



## Fontes jornalísticas do ciberespaço: uma proposta de classificação

**Sílvia Porto Meirelles Leite**<sup>1</sup>  
Universidade Federal de Pelotas

**Resumo:** O presente artigo tem como objetivo apresentar uma proposta de tipificação de fontes jornalísticas do ciberespaço, tendo como premissa que o jornalismo é uma forma social de conhecimento. Para tanto, caracteriza fontes no jornalismo e propõe uma relação destas com a infraestrutura e as possibilidades do ciberespaço. A partir disso, é apresentada uma matriz tipificando as fontes com base nas plataformas acessadas pelos jornalistas, elucidando: Sites de Redes Sociais, Websites e Aplicativos. Em cada plataforma são identificadas possíveis fontes com base e natureza e na classificação das fontes jornalísticas

**Palavras-chave:** fonte jornalística; ciberespaço; produção da notícia; tipificação de fontes; fontes do ciberespaço

### 1. Introdução

Com o objetivo de apresentar uma proposta de tipificação de fontes jornalísticas do ciberespaço, o presente artigo caracteriza o que são fontes para o jornalismo, identificando suas características. A partir disso, investe-se na relação dessas características com a estrutura do ciberespaço, conceituando e elucidando fontes do ciberespaço. En-

---

<sup>1</sup> Professora Dr<sup>a</sup> do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). Pós-doutoranda em Jornalismo na Universidade Federal de Santa Catarina (PPJor/UFSC). Doutora em Informática na Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PGIE/UFRGS). E-mail: [silviameirelles@gmail.com](mailto:silviameirelles@gmail.com).

tende-se que esse tipo de estudo pode aprofundar o debate para uma apropriação do ciberespaço pelo jornalismo, investindo na identificação e qualificação de fontes como um caminho para qualificar a informação noticiada.

Ao estudar as fontes no jornalismo, remete-se à perspectiva do jornalismo como uma forma social de conhecimento, que trabalha com a apropriação social do homem sobre a realidade (MEDITSCH, 1992; GENRO FILHO, 1997). Como Meditsch destaca, ao definir uma pauta, o jornalista parte de uma observação da realidade, buscando apreender o fato e se apropriar de suas especificidades a partir de todos os pontos de vistas relevantes nesse processo. Ou seja, busca-se nas fontes jornalísticas os elementos necessários para se apropriar dos fatos narrados, considerando que esses fatos são situados em um determinado contexto e trabalhados a partir de técnicas jornalísticas.

Ao disponibilizar uma informação, a fonte dá visibilidade para aquilo que acredita ser importante para o jornalista. Entretanto, quando a fonte realiza essa ação por meio do ciberespaço, pode-se considerar que ela não está direcionando a informação apenas a jornalistas e, mesmo que a publicação no ciberespaço tenha a intencionalidade de agendar os veículos de comunicação, ela também poderá ser acessada por leigos.

Nesse cenário, destaca-se a importância de identificar os tipos de fontes e relacioná-las com as possibilidades do suporte tecnológico e com características do ciberespaço. Assim, a tipificação apresentada neste artigo é datada, pois depende dos recursos disponíveis e das configurações construídas a partir desses recursos. Ou seja, considera a plataforma acessada pelo jornalista e a natureza da fonte. Como plataforma considera-se: Sites de Redes Sociais, Websites e Aplicativos. As fontes de Sites de Redes Sociais estão organizadas em: a) Perfil Oficial, b) Perfil Institucional, c) Perfil Pessoal, d) Perfil de Celebridade e e) Perfil de Pessoa Pública. A tipificação proposta para as fontes de Websites apresenta a seguinte organização: a) Site Oficial, b) Site Institucional, c) Site Banco de Dados Públicos e d) Site de Coleta e Armazenamento de Dados. Por fim, as fontes de Aplicativos são: a) Aplicativos de Conteúdo Colaborativo, b) Fontes de Aplicativos de Trocas de Mensagens e c) Aplicativos de GPS.

## **2. Fontes no Jornalismo**

Para uma narrativa jornalística ser construída é preciso que o jornalista tenha conhecimento dos espaços e das pessoas com os quais possa resgatar informações. Para isso, é preciso uma pesquisa prévia, a procura e consulta de agentes informacionais (fontes) e uma averiguação para conferir o que foi disposto nas etapas anteriores. Ou seja, todos os procedimentos que antecedem a escrita jornalística e a divulgação de um acontecimento estão ligados às fontes. Por isso, considera-se a fonte um componente essencial e de importância única para a construção noticiosa.

