

# **Financiamento de campanhas e instituições democráticas brasileiras.**

Cervi Emerson.

Cita:

Cervi Emerson (2010). *Financiamento de campanhas e instituições democráticas brasileiras*. V Congreso Latinoamericano de Ciencia Política. Asociación Latinoamericana de Ciencia Política, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-036/202>

# O microblog *twitter* pautando o jornalismo político paranaense<sup>1</sup>

Emerson Urizzi CERVI<sup>2</sup>  
Universidade Estadual de Ponta Grossa, PR  
Universidade Federal do Paraná, PR  
Josiany Fiedler VIEIRA<sup>3</sup>  
Faculdade Internacional de Curitiba, PR

## RESUMO

O jornalismo está sendo pautado por diversas ferramentas de comunicação da cultura digital. No caso das televisões, reportagens surgem por intermédio de vídeos enviados por telespectadores que mostram buracos e acidentes; nos jornais e rádios pautas surgem pela leitura de blogs e twitter. Este trabalho pretende verificar a cobertura da imprensa na discussão entre o governador do Paraná Roberto Requião e o Ministro do Planejamento Paulo Bernardo pela ferramenta de microblog (twitter). A repercussão do fato e a cobertura dos veículos de comunicação evidenciam se a rede social potencializa ou não novos rumos para o fazer jornalístico.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação; twitter; política; jornalismo; pauta

## 1 - Introdução

Os *blogs* tornaram-se uma forma de fazer comunicação popular na Internet, mas, em 2006 surgiu uma nova ferramenta na web – os *microblogs*. A ideia começou a ganhar força em 1992, quando Jack Dorsey, um dos fundadores do Twitter, se inspirou em um no software de rastreamento dos taxistas (Último Segundo, 2009, online).

---

<sup>1</sup> Trabalho elaborado para apresentação no V Congresso Latinoamericano de Ciencia Política, organizado pela *Asociación Latinoamericana de Ciencia Política (ALACIP)*. Buenos Aires, 28 a 30 de julho de 2010.

<sup>2</sup> Emerson Urizzi Cervi é doutor em Ciência Política pelo Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ), professor adjunto do departamento de comunicação e mestrado interdisciplinar em Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UFPR); professor adjunto do departamento de ciências sociais e do mestrado em Ciência Política da Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: [ecervi7@gmail.com](mailto:ecervi7@gmail.com)

<sup>3</sup> Josiany Fiedler Vieira é Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP), jornalista e pós-graduada em Comunicação Empresarial. Professora da Faculdade Internacional de Curitiba (Facinter). E-mail: [josianyvieira@grupouninter.com.br](mailto:josianyvieira@grupouninter.com.br)

O blog simplificado (ZAGO, 2008) possui uma série de recursos idênticos ao anterior como publicação de conteúdo em ordem cronológica inversa, ou seja, a postagem atualizada fica acima das demais; qualquer pessoa pode publicar conteúdos; facilidade de postagem, entre outros. A grande diferença é o número de caracteres por postagem. O tamanho não pode ultrapassar 140 caracteres. Uma das razões para esta limitação é que o twitter foi criado para aparelho de celular e o tamanho máximo de uma mensagem nesse dispositivo é este.

A ferramenta obteve seu “boom” nas eleições presidenciais nos Estados Unidos. Ela serviu de plataforma de campanha do candidato Barack Obama, em 2008. O twitter foi a ferramenta utilizada pelo então candidato do Partido Democrata americano para atrair recursos para a campanha e também novos eleitores. No mês de junho daquele ano 35% dos cidadãos americanos em idade para votar já tinham assistido a pelo menos um vídeo online relacionado à campanha. “Aproximadamente 144 mil usuários do Twitter tiveram a conta de Barack Obama em sua lista de 'seguidos'; já Obama 'seguiu' mais de 168 mil. Ao fazer isso, produziu-se a mensagem de que ele queria ouvir as pessoas” (GOMES; FERNANDES; REIS e SILVA, 2009, online). De fato, Obama conseguiu introduzir uma nova ferramenta de campanha eleitoral, porém, em relação às finalidades, principalmente relação entre representante – representado, não se percebe diferenças significativas. A possibilidade de utilizar vários meios de comunicação agregados ao uso do computador e das ferramentas gratuitas da web 2.0 como os blogs e twitter fizeram com que a corrida à Casa Branca, que iniciou a custo zero atingisse um valor recorde de U\$ 66 milhões em doações (FRANCO, 2009, online). Esse recorde de recursos captados por doação espontânea de cidadãos comuns permitiu ao partido Democrata montar a maior estrutura de comitês eleitorais locais em 2008 (MASKET, 2009), o que garantiu a permeabilidade da imagem de Obama em todos os segmentos da sociedade norte-americana, inclusive a que não utiliza o twitter.

