

As redes sociais como fontes de informação para os jornalistas¹

Juliana Soares* & Raquel Fernandes**

*Aluna do Mestrado em Ciências da Comunicação – Ramo Profissionalizante Informação e Jornalismo - Universidade do Minho

**Aluna do Mestrado em Ciências da Comunicação – Ramo Profissionalizante Informação e Jornalismo – Universidade do Minho

Resumo

Este estudo incide sobre um dos grandes desafios do jornalismo da atualidade: a crescente introdução das redes sociais nas rotinas de produção jornalística enquanto fontes de informação. Os problemas da desinformação e da não verificação de factos, associados a redes como o Facebook ou o Twitter, põem em causa a credibilidade destes espaços. Neste sentido, é necessário continuar a conversa sobre o papel/categorização das redes dentro das redações, com o intuito de se perceber as implicações da sua presença no panorama jornalístico presente e futuro.

Tendo em conta esta problemática, pretendeu-se com o presente trabalho contribuir para a sua discussão, através da realização de entrevistas como técnica de pesquisa qualitativa. Após a análise dos dados recolhidos verificou-se que todos os jornalistas entrevistados utilizam as redes sociais para a recolha de informação, ainda que alguns considerem que estas plataformas são apenas meios de chegar às fontes. Todavia, alertam para um uso cauteloso das mesmas.

Palavras Chave: Redes Sociais, Fontes de Informação, Jornalismo, Factos, Deontologia Profissional.

Abstract

This study focuses on one of the great challenges of journalism today: the growing introduction of social media in journalistic production routines as sources of information. The problems of misinformation and non-verification of facts, associated with networks such as Facebook or Twitter, undermine the credibility of these spaces. In this sense, it is necessary to continue the conversation about the role/categorization of social media within newsrooms, in order to understand the implications of their presence in the present and future journalistic panorama.

Taking this issue into account, the aim of this work was to contribute to its discussion, by conducting interviews as a qualitative research technique. After analyzing the data collected, it was found that all interviewed journalists use social media to gather information, although some consider that these platforms are only means of reaching sources. However, they warn for a cautious use of these platforms.

Keywords: Social Media, Information Sources, Journalism, Facts, Professional Deontology.

¹ Artigo Científico realizado na unidade curricular de Instituições e Fontes de Informação, integrada no Mestrado em Ciências da Comunicação – Ramo Profissionalizante Informação e Jornalismo.

Introdução

O aparecimento das redes sociais provocou grandes mudanças no setor jornalístico, nomeadamente, na procura e recolha de informação. Cada vez mais, os jornalistas recorrem a estes espaços digitais para construírem os seus textos e peças, uma vez que tudo chega primeiro às redes. Dificilmente, uma notícia sai de uma redação jornalística sem ter sido já publicada, partilhada e comentada várias vezes nestes sites, o que significa que, a probabilidade de os leitores estabelecerem o seu primeiro contacto com determinada informação através das redes sociais, é muito grande. Consequentemente, os jornalistas são pressionados a acompanhar esse ritmo de produção e a encontrar maneiras de atrair os leitores. Esta demanda por informação imediata condiciona a consulta de fontes, visto que a disputa pelas *breaking news* não permite que se perca muito tempo com a verificação dos factos. Neste sentido, as redes sociais surgem como uma alternativa aliciante para encontrar todo o tipo de conteúdo, mesmo que este não seja o mais confiável.

Visto ser este o objeto principal para aprofundamento de ideias, almeja-se ajudar a dar resposta à pergunta: “De que modo é que as redes sociais são utilizadas pelos jornalistas portugueses?”. Para isso, o objetivo é clarificar para que tipo de funções é que os jornalistas recorrem a estas plataformas digitais, as alterações que as redes provocaram no processo noticioso, se o número de fontes consultadas beneficiou com a sua introdução nas redações jornalísticas e a distinção entre fontes e meios para chegar às mesmas.

A escolha do tema foi motivada por um interesse pessoal nas dinâmicas entre o jornalismo e as redes sociais, devido à importância que estas assumem na profissão. Por outro lado, revelou-se de interesse académico, na medida em que é inconcebível pensar em fontes de informação jornalística, nos dias de hoje, sem fazer alusão às redes sociais, pelo que a investigação desta temática apresenta grande relevância dentro dos estudos jornalísticos.

1. Redes sociais e jornalismo

1.1) Redes sociais

As redes sociais surgiram com a onda de inovação despoletada pelo aparecimento da Google em 1998. Estas trouxeram consigo a comunicação em rede através de texto, vídeo, imagem ou *updates* de estado em sites como o Facebook, LinkedIn e Twitter (Alejandro, 2010, p. 3).

De acordo com Perrin (2015, p. 2), estudos feitos pelo Pew Research Center demonstram que o aumento do uso das redes, nos últimos anos, afetou “(...) o trabalho, a política e os padrões de comunicação, assim como a maneira de obter e partilhar informação sobre saúde, vida cívica, consumo de notícias, comunidades, vida adolescente, paternidade, namoro e, até mesmo, o nível de stress das pessoas”.

Apesar da sua vertente direcionada para o entretenimento e a interação banal entre os seus utilizadores, as redes sociais apresentam cada vez mais interesse para o jornalismo, enquanto ferramentas de comunicação propícias à publicação de notícias. De facto, e conforme afirma Alejandro (2010, p. 3), muitas das vezes as redes sociais dão voz a reivindicações ou descontentamentos dos cidadãos, que alcançam proporções enormes na esfera pública, de uma maneira que os veículos tradicionais de comunicação social não conseguem dar, adiantando-se-lhes, também, na cobertura de grandes acontecimentos em tempo real. O autor fundamenta o seu argumento com exemplos do ano de 2009:

Em junho de 2009, o Departamento de Estado dos EUA pediu ao Twitter para adiar a manutenção programada do serviço porque estava a ser utilizado por manifestantes indignados com os resultados das disputadas eleições presidenciais no Irão. Em julho de 2009, um utilizador do Twitter em Jacarta venceu a maioria das principais empresas noticiosas ao twittar sobre os atentados de Bali.

Esta abertura à partilha deliberada de conteúdo fez com que o jornalismo se tornasse fragmentado, omnipresente e enraizado nas experiências mediáticas quotidianas dos utilizadores destas plataformas, com contribuições de profissionais e não profissionais (Hermida, 2012, p. 311). Isto porque as redes sociais capacitam os seus usuários com as ferramentas necessárias para participarem no processo de criação e divulgação. Tal como afirmam Tapscott e Williams (2006 cit. in Hermida, 2012, p. 312), a participação é a característica definidora das interações digitais e, por isso, “quer se esteja a criar, a partilhar ou a socializar, a nova Web é principalmente sobre participação e não sobre receção passiva de informação”.

Consequentemente, se antigamente recaía exclusivamente sobre o repórter a função de encontrar uma história, ainda intocada e por revelar ao mundo das largas audiências, hoje em dia, muitas das histórias chegam-lhe já em terceira mão, através de *posts* no Facebook ou de *tweets*. Com efeito, o repórter terá de ter em consideração novos ângulos para a história que não tenham sido ainda abordados, sempre ciente do percurso que esta já traçou no vasto universo digital antes de começar a ser trabalhada por si. De igual forma, a noção de *breaking news* tem sido radicalmente alterada, uma vez que a grande maioria das dicas e pistas provêm dos tópicos tendência, no momento, nas redes sociais, ou do volume dos padrões de pesquisa nos motores de busca como a Google ou o Bing. Pelo que, o jornalista vê-se obrigado a acelerar o processo jornalístico tradicional para dar resposta à exigência por informação em tempo real. Já não lhe é permitido esperar que uma história esteja completa e demorar-se na publicação da mesma, porque os leitores querem ter acesso imediato à matéria, a partir do momento exato em que esta chega aos meios de comunicação social. Por isso, é necessário revelar pedaços de informação ao público, logo que esta fique disponível. Caso contrário, correm o risco de serem tomados como fontes sem agilidade e capacidade de acompanhar o desenvolvimento rápido dos acontecimentos (Alejandro, 2010, p. 9).

A introdução das redes sociais no trabalho jornalístico ocorreu quando o jornalismo em si passava por uma fase de transição. Na era da Web 1.0, jornalistas e organizações de notícias ajustaram-se às demandas da redação das 24 horas e redefiniram-se para criar conteúdo multiplataforma. Entretanto, a popularidade das redes sociais eclodiu, juntamente com a Web 2.0. Arrastadas pela maré de avanços tecnológicos nos smartphones e tablets, as redes sociais tornaram-se espaços onde as audiências, predominantemente, encontram, publicam e partilham notícias e informação. Segundo Bossio (2017, p. 3),

Web 2.0 significa socialidade; websites e blogs deram lugar a micropublicações, mensagens curtas, partilha geolocal, domínio da imagem e um enfoque no envolvimento individual. As histórias tornaram-se virais através de gostos individuais ou da popularidade de um assunto, tendência ou hashtag. Justamente quando os jornalistas pensavam compreender a reportagem online, as redes sociais mudaram as regras.

