

O 'Jornalista Sentado' e a Produção da Notícia *on-line* no *CorreioWEB*

Fábio Henrique Pereira

RESUMO

Este trabalho dedica-se ao estudo da produção da notícia on-line e seu impacto na construção da identidade profissional do jornalista. A análise foi estruturada pela aplicação do conceito francês de *journaliste assis*, ou 'jornalista sentado'. Os objetos pesquisados foram as rotinas produtivas do *CorreioWEB* e a forma como o jornalista do *site* vai se relacionar com as fontes de informação, com outros veículos e com o internauta. Ao final foi possível situar o jornalismo produzido para a internet como um novo status profissional.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo On-line. Rotinas Produtivas. Identidade Profissional.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo dedica-se à análise das rotinas produtivas e seu impacto na construção da identidade profissional do jornalista na internet. O estudo da produção jornalística está estruturado a partir de eixos de análise em que serão destacados as relações do jornalista com o veículo, com as fontes e com as singularidades do meio on-line. O material empírico utilizado foi colhido a partir de entrevistas e da observação das rotinas do *Últimas*, produto destinado à publicação de notícias em tempo real no *site CorreioWEB*¹. Para isso,

¹ Fundado em agosto de 1996, o *CorreioWEB* (www.CorreioWEB.com.br) foi um dos primeiros veículos on-line a entrarem em operação no Brasil. O *site* está ligado ao Correio Brazileirense, jornal de maior audiência na capital federal.

parte-se da aplicação e adaptação para a produção na Web do conceito francês de 'jornalista sentado' (*journaliste assis*). Segundo Erik Neveu (2001, p.7), o termo é utilizado para designar "[. . .] um jornalismo mais orientado ao tratamento (formatação dos textos de outros jornalistas, gênero editorial ou comentário) de uma informação que não é coletada pelo próprio jornalista."² Nesse sentido, o termo remete à noção inglesa de processor. O *journaliste assis* se contrapõe ao *journaliste debout* ou o 'jornalista de pé' que se dedica à coleta de informações por meio do contato direto com as fontes. O termo corresponderia, de forma imperfeita, à noção inglesa de *gatherer*.

A internet não foi responsável pela introdução de um jornalismo estritamente 'sentado'. Basta lembrar que algumas funções dentro de redações convencionais já eram exercidas antes da produção noticiosa na Rede que apenas radicalizou esse tipo de produção ao centrar-se na publicação de informações provenientes, sobretudo, de fontes externas. Essa foi a maneira que as empresas jornalísticas encontraram para manter um sistema de alimentação *on-line* em fluxo contínuo com quadro profissional reduzido.

No caso específico do *CorreioWEB*, a saída encontrada foi investir na produção de informações a partir do material de agências de notícias, da adaptação de *releases* e avisos de pauta enviados pelas assessorias de imprensa e pela utilização de serviços de rádio-escuta e TV-escuta. A alimentação do *site* baseia-se, portanto, num modelo que dispensa a apuração convencional. "*Em linha* implica um jornalismo estritamente sentado que consiste em reunir informações disponíveis (e freqüentemente propostas espontaneamente pelas fontes), disponibilizá-las pelo valor e dirigi-las ao público."³ (RUELLAN, 1998, p.83).

Além do conceito francês, outros marcos teóricos serão utilizados vindos sobretudo da sociologia profissional do jornalismo e dos estudos sobre newsmaking. Ao final, será possível enquadrar a produção on-line como um novo espaço de atuação do jornalista.

2 O 'JORNALISTA SENTADO' E AS ROTINAS PRODUTIVAS DO *CORREIOWEB*

Produzir para a internet é desempenhar a função de *gatekeeper*. Ao selecionar dentre uma infinidade de informações disponíveis - quer na internet, nas agências ou disponibilizadas pelas assessorias - quais devem ser publicadas

² No original: "[. . .] une journalisme plus orienté vers le traitement (mise en forme des textes d'autrui, genre éditorial ou commentaire) d'une information qu'il n'a pas collecté lui-même."