Para vários autores, a campanha citada acima permitiu, principalmente, a inclusão da população com acesso a rede mundial de computadores na agenda e no debate político. “A rede garante acesso a um arquivo quase infinito de dados, dispensando o acompanhamento do noticiário e até mesmo superando mecanismos de censura” (GOMES (2001, pg 7). Além da relação direta com o público, o twitter também provê jornalistas de meios tradicionais e da própria web com informações e novas pautas. Logo, os microblogs podem ser considerados como uma nova fonte de informação, legítima e potencialmente diversificadora de “vozes” na cobertura jornalística. Será que

os jornalistas que utilizam a ferramenta microblog acessam este arquivo infinito de dados para a apuração das notícias? O twitter está interferindo nas pautas jornalísticas? A República eletrônica realmente aconteceu? São alguns questionamentos que iremos discutir a seguir. Para isso, consideraremos que o twitter é mais do que uma simples rede social. Ele vai além e permite que seus usuários construam perfis públicos, tornando visíveis suas redes de contatos (RECUERO e ZAGO, 2009). Assim, um jornalista pode acessar não apenas as micromensagens deixadas pelas “potenciais fontes” de novas notícias, mas também comparar os perfis de distintas personalidades públicas a partir de suas listas de seguidos e de seguidores. Para verificar o impacto dessa nova ferramenta no trabalho jornalístico, no próximo tópico discutiremos os mais recentes “achados” da área apresentados pela literatura. Depois disso, aplicamos a discussão à análise de um caso específico, que foi o “embate” entre o governador do Paraná, Roberto Requião, e o Ministro do Planejamento, Paulo Bernardo, sobre denúncias do primeiro contra o segundo envolvendo empreiteiras e financiamento público para investimento em obras de infraestrutura no Paraná. Como pode-se perceber, trata-se de um tema clássico de pauta jornalística factual, que como tal recebeu ampla cobertura dos meios convencionais de informação. A questão é identificar o papel dos “tweets” dos envolvidos no caso no noticiário. E, além disso, discutir se houve uma diversificação de fontes e versões do fato com o uso da nova ferramenta digital à disposição dos jornalistas. Por fim, fazemos breves conclusões a respeito da análise e indicações para futuras pesquisas.

## **2 - Fontes digitais e twitter transformando o trabalho jornalístico?**

Com a chegada das redes digitais, vários teóricos anunciaram o surgimento de uma nova república eletrônica. Retomando as ideias fundantes de John Dewey (1927) a respeito da democracia participacionista direta, autores como Habermas (2003) e Grossman (1995) acreditavam na habilitação do cidadão comum como ator político com espaço e poder real a partir da substituição das estruturas da democracia representativa pela direta.

Ao tratar desse tema, Singer (2005) aponta que outros autores foram mais cuidadosos ao tratar do papel da tecnologia nos processos de democratização política e dos processos comunicacionais. Autores como Bimber (1998); Barber (1999); Blumler e Gurevitch

(2001) deram início a uma corrente analítica que apontava ser a tecnologia apenas um instrumento e que mudanças profundas nos processos de participação democrática deveriam ser esperadas a partir do caráter cultural do cidadão e das instituições representativas. A mesma afirmação pode ser transposta para os processos de produção noticiosa. Será que novas ferramentas como twitter mudam de fato a cultura de produção de notícias pelos meios convencionais? O que o twitter pode ter feito é permitir acesso mais rápido e indistinto às informações diretamente das fontes pelos jornalistas e público em geral ao mesmo tempo. Até março de 2010, o número de usuários da ferramenta era de 120 milhões de pessoas em todo o mundo. O Brasil estava em segundo lugar com 8,8% dos twitteiros, ou seja, mais de 10 milhões de contas. O país estava perdendo apenas para os Estados Unidos com mais de 50% dos acessos. (VERSIGNASSI, 2010, pg. 35).