Schmitz define que fontes de notícia são: “pessoas, organizações, grupos sociais ou referências; envolvidas direta ou indiretamente a fatos e eventos; que agem de forma proativa, ativa, passiva ou reativa; sendo confiáveis, fidedignas ou duvidosa” (SCHMITZ, 2011, p. 11). Os jornalistas obtêm informações dessas fontes para transmitir ao público por meio de veículos de comunicação, sendo que o grau de conhecimento e a ligação ao fato noticiado depende do viés da pauta. Gehrke, ao elucidar o uso de fontes no jornalismo de dados, define que: “fonte é pessoa ou documento, incluídas as bases de dados, cuja informação ou conhecimento foi empregado de forma explícita em uma notícia, seja ao longo do texto, seja por meio de escrita hipertextual ou apenas como referência para uma visualização” (GEHRKE, 2018, p.30).

A fonte jornalística pode ser interpretada a partir de sua origem e contextualização, com base em Lage (2011), Pena (2010), Schmitz (2011) e Gehrke (2018), entende-se que uma fonte pode ser: oficial, empresarial, institucional, testemunhal, popular, especializada e documental. A fonte oficial contempla uma pessoa em cargo público que se pronuncia pelo órgão que representa, o qual pode ser mantido pelo estado (executivo, legislativo e judiciário) ou ser uma organização agregada. A fonte empresarial representa instituições privadas com fins lucrativos e suas informações podem ter um caráter de publicidade e de proteção à marca, considerando seus interesses financeiros. A fonte institucional, também identificada como fonte independente, contempla instituições sem fins lucrativos, como organizações não-governamentais (ONGs) ou grupos sociais. A fonte testemunhal, apresenta uma perspectiva sobre o ocorrido e é considerada uma fonte independente que tem o relato baseado na memória do ocorrido. A fonte popular não fala por uma organização ou grupo social, é interpretada como uma pessoa comum que fala por si. A fonte especializada destaca-se pelo seu saber específico, pode ser uma

pessoa ou organização com capacidade de analisar as consequências e estabelecer relações acerca do tema. Por fim, a fonte documental considera a consulta de livros, teses, artigos, dossiês e demais documentos que possam servir para aumentar o grau informacional da narrativa.

Além de todas as relações estabelecidas nos meios físicos, as fontes constroem um papel indispensável no Ciberjornalismo. Visando o fluxo de informações constante e a possibilidade de qualquer pessoa participar da rede e seus segmentos, o ciberespaço pode impulsionar pautas e dar visibilidade às fontes.

Nesta perspectiva, busca-se caracterizar as fontes do ciberespaço, relacionando as fontes jornalísticas com as possibilidades da infraestrutura técnica do ciberespaço e das características da cibercultura.

## **2.1 Fontes do Ciberespaço na Produção Jornalística**

Ao considerar o jornalismo uma forma social de conhecimento, remete-se às fontes usadas para a construção desse conhecimento. Nessa perspectiva, o ciberespaço se configura como uma memória com diferentes informações que podem contribuir para se apreender o fato narrado. Essa memória pode ser consultada em diferentes plataformas, tais como: sites governamentais ou de instituições socialmente representativas, registros de perfis pessoais de sites de redes sociais, repositórios para compartilhamento de arquivos, aplicativos colaborativos sobre algum tema específico ou ferramentas que apresentam estatísticas de dados da Internet. Assim, entende-se que as fontes do ciberespaço são engendradas no contexto do ciberespaço e da cultura da convergência<sup>2</sup>, apresentando linguagens, origens e contextualizações diferentes, tais como: audiovisuais, imagens, áudios, postagens em sites de redes sociais e ambientes colaborativos e dados quantitativos coletados em plataformas de uso coletivo.

Geralmente essas informações estão disponíveis para a consulta tanto de jornalistas quanto de internautas leigos. Contudo, cabe ao jornalismo ir além da simples consulta, verificando as informações e trazendo os desdobramentos sobre o que está sendo notici-

---

<sup>2</sup> A expressão Cultura da Convergência tem como principal referência Jenkins (2009), que considera a convergência como um meio que atua na relação entre tecnologias da informação existentes, modificando o formato como as notícias são produzidas e como as pessoas consomem a notícia e o entretenimento.

ado, o que contempla saber trabalhar com as fontes a partir de uma perspectiva técnica e ética.