³ No original: "*En ligne implique un journalisme strictement assis qui consiste à réunir des informations disponibles (et souvent proposées spontanément par les sources), à les mettre en valeur et à les diriger vers le public.*"

como notícias, “[. . .] os ‘porteiros’ contribuem, assim, para moldar a imagem que o receptor tem de sua sociedade e de seu mundo.” (KUNCSIK, 1997, p. 237).

A seleção de informações destinadas à alimentação do *Últimas* enfatiza principalmente os assuntos relacionados ao Distrito Federal. Quanto aos demais temas, há uma certa dificuldade em apontar os critérios adotados pelos jornalistas do *sítio* na escolha das notícias. A princípio, a publicação estaria baseada nos índices de audiência medidos pelas pesquisas de acesso. Contudo, existem ocasiões em que os jornalistas extrapolam os interesses da audiência e disponibilizam matérias consideradas ‘pouco interessantes’ pelo público. É o caso das notícias sobre política e economia. Segundo o coordenador do *Últimas*, Giulliano Fernandes, o trabalho de jornalista do *CorreioWEB* consistiria em “[. . .] dosar os interesses do *sítio* e os interesses do público.”

Os critérios de noticiabilidade adotados pelo *CorreioWEB* são influenciados ainda pelos ritmos ditados pela produção em fluxo contínuo. Isso leva a mudanças na definição do que é notícia. “Em vez do esquema tradicional ‘fabrica-se depois distribui-se’, com todos os limites industriais que isto implica, era possível distribuir antes de fabricar. Ou seja, as notícias podiam ser divulgadas antes da publicação. Uma notícia em publicação já era uma notícia.” (PATINO, 2001, p. 2).

É interessante observar que o trabalho do ‘jornalista sentado’ é solitário e independente. Praticamente não há interferência externa de editores ou da chefia na produção do jornalista. Segundo Neveu (2001), essa maior autonomia, teoricamente, levaria à produção de um discurso mais interpretativo. Mas a necessidade de alimentar constantemente as ‘turbinas da informação’ impede a concepção desse tipo de discurso. Por isso, o autor francês acredita que a internet representaria o fim do distanciamento analítico da informação.

O resultado é a publicação de notícias a conta-gotas, de informações ainda sem confirmação e de notas praticamente irrelevantes do ponto de vista do internauta. Essa publicação de notícias a conta-gotas seria, na opinião de Ciro Marcondes Filho (2000, p. 45), uma opção ideológica que destaca a primazia da técnica no processo de produção da notícia: “É uma opção que se coloca em oposição à ‘narrativa didática’, ou seja, aquela que não traz apenas uma notícia, mas aumenta a bagagem de informação (e, ao longo prazo, formação) do leitor.”

2.1 A RELAÇÃO DO JORNALISTA COM AS FONTES

O ‘jornalista sentado’ trabalha com uma infinidade de fontes distintas, muitas delas oferecendo notícias prontas para publicação. Nesse caso, parte-se do pressuposto de que o jornal (*on-line*) é um espaço privilegiado, na medi-

da em que transforma determinado acontecimento em notícia pela publicação (TRAQUINA, 2000). Mesmo que o governo e outras instituições disponibilizem informações em suas próprias agências *on-line*, o internauta reconhece o *CorreioWEB* como local isento na medida em que seria ditado pelos padrões da objetividade e interesse público.

O quadro abaixo mostra as principais fontes utilizadas pelos jornalistas do *CorreioWEB*. O quadro foi produzido a partir de um estudo quantitativo do conteúdo do *site* entre os dias 01 e 07 de setembro de 2003.

QUADRO 1 - Principais Fontes Utilizadas pelos Jornalistas do *CorreioWEB*, entre 01 e 07 de Setembro de 2003

TOTAL DE MATÉRIAS PUBLICADAS NO SITE		
Fonte	Matérias	%
Equipe do CorreioWEB	88	12,77
Correio Braziliense	37	5,37
FolhaNews	336	48,76
CBN	04	0,58
Globo News	18	2,61
"Com as agências"	25	3,62
BBC Brasil	06	0,87
Agência Brasil	86	12,48
Agência Câmara	05	0,72
Agência Senado	04	0,58
Outros	05	0,72
Notas sem crédito	75	10,88
Total	689	99,94

Fontes: Assessoria do IBAMA, Assessoria do Ministério da Educação e Cultura, Assessoria Promotora de Justiça de Defesa da Ordem Urbanística do Distrito Federal (PROURB), Portal Terra, Rede Globo.