A questão é saber se isso altera substantivamente a qualidade das notícias produzidas e do debate público gerado a partir delas. Singer (2005) mostra que o efeito principal dos blogs de políticos norte-americanos não tem sido engajar mais pessoas ao debate, mas sim oferecer novas formas de atuação aos atores políticos tradicionais.

Padrões de interação entre representantes e representados interessados em determinadas políticas públicas são reforçados através das redes sociais. Assim como, pessoas que raramente se envolviam em debates políticos por meios tradicionais participavam das redes colaborativas de maneira permanente (WILHELM, 1998). O mesmo pode-se esperar das relações entre jornalistas e integrantes da elite política. Ferramentas online de interação entre pessoas, como microblogs, permitem aos produtores de notícias maior agilidade no levantamento de informações para alimentar suas pautas. Porém, isso não garante uma melhoria na qualidade do noticiário, pelo contrário, considerando as intencionalidades inerentes de quem “twitta” qualquer informação, o cumprimento do princípio da objetividade torna-se mais difícil. Além do mais, sem uma diversificação das fontes, não é possível imaginar uma melhoria na qualidade das informações. No máximo, uma maior rapidez para acessar dados primários de fontes localizadas em espaços sociais de grande visibilidade, como é o caso dos ocupantes de cargos públicos. A manutenção das mesmas rotinas dos veículos tradicionais para a produção de notícias, agora apenas incorporando uma nova fonte de informação oficial – microblogs de personagens já presentes na cobertura convencional – também permite relativizar o potencial poder que o ciberespaço teria para descentralizar as “vozes” da cobertura jornalística. Machado (2003) aponta que a descentralização gerada naturalmente pelo

ciberespaço poderia dificultar o trabalho de apuração das notícias. A necessidade do acesso físico às fontes explicaria, segundo ele, uma tendência ao tom “oficialista” das notícias. Com a web, isso tenderia a mudar, pois o acesso às fontes em escala mundial desarticulava o modelo clássico de produção das notícias. As fontes oficiosas, acessadas livremente na rede mundial, passariam a contar com as mesmas possibilidades de chamarem atenção dos produtores de notícias.

Por outro lado, Lage (2001) lembra que o vício do jornalista em confiar excessivamente nas fontes oficiais deve-se ao fato dos representantes oficiais apresentarem constrangimentos institucionais para mentir aos jornalistas em favor de seus interesses privados. Ou seja, como fontes oficiais respondem coletivamente por suas falas, teriam uma responsabilidade maior com os conteúdos que propagam. Para Machado (2003), o ciberespaço é o primeiro momento em que novos atores políticos, como movimentos sociais, ganham independência da mediação das organizações jornalísticas para difundir seus discursos. Além disso, atores políticos marginalizados pelas rotinas produtivas jornalísticas convencionais passariam a contar com um acesso mais direto e permanente às organizações de comunicação, agora de maneira virtual – o que resultaria em uma desestabilização dos processos de produção noticiosa, com conseqüências diretas nos resultados finais da cobertura.