Neste paradigma, é inevitável pensar que os conteúdos publicados nas redes sociais têm uma considerável influência na produção de notícias. Para Hahn (2013, p. 7), “não há dúvida, se não está no Facebook e no Twitter, não está a receber a história completa”.

Seguindo esta tendência, muitas pessoas afirmam ter contacto com notícias somente pela via online, sendo que, na maior parte das vezes, não procuram, efetivamente, por notícias, estas vão ao seu encontro. Mais precisamente, os jovens são os principais adeptos desta interação frágil com o mundo profissional da informação, expondo-se a conteúdos que podem não ser verificados e, conseqüentemente, pouco verídicos (Hahn, 2013, p. 8).

Beckett (2008 cit. in Stassen, 2010, p. 121) acredita que “não é apenas mais divertido comunicar através das redes sociais (em comparação com os canais de media tradicionais), mas também a interatividade fornece um senso de comunidade que transcende tudo o que é oferecido pelos grandes media”.

Por tudo isto, Hahn (2013, p. 8) partilha a opinião do jornalista Matthew Eltringham, pioneiro e instrutor das redes sociais na BBC, de que os serviços públicos de transmissão deveriam investir nestes espaços digitais, na medida em que é lá que a audiência está. Visto que os leitores passam três ou quatro vezes mais tempo no Facebook do que no website da BBC, desta maneira seriam facilmente direcionados para o site, depois de um primeiro contacto com o conteúdo da BBC na rede social.

No entanto, as opiniões variam no que diz respeito aos benefícios do uso das plataformas digitais e das redes sociais para fins jornalísticos. Jarvis (cit. in Newman, 2009, p. 4), baseando-se no papel do jornalismo participativo online aquando dos ataques em Mumbai no ano de 2008, argumenta que “as testemunhas estão a tomar conta das notícias”. Para o autor, as notícias podem ser uma força democratizante que promova uma conversa entre aqueles que sabem e aqueles que querem saber, com jornalistas nos seus novos papéis enquanto curadores, ajudantes, organizadores e educadores.

Já Keen (cit. in Newman, 2009, p. 5) apresenta uma visão negativista do uso descontrolado da web e das suas respetivas plataformas, defendendo que: “a revolução da Web 2.0 fez cair a promessa de trazer mais verdade a mais pessoas (...) todas as semanas uma nova revelação põe em causa a fiabilidade e confiança da informação que obtemos da Internet”.

1.2) Desafios e novas práticas do jornalismo na era digital

A sociedade, em geral, e a área do jornalismo têm “passado por processos de transição significativos devido à evolução tecnológica e à globalização” (Silva, 2015, p. 1). Mattos e Silva (2018, p. 3) asseguram que a chamada “era digital”

trouxe à sociedade uma nova forma de ampliar e potencializar a disseminação de conteúdo a este acesso, onde ele escolhe o que deseja consumir e compartilhar. O avanço das tecnologias de informação e comunicação, a internet e as redes sociais modificaram a forma de fazer jornalismo. Podemos observar que hoje as novas plataformas, ao mesmo tempo em que aproximaram o público pela possibilidade de interação, trouxeram também novas formas de trabalho para o jornalista.

Por outro lado, Pinto (2017, p. 4) aponta que, desde o início do século, o jornalismo alterou-se

nos modos de produzir e distribuir informação; nas empresas que outrora eram jornalísticas e que hoje são mediáticas ou mesmo extramediáticas; nas tecnologias e sua massificação; nas atitudes e comportamentos dos públicos face à informação de actualidade; nos recursos económicos despendidos para procurar, verificar e tratar a informação.

O surgimento da Internet veio criar um novo espaço, onde todas as pessoas são chamadas a participar e, deste modo, o setor jornalístico, tal como outras áreas, procura ambientar-se neste campo, demarcando-se dos meios de comunicação tradicionais (Bravo, 2012, p. 65). Mattos e Silva (2018, p. 3) estão de acordo com Bravo (2012), quando mencionam que “os meios tradicionais (impresso, radiofônico e o televisivo) habilitaram diferentes práticas do jornalismo na web”. Ou seja, os profissionais, que despendiam muito tempo com as antigas rotinas de produção de notícias, são agora auxiliados pelo meio digital, que se encontra disponível 24 horas por dia (Silva, 2015, p. 1). Assim, a imprensa, a rádio e a televisão entenderam que “a web oferece um alcance global, rompendo fronteiras de tempo e espaço” (Silva, 2015, p. 1).

Segundo Mateus (2014, p. 2), abordar a atividade jornalística, nos dias que correm, é

falar do papel do online e das redes sociais, do seu imediatismo e interatividade, do seu potencial de personalização, da possibilidade que conferem a um público cada vez mais vasto de consumir a informação que quer quando quer, da sua globalidade e da revolução que estas plataformas geraram, e continuam a gerar, na atividade dos media e dos jornalistas.

Efetivamente, nota-se que a posição do jornalista no ato de informar se alterou e a imposição dos leitores, assim como a sua participação na produção de informação, igualmente. Com o advento da Internet, “nunca tanto como agora se falou da crise no jornalismo, nunca tanto como agora se venderam tão poucos jornais (...) nunca tanto como agora os jornalistas tiveram tantos leitores e o seu trabalho foi tão escrutinado e acompanhado pelo público, ganhando mesmo uma abrangência global” (Mateus, 2014, p. 5). Portanto, o jornalista, na era digital, continua a ter uma função importante e, deste modo, deve pesquisar/investigar, ter contacto com as fontes, recolher e partilhar as notícias (Correia, 2011, p. 23). Na opinião de Correia (2011, p. 2),

o jornalismo actual é indissociável da Internet, uma vez que ela passou a fazer parte das rotinas dos jornalistas de uma forma quase natural. Funcionalidades como a World Wide Web, o correio electrónico, os newsgroups ou as redes sociais são hoje fonte ininterrupta de informações, contribuindo de forma decisiva para a mudança no campo da pesquisa de temas e informações.

Por conseguinte, pode afirmar-se que se passou do analógico ao digital e a maneira como se consome notícias transpôs-se de passiva para ativa, uma vez que, as pessoas, enquanto navegadoras na Internet, conseguem ter acesso à informação e até, muitas vezes, participar na sua realização. As distâncias encurtaram-se e os dados ficaram disponíveis para todos os utilizadores da Internet e redes sociais. Espinho (2015, p. 39) afirma que o surgimento das redes sociais “tornou-se num grande desafio para as mais variadas áreas de conhecimento e o jornalismo não é exceção e é neste ambiente que são estabelecidas infinitas conexões entre os indivíduos que dela fazem parte”.

Atualmente, de acordo com Mateus (2014, p. 14), existem mais de 300 redes sociais ativas e “as transformações que estas plataformas estão a gerar no universo da comunicação são inquestionáveis, seja nos diversos desafios que atualmente colocam ao jornalismo, seja na mudança de ‘formatação’ que exigem ao próprio jornalista”. De forma idêntica, Mattos e Silva (2018, p. 4), declaram que

as novas tecnologias facilitaram a procura pela informação em tempo real. E o jornalismo se adapta as novas regras, que são muitas vezes ditadas pelas práticas dos usuários nas redes. A narrativa jornalística contemporânea funciona melhor na web quando utiliza os recursos que são já conhecidos dos usuários, como links, imagens, vídeo ou som.

Para além dos jornalistas estarem ligados às pessoas através da rádio, da televisão e da imprensa, hoje em dia, estes também conseguem fazê-lo por intermédio do Facebook e do Twitter, duas das redes sociais mais utilizadas por profissionais. A área jornalística, como refere Silva (2015, p. 15), “teve de desenvolver mecanismos de resposta aos novos contextos proporcionados pelo desenvolvimento da web e pela ascensão dos media sociais que fizeram surgir novos públicos ativos, opinativos e participativos”. Na verdade, uma das mudanças introduzidas pela internet no setor jornalístico foi “a possibilidade de coprodução do jornalista com o leitor/ouvinte/telespectador” (Silva, 2015, p. 31).

Quando se reflete sobre os desafios e as novas práticas colocados ao jornalismo na era digital, chega-se à conclusão de Mateus (2014, p. 24), que aponta algumas das competências essenciais que o jornalista teve que adotar neste meio digital, por exemplo:

capacidades sólidas de pesquisa e de articulação com as plataformas online, boas técnicas de entrevista e tratamento da informação em multiplataformas, uma escrita atrativa, flexibilidade, velocidade e muito rigor no tratamento da informação, mas também noções básicas de programação Web, produção digital de áudio e vídeo que permitam adicionar elementos multimédia ao texto jornalístico (...).

As plataformas, como o Facebook e o Twitter, acarretaram mudanças ao jornalismo, mas também “trouxeram novas possibilidades de consumo a um público que hoje não precisa de esperar pela hora do noticiário ou jornal do dia seguinte para estar informado. A Internet e as redes sociais retiraram a hora e o lugar à informação (...)” (Mateus, 2014, p. 85). Por sua vez, os jornais, as rádios e as televisões passaram a estar no digital e “recorrem agora à pesquisa no ciberespaço para simplesmente se inteirarem do que mais foi escrito sobre o assunto a tratar, além de utilizarem rotineiramente a pesquisa online para verificação de factos e deteção de especialistas para as estórias em progressão” (Bastos, 2000, p. 74).