Quase metade das notas (mais de 48%), publicadas no *site* durante o período analisado têm como base os despachos da *FolhaNews*. Como o *CorreioWeb* assina a agência, a maior parte das notas podem ser publicadas quase sem adaptação. Por isso, o trabalho do jornalista 'sentado' se resume, muitas vezes, a copiar o despacho, colar no banco de dados que alimenta o *site*, trocar o sistema de siglas usado pela Folha para as normas do Correio e dar o crédito. É comum que os repórteres 'enxuguem' matérias consideradas longas demais para a internet. E quando uma nota não parece verídica, os jornalistas do *CorreioWeb* costumam checá-la com as matérias publicadas no *site* do Estado de São Paulo. Mas isso não acontece com frequência.

A maior parte das notas publicadas pela Folha é utilizada para alimentar as editorias de Política (44,15% das matérias publicadas na editoria), Economia (76,02%) e Mundo (65,04). Segundo o coordenador do *Últimas*, Giuliano Fernandes, a cobertura de economia da Folha facilita o trabalho dos jornalistas do *site*, pois traduz para a linguagem noticiosa conceitos do jargão econômico. Já os despachos sobre política são aproveitados porque são consideradas informações confiáveis e imparciais.

Esta concepção simplista é analisada por Maurice Mouillaud em alguns capítulos do livro *O Jornal* da forma ao sentido (1997a). Segundo ele, quem em última instância confere ao interlocutor o status de agente ou fonte é o jornalista. Por isso, ao trabalhar as agências como fontes de informação (e não como agentes), os jornalistas entendem que elas não possuem interesse em produzir um dado enunciado. Mas, mesmo que as agências se considerem fontes 'transparentes', a contestação desse status mostra que elas são agentes produtores de um discurso estratégico. "Disto resulta que a distinção entre os dois tipos de enunciados (o discurso estratégico e a informação) e os tipos de locutores (as fontes e os agentes) não designam conjuntos de limites precisos." (MOUILLAUD, 1997, p. 120).

Na verdade, o jornal é o último operador de uma cadeia de mediações (MOUILLAUD, 1997). É frequente, por exemplo, que matérias copiadas da Folha tenham sido produzidas sem o contato direto com as fontes por meio de assessorias ou agências institucionais. Assim, o 'jornalista sentado' acaba primando como "não-oficial" uma informação que, no início da cadeia foi produzida pelas próprias fontes e difundida pelos despachos de uma agência noticiosa.

Outras vezes, os jornalistas cortam caminho e vão interagir diretamente com as mídias corporativas⁴ e com as assessorias de imprensa. Estas fontes

⁴ O termo 'mídia corporativa' é utilizado pelo jornalista Francisco Sant'Anna em sua pesquisa de doutorado e serve para designar os veículos ligados às instituições do governo e que não se resumem apenas em transmitir informações *intracorporis*, mas principalmente ocupar a agenda mediática com o ponto de vista setorial referente aos fatos gerais.

representam 14,2% do total de matérias publicadas no *CorreioWEB*. E esse número pode ser ainda maior. Há ocasiões em que o jornalista reescreve a informação disponibilizada por essas fontes e publica a matéria sem crédito ou a credita à equipe do *site*.

A relação dos jornalistas com as fontes institucionais segue a lógica da “[. . .] dupla conveniência [. . .]” (CHAPARRO, 1993). Para as fontes é extremamente vantajoso divulgar suas informações dentro de um veículo jornalístico, ‘imparcial’ segundo a percepção do público. Já os jornalistas têm acesso a uma grande quantidade de informações ‘confiáveis’, necessárias para alimentar o *site*. Os jornalistas do *CorreioWEB* consideram confiáveis essas informações pelo simples fato de serem ‘oficiais’. Embora todos os jornalistas afirmem checar as informações produzidas pelas fontes antes de publicarem, isso nem sempre acontece. Notícias consideradas ‘estritamente objetivas’, como o resultado de uma votação no legislativo ou uma decisão judicial, por exemplo, são publicadas sem qualquer tipo de verificação.