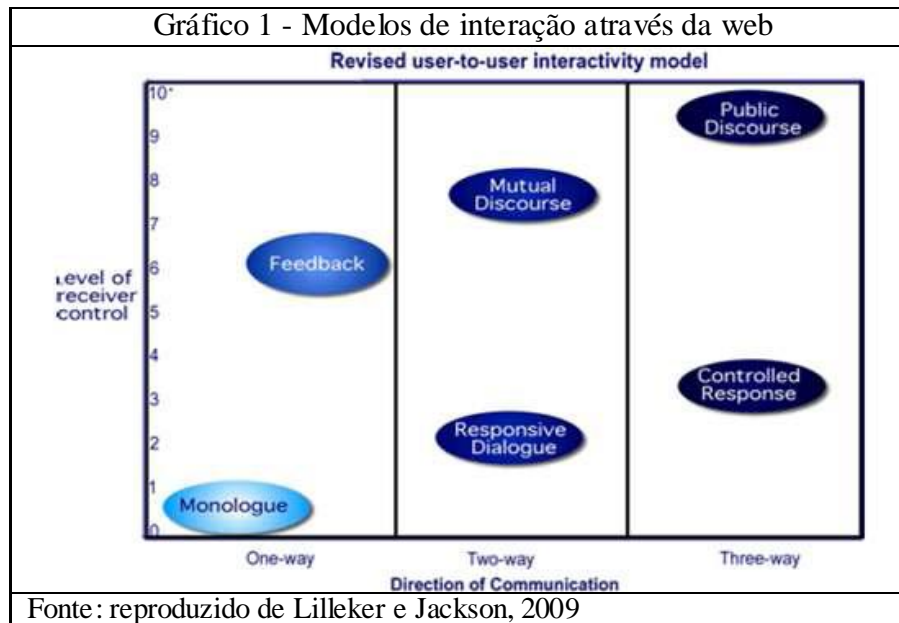
Nesse sentido, pensando em analisar os sites de organizações políticas, (Martins, 2005, citado por Vieira, 2007) avança ao constatar que é possível pensar sobre duas funções desempenhadas pelos blogs – válidas também para os microblogs: i) a capacidade democratizante dessas ferramentas, o que significa pensar em como elas permitem uma pluralização do debate – seja modificando as rotinas produtivas dos jornalistas ou pela intervenção direta na esfera pública eletrônica; ii) como recurso estratégico das elites políticas, como ferramenta para aproximação e manutenção de contato entre instituições, representantes e seus representados. Quando se analisa a postagem em páginas de microblogs de políticos, pretende-se privilegiar a segunda estratégia. Quando se estuda o papel dos conteúdos dos microblogs na produção noticiosa de veículos de comunicação convencionais, busca-se entender o quanto essa ferramenta está contribuindo para a diversificação dos conteúdos noticiosos e, por conseqüência, com a democratização do debate público.

Já são inúmeros os trabalhos nessa área, o suficiente para formular críticas aos modelos normativos iniciais de maior participação a partir das novas tecnologias. Ao estudar sítios eletrônicos de partidos políticos da Itália (Vacari, 2008) encontrou que o espaço é

pouco utilizado para debate com o eleitor, sendo mais destinado à transmissão de informações de maneira profissional e horizontalizada. O mesmo aconteceu com Norris (2008), que concluiu pela pouca efetividade da democracia direta a partir das novas formas de organização partidária na web, mantendo o mesmo padrão de democracia representativa nos sistemas consolidados europeus. Antes deles, em 2005, Farmer e Fender analisaram sítios eletrônicos de partidos políticos norte-americanos em períodos eleitorais, encontrando pouca interatividade. A conclusão mais interessante para a discussão feita aqui é de Blanchard (2006) que concluiu que as “falas cidadãos” encontram-se principalmente nos processos comunicacionais individuais (por meio de correios eletrônicos) e não a partir dos blogs ou microblogs.

Todos os autores citados acima contestam - de diferentes maneiras - o poder revolucionário da internet e suas ferramentas no debate público. Assim como também é possível pensar na limitação revolucionária para a produção de notícias pelos meios tradicionais e até mesmo nos novos meios. Isso porque para ser considerado revolucionário de fato as novas tecnologias teriam que intervir diretamente na modificação dos processos de disseminação das informações; na interação entre representantes políticos e representados – através da produção noticiosa; e o maior envolvimento de ativistas políticos. Até aqui, o que se tem verificado é apenas o maior envolvimento de ativistas políticos, já interessados no debate, que reproduzem práticas de representação e debate convencional no ambiente digital.

Pensando em avançar na discussão entre ferramenta para participação e cultura participacionista para efetivar as mudanças potencializadas pelas tecnologias, Lilleker e Jackson (2009) propõem uma revisão ao modelo analítico de interatividade entre usuários. Eles utilizam a relação entre duas variáveis: o grau de controle dos usuários, que pode variar de zero (quando não tem nenhum controle) até dez (com controle total); e a direção dos processos comunicacionais, que pode ser de uma única direção – mais limitada – até três direções – mais interativa. Quanto maior o controle dos usuários e maior o número de direções da comunicação, maior a pluralidade e democratização dos processos. O importante a notar no modelo é que uma das variáveis, direção da comunicação, depende da cultura participacionista dos usuários e não das ferramentas tecnológicas disponíveis. Assim, o estágio de discurso público – máximo na interação entre usuários da web – seria alcançado a partir da disponibilização de mecanismos de controle por parte dos usuários e, também, do número de direções da comunicação. Sem isso, o processo fica incompleto.