Para terminar, esta primeira parte revela a opinião de vários autores sobre o aparecimento da Internet e, por sua vez, das redes sociais no mundo. As transformações digitais vieram influenciar a rotina dos jornalistas, a forma como os mesmos investigam e produzem as notícias. Neste sentido, na secção seguinte procurou-se dar ênfase às redes sociais e perceber o que pensam determinados autores acerca da utilização destes espaços digitais como fontes de informação jornalística.

2. As redes sociais como fontes de informação para os jornalistas

As redes sociais, cuja generalização teve início por volta do ano de 2003, foram rapidamente adotadas por milhões de pessoas e, hoje em dia, são poucos os indivíduos que não as utilizam. O jornalismo também não ficou indiferente, servindo-se destas plataformas para uma multiplicidade de tarefas (Velooso, 2015, p. 121). Nisto, o Facebook e o Twitter são das redes sociais mais utilizadas pelos profissionais e têm sido “um sucesso no seio da comunidade cibernética e, cada vez mais, funcionam como difusores de informação” (Silva, 2015, p. 38).

À medida que os anos passam, o jornalista, segundo Mateus (2014, p. 14),

foi treinado para encarar a informação como um bem escasso, cabendo-lhe o papel de procurar essa informação e oferecê-la ao seu leitor. O cenário é hoje distinto. A proliferação das redes sociais gerou alterações de fundo no relacionamento dos jornalistas com as suas fontes, mas também na distribuição da informação, na velocidade a que é feita essa distribuição e no alcance que tem, conduzindo a um cenário de excesso de informação onde o jornalista já não é o único ator na missão de informar, e onde o público desenvolveu novos padrões e hábitos de consumo.

É evidente que estas plataformas sociais permitem executar várias atividades, como a interação entre as pessoas, a partilha de notícias, a procura de relacionamentos amorosos, o jogo, a divulgação de fotografias ou vídeos e, até mesmo, a exposição de trabalhos profissionais. Deste modo, pode dizer-se que as redes sociais criaram novas formas de comunicar e transformaram-se numa fonte de divertimento e de informação (Velo, 2015, p. 122). A autora Velo (2015, p. 122) salienta um aspeto importante:

dos políticos ao Papa Francisco, dos desportistas aos músicos, dos escritores aos atores, mas também das empresas (qualquer que seja o ramo) às instituições de solidariedade social, das entidades públicas a projetos individuais, passando pelos vários órgãos de comunicação social e, claro, por uma imensidão de cidadãos 'anónimos', quase todos têm presença – de uma forma ou de outra – numa ou em várias redes sociais.

Manter uma base de seguidores alargada, chegar a um público diferente e fazer com que as pessoas visitem os sites dos órgãos de comunicação, são alguns dos motivos que tornam as redes sociais tão atrativas. Por outro lado, no que diz respeito aos jornalistas, estes encontraram nelas uma forma de os auxiliar nas suas tarefas profissionais, como por exemplo na procura de fontes e notícias e, até mesmo, na partilha de informação, conseguindo chegar a um maior número de leitores (Velo, 2015, p. 132). Com efeito, Martins (2019, p. 17) concorda que os jornalistas recorrem às redes sociais para “a expressão de opiniões, procurando uma ligação personalizada com o público, mas também para descobrirem fontes (sobretudo especialistas) ou para extrair informação (...)”. De acordo com os autores anteriores está Mateus (2014, p. 22) quando refere que os jornalistas estão presentes nas redes sociais e que “estas plataformas permitiram aos profissionais alguns ganhos (maior proximidade e interatividade com o público e com as fontes), não é menos verdade que trouxeram novos dilemas e graus de exigência”. Sá (2010, p. 26) evidencia que as redes sociais podem ser utilizadas para

divulgar informações, difundir as notícias produzidas pelos diversos meios de comunicação social, mas também podem ser um meio para angariar fontes, que de outra forma, dificilmente conseguiríamos contactar. Representam, uma oportunidade para os media e para os jornalistas, assim como um meio de as pessoas que não trabalham nesta área, tentarem passar informação, sem filtros.

Também Lima (2018, p. 24) menciona que “as mídias sociais estão desempenhando um papel muito importante como fonte de informação”. Da mesma maneira, Sarmiento (2014, p. 31) revela que “o mundo digital está-se a tornar na maior fonte de informação, qualquer que seja o assunto. Tudo aquilo que é pesquisado na internet, acaba por influenciar opiniões, atitudes e comportamentos”.

Quando se fala em fontes de informação, estas, de acordo com Espinho (2015, p. 7), são

uma parte essencial do jornalismo, que auxiliam o trabalho jornalístico, na medida em que, essas fontes podem ser pessoas ou documentos que ajudam o jornalista a tomar conhecimento dos mais variados factos que precisa de relatar. Nem sempre o jornalista está capacitado para assistir a todos os

acontecimentos que resultarão em notícia, e por isso mesmo, existe a ajuda das fontes de informação que será onde o jornalista poderá ir buscar a informação necessária para redigir o seu trabalho.

Desta forma, a mesma autora (Espinho 2015, p. 35) considera que “cada vez mais a Internet é utilizada como fonte de informação, pois é através desta ferramenta que o jornalista estabelece contacto com algumas das suas fontes”. Segundo Recuero (2009), esta reconhece três tipos de relação que se estabelecem entre as redes sociais e o jornalismo:

as redes como fontes produtoras de informação; as redes sociais como filtros de informação ou as redes sociais como espaços de reverberação dessas informações. Qualquer uma destas dimensões aporta novas abordagens e práticas ao papel do jornalista no processo informativo mas, segundo a autora, tratam-se de dimensões apenas complementares à função jornalística, já que não possuem o mesmo grau de compromisso com a credibilidade da informação, ainda que possibilitem a sua difusão e a mobilização do público.

Além disso, sabe-se que o jornalista sempre utilizou informações de maneira mais tradicional, mais analógica. Se antes obtinha os seus dados por meio de documentos impressos, anotações e gravações, agora depara-se com outra forma de recolher informações “dentro de um universo mediado, processado e armazenado por máquinas computacionais” (Lima & Paulino, 2017, p. 8), onde estão integradas as redes sociais. Assim sendo, Silva (2015, p. 39) reflete sobre algumas questões:

Uma fonte virtual pode ser considerada, verdadeiramente, uma fonte? Isto leva-nos a um problema deontológico recente: o rigor da verificação de informações, também este, muitas vezes feito através de fontes. Os cruzamentos das informações, o diálogo com as fontes e a busca de dados quantitativos que comprovem ou complementem o conteúdo que foi diluído na luta constante pela atualização e pela velocidade.

Agora, será tratada a questão da deontologia da profissão, que os jornalistas devem ter em atenção quando constroem as suas notícias. Martins (2019, p.17) frisa que “a acessibilidade a fontes pela internet reforça a necessidade de verificação (...)”. Conforme Fernandes e Godinho (2019, p. 24), “um dos princípios básicos do jornalismo é a verificação de informação e o contacto com as fontes”.

Atualmente, filtrar a informação publicada na internet e nas redes sociais, com o intuito de identificar conteúdos credíveis, pode ser uma nova função do jornalista (Mateus, 2014, p. 23). De igual forma, Mateus (2014, p. 25) expõe que

a alteração evidente que a Web 2.0 gerou na relação entre emissores e recetores de informação, potenciada pela utilização das redes sociais e pela crescente presença dos meios de comunicação nestas plataformas, trouxe ao jornalismo e aos jornalistas – utilizadores massivos das redes sociais - dificuldades na delimitação entre os domínios profissional e pessoal, com graves impactos na ética e deontologia da profissão.

Neste caso, estas plataformas sociais “permitem que as pessoas se tornem fontes, publicando informação, que pode vir a ser utilizada pelos jornalistas na produção de notícias ou na divulgação de relatos publicados na rede” (Sá, 2010, p. 49). Ou seja, apesar de as redes sociais serem consideradas uma novidade e mais rápidas na partilha de informação, “os jornalistas não se devem esquecer de como se faz jornalismo responsável (de acordo com a deontologia da profissão)” (Sá, 2010, p. 46). Quem está de acordo com Sá (2010) é Espinho (2015, p. 36) quando declara que os jornalistas

utilizam o ciberespaço também para procurarem fontes de informação que lhes possam enriquecer o trabalho. Todavia, o problema pode surgir quando se percebe que a Internet traz aos jornalistas um número indeterminado de fontes e informações, que muitas vezes podem não ter o valor de verdade procurado no jornalismo. Neste sentido, o jornalista tem de trabalhar arduamente para conseguir provar a veracidade dos fatos transmitidos através desta rede.

Contudo, já existem alguns estudos que foram realizados para perceber se, de facto, as redes sociais são utilizadas como fontes de informação pelos jornalistas. Os estudos encontrados revelam que esta afirmação é verdadeira. Mateus (2014, p. 86), após entrevistar alguns jornalistas sobre esta temática, concluiu o seguinte:

91,3% dos 300 jornalistas inquiridos em 76 OCS nacionais assumem-se como utilizadores das redes sociais online. A larga maioria (81%) combina nestas plataformas uma atuação pessoal e profissional utilizando-as maioritariamente para aceder a informação (82,4%), contactar fontes (52,5%), partilhar (48,5%) ou visualizar conteúdos (43,4%).