Nesses casos, o que os jornalistas fazem é adaptar os textos disponibilizados pelas fontes aos critérios do *CorreioWEB*. Isso acontece com frequência na utilização de fontes do Poder Judiciário, cujas matérias costumam utilizar jargões específicos do meio jurídico. Mas existem páginas como a Agência Brasil (www.radiobras.gov.br), a Agência Câmara (<http://www.camara.gov.br/internet/agencia/default.asp>) e o *site* da Agência Senado (<http://www.senado.gov.br/agencia/>), onde a produção segue critérios jornalísticos, permitindo sua utilização imediata. Essas fontes são capazes de racionalizar suas estratégias para se anteciparem às rotinas jornalísticas e trabalharem de acordo com os valores ligados aos meios de comunicação (CHAPARRO, 1993).

Uma alternativa para diminuir a dependência dos ‘jornalistas sentados’ das agências e das mídias corporativas é o aproveitamento da cobertura realizada pelos repórteres do jornal impresso, o *Correio Braziliense*. Mas, embora estejam localizadas no mesmo prédio (e mesmo andar), as redações não são integradas. Dentro da estrutura dos Diários Associados, o *CorreioWEB* é uma superintendência autônoma e não está ligada nem é submetido hierarquicamente ao Correio. Por isso, há uma diferença entre os projetos editoriais das duas mídias.

Isso não significa que inexistente intercâmbio de informações entre *site* e jornal. Cerca de 5% das matérias veiculadas pelo *CorreioWEB* são produzidas pelo *Correio Braziliense*. A maior parte do material é aproveitada na editoria de *Distrito Federal*, onde o impresso contribui com 26,74% das notas publicadas. Foi outra forma encontrada pelo *site* de preencher a lacuna deixada pela *FolhaNews* na cobertura de eventos locais. Mas isso não é algo

institucionalizado. A troca de informações entre os dois veículos depende da cobrança dos jornalistas do *site* ou da colaboração espontânea dos repórteres do veículo impresso.

2.2 O CONTATO DIRETO COM AS FONTES

Mesmo sem sair da redação, os jornalistas do *site* mantêm contato direto com algumas fontes pelo telefone. Essas relações são freqüentes na cobertura de 'Distrito Federal'. Para isso, o *CorreioWEB* usa da influência do jornal impresso para ter acessos às fontes de primeiro e segundo escalão do governo local. Telefones celulares das fontes costumam ser de grande valia para o 'jornalista sentado'. Eles são utilizados quando as informações disponibilizadas na *web* ou enviadas por *e-mail* não estão completas, para aprofundar uma pauta ou para confrontar opiniões.

2.3 O TEMPO REAL E A RELAÇÕES COM AS FONTES

Subjacente às relações entre jornalistas e fontes está a produção de notícias em tempo real. Inicialmente voltado para os interesses do mercado financeiro, o fluxo contínuo passou a influenciar também outras esferas da sociedade, como as instituições políticas. É o que explica a professora Elizabeth Brandão (1999) em sua tese de doutorado. Segundo ela, em pouco tempo, praticamente todos os funcionários do primeiro escalão do governo Fernando Henrique tinham acesso à agência Broadcast, ligada ao grupo Estado de São Paulo. Com isso, era possível acompanhar o ciclo cada vez mais acelerado de produção e circulação da notícia política em Brasília e responder, prontamente, a qualquer nota desfavorável que fosse publicada em tempo real.

Situação semelhante aconteceu durante a campanha presidencial em 2002. Segundo Spensy Pimentel⁵, um dos assessores de imprensa do então presidente Lula, o uso da internet pelos partidos por meio dos *sites* oficiais marcou o início de uma era em que os serviços de contra-resposta dos candidatos passaram também a funcionar em fluxo contínuo.

Mas nem sempre as fontes de informação estão 'sintonizadas' no ritmo do tempo real. No *CorreioWEB*, por exemplo, existem vários conflitos entre jornalistas e fontes. Isso acontece, por exemplo, durante os contatos com a assessoria de imprensa da Polícia Militar do Distrito Federal. Nesses casos, há uma falta de sintonia entre os ritmos de produção do *site* e os da assessoria. Esta é a opinião do coordenador do *Últimas*, Giulliano Fernandes⁶:

⁵ Em entrevista ao autor.