No modelo dos autores, o processo mais restritivo, chamado de “monólogo”, é formado por apenas uma direção da comunicação e com baixo grau de controle dos usuários – próximo a zero. O controle máximo do usuário e o maior número de direções de comunicação geram o “debate público”. A questão é que se o eixo do controle pode ser alterado pelo avanço das tecnologias, com ampliação das possibilidades de participação direta, etc. O eixo da direção da comunicação depende, fundamentalmente, da cultura dos usuários – que pode favorecer o maior participacionismo ou não. Esse mesmo modelo pode ser aplicado à produção jornalística. Ainda que os microblogs permitam uma ampliação do controle dos usuários, que fornecem informações diretamente à web, o número de direções depende do tipo de fonte que os jornalistas acessam para construir suas reportagens, seja na mídia tradicional ou nos novos meios. Assim, Reese et al (2007) apontam para uma ampliação da esfera pública com o funcionamento da blogosfera e seu acesso pelos jornalistas em busca de fontes. Porém, eles constataram que a maioria dos links apresentados nas notícias divulgadas pela mídia convencional remete às fontes tradicionais. No mesmo sentido aponta Beneti (2008) ao indicar as transformações do discurso entre os usuários da web a partir das novas condições impostas pelos blogs. Esse mesmo comportamento foi encontrado na cobertura das eleições municipais de Curitiba em 2008 pelos principais blogs jornalísticos locais (Cervi e Vieira, 2009). A questão é saber se as novas características de interação entre



os usuários da web podem ser aplicadas as possíveis mudanças na forma de produção de notícias por jornalistas aculturados em práticas convencionais.

### **3 - A briga entre o governador e o ministro no twitter**

O objetivo da investigação em tela é analisar como as informações postadas no twitter do Governador do Estado do Paraná, Roberto Requião (PMDB), num contexto específico – a rixa dele com o Ministro Paulo Bernardo (PT), são pautadas na imprensa paranaense.

O Governador do Paraná acusou o Ministro do Planejamento, Paulo Bernardo, de propor um superfaturamento da obra de um ramal ferroviário que poderia ser construído no Estado. Por não ter aceitado a proposta, Requião impediu que o “investimento” fosse realizado. A primeira vez que citou o fato foi no dia 23/02, com uma postagem no twitter (<http://twitter.com/requiaopmdb>) anunciando que às 8h30, na Escola de Governo - uma reunião semanal que realiza com o secretariado e que é retransmitida pela TV Educativa – iria apresentar a relação do Paraná com o Governo Federal. Com a postagem, muitos jornalistas foram pautados para assistirem as declarações do governador na Escola de Governo ou pela televisão.

Requião atribuiu ao Ministro a falta de recursos ao estado e denunciou que o mesmo tentou superfaturar uma obra da América Latina Logística (ALL). A ideia era que a empresa construísse o ramal ferroviário na região de Ponta Grossa e Guarapuava - com o objetivo de melhorar a ligação entre o Leste e o Oeste do estado. Segundo orçamento do governo federal o custo seria de R\$ 500 milhões, valores bem acima dos apresentados pelo governador, de R\$ 150 milhões. Além do tema central da denúncia – proposta de superfaturamento – o governador aproveitou para reclamar da falta de atitude do Governo Federal quanto ao que Requião considera uma cobrança indevida de multa pela quebra de contrato no processo de privatização do Banco do Estado do Paraná – Banestado.

Assim que a transmissão pelo sistema estatal de rádio e televisão foi encerrada as rádios CBN e BandNews entrevistaram Paulo Bernardo. No outro dia o tema foi matérias de veículos regionais e nacionais.



Imagem 1: matéria Gazeta do Povo



Imagem 2: matéria Jornal da Manhã



Imagem 3: matéria O Globo



Imagem 4: matéria Estação



Imagem 5: matéria blog Xagu

As empresas jornalísticas utilizam as ferramentas da rede mundial de computadores para difundir conteúdos bem como para realizar cobertura minuto-a-minuto, como no caso citado acima, decorrente da “versatilidade do sistema de publicação” (ZAGO, 2008, pg.29). Apesar de versátil e de acesso a informação diretamente da fonte, a observação inicial da utilização do twitter pela imprensa brasileira é a mesma apontada por Singer (2005) nos Estados Unidos. A ferramenta não promove um acesso de pessoas ao debate e sim oferece mais um canal de comunicação aos políticos. A transformação do fazer jornalismo ainda não mudou, apesar de autores como Correia afirmarem isso.

