



## **Blog: A Credibilidade da Notícia na Internet<sup>1</sup>**

Monique Tobias Portes<sup>2</sup>

João de Castro<sup>3</sup>

Centro Universitário Newton Paiva, Belo Horizonte, MG

**Resumo:** O projeto tem como finalidade discutir uma questão que surgiu após a internet se definir como grande veículo de comunicação noticiosa: há credibilidade nas notícias veiculadas neste meio? O trabalho responde também a outras perguntas. Quais os elementos necessários para obter a credibilidade da notícia na internet? Há diferenças nos métodos de produção de notícias para internet em relação a outros meios?

**Palavras-chave:** Blog; internet; credibilidade; Jornalismo-on-line;

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Áreas Emergentes, modalidade Blog.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de jornalismo, email: monique.portes@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de jornalismo, email: joaodecastro.prof@newtonpaiva.br.



## 1 INTRODUÇÃO

Temos vivido uma transformação dos meios de comunicação com a introdução das inovações tecnológicas. Os recursos que a internet disponibiliza foram evoluindo, adquirindo cada vez mais um número maior de usuários e se tornando abrangentes em termos de conteúdo. Na grande rede, pode-se encontrar virtualmente tudo o que a cultura humana produz, ou já produziu, através dos sites de busca. As notícias jornalísticas também tiveram uma evolução como forma de ser transmitida. Antes oralmente, depois através do jornal, do rádio, da televisão e agora pela internet.

Com esta nova ferramenta de comunicação, as pessoas conseguem se informar em qualquer lugar que esteja, através de jornais, revistas eletrônicas, blogs, rádios, TVs que são transmitidas via internet – um meio muito utilizado pela facilidade com que se tem acesso. Quando se trata de informações jornalísticas, os usuários têm resistência quanto à credibilidade da informação devido à instantaneidade e a interatividade que a internet proporciona aos usuários. Desta forma, o projeto tem como objetivo analisar a construção da credibilidade do jornalismo na internet através da criação de um blog para discussão do tema.

Manda outra lei do jornalismo que se duvide sempre de tudo e de todos – principalmente do que você imagina ter visto ou estar vendo. Nem tudo é como parece. Ou melhor: nada é como parece. Se alguém lhe conta uma história, primeiro duvide. Depois torne a duvidar. Só acredite e publique quando não lhe restar alternativa. Os jornais estão cheios de mentiras ou meias verdades. (NOBLAT, 2005 p. 38)

Este blog será baseado em entrevistas com usuários da internet, especialistas da área de comunicação, tecnologia da informação, sociólogos, psicólogos, dentre outros, com o objetivo de determinar a relevância de aspectos influentes na construção da credibilidade do jornalismo da internet. Em futuro próximo, em vez de um equipamento para acessar qualquer tipo de conteúdo, teremos à disposição conteúdos de informação que poderão ser acessados de diversos tipos de equipamentos. O que na prática – especialmente para quem produz esse conteúdo – faz muita diferença.



## **2 OBJETIVO**

Usamos o blog como suporte para analisar como se estabelece a construção da credibilidade do jornalismo na internet e compreender o que o profissional de jornalismo precisa fazer para produzir notícias de credibilidade, que serão veiculadas especificamente na internet. Visamos também a apontar qual a importância da internet como ferramenta para veicular notícias jornalísticas para a sociedade.



### 3 JUSTIFICATIVA

Nos últimos anos, houve uma transformação nos meios de comunicação provocada pelo rápido desenvolvimento de tecnologias e a popularização dessas ferramentas. Especialmente desde os meados dos anos 80 do século XX, com o surgimento da internet, temos observado centenas de novas experiências de utilização da rede como ferramenta de comunicação.

As vésperas do fim da primeira década do século XXI, a internet já se mostra consolidada como plataforma de circulação de informação. Porém, mesmo com o desenvolvimento e a grande utilização das tecnologias de informação, as pessoas ainda não se sentem completamente seguras de que o conteúdo jornalístico veiculado na internet tenha a mesma credibilidade que os veículos de comunicação tradicionais. Segundo pesquisa do Datafolha, os jornais impressos são a segunda “instituição” mais confiável do Brasil, superando o rádio, a TV e a internet.