⁶ Em entrevista ao autor.

Eles não sabem como é trabalhar em tempo real. Nós precisamos da notícia naquela hora, queremos saber se teve um acidente, quantos carros bateram, para ir colocando uma notinha atrás de outra até ter uma notícia completa. E eles acham que precisam ter toda a informação para passar para a gente.

Conflitos entre ritmos temporais distintos, contudo, tendem a acabar. À medida que as fontes se mobilizam para influenciar a pauta jornalística, o tempo real passa a ser adotado pelas assessorias de boa parte das instituições. E mesmo o público parece também ter absorvido a lógica do fluxo contínuo. Segundo a ex-superintendente do *CorreioWEB*, Renata Lu⁷, o internauta costuma “cobrar do *site*” quando um evento de grande importância não é publicado em tempo real.

2.4 AS RELAÇÕES DO *CORREIOWEB* COM OUTROS VEÍCULOS:

O “MIMETISMO MIDIÁTICO”

O *CorreioWEB* interage também com outras mídias, copiando e cedendo informações num mecanismo conhecido como “mimetismo midiático”. Cerca de 8% das notícias publicadas no *CorreioWEB* vêm diretamente da cópia de outros meios. Mas esse número pode ser maior uma vez que nem sempre os jornalistas vão dar o crédito aos veículos copiados. Matérias publicadas na editoria de Esportes, por exemplo, podem ter sido apuradas via televisão ou rádio e creditadas à equipe do *site*.

Segundo Ramonet (2001, p. 21), “[. . .] o mimetismo gera uma confusão de suportes, impelindo a mídia a precipitar-se para cobrir um acontecimento (seja lá qual for) sob o pretexto de que os outros meios - principalmente a mídia de referência - lhes atribuam grande importância.” Para Kuncsik (1997), essa é a forma encontrada pelos jornalistas para reduzir as dúvidas sobre os critérios de seleção das notícias - ao mesmo tempo em que o jornalista deve produzir algo novo, ele se alimenta e imita os outros veículos.

Esse sistema de retroalimentação fica latente já na primeira visita à redação do *CorreioWEB*: TV sempre ligada em algum tipo de programação jornalística, rádio sintonizado na CBN local, consulta ao *sites* da Globo, do Estado de São Paulo, da BBC Brasil, etc.

Na verdade, o mimetismo midiático sempre existiu. A diferença é que agora ele é instantâneo, não se resume à repercussão de uma notícia ou à

⁷ Em palestra na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Brasília, novembro de 2002.

adoção de um mesmo enfoque. Mas é a cópia quase sem adaptação das notícias entre os diferentes meios.

O mimetismo leva a duas conseqüências imediatas. A primeira é o fim do 'furo' jornalístico (BRIGOLINI, 2002). Com as mídias se copiando, é cada vez mais difícil promover uma cobertura diferenciada. Uma segunda conseqüência está na incapacidade do leitor de confrontar as informações de diferentes mídias. Com o mimetismo, o conceito de veracidade entra em declínio: uma notícia se legitima a partir do momento em que todas as mídias a reproduzem. No *CorreioWEB*, por exemplo, já houve casos de uma notícia errada divulgada pela Câmara Legislativa ter sido copiada e publicada pelos jornalistas do *site* e transmitida ao vivo, minutos depois, pelo noticiário local, o DF-TV.

2.5 A INTERNET COMO UM ESPAÇO DE ATUAÇÃO JORNALÍSTICA

Os argumentos que desqualificam o 'jornalista sentado' defendem a apuração junto às fontes como um fator essencial na atribuição das rotinas de produção da notícia. Em seu livro *Jornal, História e Técnica*, o professor Juarez Bahia (1990, p. 40) dá uma noção mais exata deste processo:

A apuração é o mais importante para a notícia, da mesma forma como a notícia é o mais importante para o jornalismo. Elemento essencial no processo da informação, a apuração em jornalismo quer dizer o completo levantamento dos dados de um acontecimento para se escrever a notícia. É o processo que antecede a notícia e que leva à formulação final do texto.