Vemos que atualmente o sistema de circulação de notícias está em fase de transição, em busca de novos caminhos após o surgimento do ciberespaço nos meios de comunicação. Por isso há uma procura por novas formas e mecanismos de circulação que podem surgir de apropriações, como aconteceu com o Twitter” (CORREIA, 2009, pg.8)

O que houve foram pequenas alterações na apuração de fatos/dados já que a rede é uma fonte de informações infinita. A utilização da fonte oficial ou potencial (PALAZI, 2009)

como políticos e presidentes de empresas, são utilizados pela imprensa como “fonte primária de informação e interação com o público, funcionando principalmente como reforço institucional. (2009, pg.3) o que sempre ocorreu na mídia tradicional. Já para TAKEUTI (2009, pg.6) a notícia nestes canais de comunicação não é encontrada e sim produzida.

Na análise no twitter pesquisado, percebemos que as notícias postadas são institucionais (citando obras entregues, etc) e também produzidas com o intuito meramente político, como os ataques ao Ministro e é exatamente estes conteúdos que os jornalistas retransmitem para outras mídias.

Após a grande repercussão na mídia tradicional, o governador continuou os ataques. No dia 24/02 escreveu o texto “O custo baixo do trecho ipiranga x guarapuava é confirmado por documentos do min. do Planejamento e Congresso Nacional” e espalhou no *microblog* links para a Agência de Notícias do governo (<http://www.aen.pr.gov.br/>) que continha reportagens de denúncia apresentando um suposto documento que comprovava a fraude do Ministério. Novamente foi divulgado pela imprensa. Um exemplo é o blog da jornalista Joice Hasselmann (<http://blogdajoice.com/>), diretora de jornalismo da rádio Band News, que se pautou pela informação anunciada na página de Requião.



Com base nas informações apresentadas no twitter do governador, a jornalista produziu uma série de notícias sobre o assunto. Todas publicadas no blog e durante a programação da rádio. Alguns exemplos são:

Requião não abre mão de provar que tem razão. Rimas a parte, a informação é que o caldo entomou de vez entre ele e o ministro do planejamento Paulo Bernardo. Hoje Requião mandou publicar na agência de notícias do governo uma nota em que reafirma que Paulo Bernardo ofereceu em troca de favores

R\$550 milhões para uma obra ferroviária. Requião diz que a obra custaria R\$ no máximo R\$ 160 milhões. O ministro disse que Requião forjou os dados.

(...)

Depois de o PT engrossar o discurso contra o governador Roberto Requião por causa das acusações de suposta tentativa de superfaturamento em uma obra ferroviária contra o ministro do planejamento Paulo Bernardo, Requião amansou. Ligou para Ênio Verri, presidente do PT e declarou à imprensa que isso é só uma “briguinha política” e que não deve fazer denúncia alguma sobre o caso, que ele saberia há quase 3 anos, mas só agora trouxe à tona. **Sem noção hein meu irmão!** Acompanhe a sapatada de Joice Hasselmann (HASSELMANN, 2010, online)

Por uma semana o assunto foi pauta da imprensa local, bem como no twitter do governador. O mesmo sempre “provocando” como exemplificado nas postagens abaixo: “Conselho ao PT. Em primeiro lugar a consciência, em segundo o país, em terceiro o partido, em quarto ministro com proposta estranha”; “Eu esperava que o PT abrisse uma sindicância interna. Mas preferiram deixar meu governo. <http://www.gazetadenovo.com/>”; “Para onde vai o pessoal que sai do governo? Toleram a maracutaia? Não acredito”; “BERNARDO & BERNARDO \$ BERNARDO”; “Maracutaia no Paraná não” e “Amanhã inauguro formidável Hospital em Francisco Beltrão . Construído c/ preços do PR e não do Paulo Bernardo. Gloria, Aleluia!”

Com base nestas informações foi constatado que todos os textos e reportagens apresentadas nos veículos de mídia tradicional no estado do Paraná só repercutiram as informações que o Governador postou na rede mundial de computadores. Ao contrário do que afirma CORREIA (2009, pg. 8) a circulação da notícia não está em transição com as ferramentas da web.