Junto a isso, são apresentados ao jornalismo diferentes elementos que possibilitam examinar as informações mais variadas. Destaca-se que essas informações estão em constante transformação, pois podem ser editadas e seu conteúdo atualizado, complementado ou alterado. Compreender essa dinâmica de plasticidade e construção coletiva do ciberespaço traz problematizações sobre como apreender uma informação coletada no ciberespaço e como trabalhá-la jornalisticamente.

As transformações das tecnologias digitais e as possibilidades do ciberespaço têm trazido novos questionamentos sobre o tema. Pena (2012) considera um complicador a possibilidade de as fontes serem também produtoras diretas de conteúdo no ciberespaço, o que pode levar a distorções da informação. Para o autor, em um cenário no qual os indivíduos e as instituições tentam ocupar o espaço público sem precisar da mediação jornalística, pode-se considerar que “se está na Internet, por princípio, já é de domínio público” (PENA, 2012, pág. 62). O autor também observa situações em que os jornalistas usam sites de redes sociais para traçar o perfil dos personagens de uma notícia, sem questionar a validade das informações coletadas, como acontecia com os testemunhos do Orkut<sup>3</sup>. Junto a isso, Pena questiona até que ponto um testemunho publicado no Orkut poderia ser considerado uma fonte testemunhal, pois para o testemunho ser publicado, se o dono da conta precisava aprovar o texto, dificilmente vai aprovar um testemunho contrário à sua imagem. Para um jornalista considerar um testemunho do Orkut como fonte, é necessário problematizar por quais filtros o texto passou antes de ser publicado.

Machado (2002), ao refletir sobre o envio de informações por internautas para sites de notícias, destaca o ciberespaço como fonte para a realização do trabalho jornalístico, indicando que sua estrutura descentralizada pode interferir na apuração jornalística. O autor lembra que se observa uma desarticulação de um modelo clássico de jornalismo,

---

<sup>3</sup> O site de rede social Orkut, filiado à empresa Google, foi criado em 2004 e desativado em 2014. O site disponibilizava a ferramenta Testemunho, com a qual os internautas podiam publicar testemunhos para um determinado perfil. Entretanto, o dono do perfil tinha o poder de tornar público ou não (aceitar ou não) o testemunho publicado em seu perfil, ou seja, o dono do perfil poderia escolher os testemunhos que ficariam visíveis em seu perfil.

que busca dados apenas em personalidades reconhecidas. Ao considerar as especificidades da digitalização da informação, o ciberespaço desafia o exercício do jornalismo ao alterar “a relação de forças entre os diversos tipos de fontes porque concede a todos os usuários o status de fontes potenciais para os jornalistas” (MACHADO, 2002, pág. 6). Nesse cenário, indivíduos podem publicizar suas mensagens pessoais ou filtrar quais mensagens consideram relevantes, colocando-se como intermediários na difusão de informações. Ao considerar a participação dos internautas na construção das informações que circulam na Internet, observa-se o que Machado chama de um alargamento no conceito de fontes, cabendo ao jornalista a busca por informações sobre os textos jornalísticos produzidos.

Bruns (2014), ao debater sobre o desafio da realimentação da notícia em tempo real e a participação dos internautas na produção da notícia, destaca o impacto das mídias sociais na produção, divulgação e discussão das notícias. O autor destaca a participação dos internautas na cobertura das notícias com assuntos como desastres naturais, manifestações, distúrbios populares, escândalos políticos, jogos esportivos e acontecimentos com celebridades. Nessa perspectiva, trabalha-se com a compreensão coletiva dos eventos, no qual se tem um fluxo constante de atualizações das informações nas redes sociais digitais, principalmente com a difusão de materiais audiovisuais. Mesmo empresas consolidadas, que trabalham com a produção de notícias, tem se referido com frequência a fontes de mídias sociais, buscando referências sobre o tema abordado na abrangência demográfica e geográfica dos internautas.

Também são observados casos em que o jornalismo usa informações postadas por perfis pessoais, de sites de redes sociais, para analisar ou comprovar o que está sendo noticiado. Como o caso da professora Marcia Friggi<sup>4</sup>, que se transformou em notícia após publicar no seu perfil pessoal do Facebook que havia apanhado de um aluno na escola em que trabalhava. Assim como esse acontecimento virou notícia, os jornalistas buscaram na mesma rede social elementos sobre a vida pessoal da professora, vasculhando suas opiniões sobre os mais diferentes assuntos, noticiando seus posicionamentos e usando suas postagens durante as entrevistas com ela.