Através de um estudo efetuado por Veloso (2015, p. 132), constatou-se que as redes sociais integraram as redações jornalísticas por meio de duas vias: “por um lado, por iniciativa dos órgãos de comunicação social, que começaram a criar contas oficiais nestas plataformas (...) por outro, por iniciativa própria dos jornalistas que encontraram nelas um auxiliar em várias tarefas profissionais”. Ou seja, a utilização destas plataformas sociais em Portugal tornou-se, de acordo com a metodologia adotada por Veloso (2015), “uma realidade rotineira no âmbito da atividade profissional”.

Silva (2015, p. 65) também chegou à conclusão que os jornalistas têm as redes sociais muito presentes na vida pessoal e profissional. Depois de analisar os dados obtidos no seu estudo, Silva (2015, p. 65) apurou que as redes sociais “assumem cada vez mais importância no seio jornalístico e a sua gestão é uma tarefa valorizada nas redações. Prova disso é que os inquiridos assumem que utilizam mais os media sociais como instrumento de trabalho do que para lazer”. Posto isto, a autora também refletiu que os jornalistas têm noção de que este novo meio está no auge, visto que “99% consideram que alterou o processo de recolha de informação, a primeira fase do processo de construção noticiosa, e 70% admite recorrer a conteúdos criados por utilizadores disponibilizados na internet para procura de informação”.

Tal como as autoras mencionadas, Correia (2011, p. 71) também fez um estudo, cujos resultados comprovam o que tem vindo a ser afirmado:

Os dados recolhidos permitem-nos também dizer que as Fontes 2.0 são cada vez mais usadas pelos profissionais de comunicação, com as redes sociais a serem apontadas por um terço dos inquiridos como sendo utilizadas com alguma frequência. Mais de 70% dos jornalistas admite que utiliza as redes sociais várias vezes ao dia e a rede social mais utilizada é o Facebook, o que não é de estranhar, uma vez que, actualmente, é a rede social que lidera o mercado com mais de 750 milhões de utilizadores em todo o mundo.

Por sua vez, Espinho (2015, p. 82) realizou um estudo empírico, onde pôde perceber que os jornalistas “continuam a preferir a utilização de fontes de informação com que já estão mais habituados a lidar, com as suas fontes de rotina, principalmente pelo facto de terem uma relação com as mesmas com um forte valor de confiança”. Mas, apesar dos profissionais optarem pelas fontes tradicionais, existe, segundo Espinho (2015, p. 83), “alguma transformação na hora de procurar ou receber informação, e as redes sociais foram sem dúvida uma nova ferramenta que surgiu para o jornalismo e, muitas vezes, a notícia começa com informação partilhada nas redes sociais”.

Posto isto, através das investigações executadas, pode concluir-se que as redes sociais são, actualmente, uma ferramenta importante para o trabalho jornalístico. Na metodologia e análise dos dados

do presente artigo tentou-se também perceber, através de entrevistas realizadas a profissionais portugueses da área do jornalismo, se estes utilizam as redes sociais como fontes de informação ou como um meio para chegar às mesmas, entre outros aspetos importantes.

3. De que modo é que os jornalistas portugueses utilizam as redes sociais?

3.1) Metodologia

Neta e Aragão (2017, p. 28) entendem metodologia “como um estudo do método para se buscar determinado conhecimento”. Na realização deste artigo, o passo inicial foi a definição de toda a pesquisa e a escolha da metodologia a adotar. Esta deve ser capaz de beneficiar o projeto e, ao mesmo tempo, ter em atenção toda a investigação (Neta & Aragão, 2017, p. 28). Para Prodanov e Freitas (2013, p. 126), o “método científico é o conjunto de processos ou operações mentais que devemos aplicar na investigação. É a linha de raciocínio adotada no processo de pesquisa”. Neste sentido, foi utilizado um método que permite auxiliar o estudo e que ajuda a explicar o problema/questão principal.

No que concerne à natureza desta investigação, esta pode ser classificada como básica, porque, de acordo com Prodanov e Freitas (2013, p. 126), “envolve verdades e interesses universais, procurando gerar conhecimentos novos úteis para o avanço da ciência, sem aplicação prática prevista”. O método científico utilizado foi o indutivo, visto que se parte da observação de outros factos para chegar às conclusões. Relativamente ao objetivo deste estudo, parte-se do princípio que este é exploratório, uma vez que, segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 127), “visa a proporcionar maior familiaridade com o problema, tornando-o explícito ou construindo hipóteses sobre ele”. Quanto aos procedimentos técnicos, empregou-se a pesquisa bibliográfica, através de livros e artigos publicados em revistas com peer review e disponibilizados em open access na internet.

No planeamento deste artigo científico, surgiu a ideia de entrevistar alguns jornalistas portugueses, de forma a tentar compreender se as redes sociais são, de facto, utilizadas como fontes de informação nas suas rotinas. Deste modo, pensou-se em realizar entrevistas a profissionais do setor jornalístico de áreas distintas e de diferentes órgãos de comunicação, para garantir mais credibilidade à pesquisa. As nove questões de resposta aberta foram enviadas através do email, devido à impossibilidade de encontro presencial e, ao mesmo tempo, para que estes se sentissem mais confortáveis para refletirem o seu ponto de vista. Os jornalistas entrevistados foram os seguintes:

Sofia Rebanda – Jornalista da TVI (secção da cultura);

David Monteiro – Jornalista do Correio da Manhã (televisão e imprensa);

Nuno Cardoso – Jornalista da Rádio Barca FM (rádio local);

Idalina Casal – Jornalista do Jornal Alto Minho (jornal regional);

Jorge Lopes – Jornalista do Jornal de Notícias (secção da cultura);

Ricardo Jorge Pinto – Jornalista da agência Lusa e comentador político na RTP.

Assim, a abordagem presente no desenvolvimento deste artigo é, sobretudo, qualitativa, uma vez que não foram usadas ferramentas estatísticas. Posto isto, a questão inicial a que se procura dar resposta com esta investigação é: “De que modo é que as redes sociais são utilizadas pelos jornalistas portugueses?”. Através desta questão de pesquisa, pretende-se clarificar para que tipo de funções é que os jornalistas recorrem a estas plataformas digitais, as alterações que as redes provocaram no processo de produção de notícias, se o número de fontes consultadas beneficiou com a sua introdução nas redações jornalísticas e

a distinção entre fontes e meios para chegar às mesmas. Deste modo, na análise das entrevistas é importante estabelecer uma comparação com os estudos apurados ao longo do enquadramento teórico.

3.2) Análise dos dados

Sofia Rebanda (TVI), David Monteiro (CMTV), Nuno Cardoso (Rádio Barca FM), Idalina Casal (Jornal Alto Minho), Jorge Lopes (JN) e Ricardo Jorge Pinto (LUSA) foram os seis jornalistas entrevistados, via email. As respostas destes profissionais diferem em pequenos aspetos, mas a maioria encontra-se de acordo quanto às questões apresentadas.

3.2.1) Fontes de informação utilizadas pelos jornalistas portugueses

A primeira questão “Atualmente, quais são os principais tipos de fontes de informação que utiliza?” teve algumas opiniões em comum. Sofia Rebanda, no seu trabalho enquanto profissional do setor jornalístico, opta pelo uso de “fontes diretas de informação. Entrevistas, comunicados...”. Por outro lado, David Monteiro já considera as redes sociais como uma fonte de informação na sua rotina jornalística, juntamente com as fontes oficiais (entidades, partidos políticos ou outros organismos). Relativamente ao trabalho realizado na CMTV, Monteiro expõe que “a maioria das notícias estão relacionadas com situações do dia-a-dia, como crimes ou acidentes, por exemplo” e, revela que, muitas vezes, as suas fontes estão ligadas aos bombeiros, à Proteção Civil, à PSP, GNR ou PJ.

O jornalista da Rádio Barca FM considera as instituições (autarquias, empresas e entidades) como as suas principais fontes de informação. Ao mesmo tempo, refere que “Tudo e todos são fontes de informação, embora algumas careçam de confirmação”. De acordo com Nuno Cardoso está Idalina Casal, que diz utilizar “fontes oficiais ligadas às mais diversas entidades e organismos públicos e privados, fontes anónimas e fontes populares”. No Jornal de Notícias, Jorge Lopes tem presente “emails, notícias de outros órgãos de informação (sobretudo estrangeiros) e pessoas das suas redes de contactos” para o auxiliar no trabalho jornalístico. Tal como Lopes, também Ricardo Jorge Pinto afirma basear-se em “pessoas e documentos” para produzir notícias.