Da mesma forma, Felix Ortega e Maria Luisa Humanes (2000) colocam o surgimento da reportagem objetiva como um dos elementos essenciais na construção da identidade do jornalismo e de sua distinção de outras profissões como o literato e o intelectual.

Com a internet e o surgimento do 'jornalista sentado' a noção da apuração perde terreno para a necessidade de alimentação contínua do sistema. "Jornalismo tornou-se um disciplinamento técnico, antes que uma atividade investigativa ou lingüística. Bom jornalista passou a ser aquele que consegue, em tempo hábil, dar conta das exigências de produção de notícias do que aquele que mais sabe ou melhor escreve.", afirma Ciro Marcondes Filho (2000, p. 36).

Por outro lado, a simples transformação de informações externas em notícias não deixa de ser um trabalho jornalístico. "Entre o copidesque da notícia da agência (criação leve) e a reportagem (criação pesada), ser jornalista é

também inserir-se num processo de produção que leva à transformação de dados em notícia. Tudo isso num mecanismo de inteligência coletiva organizada.” (PATINO, 2001, p. 04). Da mesma forma, segundo Serrano (2002, p. 969), “[...] apesar das fontes controlarem, em parte, o processo de produção de notícias, esse controle não é total, na medida em que lhes escapa o controle da edição de textos.” E é assim que os jornalistas da internet vão perceber seu trabalho:

A minha atividade é a informação. Então a internet, para mim, é um instrumento para isso. Já trabalhei em jornal, revista semanal, revista quinzenal; já trabalhei em jornal diário. Então, no fundo eu estou fazendo a mesma coisa [...], acrescido que a internet me dá acesso a um público que normalmente eu não teria acesso. É um público que tem um certo ceticismo, uma certa descrença com a mídia tradicional. E com esse público que eu falo. (Paulo Henrique Amorim).⁸

Nesse sentido, a dimensão midiática da internet pode ser entendida como um campo de atuação eminentemente jornalístico. Essa conquista pode ser entendida pela fluidez das fronteiras que delimitam identidade do jornalista que lhe permite apropriar novas tecnologias para dentro do seu campo profissional de acordo com seus os interesses.

Mas que elementos da produção on-line singularizam-na como um novo status profissional? Em primeiro lugar, o jornalismo na Rede introduz novas rotinas produtivas. A produção de informações de dentro da redação entra em conflito com a imagem do repórter como o *'the leg man'* que sempre esteve associada à profissão. A necessidade de entrar em contato direto com as fontes de informação passa para o segundo plano. Além disso, outros elementos como o mimetismo midiático e o tempo real são radicalizados, na medida em que se adaptam às práticas produtivas na internet.

Em segundo lugar, os critérios de noticiabilidade mudam durante a produção on-line. O aproveitamento de informações segue agora, além dos tradicionais valores-notícia, os critérios ditados pelo tempo real. A veracidade das informações perde terreno. Notícias antes sem importância passam a ser publicadas, principalmente nos dias em que não há um bom volume de acontecimentos relevantes. As informações passam a ser publicadas a *'conta gotas'*.

Por fim, a internet muda o status do jornalista frente às informações e às fontes. Numa pesquisa sobre o mercado de trabalho na França, Denis Ruellan (2001) identifica quatro áreas de atuação dos jornalistas: como fornecedores (serviço de agenciamento de notícias), como generalistas, como jornalistas de

⁸ Em entrevista ao autor, janeiro de 2002.

proximidade e como jornalistas especializados. No caso da internet, essas fronteiras não são tão bem definidas. O jornalista 'sentado' é fornecedor, pois o material do *site* serve como fonte para uma infinidade de veículos. É um jornalista de proximidade: embora publique notícias de todo o mundo, os eventos locais são prioridade na pauta de *sites* como o *CorreioWEB*. E é, sobretudo, um generalista. O trabalho do 'jornalista sentado' não é estruturado por editoriais. A princípio, ele deve ser capaz de lidar com todos os tipos de assunto.

