

Velocidade, Apuração e Credibilidade: provocações e reflexões acerca da prática jornalística na internet

Luis Fernando Assunção

Unasp-EC

lufeassuncao83@gmail.com

Karla Caldas Ehrenberg

Unasp-EC

karla@rk28.com.br

Resumo

O imperativo da velocidade na atual sociedade é tema de estudos em diferentes áreas de investigação. Característica básica dos processos comunicacionais realizados por meio da internet, a velocidade não apenas se torna condição de existência como se comporta como elemento influenciador na produção dos conteúdos digitais disponíveis na rede. Refletir sobre a sua influência na prática jornalística é o objetivo principal deste artigo, que se utiliza de diferentes autores que discorrem sobre o universo digital e sobre o fazer jornalístico, para garantir o suporte acadêmico necessário a essa reflexão. Por meio de levantamento bibliográfico este artigo, de caráter teórico, busca provocar no leitor uma inquietação sobre a relação entre velocidade, apuração e credibilidade do jornalismo no mundo da internet.

Palavras-chave: Jornalismo, internet, webjornalismo, valores-notícia, jornalismo de tempo real.

Abstract

The imperative of the velocity in the today's society it is subject of studies in different areas of investigation. The velocity is the basic characteristic of the communications process performed through the Internet, and not only becomes a condition of existence how it behaves as an influential element in the production of digital content available on the web. Reflect on their influence on journalistic practice is the main objective of this article, which is used of different authors who talks about the digital universe and about the practical journalism, to ensure the academic support necessary to this reflection. Through bibliographic research, this article of the theoretical character seek to provoke in the reader a concern about the relationship between velocity, investigation and credibility of journalism in the internet world.

Keywords: Journalism, internet, web journalism, news values, real-time journalism.

Introdução

Os avanços tecnológicos sempre acompanharam o desenvolvimento da vida humana. Desde a metade do século passado, os sistemas digitalizados tornaram-se parte integrante da vida social, não apenas a influenciando, mas construindo-a e, principalmente, constituindo-a. A maneira da sociedade se organizar, se relacionar, se comunicar e produzir passou a ser regida pela digitalização de processos, que permitiu um aumento no trânsito do fluxo de informações. Essa nova configuração social deu à informação um status de extrema importância, fazendo com que ela se tornasse a força motriz da chamada Sociedade da Informação. O processo de globalização e as práticas sociais, econômicas e políticas do mundo atual acontecem fundamentalmente por meio da troca de informação, sendo ela capaz de eleger presidentes, organizar mobilizações sociais, aumentar (ou diminuir) riquezas, entre outros acontecimentos que impactam a vida cotidiana.

Com o aumento da importância da informação para a sociedade, a velocidade do trânsito de conteúdos despertou grande atenção. Profissionais de diferentes áreas do conhecimento e pesquisadores passaram a dedicar seus trabalhos em busca de meios capazes de garantir uma circulação de informação (seja ela formada por textos, vídeos, fotos, gráficos ou animações) cada vez mais veloz e com maior qualidade. Nesse cenário, a conexão de computadores em rede e a indexação dos conteúdos digitais disponíveis formaram o que conhecemos como internet, algo de início considerado complexo, mas que se tornou um meio tecnológico presente e uma extensão do próprio corpo humano, ajudando na ampliação da capacidade do homem, como Marshal McLuhan previra na década de 1960.

Essa troca frenética de conteúdos e a busca incessante por novas informações passaram a influenciar o estilo de vida social, fazendo com que estudiosos (sociólogos, antropólogos e filósofos) avançassem suas análises sobre o impacto que toda essa informação, velozmente produzida e divulgada, causa nos indivíduos e na sociedade em geral. Seguindo essa mesma linha de curiosidade e reflexão, porém com a devida modéstia que cabe a um artigo científico, este trabalho pretende investigar como se posiciona o fazer jornalístico no ambiente digital, quais os impactos que a internet trouxe para a produção de notícias e como o jornalismo se relaciona com as notícias em tempo real na internet. A importância do recorte deste artigo se justifica por ser o jornalista o profissional que tem como matéria prima de sua atividade a informação noticiosa, o componente capaz de caracterizar, e denominar, a sociedade atual.

O ambiente digital e a prática jornalística

O universo digital, chamado ciberespaço, possui algumas características que merecem análise quando busca-se verificar o impacto da internet nos variados processos sociais. As redes digitais conectadas permitiram que diferentes tecnologias passassem a compor um mesmo espaço midiático, tornando a internet uma plataforma multimídia e, acima de tudo, um

ambiente hipermediático.