3.2.2) Introdução das redes sociais na rotina de produção jornalística

No que diz respeito à entrada das redes sociais no trabalho jornalístico, Rebanda argumenta o seguinte:

na produção jornalística as redes sociais acabam por servir mais como um meio de alerta de certas questões e conteúdos para o jornalista. É nas redes sociais que qualquer pessoa pode no imediato publicar fotografias ou vídeos do que presenciou. Faz parte do trabalho e responsabilidade do jornalista de perceber a veracidade do conteúdo que vai parar à internet. Além disso, é nas redes sociais que muitas vezes figuras públicas como os políticos, empresários, atores ou músicos reagem a certas questões, mesmo antes de reagirem em entrevista aos jornalistas. Desta forma, muitas vezes os jornalistas aproveitam essas declarações no seu trabalho.

Isto significa que as redes sociais passaram a desempenhar um papel importante no trabalho dos jornalistas. No Correio da Manhã, David Monteiro menciona que é através das redes sociais que tem “acesso a determinada informação” e é lá que as notícias são encontradas. O mesmo ainda sublinha que “as redes sociais ajudam nos contactos com as fontes para confirmar determinado assunto”. Do mesmo modo, Nuno Cardoso aponta que as redes sociais vieram “trazer um acesso mais rápido e fácil à informação” e, por isso, “é habitual ‘perder algum tempo’ com as redes sociais”, de forma a perceber se há alguma informação que possa ser útil. Já Idalina Casal acrescenta que as redes sociais “alteraram as

rotinas de escrita e a confirmação das informações” e, ao mesmo tempo, tornaram-se “uma perigosa ‘fonte’ de informação”. Os jornalistas Jorge Lopes e Ricardo Jorge Pinto assumiram que começaram a utilizar as redes sociais “à medida que foram surgindo” e, ainda, para “consultar mensagens das fontes de informação, individuais ou organizacionais”.

3.2.3) As redes sociais utilizadas com frequência para desempenhar funções dos jornalistas

Atualmente, os jornalistas usam as redes sociais para os auxiliar no trabalho jornalístico. Na questão “No seu local de trabalho, com que frequência utiliza as redes sociais? E para que tipo de funções?”, os entrevistados afirmaram que utilizam as redes sociais, mas para diferentes funções. Sofia Rebanda vê nas redes sociais um “meio de alerta de certas questões e conteúdos para os jornalistas”, visto que é nessas plataformas onde tudo é publicado. De igual forma, David Monteiro justifica que usa as redes sociais todos os dias, pois é lá que encontra as notícias. O profissional enuncia o seguinte:

Pelo alcance que tem muitas pessoas fazem publicações nas redes sociais quando querem denunciar ou dar a conhecer alguma coisa. Os jornalistas estão sempre muito atentos a selecionar o que pode ter ou não interesse para a notícia e se é ou não credível. Depois seguem-se os contactos para verificar e confirmar a informação.

Nuno Cardoso, diretor da Rádio Barca FM, menciona que tem “uma forte presença nas redes sociais” e, deste modo, utiliza-as com “muita frequência”. Da mesma forma, no Jornal Alto Minho, Idalina esclarece que utiliza as redes para acompanhar os acontecimentos que dizem respeito à zona onde trabalha. A mesma exemplifica: “se há um acidente grave, a notícia do mesmo chega mais depressa pelas redes sociais. De igual modo, há situações em que as próprias redes sociais se tornam notícia, quando um determinado assunto começa a ter muitos comentários e partilhas”. Por outro lado, no Jornal de Notícias, Jorge Lopes revela que utiliza as redes sociais “raramente”, só “apenas quando uma informação com potencial noticioso tem origem numa publicação em rede social, ou como último recurso para tentar confirmar/completar dados”. Contrariamente, Pinto usa os meios sociais “todos os dias”, mas apenas “para consultar mensagens das fontes de informação”.

3.2.4) Vantagens e desvantagens da introdução das redes sociais na rotina jornalística

Os seis entrevistados consideram que as redes sociais apresentam vantagens e desvantagens. Na opinião da jornalista da TVI, uma das vantagens destas plataformas para o jornalismo é que os órgãos de comunicação podem “partilhar e divulgar o próprio conteúdo” e, ao mesmo tempo, conseguem estar mais “próximos de várias pessoas”. Ou seja, as redes sociais passam a ser uma forma de “informar as pessoas” e também “chamam a atenção para questões que interessam num meio com tantas e polarizadas opiniões”. Quanto às desvantagens, Sofia Rebanda refere que as redes sociais podem “ser simples causadoras de ‘ruído’, podem amplificar opiniões ou informações que não estão corretas”. Isto significa que as redes podem “ser divulgadoras de ‘fake news’, muitas bastante perigosas”. Para Monteiro, estes meios sociais permitem “rapidez no acesso à informação, acesso a conteúdos diversos (vídeos ou fotografias, por exemplo), facilita contactos com as fontes iniciais e na posterior confirmação da informação”. Tal como Rebanda, Monteiro considera que as redes sociais possuem muita informação, o que o obriga a selecionar o mais importante e a perceber se está perante algo credível ou não. Nuno Cardoso concorda com David Monteiro na questão de as redes sociais serem rápidas a difundir a informação e também afirma que “é uma ferramenta útil para encontrar ou contactar com pessoas”. No que diz respeito às desvantagens, o jornalista da Rádio Barca FM está de acordo com Rebanda e Monteiro,

quando afirma que as informações publicadas nas redes “obriga a um trabalho maior de seleção e confirmação”. O jornalista continua e declara que “a forma como as notícias se espalham nas redes sociais, inclusive as fake news, é uma problemática que tem de ser muito estudada e combatida”. Do mesmo modo, Idalina Casal concorda com os jornalistas mencionados e aponta que

as redes sociais aceleraram os processos. De escrita e, principalmente, de reflexão. Um jornalista tem de ter tempo para pensar e as redes sociais coartam esse requisito de uma profissão que significa muito mais do que escrever ‘a espuma dos dias’.

Por outro lado, Jorge Lopes identifica uma das principais vantagens das redes sociais: “ter acrescentado mais uma fonte de informação às disponíveis”. A desvantagem enunciada pelo jornalista do JN “é o desequilíbrio flagrante entre o tempo investido nas redes sociais (demasiado) e os benefícios que daí advêm em termos de produção jornalística (relativamente escassos)”. Assim como Monteiro e Cardoso, Ricardo Jorge Pinto, aponta como vantagem das redes sociais “a comodidade de ter as fontes mais acessíveis, com maior rapidez”, mas o facto de ser preciso “confirmar se a informação é verdadeira”, torna o seu uso desvantajoso.

3.2.5) Redes sociais como (meios para chegar às) fontes de informação

Na questão “Considera que as redes sociais são fontes de informação ou que são meios para chegar às fontes? Porquê?”, a maioria dos entrevistados referiu que as redes sociais podem ser, de facto, fontes de informação e, ao mesmo tempo, meios para chegar às fontes. Sofia Rebanda justifica a sua resposta da seguinte forma:

(...) depende da conta de rede social, se é de um órgão de comunicação viável ou se é de uma conta criada por um utilizador desconhecido que se apresenta como um especialista sem o ser. Redes sociais podem ser um meio de entrar em contacto com pessoas que o jornalista precisa de questionar.

O jornalista da CMTV também entende que “as redes sociais são fontes de informação”, pois é lá que, muitas vezes, encontra as notícias. Contudo, é por intermédio das redes que consegue chegar ao seu objetivo: “confirmar a informação através do contacto com determinada fonte”. O jornalista Cardoso exemplifica o que foi dito por Rebanda e Monteiro: “um post numa página oficial de uma autarquia, pode ser uma fonte de informação. Por outro lado, um post numa página pessoal ou num grupo, carece sempre de confirmação”. Conforme a jornalista do Jornal Alto Minho, as redes sociais são meios para “chegar mais depressa a algumas notícias” ou “de chamar a atenção para algum problema que esteja a surgir e que possa tornar-se noticiável”. Tal como os restantes entrevistados, Casal sublinha que “é preciso muita cautela na forma como se usam as redes sociais como fontes de informação”. De acordo com os jornalistas anteriores está Jorge Lopes, quando expõe que as redes sociais “podem apresentar dados em bruto a partir dos quais é possível construir matérias jornalísticas; e podem ser uma forma mais expedita de entrar em contacto com algumas fontes”. O jornalista e comentador Ricardo Jorge Pinto esclarece que as redes sociais são apenas ferramentas de acesso a fontes e não fontes de informação. Assim, estes novos meios permitiram-lhe diversificar as suas fontes, através, por exemplo, do acesso a dirigentes políticos que estão presentes nas redes sociais. Para Pinto, os meios sociais foram apenas importantes, na medida em que “evitaram a maior frequência de contactos telefónicos”.

Conclusão

Finalizada a escrita deste artigo científico, torna-se importante enumerar as conclusões retiradas ao longo da sua elaboração.