---

<sup>4</sup> Mais informações sobre o caso podem ser acessadas em: <https://veja.abril.com.br/brasil/professora-e-agredida-por-aluno-dentro-de-colegio-em-sc/> e <https://novaescola.org.br/conteudo/5371/a-professora-marcia-friggi-tomou-um-soco-e-nos-o-que-aprendemos>

Considerando a força das mídias sociais na relação das instituições públicas com os internautas, pessoas que almejam ou estão em cargos políticos usam sites de redes sociais para se aproximar de seus eleitores. Como Ferrari (2010) destaca, pode-se observar iniciativas como dos presidentes Barack Obama e John McCain nas eleições de 2008 para a presidência dos Estados Unidos, que mantiveram seus perfis do Twitter constantemente atualizados. Atualmente, pode-se acompanhar notícias na imprensa sobre tweets polêmicos dos presidentes Jair Bolsonaro e Donald Trump. Essas publicações são constantemente usadas como fontes de notícias pelo jornalismo.

Além de casos pautados nos sites de redes sociais, também podem ser observadas notícias que usam sites de instituições governamentais como fontes oficiais, trazendo dados estatísticos e material audiovisual relevantes para a pauta trabalhada. Ou, ainda, dados coletados em sistemas de GPS, como os aplicativos Waze e Google Maps, para elaborar notícias com pautas sobre o trânsito.

Considerando o uso recorrente de fontes do ciberespaço para a produção de material noticioso, destaca-se a relevância de identificar possíveis fontes jornalísticas do ciberespaço e propor uma tipificação para essas fontes.

### **3. Uma Proposta de Tipificação de Fontes do Ciberespaço**

Conforme indicado anteriormente, as fontes jornalísticas do ciberespaço são engendradas em um contexto que opera com diferentes linguagens e com a construção coletiva, ou seja, uma fonte do ciberespaço pode ser uma pessoa que compartilha uma informação (texto, imagem, áudio ou audiovisual) ou pode ser uma informação que foi construída coletivamente, a partir da colaboração de diferentes atores. Essa fonte pode agregar uma informação que define o enfoque da pauta ou pode apenas acrescentar curiosidades ao tema trabalho. Entende-se que o olhar do jornalista, e seu papel de mediador na construção da informação jornalística, possibilita identificar a importância dos elementos informacionais disponibilizados no ciberespaço. Além de saber identificar a fonte, é necessário saber como buscar a informação desejada e como apresentá-la na narrativa jornalística.

Junto a isso, destaca-se que a proposta de tipificação apresentada nesse artigo é datada, pois está relacionada com a infraestrutura técnica utilizada atualmente no ciberespaço e com as dinâmicas de construção e disponibilização das informações. Assim, a presente tipificação considera a plataforma acessada pelo jornalista e a natureza da fonte. Como plataforma considera-se: Sites de Redes Sociais, Websites e Aplicativos. Cada plataforma agrega fontes de diferentes naturezas, o que contempla sua origem e contextualização, conforme é apresentado na Tabela 1 e detalhado a seguir.

Tabela 1: Matriz de Classificação de Fontes do Ciberespaço

| <b>Plataformas</b>       | <b>Sites de Redes Sociais</b>   | <b>Websites</b>   | <b>Aplicativos</b>  |
|--------------------------|---|---|---|
| <b>Natureza da Fonte</b> | a) Perfil Oficial<br>b) Perfil Institucional<br>c) Perfil Pessoal<br>d) Perfil de Celebridade<br>e) Perfil de Pessoa Pública. | a) Site Oficial<br>b) Site Institucional<br>c) Site Banco de Dados Públicos<br>d) Site de Coleta e Armazenamento de Dados | a) Aplicativos de Conteúdo Colaborativo<br>b) Fontes de Aplicativos de Trocas de Mensagens<br>c) Aplicativos de GPS |

Fonte: A autora (2018)

### 3.1 Fontes de Sites de Redes Sociais

Os sites de redes sociais têm como principal característica disponibilizar uma estrutura que permite o cadastro de perfis que podem ser pessoais, coletivos ou institucionais. Esses perfis podem publicar conteúdos públicos ou restritos a uma determinada rede, interagir com outros perfis através de comentários ou comandos que indiquem uma manifestação em relação à determinada publicação e ajudar a difundir alguma informação. Destaca-se que sites de redes sociais, como Twitter, Instagram, Facebook e Youtube, disponibilizam um selo de autenticidade, o qual indica que o perfil foi verificado, ou seja, é do proprietário que está identificado na conta. Esse selo ajuda a garantir a origem da informação, que é um critério importante na escolha das fontes jornalísticas nos sites de redes sociais.