O que acontece é a mera reprodução do conteúdo em outros veículos – os impressos e rádios – sem a preocupação de abordagem de outras temáticas ou diversificação das fontes. Quem é o personagem dos pequenos textos do microblog também é ouvido nas grandes reportagens. Não existe diversificação das fontes ou pluralização das vozes nas reportagens – conceito básico das redes sociais.

#### **4 - Notas Conclusivas:**

A primeira conclusão a que se pode chegar nesse estudo é a de que o twitter pautou os jornalistas paranaenses, ajudando-os a produzir informações sobre um tema clássico da cobertura política: denúncias de corrupção envolvendo governantes. Jornalistas da web

e de meios convencionais, como rádio, TV e impressos, utilizaram os conteúdos das postagens de microblogs do governador e do ministro em questão como forma de reprodução de falas oficiais. As postagens transformaram-se imediatamente em aspas nos textos jornalísticos. Para além disso não é possível encontrar nenhuma outra mudança significativa no tipo de cobertura realizada pelos jornalistas a respeito do tema que ganhou manchetes em veículos de circulação regional e nacional.

As reportagens continuaram restritas à factualidade. Agora, não mais baseada em declarações sobre o assunto feitas em entrevistas coletivas destinadas a tratar de outros temas. Mas, através do microblog. Os jornalistas deixaram de precisar do “contato físico” com as fontes oficiais para obter as aspas necessárias às atualizações e suítes do tema. Mas, o que eles fizeram com o tempo que sobrou? Utilizaram para buscar nos próprios microblogs informações contextualizadoras? Não. Procuraram diversificar as fontes de informações, fugindo dos oficialismos de ambos os lados, e dando oportunidade de fala para representantes de outros segmentos sociais que não os ligados diretamente aos governos? Não. As redes sociais não foram usadas para gerar uma cobertura jornalística diferente da convencional nesse caso. Foi a reprodução das práticas e rotinas de produção da notícia, porém, agora, sem a necessidade de fazer perguntas antes de obter as respostas.

Sem a efetiva mudança da cultura de produção das notícias, novas tecnologias transformam-se rapidamente em ferramentas mais desenvolvidas para desempenhar as mesmas funções, sem mudanças substantivas que possam ser verificadas na prática – ainda que trabalhos normativos cheguem a resultados distintos. Evidente que o estudo de um único caso não é suficiente para traçar um padrão de comportamento dos jornalistas em relação às ferramentas da web. Por isso, faz-se necessário a realização de novas pesquisas que privilegiem a análise da produção efetiva dos jornalistas em seus blogs e meios tradicionais. Assim, poderemos identificar com maior precisão as reais transformações da atividade de produção das notícias, sob responsabilidade de jornalistas, frente às novas tecnologias.

## **Referências Bibliográficas**

BLANCHARD, Gersend. O uso da Internet a Serviço da Comunicação do Partido. *Libero*, 2006, n°18, p. 9 a 17.