Através do enquadramento teórico, onde foram analisadas perspetivas de vários autores, conseguiu-se entender que o jornalismo teve de enfrentar alguns desafios e práticas com a introdução das redes sociais. Nomeadamente, a chegada destas novas plataformas, ao mesmo tempo, que se aproximaram do público, vieram trazer algumas mudanças e formas de trabalho aos profissionais do setor jornalístico. Desta forma, o jornalismo alterou-se nos modos de produzir e de distribuir a informação, ou seja, os jornalistas que despendiam muito tempo com as antigas rotinas de produção de notícias, passaram a ser auxiliados pelo meio digital. Por outras palavras, o surgimento das novas tecnologias facilitou a procura pela informação em tempo real e o jornalismo teve que se adaptar a novas regras, pois a partilha de notícias nas redes sociais acaba por funcionar melhor, visto que as pessoas já estão habituadas a lidar com essas ferramentas. Ainda, foi possível compreender que o Facebook e o Twitter são as duas redes sociais mais utilizadas pelos profissionais. Uma das principais vantagens ao divulgar informação nestas plataformas é que os indivíduos não têm que esperar pela hora do telejornal para terem acesso às notícias, isto para dizer, que as plataformas sociais permitem que o público esteja a par das notícias a todo o momento.

A revisão de literatura também esclarece que as redes sociais podem ser consideradas fontes de informação para os jornalistas, uma vez que estes encontraram nelas uma forma de os auxiliar nas suas tarefas profissionais, como por exemplo, na procura de fontes e notícias e, até mesmo, na partilha de informação/notícias, de maneira a conseguir chegar a mais leitores. Ou seja, vários autores concordam que as redes sociais podem ser utilizadas para divulgar e difundir as notícias produzidas, mas, por outro lado, podem ser um meio para angariar fontes ou podem mesmo ser as fontes de informação.

Por sua vez, na parte teórica deste artigo científico, foram apresentados estudos realizados por alguns autores para compreender de que modo é que as redes sociais são utilizadas nas rotinas jornalísticas. Através desses estudos, concluiu-se que a maior parte dos jornalistas usa, de facto, estas plataformas sociais, tanto a nível pessoal como profissional. Basicamente, segundo os estudos elaborados, as redes são utilizadas para: aceder a informação, contactar fontes, partilhar ou visualizar conteúdos. Por outro lado, também se conseguiu perceber que os jornalistas continuam a preferir as fontes de informação tradicionais, que já estão habituados a usar. Todavia, as redes sociais, hoje em dia, são uma ferramenta da qual o jornalismo não prescinde e, muitas vezes, a notícia começa com informação que foi partilhada nas redes.

Na metodologia deste projeto, realizaram-se entrevistas a seis jornalistas de diferentes órgãos de comunicação, de modo a perceber se esta investigação vai ao encontro dos estudos feitos pelos diferentes investigadores na revisão de literatura. Após ser empregada a pesquisa qualitativa (realização de entrevistas) e desta ser analisada, surgiram algumas conclusões:

- a) As principais fontes de informação utilizadas pelos jornalistas entrevistados são: fontes diretas de informação (entrevistas, comunicados), fontes oficiais (entidades, partidos políticos), redes sociais, pessoas e documentos, emails, notícias de outros órgãos de comunicação (sobretudo estrangeiros), instituições (autarquias, empresas), fontes anónimas e fontes populares;
- b) As redes sociais tornaram-se uma ferramenta útil para todos os entrevistados;

- c) Alguns jornalistas revelam que as redes sociais servem como um meio de alerta para certas questões e conteúdos;
- d) Apenas um jornalista refere que é nas redes sociais que as notícias são encontradas;
- e) Alguns entrevistados mencionam que as redes sociais alteraram as rotinas de escrita e a confirmação das informações;
- f) Os jornalistas apontam as redes sociais como forma de consultar mensagens das fontes de informação;
- g) Todos os jornalistas afirmam que usam as redes sociais para diferentes funções;
- h) Vantagens das redes sociais apontadas por todos os entrevistados: proximidade ao público, partilha e divulgação de conteúdo, alerta para questões pertinentes, rapidez e fácil acesso às informações, fonte de informação acrescentada às disponíveis, fontes mais acessíveis;
- i) Desvantagens das redes sociais enumeradas pelos jornalistas: podem originar informações que não estão corretas (fake news), necessidade de seleção, confirmação e verificação da informação;
- j) A maioria dos jornalistas entrevistados enuncia que as redes sociais tanto podem ser meios para chegar às fontes, como também podem ser consideradas fontes de informação.
- k) Apesar do surgimento das redes sociais, a grande maioria continua a preferir as fontes de informação tradicionais, mas não deixa de utilizar as redes para os auxiliar nas suas rotinas.

Em suma, através da análise realizada ao longo da revisão de literatura pelos diversos autores e após terem sido analisados os dados extraídos das seis entrevistas, chega-se à conclusão que, atualmente, todos os jornalistas utilizam as redes sociais para diferentes funções. Uns usam-nas como meio para chegar às fontes, outros têm-nas como fontes de informação. A maioria continua a optar pelas fontes de informação tradicionais e os seus contactos para os ajudar no trabalho jornalístico. No entanto, as redes sociais não deixam de fazer parte das suas rotinas, visto que se não forem utilizadas para a produção de notícias, são usadas para outras tarefas também jornalísticas, como contactar fontes, partilhar e divulgar conteúdos/informações.

Referências

- Alejandro, J. (2010). *JOURNALISM IN THE AGE OF SOCIAL MEDIA*. University of Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Bastos, Helder (2000). *Jornalismo electrónico: Internet e reconfiguração de práticas nas redações*. Minerva Editora.
- Bossio, D. (2017). *Journalism and Social Media*. Hawthorn, Australia, Swinburne University.
- Bravo, F. (2012). *O jornalismo hiperlocal na era digital*. Dissertação de mestrado, Universidade Nova de Lisboa.
- Correia, A. (2011). *Fontes de informação 2.0: estudo de caso nos media da Beira Interior*. Dissertação de Mestrado, Universidade da Beira Interior.
- Espinho, M. (2015). *As redes sociais como fontes de informação no jornalismo regional*. Dissertação de Mestrado, Universidade da Beira Interior.
- Fernandes, N. & Godinho, R. (2019). A ética e a deontologia do jornalismo na era digital: a problemática da desinformação. *Aprender- Revista da Escola Superior de Educação e Ciências Sociais*, (39), 22-37.
- Hahn, N. (2013). *What good is Twitter? The value of social media to public service journalism*. London, School of Economics and Political Science.
- Hermida, A. (2012). *The Handbook of Global Online Journalism*. John Wiley & Sons, Inc.
- Lima, L. (2018). *MÍDIAS SOCIAIS COMO FONTE DE INFORMAÇÃO E PESQUISA: o uso do Facebook por estudantes de graduação do curso de Engenharia Civil da Universidade Católica de Pernambuco*. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Pernambuco.
- Lima, P. & Paulino, R. (2017). O Jornalismo na era dos dados digitais: mutações das práticas e da identidade jornalística. *Revista Estudos de Jornalismo*, (7), 7-20.
- Martins, P. (2019). Redes sociais como fontes de informação jornalística: as novas fronteiras da privacidade. In B. F. Editor & C. R. Editor (Eds.), *Privacidad, transparencia y éticas renovadas* (1ª ed., pp. 11-32). Egregius. <https://www.researchgate.net/publication/337941098>
- Mateus, C. (2014). *A utilização das Redes Sociais pelos jornalistas portugueses: novos desafios éticos e deontológicos para a profissão*. Dissertação de Mestrado, Universidade Nova de Lisboa.
- Mattos, F., & Silva, S. (2018). O PAPEL DO JORNALISTA NA ERA DIGITAL: Um estudo de caso das rotinas de produção, reportagem e edição do G1 Pará. *Puçá- Revista de Comunicação e Cultura da Faculdade Estácio do Pará*, 4 (1), 3-24. <https://www.researchgate.net/publication/339386949>
- Neta, M. & Aragão, J. (2017). *Metodologia Científica*. Universidade Federal da Bahia.
- Newman, N. (2009). *The rise of social media and its impact on mainstream journalism: A study of how newspapers and broadcasters in the UK and US are responding to a wave of participatory social media, and a historic shift in control towards individual consumers*. University of Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism.

- Perrin, A. (2015). *Social Networking Usage: 2005-2015*. Pew Research Center.
- Pinto, M. (2017). Introdução. *Revista Estudos de Jornalismo*, (7), 4-6 <http://hdl.handle.net/1822/50621>
- Prodanov, C. & Freitas, E. (2013). *Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico*. Associação Pró- Ensino Superior em Novo Hamburgo.
- Recuero, R. (2009). *Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão*. 1-15. <http://www.raquelrecuero.com/artigos/artigoredesjornalismorecuero.pdf>
- Sá, M. (2010). *As redes sociais na rádio TSF: o Facebook e o Twitter como veículos de difusão e angariação de informação*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho.
- Sarmiento, A. (2014). *As Fontes de Informação Online e a Influência na Reputação das Organizações*. Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Lisboa.
- Silva, I. (2015). *O JORNALISMO DA ERA DIGITAL: NOVAS PRÁTICAS E PÚBLICOS*. Dissertação de Mestrado, Universidade Católica Portuguesa.
- Stassen, W. (2010). Your news in 140 characters: exploring the role of social media in journalism. *Global Media Journal*, 4(1), 116-131.
- Veloso, A. (2015). O uso das redes sociais por jornalistas em Portugal. *Sur le journalisme - About journalism - Sobre jornalismo*, 4 (1), 120-139. <http://hdl.handle.net/10316/80700>

Anexo 1 – Entrevista a Sofia Rebanda (jornalista da TVI)

Questões:

1. Atualmente, quais são os principais tipos de fontes de informação que utiliza?

Fontes diretas de informação. Entrevistas, comunicados, ...