Nessa proposta de tipificação, as fontes de sites de redes sociais estão organizadas em: a) Perfil Oficial, b) Perfil Institucional, c) Perfil Pessoal, d) Perfil de Celebridade e e) Perfil de Pessoa Pública.



Os Perfis Oficiais são mantidos pelo Estado e caracterizam-se por apresentar “dados fidedignos de personalidades reconhecidas, respaldadas pelo exercício de uma função pública” (MACHADO, 2002, pág. 4). Entretanto, como Lage (2011) lembra, apesar de ser importante trazer os dados apresentados por fontes oficiais, esse tipo de fonte também pode falsear a realidade, por isso, é importante buscar outras fontes. É comum encontrarmos Perfis Oficiais cadastrados em Sites de Redes Sociais, os quais publicam informações com regularidade e muitas vezes lincam a publicação ao seu site oficial, geralmente o perfil é atualizado pela assessoria de imprensa da instituição.

O Perfil Institucional caracteriza perfis de instituições socialmente representativas, que são reconhecidas pela atuação em uma determinada área, como as organizações não-governamentais (ONGs) e outros tipos de sociedade civil organizada. Esse tipo de perfil é interpretado como uma fonte independente, ou seja, ele pode ser considerado um “agente espontâneo e desvinculado de qualquer interesse” (LAGE, 2011, pág. 64), mas é importante considerar que essas fontes costumam ser militantes nas causas que defendem e têm interesse em propagar a sua bandeira. Esses perfis costumam divulgar e transmitir atividades de seus integrantes e eventos.

O Perfil Pessoal baseia-se na proposta de fonte popular desenvolvida por Schmitz (2011) e é considerada uma fonte informal que fala por si e humaniza a narrativa jornalística. Suas publicações nos sites de redes sociais podem trazer testemunhos acerca de acontecimentos presenciados pelo internauta que responde pelo perfil, reivindicações de direitos ou contextualizações de eventos do cotidiano. Geralmente, essas fontes fazem parte das redes dos jornalistas, que podem acessar suas publicações e conversar com a fonte para obter mais informação sobre o tema.

O Perfil de Celebridade pode ser interpretado como uma variação do Perfil Pessoal, com a diferença que, de acordo com Pena (2010), as celebridades usam os mecanismos da mídia para se promover, trazendo sua intimidade para o espaço público e investindo numa possível autossemelhança entre celebridade e espectador/internauta. Ou seja, quando as pessoas têm acesso à vida das celebridades, sentem-se mais perto delas. Nesse cenário, os sites de redes sociais possibilitam uma aproximação entre as celebridades e os internautas que não têm visibilidade nas diferentes mídias, de modo que esses perfis costumam publicar posicionamentos sobre os diferentes acontecimentos

e situações da vida cotidiana. Isso não quer dizer que essas publicações sejam de interesse público, mas podem ser trabalhadas nas diferentes pautas noticiosas. O Instagram é reconhecido como uma plataforma utilizada por esse tipo de perfil, onde celebridades postam fotos e vídeos de sua vida pessoal, buscando ampliar o alcance de sua imagem.

O Perfil de Pessoa Pública é identificado como perfil de personalidades que representam instituições de interesse público ou é de uma pessoa identificada pelo seu notório saber em uma determinada área. Diferencia-se do Perfil Oficial e Institucional por ser uma conta pessoal, ou seja, pode ser mantida pela pessoa, mesmo que ela se afaste do cargo. Esse tipo de perfil pode contribuir para cobertura de temas complexos e, como Schmitz (2011, pág.11) destaca, essa fonte tem “a capacidade de analisar as possíveis consequências de determinadas ações ou acontecimentos”. Considerando a relevância das contribuições dessa fonte para a proposição de pautas e composição de notícias, é pertinente que o jornalista siga fontes com essa característica em suas redes sociais.

Considerando a dinâmica das publicações nos sites de redes sociais, destaca-se que as informações divulgadas por essas fontes geralmente são mais concisas e podem ser apagadas ou editadas com facilidade, o que interfere no processo de apuração.