A partir desses argumentos é possível identificar a produção on-line dentro de um novo status profissional do jornalismo. Essa distinção será feita pela adição de uma nova categoria (ver tabela na página seguinte) num quadro elaborado por Ortega e Humanes (2000, p. 119), onde os autores espanhóis dividem a prática jornalística de acordo com uma tipificação dos modelos profissionais:

QUADRO 2 - A Tipificação dos Modelos Profissionais segundo a Prática Jornalística

Crítérios / Tipos	Rol de jornalistas	Objetivo	Método de trabalho	Apresentação dos fatos
Jornalismo objetivo	Transmissor	Informar	Narração dos feitos	Neutra
Jornalismo interpretativo	Intérprete	Explicar a realidade	Enriquecer as notícias com ajuda da interpretação	Explicativa
Jornalismo de precisão	Investigador	Oferecer informação cientificamente comprovada	Métodos das Ciências Sociais	Científica
Jornalismo de investigação	Detetive	Oferecer informação contrastada	Utilização de fontes fiáveis	Feitos comprovados
Jornalismo de opinião	Partidário	Criar opinião	Divulgação de opinião	Persuasão
Jornalismo comprometido	Advogado	Despertar a solidariedade	Utilização de fontes não oficiais	De forma impactante
Novo Jornalismo	Literato	Autenticidade	Subjetividade	Literária
Jornalismo on-line	Jornalista 'sentado'	Alimentar as 'turbinas da informação'	Produção de notas a partir da compilação de fontes de segunda e terceira mão	À 'conta-gotas'

Fonte: ORTEGA; HUMANES (2000, p. 119).

Como um novo status, o 'jornalista sentado' adapta alguns elementos dos modelos precedentes às suas rotinas, ao mesmo tempo em que assimila as singularidades da Rede. Como afirma Patino (2001, p. 3), "[...] um *know-how* jornalístico emerge. A mídia criou seu jornalismo. E, de maneira circular, o jornalismo criou sua mídia."

3 CONCLUSÕES

É sempre arriscado produzir pesquisas sobre jornalismo on-line pois a linha que separa as pretensões de reinventar a roda ou pessimismo de desprezar as influências da Rede nas práticas profissionais é bastante tênue. Na verdade, criou-se uma grande expectativa em torno da internet e muitos trabalhos foram publicados em função do que o jornalismo on-line deveria ser e não do que ele realmente é.

Esta pesquisa procurou relacionar as singularidades da internet com outros processos que vão afetar as práticas jornalísticas nas demais mídias. Fenômenos como a produção em 'tempo real', o "mimetismo midiático", a produção e o aproveitamento de notícias pelas mídias corporativas não são exclusivos da internet. Mas a forma como empresas, profissionais e fontes adaptam tais fenômenos para a prática jornalística na Rede singularizam o jornalismo on-line como um novo status profissional. O 'jornalista sentado' não é mais o profissional que busca informações, mas o que compila a partir de um número infindáveis de fontes. À medida em que ele torna-se também consumidor da informação, sua função como árbitro torna-se vital.

O estudo das rotinas produtivas e do 'jornalista sentado' sugere mais pontos de discussão do que conclusões acabadas. A forma como o 'jornalista sentado' se relaciona com as agências de notícia, por exemplo, é um aspecto que merece ser destacado. É curioso analisar a cobertura de 'Política' do *CorreioWEB*. Ao utilizar praticamente sem adaptação os despachos da FolhaNews, os repórteres do *site* 'esquecem' que trabalham a apenas alguns quilômetros da Esplanada dos Ministérios e da Praça dos Três Poderes, fontes de quase toda informação política no País. A explicação do jornalista é simplista: as agências trazem um grande número de informações confiáveis a baixo custo.

Mas as agências são de fato tão confiáveis assim? Até que ponto a cópia de um material produzido por terceiros garante a fidedignidade e a veracidade de uma informação? Na verdade, os próprios repórteres do *site* sabem que o material produzido pelas agências e assessorias é passível de erro. Mas apuração 'sentada' muitas vezes enfatiza a lógica do custo-benefício e da dupla conveniência, quando deveriam se orientar por critérios de veracidade da informação e compromisso público.