2. Para si, quais são as fontes de informação com maior nível de credibilidade?

As informações que o jornalista pode obter diretamente junto da fonte. Quer seja no terreno com a própria observação e questionamento no local ou com acesso a meios eletrónicos ou digitais para conseguir falar com as pessoas ou organizações em questão.

3. Como decorreu a introdução das redes sociais na sua rotina de produção jornalística?

Na produção jornalística as redes sociais acabam por servir mais como um meio de alerta de certas questões e conteúdos para o jornalista. É nas redes sociais que qualquer pessoa pode no imediato publicar fotografias ou vídeos do que presenciou. Faz parte do trabalho e responsabilidade do jornalista de perceber a veracidade do conteúdo que vai parar à internet. Além disso, é nas redes sociais que muitas vezes figuras públicas como os políticos, empresários, atores ou músicos reagem a certas questões, mesmo antes de reagirem em entrevista aos jornalistas. Desta forma, muitas vezes os jornalistas aproveitam essas declarações no seu trabalho.

4. No seu local de trabalho, com que frequência utiliza as redes sociais? E para que tipo de funções?

A internet é bastante imprevisível tal como a rotina de um jornalista. Tudo depende da atualidade e das notícias do momento. Obviamente que o jornalista tem de estar atento também ao que se passa nas redes sociais no seu quotidiano.

As funções foram referidas na resposta anterior.

5. Em que aspetos considera que houve mais alterações com a introdução da utilização das redes sociais nas redações? (vantagens e desvantagens)

Os órgãos de comunicação sentem uma certa necessidade em estar presentes nas redes sociais para poderem partilhar e divulgar o próprio conteúdo. É a forma que têm também de estar mais próximos de várias pessoas. Esses cibernautas podem não ser os consumidores de jornalismo televisivo, por exemplo. Desta forma, é a forma que encontram para informar as pessoas, ao mesmo tempo que chamam a atenção para questões que interessam num meio com tantas e polarizadas opiniões. As redes sociais

podem ser simples causadoras de 'ruído', podem amplificar opiniões ou informações que não estão corretas. Daí a importância de os utilizadores de redes sociais seguirem e prestarem atenção a contas e fontes de informação viáveis. As redes sociais podem ser divulgadoras de 'fake news', muitas bastante perigosas.

6. Considera que as redes sociais são fontes de informação ou que são meios para chegar às fontes? Porquê?

Podem ser ambas. Como descrito na resposta anterior, depende da conta de rede social, se é de um órgão de comunicação viável ou se é de uma conta criada por um utilizador desconhecido que se apresenta como um especialista sem o ser.

Redes sociais podem ser um meio de entrar em contacto com pessoas que o jornalista precisa de questionar.

7. O facto de usar as redes sociais para recolher informação (se for o seu caso) tem-lhe permitido diversificar o tipo de fontes que usa nas suas peças? Se sim, pode dar um exemplo de um tipo de fonte que seja usado devido às redes sociais?

Penso que esta questão já foi respondida anteriormente.

Anexo 2 – Entrevista a David Monteiro (jornalista da CMTV)

Questões:

1. Atualmente, quais são os principais tipos de fontes de informação que utiliza?

As redes sociais assumem, nos dias de hoje, um papel muito importante no trabalho dos jornalistas. É lá que muitas vezes temos acesso a determinada informação que estamos a procurar. Noutros casos, é lá que encontramos a notícia. Além disso, as redes sociais ajudam nos contatos com as fontes para confirmar determinado assunto.

Regularmente chegam-nos também muitas denúncias, algumas delas anónimas, que exigem do jornalista muito cuidado e atenção para verificar a credibilidade da informação.

A estas fontes juntam-se as oficiais, cuja informação chega através de entidades, partidos políticos ou outros organismos.

Em todos os casos é necessário selecionar e cruzar informação para termos a certeza que o que estamos a noticiar é credível. Fazer o contraditório é importantíssimo.

No caso do Correio da Manhã / CMTV a maioria das notícias estão relacionadas com situações do dia-a-dia, como crimes ou acidentes, por exemplo, e muitas vezes as nossas fontes estão ligadas aos bombeiros, à Proteção Civil, à PSP, GNR ou PJ.

As fontes de informação são essenciais para o trabalho de um jornalista. Por essa razão, é necessário construir uma relação de confiança entre ambos - para que a nossa fonte se sinta segura quando por exemplo não quer ser identificada ou quando passa alguma informação em off que não pode ser noticiada, mas também para que o jornalista saiba que pode confiar e que aquela informação é credível.

2. Para si, quais são as fontes de informação com maior nível de credibilidade?

Fontes oficiais.

3. Como decorreu a introdução das redes sociais na sua rotina de produção jornalística?

4. No seu local de trabalho, com que frequência utiliza as redes sociais? E para que tipo de funções?

Todos os dias. Como referi na questão 1, é nas redes sociais que muitas vezes encontramos a notícia. Pelo alcance que tem muitas pessoas fazem publicações nas redes sociais quando querem denunciar ou dar a conhecer alguma coisa. Os jornalistas têm sempre muito atentos para selecionar o que pode ter ou não interesse para notícia e se é ou não credível. Depois seguem-se os contactos para verificar e confirmar a informação.

5. Em que aspetos considera que houve mais alterações com a introdução da utilização das redes sociais nas redações? (vantagens e desvantagens)

Vantagens - acesso à informação, rapidez no acesso à informação, acesso a conteúdos diversos (vídeos ou fotografias, por exemplo), facilita contactos com as fontes iniciais e na posterior confirmação da da informação.

Desvantagens - Muita informação, que obriga a selecionar e a perceber se estamos perante algo credível ou não. Em algumas das denúncias, parte da informação inicial acaba por não se verificar. Noutros casos, quem denuncia não dá a cara ou não fala, o que acaba por dificultar o nosso trabalho.

6. Considera que as redes sociais são fontes de informação ou que são meios para chegar às fontes? Porquê?

Por aquilo que respondi nas questões anteriores, entendo que as redes sociais são fontes de informação porque é lá que encontramos, regularmente, a notícia, mas é também pelas redes que chegamos ao nosso objetivo: confirmar a informação através do contacto com determinada fonte.

7. O facto de usar as redes sociais para recolher informação (se for o seu caso) tem-lhe permitido diversificar o tipo de fontes que usa nas suas peças? Se sim, pode dar um exemplo de um tipo de fonte que seja usado devido às redes sociais?

Sim. Através de contactos relacionados com um determinado assunto acabamos por criar a relação de confiança, de que falava anteriormente, com a pessoa que está do outro lado e em alguns casos já me aconteceu que essa pessoa quando entende que tem determinado assunto que nos pode interessar volta a entrar em contacto connosco e a dar-nos toda a informação de que dispõe.

8. Usa as redes sociais para:
- a. Procurar informação
 - b. Confirmar informação
 - c. Fazer contactos
 - d. Explorar temas

(Por favor, ordene por grau de importância, sendo que 1 corresponde a MAIS IMPORTANTE e 4 a MENOS IMPORTANTE).

a.d.b.c

9. O aparecimento das redes sociais fez com que alterasse a sua rotina quanto às fontes de informação? (Como e porquê? Por que privilegia as fontes de rotina?)

Não. Todas as fontes de informação são importantes. Cabe ao jornalista saber distinguir aquilo que é credível ou não.

Anexo 3 – Entrevista a Nuno Cardoso (jornalista da Rádio Barca FM)

Questões:

1. Atualmente, quais são os principais tipos de fontes de informação que utiliza?

Hoje em dia as nossas principais fontes de informação são as instituições (autarquias, empresas, entidades, etc). Além disso, praticamente tudo e todos são fontes de informação, embora algumas careçam de maior necessidade de confirmação. Em suma, a informação hoje em dia, chega de todos os lados e o foco passa a ser confirmar a informação.



2. Para si, quais são as fontes de informação com maior nível de credibilidade?

As fontes de maior credibilidade continuam a ser as fontes oficiais, como as autarquias, as instituições, etc.

3. Como decorreu a introdução das redes sociais na sua rotina de produção jornalística?

As redes sociais vieram, gradualmente, trazer um acesso mais rápido e fácil à informação. É habitual “perder algum tempo” com as redes sociais de forma a perceber o que se passa e se há alguma informação que nos possa ser útil. |

4. No seu local de trabalho, com que frequência utiliza as redes sociais? E para que tipo de funções?

Atualmente as redes sociais são importantes em vários aspectos. Como referi, é uma fonte de informação, embora como disse na maioria das vezes a informação necessita de ser confirmada de outra forma. Além disso, no órgão de comunicação social do qual sou diretor de informação, temos também uma forte presença nas redes sociais, por isso é algo que acabo por utilizar com muita frequência.

5. Em que aspetos considera que houve mais alterações com a introdução da utilização das redes sociais nas redações? (vantagens e desvantagens)

Em termos de vantagens, como referi, o acesso a muita informação é mais rápido e fácil. Além disso, é uma ferramenta útil para encontrar ou contactar com pessoas.