### **3.2 Fontes de Websites**

Os Websites, também conhecidos como sítios eletrônicos ou simplesmente sites, caracterizam-se por apresentar um conjunto de páginas web vinculadas a um mesmo endereço eletrônico, também chamado de URL. Geralmente o endereço eletrônico apresenta uma página inicial, com os *links* para as outras páginas e os outros tipos de documentos disponibilizados. Além disso, o endereço eletrônico pode indicar a origem e a filiação do website, o que é uma referência importante para caracterizar o tipo de fonte trabalhada.

A estrutura padrão de um endereço eletrônico traz informações importantes que dão credibilidade a fonte, tais como: a) o nome do domínio, que é o nome registrado para o website, e b) a categoria do domínio, caracterizada por uma sigla que indica o tipo de domínio, se é comercial (.com), instituição não governamental sem fins lucrativos (.org), instituição de ensino superior (.edu), governamental (.gov), dentre outras. Os

países têm instituições que respondem pelo registro dos endereços eletrônicos<sup>5</sup>, o que assegura que o endereço apresente uma pessoa física ou jurídica responsável pelo conteúdo divulgado. Também assegura que a pessoa física ou jurídica que registrou o domínio apresentou os documentos necessários para justificar a categoria do domínio.

As fontes de websites trazem materiais mais detalhados que os sites de redes sociais, possibilitando aprofundar a pauta. É comum acessar nos websites o que Gehrke (2018) intitula como fonte de Arquivo Documental, ou seja, arquivos variados como: “notas, relatórios, decretos, memorandos, rankings, estudos, resoluções, leis e informações gerais sobre programas, projetos e iniciativas” (GEHRKE, 2018, p. 94). No jornalismo esse tipo de documento pode ser interpretado como um atestado de veracidade do fato.

A proposta de tipificação para fontes de websites apresenta a seguinte organização: a) Site Oficial, b) Site Institucional, c) Banco de Dados Públicos e d) Site de Coleta e Armazenamento de Dados.

O site oficial apresenta no seu endereço eletrônico a categoria de domínio da sua instituição, o que é uma referência importante para a confiabilidade da fonte. Dentre as categorias de domínio observadas em sites oficiais brasileiros, pode-se destacar: a) .jus.br - indicando que é uma instituição do Poder Judiciário, b) .leg.br - indicando que é uma instituição do Poder Legislativo, c) .mp.br - indicando que é uma instituição do Ministério Público, d) .def.br - indicando que é um site vinculado a Defensorias Públicas, e) .gov.br - indicando que é uma instituição do governo federal, f) .mil.br - indicando que é um site das Forças Armadas Brasileiras, e g) .org.br - indicando que é uma instituição não governamental sem fins lucrativos, como o caso dos sindicatos e de organizações representativas. Assim como no Perfil Oficial de sites de redes sociais, entende-se que os sites oficiais trazem informações respaldadas pelo exercício de uma função pública. Geralmente esses sites são atualizados pela Assessoria de Imprensa da instituição indicada no endereço eletrônico, também trazem informações mais detalha-

---

<sup>5</sup> No Brasil, a instituição responsável pelos registros dos domínios é o Comitê Gestor da Internet, disponível em: [cgi.br](http://cgi.br), acessado em 23/01/2019. As nomenclaturas e categorias adotadas nesse artigo têm como base a proposta apresentada por essa instituição, e está disponível em: [registro.br/dominio/categoria.html](http://registro.br/dominio/categoria.html), acessado em 23/01/2019.

das que os perfis de redes sociais, incluindo documentos oficiais, releases e pronunciamentos.

O Site Institucional apresenta conteúdo publicado por instituições socialmente representativas. Assim como no perfil institucional, essas instituições são reconhecidas por sua atuação em determinado segmento, caracterizando-se por sua organização e atuação na sociedade. As principais referências de sites institucionais remetem a ONGs e sociedades civis organizadas, de modo que no Brasil as categorias de domínio podem ser: a) .org.br - indicando sites de instituições não governamentais sem fins lucrativos e b).ong.br - indicando sites de atividades não governamentais individuais ou associativas. Conforme destacado anteriormente, a fonte institucional não está vinculada a uma instituição governamental, entretanto esses sites apresentam conteúdos com a abordagem defendida por suas instituições.