Os jornais são os veículos de maior credibilidade entre os meios de comunicação, superando o rádio, a TV e a Internet. E entre doze *instituições* citadas, só perdem, com 15%, para a Igreja Católica, que merece a confiança de 30% dos entrevistados. Os números emergiram de uma pesquisa feita pelo [Datafolha](#) com 1605 brasileiros de mais de 16 anos, nas cidades de São Paulo, Rio, Porto Alegre, Brasília e Recife, no período de 18 a 20 de julho de 2001. A principal pergunta foi: “Em qual destas instituições você mais acredita?”, e foi dada ao entrevistado a opção de escolher Igreja Católica, jornais, igrejas protestantes, emissoras de TV, emissoras de rádio, Internet, Judiciário, governo federal, revistas, clubes de futebol, Congresso Nacional e partidos políticos<sup>1</sup>.

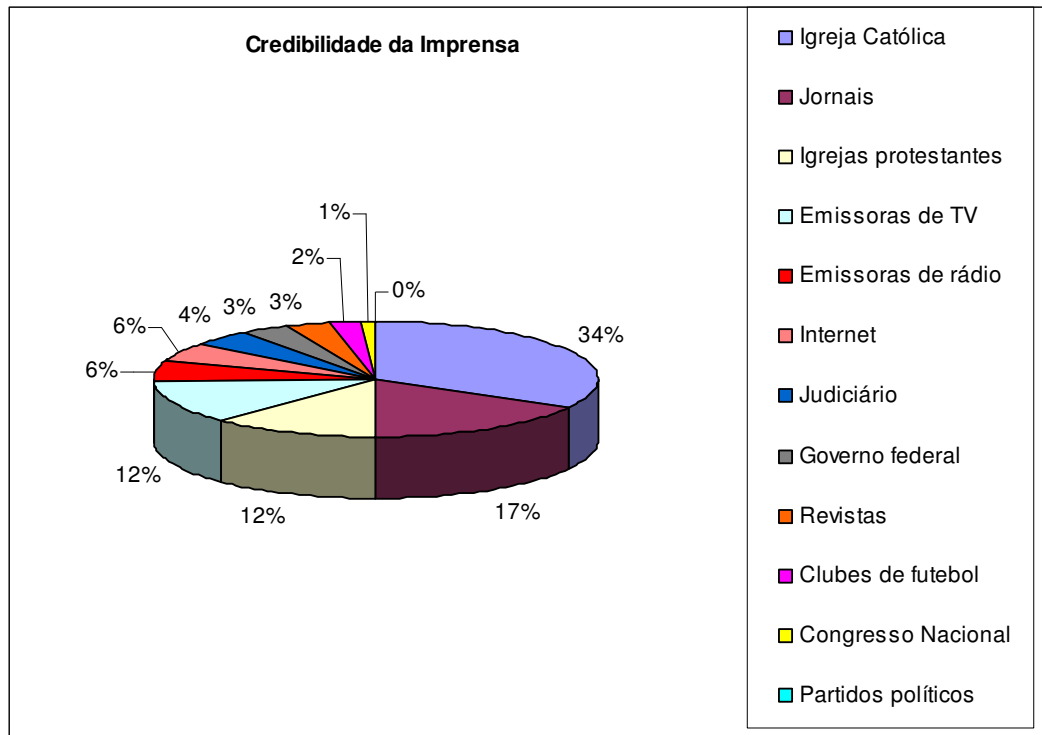


Figura 1 - Pesquisa do Datafolha divulgada pela Associação Nacional de Jornais em 13/8/2001

Como podemos observar, segundo a pesquisa Datafolha a igreja e os jornais são as instituições que têm maior credibilidade da população. Baseado nesses dados, a análise sobre a construção da credibilidade do jornalismo na internet ganha relevância no momento em que estamos prestes a vivenciar uma nova revolução digital.

Como futuros profissionais de jornalismo, acreditamos ser fundamental entender como se dá a construção da credibilidade do jornalismo na internet neste cenário abrangente em que são disponibilizadas diversas possibilidades de produzir conteúdo autônomo.



#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

A produção do blog passa pelo recolhimento de depoimentos sobre o tema. Fizemos uma série de entrevistas com o objetivo de determinar a relevância de aspectos que julgamos influentes na construção da credibilidade do jornalismo da internet.