- BARBER, Benjamin R. (1998–99) ‘Three Scenarios for the Future of Technology and Strong Democracy’, *Political Science Quarterly* 113(4). 1999, p. 573 – 589.
- BENETTI, Márcia. Blogs Jornalísticos e Formações Imaginárias. *Revista ECO-PÓS*. v.11, n.2, agosto-dezembro 2008, pp.38-60.
- BIMBER, Bruce. The Internet and Political Transformation: Populism, Community and Accelerated Pluralism. *Polity* XXXI. 1998, p. 133 a 160.
- BLUMLER, Jay G. & GUREVITCH, Michael. The New Media and Our Political Communication Discontents: Democratizing Cyberspace, *Information, Communication & Society* 4(1). 2001, p. 1–13.
- CERVI, Emerson e VIEIRA, Josiany F. A cobertura jornalística dos blogs políticos nas eleições para a prefeitura municipal de Curitiba de 2008. Paper apresentado no XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, 2009.
- DEWEY, John. *The Public and Its Problems*. New York: Swallow Press, 1927.
- FARMER, Rick; FENDER, Rich. E-Parties: Democratic and Republican State Parties in 2002. *Party Politics*, Vol. 11, nº1, 2005, pp. 47-58.
- FRANCO, Maria Claudia Setti de Gouveia – *Tecnologia, Cultura e Marketing Político: Pilares da Campanha de Barack Obama* - 2009. Disponível em [http://www.abrapcorp.org.br/anais2009/pdf/GT6\\_Maria.pdf](http://www.abrapcorp.org.br/anais2009/pdf/GT6_Maria.pdf)
- GOMES, Wilson; FERNANDES, Breno; REIS, Lucas e SILVA, Tarcizio – “*Politics 2.0 – a campanha online de Barack Obama em 2008*”. *Revista Sociologia Política*, volume 17, Outubro de 2009. Disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-44782009000300004&lng=en&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-44782009000300004&lng=en&nrm=iso&tlng=pt)
- GOMES, Wilson. *Opinião política na internet: uma abordagem ética das questões relativas a censura e liberdade de expressão na comunicação em rede.* – ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2001. Disponível em: <http://www.unb.br/fac/comunicacaoepolitica/Wilson2001.pdf>
- GROSSMAN, Lawrence K. *The Electronic Republic: Reshaping Democracy in the Information Age*. New York: Viking, 1995.
- HABERMAS, Jurgen. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Tempo Brasileiro: Rio de Janeiro, 2003.
- LAGE, Nilson. *Ideologia e Técnica da Notícia*. Editora da UFSC. Florianópolis – SC, 2001.
- LILLEKER, Darren G. & JACKSON, Nigel. Politicians and web 2.0: the current bandwagon or changing the mindset? Paper apresentado na Web 2.0: na International Conference, 2009.
- MACHADO, Elias e PALÁCIOS, Marcos. *Modelos de jornalismo digital*. Salvador: Edições GJOL/Calandra, 2003.
- MARTINS, Adriane F. Os sites de partidos sob uma perspectiva organizacional: o caso do Partido Democratas. Paper apresentado no III Congresso da Compólitica – PUC – São Paulo, Dez. 2009.
- MASKET, Seth E. Did Obama’s ground game matter? The influence of local Field offices during the 2008 presidential election. *Public Opinion Quarterly*, Vol. 73, No. 5 2009, pp. 1023–1039

PALAZI, Ana Paula - *O twitter no jornalismo: uma aproximação com a obra pioneira de Otto Grouth* – XIV Encontro Nacional da PUC Campinas, setembro de 2009

RECURERO, Raquel & ZAGO, Gabriela. Em busca das “redes que importam”: redes sociais e capital social no Twitter. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Comunicação e Cibercultura” do XVIII Encontro da Compós, na PUC-MG, Belo Horizonte, MG, em junho de 2009.

REESE, Stephen; RUTIGLIANO, Lou; HYUN, Kideuk; JEONG, Jaekwan. Mapping the blogosphere: professional and citizen-based media in the global news arena. In: *Journalism Review*. Vol. 8, N. 3, 2007.

SINGER, Jane B. The political j-blogger: ‘Normalizing’ a new media form to fit old norms and practices. *Journalism Review*. N. 6, 2005; p. 173 a 198.

TAKEUTI, René – *Jornalismo tradicional e novas mídias: uma nova visibilidade, uma reconfiguração da esfera pública* - Artigo científico apresentado ao eixo temático “Jornalismo e novas formas de produção da informação”, do III Simpósio Nacional da ABCiber, 2009

ÚLTIMO SEGUNDO - *Jack Dorsey, criador do twitter e um homem de poucas palavras* - Disponível em:

<http://ultimosegundo.ig.com.br/economia/2009/03/11/jack+dorsey+criador+do+twitter+e+um+homem+de+poucas+palavras+4698932.html>

VERSIGNASSI, Alexandre – *República do Twitter* – Revista Super Interessante, edição 277, Abril de 2010.

VIEIRA, Josiany F. Do diário virtual ao jornalismo participativo na blogosfera: um estudo de caso do blog de Ricardo Noblat. Dissertação de Mestrado defendida no programa de pós-graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná, 2007.

WILHELM, Anthony G. Sounding Boards: How Deliberative Is On-line Political Discussion? *Information, Communication & Society* 1(3). 1998, p. 313 a 338.

ZAGO, Gabriela - *Dos Blogs aos Microblogs: aspectos históricos, formatos e características*. In: VI Congresso Nacional de História da Mídia (CD-ROM), Niterói, RJ, 2008.