Site Banco de Dados Públicos se aproxima da fonte Site Oficial pela sua origem, ou seja, órgãos públicos. Entretanto, essa fonte se diferencia pela estrutura do dado apresentado, trabalhando com números e probabilidades para descrever um fenômeno. Os bancos de dados públicos geralmente disponibilizam arquivos com estatísticas sobre determinado tema, as quais estão organizadas em planilhas simples, que podem ser consultadas com um editor de planilhas, ou planilhas mais complexas com bases de dados.

Site de Coleta e Armazenamento de Dados traz informações que podem ou não estar estruturadas graficamente, e se caracterizam por disponibilizar dados estatísticos sobre determinado tema. Essa fonte se diferencia dos Bancos de Dados Públicos devido a sua origem e sistemática de coleta de dados. Geralmente são empresas relacionadas com tecnologia, de modo que o trabalho jornalístico com esses dados está relacionado com a apropriação da tecnologia em questão, com a problematização dos interesses da empresa em sistematizar e disponibilizar esses dados e com uma ética de compartilhamento de informações. Destaca-se, ainda, que nem sempre os usuários têm ciência de que os dados estão sendo coletados. Um exemplo desse tipo de fonte é o Google Trends da empresa Google, disponível em [trends.google.com](https://trends.google.com), que possibilita identificar os termos pesquisados nas diferentes regiões do mundo e apresenta os resultados organizados em gráficos.

Os diferentes websites podem contribuir para a produção jornalística como fontes primárias, fornecendo fatos, versões e estatísticas, ou fontes secundárias, subsidiando e problematizando o acontecimento narrado.

### **3.3 Fontes de Aplicativos**

Os aplicativos para smartphones, também conhecidos como Apps, interferiram na forma das pessoas se relacionarem com o espaço físico, com o tempo de acesso e com as outras pessoas. Como Pellanda (2009) destaca, o acesso aos dispositivos móveis conectados à Internet reconfigurou a conexão em rede, nesse cenário pode-se observar a união da geografia com o espaço informacional disponível através do ciberespaço, bem como um maior tempo de conexão por parte dos internautas. Junto a isso, tem-se uma maior participação das pessoas na produção e divulgação de informações na internet, dando visibilidade ao que acontece ao redor do cidadão. Essa produção de conteúdos através dos dispositivos móveis e com o suporte de aplicativos não é isolada, ela está sendo construída coletivamente, contribuindo para o que Lévy (1999) chama de inteligência coletiva no ciberespaço. Assim, as fontes de aplicativos para smartphones caracterizam-se pela construção coletiva de internautas e pela mobilidade nesse processo de construção.

Os aplicativos de smartphones também podem ser usados para acessar informações de fontes de sites de redes sociais e fontes de websites, sendo que o conteúdo está disponível tanto na web quanto em aplicativos. Entretanto, podem ser observadas especificidades, as quais contribuem para delinear essa proposta de tipificação, de modo que as fontes em aplicativos estão organizadas em: a) Aplicativos de Conteúdo Colaborativo, b) Fontes de Aplicativos de Trocas de Mensagens e c) Aplicativos de GPS.

Os Aplicativos de Conteúdo Colaborativo caracterizam-se por trazerem informações publicadas por internautas sobre temáticas presentes no espaço geográfico em que estão inseridos. A partir das relações entre publicações individuais, pode-se compreender uma totalidade, que ganha visibilidade através do compartilhamento de demarcações geográficas e da produção de estatísticas. Ou seja, a validade jornalística dos conteúdos publicados nesse tipo de aplicativo está no destaque dado ao espaço geográfi-

co no ciberespaço, bem como na construção coletiva acerca de um determinado assunto. Esse tipo de fonte pode ser observado no Aplicativo Onde Tem Tiroteio (OTT), no qual os internautas cadastrados podem publicar alertas indicando o horário e o local onde ocorreram tiros com armas de fogo. Os registros trazem informações de tiros nos Estados do Rio de Janeiro e de São Paulo. Através do aplicativo é possível acessar um mapa com as indicações de tiroteio e relatórios comparando dados publicados pelos participantes. Os alertas divulgados no aplicativo não são checados pelos administradores do sistema, seu conteúdo depende da participação das pessoas.