Após essa pesquisa, selecionamos um “grupo especial” com entrevistados que são os personagens do nosso blog e com quem abordamos os aspectos da credibilidade do jornalismo na internet, a partir dos dados coletados nas pesquisas.

Para a primeira série de entrevistas, propusemos um universo composto pelos seguintes profissionais:

Jornalistas/editores especializados em internet - para elencar os principais elementos necessários para a produção de um noticiário na rede. Profissionais de tecnologia da informação – para determinarmos até que ponto a tecnologia influencia no processo de construção e/ou veiculação das notícias na internet. Psicólogos para indicar se a construção da credibilidade passa por questões psicológicas ou de influência externa. Sociólogos para determinar se os fatores de inserção social influenciam no grau de credibilidade em relação às notícias veiculadas na internet. Aqui, o que queremos saber é se grupos sociais diferentes se relacionam de maneira diferente com esse conteúdo.

No segundo momento, definimos as abordagens que deverão ter mais peso nas entrevistas seguintes.

A partir das informações obtidas nas entrevistas preliminares, seguimos com a elaboração de questionário e fizemos uma pesquisa quantitativa para detectar os aspectos que, na percepção do usuário sejam fundamentais para a credibilidade do jornalismo na internet.



## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

O projeto do “Blog: Credibilidade em Pauta” analisa a construção da credibilidade do jornalismo na internet. As análises referentes a este tema foram feitas por meio de entrevistas com profissionais da área e publicadas no blog.

Após meses de pesquisas, pudemos perceber que o blog é uma das ferramentas mais utilizadas na web pela maioria das pessoas que procuram escrever sobre assuntos do seu interesse e expressar suas opiniões através da publicação de posts. Posts são espaços em que as pessoas têm a liberdade de abordar e discutir diversos tipos de assuntos através da publicação. São também conhecidos no jornalismo on-line, como artigos de tamanhos variáveis, produzidos por um ou mais autores.

Atualmente os blogs ganharam um novo perfil. Não têm somente de caráter pessoal, mas também são utilizados para outros fins, oferecendo suporte ou servindo como espaço para avaliação crítica de empresas e para a grande mídia, como TV, rádio, jornais e revistas.

Os blogs jornalísticos são caracterizados por terem aspecto opinativo. Eles contam com várias fontes de uma mesma informação para divulgar a notícia de forma mais detalhada, podendo assim levar o seu leitor, que não dispõe de muito tempo, a obter uma informação acertada do que está sendo comentado no momento do acontecimento e com espaço para informações anteriores e análises futuras.

Por isso, criamos uma página no blog wordpress e colocamos todos os resultados da nossa pesquisa feita durante o semestre.



## 6 CONSIDERAÇÕES

A primeira questão que moveu este trabalho foi analisar os elementos necessários para obter a credibilidade da notícia na internet. Essa questão surgiu ao analisarmos a pesquisa da Datafolha, segundo a qual a internet aparecia em 6º lugar no ranking de credibilidade, enquanto a Igreja estava em 1º lugar, e o jornal impresso em 2º. Mesmo com a grande facilidade ao acesso às novas tecnologias, os usuários não demonstraram confiabilidade no item credibilidade da imprensa no jornalismo on-line.

Porém, ao darmos início às entrevistas, percebemos que o jornalismo na web tem credibilidade como qualquer outro veículo de comunicação. Consideramos que um dos aspectos importantes para a construção da credibilidade em determinado veículo é a dedicação do profissional em checar a informação, analisar os critérios de noticiabilidade, e principalmente em entender a responsabilidade social de informar, independente do tipo de veículo de comunicação. Outro aspecto relevante é o tempo de atuação do veículo, ou seja, a consolidação da marca, pois a credibilidade é um fator que se constrói no dia-a-dia.

O jornalismo na web busca alcançar a mesma credibilidade que os demais veículos, não ocorrendo grande diferença no processo de produção da notícia. O que pudemos verificar é que a notícia divulgada na internet possibilita acompanhar seus desdobramentos em tempo real. Outro ponto importante é a utilização da hipertextualidade que a internet proporciona, utilizando links, vídeos, podcasting, fotos, infografias, entre outros. A hipertextualidade, além de enriquecer a notícia, é uma forma de o usuário adquirir confiança, seja no que está visualizando ou ouvindo.

