de Janeiro: Bertrand, 1999.
- TAVARES, Maria das Graças de P. *Cultura organizacional: uma abordagem antropológica de mudança*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1993.
- TAYLOR, R.S. Information values in decision contexts. *Information Management Review*, v.1.n.1, p.47-55, Summer, 1985.
- TÉTU, Jean-François. Le monde et libération em perspectiva e a informação local. In: MOUILLAUD, Maurice e outros. *O jornal, da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- THOMPSON, John B. *A ideologia e cultura moderna*. Petrópolis: Vozes, 1995.
- THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade*. Petrópolis:, Vozes, 1998.
- TOURAINÉ, Alan. Desvio à esquerda. *Folha de São Paulo*. Caderno Mais, 6 de dezembro de 1998.
- TRAQUINA, Nelson et al. *Jornalismo, teorias e histórias*. Lisboa: Vega, 1993.
- TRAVANCAS, Isabel. *O mundo dos jornalistas*. São Paulo: Summus Editorial, 1993.
- TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. Contando histórias. In: TRAQUINA, Nelson e outros. *Jornalismo, teorias e histórias*. Lisboa: Vega, 1993.
- TUCHMAN, Gaye. *La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1983.
- TWAIN, Mark. O roubo do elefante branco. In COSTA, Flávio Moreira. *Os 100 melhores contos de humor da literatura universal*. Edicouro, 2001, 3 ed.
- UTZERI, Fritz. *Um começo de conversa*. Jornal do Brasil. 09 de janeiro, 2000.
- VAKKARI, Perti. Library and information science: Its content and scope. *Advances in Librarianship*, v. 18, p. 1-55, 1994.
- VALENTIN, Marta Lígia. *Atuação profissional na área de informação*. São Paulo: Polis, 2004.
- VAN ECK, W.F.V. Vrisou. *Quality of information*. SI: 1990.
- VENTURI, Gustavo. Pesquisas pré-eleitorais. *Opinião Pública*. CESOP/UNICAMP, v.3, n.2, p. 85/96, sd.
- VICO, Giambattista. *A ciência nova*. São Paulo, Record, 1999.

VIEIRA, Anna da Soledade. Conhecimento como recurso estratégico empresarial. *Ciência da Informação*, v.22, n.2, 1993, p. 99-101.

VILELLA, Renata Moutinho. *Governo eletrônico: uma avaliação dos portais estaduais brasileiros na Internet*. Belo Horizonte, UFMG, 2002

VIRILLO, Paulo. Espaço crítico. Lisboa: Ed. 34, 1993.

VIZEU, Alfredo. Decidindo o que é notícia. Os bastidores do telejornalismo. Universidade Federal de Pernambuco. In Biblioteca on line de ciência da comunicação:06 JUN 2004.<http://www.bocc.ubi.pt>,

VYGOTISKY, L. S. *A formação social da mente*. São Paulo: Martins Fontes, 1984.168 p.

WAGNER, G. The value and the quality of information: the needs for a theoretical syntesisin. In WORMELL,Irene, *Information quality: definitions and dimensions*. London: Taylor Graham, 1990, p.1-6.

WAINER, Samuel. *Minha razão de viver*. Rio de Janeiro: Record, 1989.

WAINWRIGHT, Hillary. *Uma resposta ao neoliberalismo: argumentos para uma nova esquerda*. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

WEAVER, Paul. As notícias de jornal e as notícias de televisão. In: TRAQUINA, Nelson et al. *Jornalismo, teorias e histórias*. Lisboa: Vega, 1993.

WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Pioneira, 1996.

WEBER, Max. *Economia e sociedade. Fundamentos da sociologia compreensiva* Brasília Vol. 1 e 2. Brasília: UNB; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1999.

WEBER, Max. *Metodologia das ciências sociais*, parte 1. Trad TRAGTENBERG, Maurício. São Paulo: Cortez; Campinas: Unicamp, 2001.

WEBSTER, Duane. Library policies: analysis, formulation and use in academic institutions. Washington: *Association of Research Libraries*, 1972.

WERSIG, G. Information science: the study of postmodern knowledge. *Information Processing and Management*, v.29, n.2, p.229-239, 1993.

WHENN, Francis. *Karl Marx*. Rio de Janeiro: Record, 2001

WILSON, T.D. Information behaviour an interdisciplinary perspective. *Information Processing and Management*, v.33, n.4, p.551-572, 1997.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 1995.

WORMELL, Irene. *Information quality: definitions and dimensions*. London: Taylor Graham, 1990.

WOODWARD, Bob. *O homem secreto*. Rio de Janeiro: Rocco, 2005.

ZALEZNIK , Abraham , DE VRIES, Manfred F.R.K. *O poder a mente empresarial*. São Paulo: Pioneira, 1981

ZILLES, Urbano. *Teoria do conhecimento*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1998.