As fontes de Aplicativos de Troca de Mensagens caracterizam a interação com a fonte mediada por um aplicativo, de modo que as trocas podem ocorrer através de mensagem de texto, mensagem de áudio, vídeo ou arquivos anexados. Além disso, a interação pode ser síncrona, que caracteriza trocas em tempo real, ou assíncrona, com trocas de mensagens em tempos diferentes. Destaca-se que os aplicativos de mensagens facilitaram a comunicação com pessoas de difícil acesso, tanto pelo acesso geográfico, quanto pelo acesso a pessoas com agendas muito comprometidas. Entretanto, dependendo do tipo de recurso utilizado para a comunicação, pode-se não ter garantias de que o jornalista realmente está falando com a pessoa indicada no perfil do aplicativo. Por outro lado, é possível registrar o processo de trocas, seja através da captura das telas com as mensagens ou da captura de áudios e vídeos. Esse tipo de fonte traz elementos semelhantes à fonte de Site de Rede Social Perfil Pessoal, contudo as informações não são divulgadas publicamente e as trocas estão restritas à fonte e ao jornalista ou a grupos previamente cadastrados. Essas fontes podem fazer parte da rede do jornalista ou serem adicionadas aos contatos para atender uma determinada pauta.

Os Aplicativos de GPS (Global Positioning System), que em português pode ser traduzido como Sistema de Posicionamento Global, são sistemas que possibilitam identificar características da mobilidade urbana. Conforme o aplicativo adotado, é possível acessar mapas detalhados, identificar o fluxo do trânsito, informações sobre transporte público, possíveis acidentes em vias públicas e possibilidades de deslocamento em uma determinada região. Os aplicativos trabalham com dados coletados a partir da localização dos celulares dos usuários, produzindo mapas em tempo real a partir de estatísticas sobre as vias e a forma de dirigir da população. Os elementos apresentados por esses

sistemas podem trazer informações relevantes para pautas jornalísticas e detalhes que só podem ser identificados através de aplicativos de GPS.

#### 4. Considerações Finais

Ao propor o debate sobre o uso de fontes jornalísticas do ciberespaço, o presente artigo buscou caracterizá-las a partir da relação entre as plataformas acessadas e a natureza das fontes. O exercício de elaborar uma tipificação de fontes jornalísticas, mesmo que datada, respalda a importância dos agentes informacionais para a produção no jornalismo, também reflete o diálogo dessa produção com as possibilidades do ciberespaço.

Destaca-se que a fonte ajuda a compreender e respaldar a narrativa jornalística, entretanto é preciso saber encontrá-la e, considerando as especificidades do ciberespaço, também é necessário saber operar com as tecnologias que mediam o acesso a essas fontes. Nesse processo, é necessário identificar os recursos disponibilizados pelas plataformas digitais, as características dos domínios dos Websites, a estrutura dos aplicativos e, assim como nos tempos pré-internet, ampliar as redes de contatos.

Após a identificação e caracterização das fontes jornalísticas do ciberespaço apresentadas neste artigo, entende-se ser necessário uma reflexão sobre parâmetros éticos concernentes ao uso dessas fontes na prática profissional, buscando dimensionar os limites e possibilidades dessas fontes a partir de códigos deontológicos.

#### Referências

- BRUNS, Axel. **Gatekeeping, gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o jornalismo.** *Brazilian Journalism Research*, v. 11, n. 2, p. 224-247, 2014.
- FERRARI, Pollyana. **A Força da Mídia Social.** São Paulo: Factash Editora, 2010.
- GEHRKE, Marília. **O uso de fontes documentais no jornalismo guiado por dados.** Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação. Porto Alegre. 2018
- GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide: Para uma teoria marxista do jornalismo.** Porto Alegre: Editora Ortiz. 1997.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência** - 2ª ed. - São Paulo: Aleph, 2009.
- LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** 9ª ed. Rio de Janeiro: Record. 2011.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34. 1999.

MACHADO, Elias. **O Ciberespaço como fonte para os Jornalistas**. Biblioteca on-line de ciências da comunicação, Beira do Interior, 2002. Disponível em:  
<http://www.bocc.uff.br/pag/machado-elias-ciberespaco-jornalistas.pdf>.

MEDITSCH, Eduardo. **O conhecimento do Jornalismo**. Florianópolis: Ed da UFSC, 1992.

PELLANDA, Eduardo. **Comunicação móvel: das potencialidades aos usos e aplicações**. Em Questão, Porto Alegre, v. 15, n. 1, p. 89 - 98, jan./jun. 2009.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. 3 ed. São Paulo: Contexto, 2012.

SCHMITZ, Aldo Antonio. **Fontes de Notícia: ações e estratégias das fontes no jornalismo**. Florianópolis: Combook, 2011.