Na pesquisa de opinião realizada com os estudantes, verificamos que eles tendem a buscar na internet informação apenas como ponto de partida, mas que necessitam de confirmação em outro veículo, como, por exemplo, o jornal impresso. A descrença nas notícias lidas através da internet nos chamou a atenção: apenas 5% dos entrevistados acreditam sempre nas informações que buscam na internet; 70% dos respondentes acreditam apenas às vezes. Isto revela a compatibilidade com as opiniões dos profissionais entrevistados. O ser humano é muito ligado ao contato face a face, ao tato, e por isso necessita de um documento em mãos para se sentir mais seguro em relação à notícia. O fato de a notícia estar impressa pode conferir mais credibilidade, pois a internet disponibiliza a atualização a todo o momento; já a impressão do material significa que ele não será mais alterado,





documentando aquela informação. Como a internet propicia uma leitura de todos para todos, todas as pessoas ficaram com poder de escrever o que quiserem, escrevendo com ou sem ética, escrevendo o que acreditam ou não, muitas vezes colocando a sua opinião numa estrutura de narrativa como se fosse um fato. É normal que, em um primeiro momento, as pessoas fiquem receosas, mas é fundamental que saibam filtrar as informações.

Observamos que a diferença de um bom jornalismo on-line para um ruim está centrada na informação correta, em um texto coeso, em uma boa pauta, na agilidade, na variedade de informação e na hierarquia correta, de acordo com a importância das diversas notícias. Já o ruim é caracterizado por informações equivocadas, que contêm erros, ou aquele que não está dentro do perfil do usuário.

A partir das entrevistas e das leituras realizadas, compreendemos que um fator determinante para a notícia ser crível depende da fonte. Por isso a importância de ouvir fontes seguras, e sempre mais de uma, para comparar as informações e certificar de que estão corretas.

O grande desafio do jornalismo on-line não é somente fazer com que os usuários visitem determinado veículo de comunicação e, sim, que permaneçam consultando o site diariamente. Pretendemos, portanto, com a publicação do “Blog: Credibilidade em Pauta”, cujo endereço é, [www.gruponewton.wordpress.com](http://www.gruponewton.wordpress.com), produto deste estudo, abrir um fórum dinâmico para o tema, apresentando opiniões colhidas pelos autores, assim como uma coletânea de documentos multimídia propostos ou produzidos por outrem, mas que possam apontar respostas às questões propostas. O blog, evidentemente, é uma publicação dinâmica, e não pretendemos que se resuma ao conteúdo desse estudo inicial, mas que possa receber outras contribuições, à medida que o tema se torne mais abrangente.

É importante destacar que a internet tem papel reconhecidamente importante na democratização da informação e na rapidez de sua veiculação. O homem é um ser tecnológico porque é cultural. Julgamos pertinente abordar o tema como pontapé inicial para esse entendimento e acreditamos que este estudo aponta perspectivas relevantes para a discussão.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL, André *et al* (Orgs.). **Cultura em fluxo**. Belo Horizonte: PUC Minas, 2004.

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

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2008.

GIDDENS, Antony. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.

HEWITT, Hugh. **Blog: entenda a revolução que vai mudar seu mundo**. Trad. Alexandre Martins Morais. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2007.

HOHLFELDT, Antonio. **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Ática, 1993.

LAVILLE, Christian *et al* (Orgs.). **A construção do saber** – manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Belo Horizonte: UFMG, 1999.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2000.

LIMA, Frederico O. **Sociedade digital**: o impacto da tecnologia na sociedade, na cultura, na educação e nas organizações. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Orgs.). **Modelos de jornalismo digital**. Edições GJOL. Salvador: Calandra, 2003.

MC LUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. São Paulo: Cultrix, 1974.

MEYER, Philip. **Os jornais devem desaparecer?** São Paulo: Contexto, 2007.

NOBLAT, Ricardo. **O que é ser jornalista?** Rio de Janeiro: Afiliada, 2005.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2007.

ROSSI, Clovis. **O que é jornalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1981.

STEPHENS, Mitchell. **Uma história das comunicações**: dos tantãs aos satélites. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1993.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no séc. XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2005.

Figura 1 - Disponível em <http://www.igutenberb.org/atualesquisa.html> acesso em 26/04/2008