Por isso, embora o jornalismo on-line tenha se adaptado aos interesses das fontes de informação e dos empresários da mídia, o mesmo não pode ser dito com relação ao internauta. O processo de legitimação do 'jornalista sentado' junto ao leitor é frágil: ele não se estabelece a partir de uma interatividade construída pela Rede, nem pelo compromisso público do jornalista, mas pela credibilidade de marcas construídas no decorrer do tempo. O leitor só concede ao funcionário do *CorreioWEB* o status de jornalista porque o *site* é ligado ao Correio Braziliense, o jornal de maior circulação em Brasília, parte de um grupo de mídia tradicional. Nesse sentido, a conquista da internet como um mercado de trabalho pelo jornalista apresenta uma lamentável contradição. Se, por um lado, esse processo lhe permite adaptar as singularidades do meio on-line para as suas rotinas produtivas, por outro, é ele quem inviabiliza a realização de várias promessas e potencialidades da internet, na medida em que cerceia a capacidade do jornalista de inovar sua prática profissional.

The 'Sitting Journalist' and On-Line News Making in *CorreioWEB*

ABSTRACT

This paper makes a study of on-line news production and its impact on constructing the journalist professional identity. The analysis was structured by applying the French concept of *journaliste assis* or 'sitting journalist'. The object researched was the productive routine of the *CorreioWEB* and the way in which the site's journalist relates with public, information sources and other media. By the end it was possible to rank on-line journalism as a new professional status.

KEYWORDS: On-line Journalism. Productive Routines. Professional Identity.

REFERÊNCIAS

BAHIA, Juarez. **Jornal, História e Técnica: as técnicas do jornalismo**. 4. ed. São Paulo: Ática, 1990. 2v.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. **Da Ciência ao Mercado, a Informação em Tempo Real**. 1999. Tese (Doutorado)- Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação. Universidade de Brasília, Brasília, 1999.

BRIGOLINI, Kátia Milagres. **A Influência do Tempo Real no Poder da Notícia**. 2002 Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Comunicação. Universidade de Brasília, 2002.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do Jornalismo**. São Paulo: Sumus Editorial, 1993.

KUNCSIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo**: norte e sul. São Paulo: Edusp, 1997.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação & Jornalismo**: a saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker, 2000.

MORETSZHON, Sylvia. **Jornalismo em “Tempo Real”** : o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

MOUILLAUD, Maurice. O Sistema de Citações. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). **O Jornal**: da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15, 1997. P. 119-144

NÉVEU, Erik. **Sociologie du Journalisme**. Paris: La Découverte, 2001.

ORTEGA, Felix; HUMANES, Maria Luisa. **Algo Más que Periodistas**: sociología de una profesión. Barcelona: Ariel, 2000.

PATINO, Bruno. **Transmettre, Réagir, se Souvenir**: le journalisme sur l’Internet.. Tradução-livre de Zélia Adghirni. Disponível em: <http://www.text-e.org/conf/index.cfm?fa=printable&ConfText_ID=8>. Acesso em: 14 dez. 2001.

RAMONET, Ignacio. **A Tirania da Comunicação**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

RUELLAN, Denis. À l’Entrée dans la Profesion. In: _____ VVA, **Devenir Journalistes**: sociologie de l’entrée sur le marché du travail. Paris: La Documentation Française, 2001. P. 17-87.

_____. En Ligne: um journaliste como les autres?. In: _____ **Les Cahiers du Journalisme** : journalismes et technologies nouvelles de mutations obligées. Lille: Centre de Recherche de l’Ecole Supérieure de Journalisme, 1998.

SERRANO, Estela. Jornalismo e Elites do Poder. In: MIRANDA, José A. Braga; SILVEIRA, Joel Frederico (Org.). **As Ciências da Comunicação na Viragem do Século**. Lisboa: Veja, 2002. P. 947-961.

TRAQUINA, Nelson. A Descoberta do Poder do Jornalismo: análise da teoria do agendamento. In: TRAQUINA, Nelson (Org.) **O Poder do Jornalismo**: análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva, 2000. P.13-43.

Fábio Henrique Pereira
*Mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília e
doutorando em Comunicação pela mesma Universidade.
Jornalista.
E-mail: fabiohpereira_unb@yahoo.com.br*