No que diz respeito a desvantagens passa pela qualidade da informação nem sempre é a melhor e obriga a um trabalho maior de seleção e confirmação da informação. Além disso, a forma como as notícias se espalham nas redes sociais, inclusive as fake news, é uma problemática que tem de ser muito estudada e combatida.

6. Considera que as redes sociais são fontes de informação ou que são meios para chegar às fontes? Porquê?

Na maioria das vezes são meios para chegar às fontes, mas por vezes também são uma fonte. Por exemplo, um post numa página oficial de uma autarquia, pode ser uma fonte de informação. Por outro lado, um post numa página pessoal ou num grupo, carece sempre de confirmação.

7. O facto de usar as redes sociais para recolher informação (se for o seu caso) tem-lhe permitido diversificar o tipo de fontes que usa nas suas peças? Se sim, pode dar um exemplo de um tipo de fonte que seja usado devido às redes sociais?

Tal como disse em cima, algumas vezes podemos fazer uma notícia com base em comunicados ou posts nas redes sociais. Por exemplo, um post de um partido político, pode ser usado como declaração do partido, importa é sempre citar a fonte e referir que a mesma é um post do partido X na rede social X.

8. Usa as redes sociais para:

- a) Procurar informação - 1
- b) Confirmar informação - 4
- c) Fazer contactos - 2
- d) Explorar temas - 3

(Por favor, ordene por grau de importância, sendo que 1 corresponde a MAIS IMPORTANTE e 4 a MENOS IMPORTANTE).

9. O aparecimento das redes sociais fez com que alterasse a sua rotina quanto às fontes de informação? (Como e porquê? Por que privilegia as fontes de rotina?)

Acabou por alterar em certo modo. Mais uma vez, como já referi, acaba por ser informação de mais fácil acesso. Apesar disso, cada jornalista tem as suas fontes de proximidade e de rotina, em quem tem um grau de confiança maior, que acaba por surgir com o tempo.

Anexo 4 – Entrevista a Idalina Casal (jornalista do Jornal Alto Minho)

Questões:

1. Atualmente, quais são os principais tipos de fontes de informação que utiliza?
Fontes oficiais ligadas às mais diversas entidades e organismos públicos e privados; fontes anónimas, fontes populares. Tudo depende do tipo de notícia e/ou reportagem que estiver a escrever. |

2. Para si, quais são as fontes de informação com maior nível de credibilidade?
Mais uma vez depende do tipo de peça que eu estiver a escrever. Se for fazer uma reportagem a uma feira, os feirantes e clientes são fontes credíveis. Mas se estiver a fazer uma notícia sobre a pandemia, terei de me socorrer das fontes oficiais a nível local sobre os dados das infeções e respetiva distribuição geográfica, por exemplo. Nessa medida, as delegações de saúde, hospitais, médicos... são fontes credíveis.

3. Como decorreu a introdução das redes sociais na sua rotina de produção jornalística?
Tem sido um processo em constante evolução. As redes sociais alteraram as rotinas de escrita e a confirmação das informações. Nessa medida, tornaram-se uma perigosa “fonte” de informação.

4. No seu local de trabalho, com que frequência utiliza as redes sociais? E para que tipo de funções?
Utilizo as redes sociais para acompanhar os acontecimentos que digam particularmente respeito à zona em que trabalho. Por exemplo, se há um acidente grave, a notícia do mesmo chega mais depressa pelas redes sociais. De igual modo, há situações em que as próprias redes sociais se tornam notícia, quando um determinado assunto começa a ter muitos comentários e partilhas.

5. Em que aspetos considera que houve mais alterações com a introdução da utilização das redes sociais nas redações? (vantagens e desvantagens)
As redes sociais aceleraram os processos. De escrita e, principalmente, de reflexão. Um jornalista tem de ter tempo para pensar e as redes sociais coartam esse requisito de uma profissão que significa muito mais do que escrever “a espuma dos dias”.

6. Considera que as redes sociais são fontes de informação ou que são meios para chegar às fontes? Porquê?

As redes sociais são meios de, eventualmente, chegar mais depressa a algumas notícias. Ou de chamar a atenção para algum problema que esteja a surgir e que possa tornar-se noticiável. De resto, é preciso muita cautela na forma como se usam as redes sociais como fontes de informação. Com excepção, claro está, quando organismos oficiais usam as redes sociais para divulgar informações, comunicados, etc.

|

7. O facto de usar as redes sociais para recolher informação (se for o seu caso) tem-lhe permitido diversificar o tipo de fontes que usa nas suas peças? Se sim, pode dar um exemplo de um tipo de fonte que seja usado devido às redes sociais?

O meu uso das redes sociais para recolher informação é residual. O que não significa que não esteja atenta. Estou atenta ao que é publicado, mas mantenho a distância e quando percebo que determinado assunto merece ser explorado, procuro ir além do que aparece nas redes sociais. Por exemplo: há tempos fiz uma peça sobre assaltos num parque de estacionamento porque nas redes sociais percebi que várias pessoas se queixavam. Fui falar com a PSP para saber se havia queixas, falei com a entidade responsável pelo parque de estacionamento e falei com uma das pessoas lesadas por um assalto.

8. Usa as redes sociais para:
- a) Procurar informação - 3
 - b) Confirmar informação - 4
 - c) Fazer contactos - 2
 - d) Explorar temas - 1

(Por favor, ordene por grau de importância, sendo que 1 corresponde a MAIS IMPORTANTE e 4 a MENOS IMPORTANTE).

9. O aparecimento das redes sociais fez com que alterasse a sua rotina quanto às fontes de informação? (Como e porquê? Por que privilegia as fontes de rotina?)

Não alterou a minha rotina. Apenas me obrigou a estar mais atenta e com um “filtro” mais exigente em relação ao que é ou não é notícia.

Anexo 5 – Entrevista a Jorge Lopes (jornalista do Jornal de Notícias)

Questões:

1. Atualmente, quais são os principais tipos de fontes de informação que utiliza?
Emails, notícias de outros órgãos de informação (sobretudo estrangeiros).

2. Para si, quais são as fontes de informação com maior nível de credibilidade?
Pessoas das nossas redes de contactos, emails, notícias de outros órgãos de informação.

3. Como decorreu a introdução das redes sociais na sua rotina de produção jornalística?
Organicamente. Comecei a consultá-las à medida que foram surgindo.

4. No seu local de trabalho, com que frequência utiliza as redes sociais? E para que tipo de funções?
Raramente. Apenas quando uma informação com potencial noticioso tem origem numa publicação em rede social, ou como último recurso para tentar confirmar/completar dados.

5. Em que aspetos considera que houve mais alterações com a introdução da utilização das redes sociais nas redações? (vantagens e desvantagens)
A vantagem principal é ter acrescentado mais uma fonte de informação às disponíveis. A desvantagem principal é o desequilíbrio flagrante entre o tempo investido nas redes sociais (demasiado) e os benefícios que daí advêm em termos de produção jornalística (relativamente escassos).

6. Considera que as redes sociais são fontes de informação ou que são meios para chegar às fontes?
Porquê?
Podem ser ambas. Podem apresentar dados em bruto a partir dos quais é possível construir matérias jornalísticas; e podem ser uma forma mais expedita de entrar em contacto com algumas fontes.

7. O facto de usar as redes sociais para recolher informação (se for o seu caso) tem-lhe permitido diversificar o tipo de fontes que usa nas suas peças? Se sim, pode dar um exemplo de um tipo de fonte que seja usado devido às redes sociais?

O uso de redes sociais, no meu caso, em muito pouco diversificou o tipo de fontes.

8. Usa as redes sociais para:

1-Confirmar informação

2-Procurar informação

3-Fazer contactos

4-Explorar temas

(Por favor, ordene por grau de importância, sendo que 1 corresponde a MAIS IMPORTANTE e 4 a MENOS IMPORTANTE).

9. O aparecimento das redes sociais fez com que alterasse a sua rotina quanto às fontes de informação? (Como e porquê? Por que privilegia as fontes de rotina?)

Não alterou decisivamente. Como aludi antes, apenas acrescentou uma camada de pesquisa na qual o investimento temporal não tem resultados palpáveis à altura.

Anexo 6 – Entrevista a Ricardo Jorge Pinto (jornalista da Lusa e comentador na RTP)

1. Pessoas e documentos.
2. As fontes que provaram ser fiáveis, ao longo do tempo.
3. As redes sociais tornaram-se uma ferramenta útil a partir do momento em que as fontes de informação as usam para divulgar informação.
4. Todos os dias. Para consultar mensagens das fontes de informação, individuais ou organizacionais.
5. A principal vantagem é a comodidade de ter as fontes mais acessíveis, com maior rapidez. A desvantagem é que, muitas vezes, é preciso confirmar se a informação é verdadeira.
6. As redes sociais são ferramentas de acesso a fontes.
7. Sim, as redes sociais diversificaram as fontes. Por exemplo, agora tenho acesso a mais dirigentes políticos, que estão presentes nas redes sociais.
8. D, A e C
9. Alteraram rotinas, na medida em que evitaram a maior frequência de contactos telefónicos.