Apesar da pluralidade de itens que o compõem (texto, imagem estática, imagem em movimento, som e animação), o produto multimídia, por exemplo o CD-ROM, oferece uma interação limitada entre produtor e consumidor. Quando a internet invadiu os processos comunicacionais, esse tipo de plataforma ganhou complexidade, ampliando as possibilidades de comunicação oferecidas até o momento. Na hipermídia, a conexão dos conteúdos acontece por meio dos hiperlinks e a não linearidade da construção midiática aparece de maneira muito mais efetiva, sendo permitido ao consumidor escolher sua forma de navegação livremente, como define Gosciola:

“Hipermídia vai além da multimídia, por trazer ênfase na interatividade e no acesso não linear promovidos pelos *links* entre os conteúdos. Para a hipermídia configurar-se como linguagem, ela apontou para muitos questionamentos e percorreu um trajeto multifacetado, ou ‘multitrajeto’” (GOSCIOLA, 2003, p. 34-35).

Os hiperlinks permitiram que a construção de sentido dos conteúdos fosse personalizada para cada indivíduo, não ficando restrita às predeterminações dos produtores. Essa maior liberdade de consumo e a alternativa de colaborar na construção de conteúdos – permitida pela criação dos softwares livres, pelos blogs, microblogs e diferentes redes sociais – possibilitaram a ampliação do conceito de interatividade entre produtores e receptores.

Um usuário pode, por exemplo, navegar por todos os links oferecidos num site, enquanto outro pode fazer uma navegação espontânea sem seguir os caminhos oferecidos pelo autor. Os dois terão diferentes ‘textos lidos’ como resultado final de sua navegação, diferentes construções de sentido do mesmo site. Mesmo que o planejamento da navegação leve em conta os interesses do usuário e que as sequências de percursos potenciais sejam antecipadas pelo autor/designer, o sentido final que o leitor constrói não pode ser totalmente previsto pelo autor. (BRESSANE, 2010, p.153)

A possibilidade de navegação diferenciada, a presença de hiperlinks, os avanços tecnológicos que permitiram uma maior rapidez no trânsito dos conteúdos e a participação do internauta impulsionaram o movimento para a determinação de um novo formato de conteúdo comunicacional. Entender os diferenciais do ambiente digital leva gradualmente ao entendimento da necessidade de criação de um conteúdo aderente ao meio, capaz de explorar todas as potencialidades oferecidas, buscando atingir o máximo de eficiência e eficácia objetivados na criação dos processos comunicacionais.

Na vida cotidiana atual, a pressa, a frivolidade e a efemeridade influenciam o modo de vida dos indivíduos e no ciberespaço essas características parecem ganhar um peso maior, tornando-se quase uma condição para que os conteúdos (ou a vida) digital possam existir. Quando navegam na internet, as pessoas podem despender muitas horas de seu dia, contudo, são raros os momentos em que executam atividades exclusivas e duradouras. É comum, durante a navegação na internet, o internauta fazer diferentes atividades ao mesmo tempo,

como a leitura de notícias, a atualização de seus perfis em redes sociais digitais, o desenvolvimento de trabalhos escolares e profissionais, entre outros. Segundo pesquisa realizada pelo IAB Brasil¹⁴ 43% da audiência de mídia do país passa, em média, “pelo menos 2 horas por dia navegando na internet através de vários dispositivos, enquanto apenas 27% passam o mesmo tempo assistindo TV”.

Lemos (2003) avalia as vastas possibilidades de atividades oferecidas pela internet, confirmando, em sua análise, que o meio é uma grande plataforma em que o internauta tem liberdade de escolher o que deseja fazer, não sendo mais formalmente direcionado como nas mídias tradicionais.

A internet não é uma mídia em relação ao que é entendido como mídias de massa, no sentido corrente do termo. Não há um fluxo, já que as práticas dos utilizadores não são vinculadas à uma ação específica. Por exemplo, quando se lê um livro, assiste-se à TV ou ouve-se rádio, há um reconhecendo tácito da ação. Mas, ao contrário, na internet, faz-se todas essas coisas ao mesmo tempo: enviar e-mail, escrever em blogs ou conversar em um chat. Aqui não há, portanto, vínculo entre o instrumento e a prática. A internet é, então, um ambiente, uma incubadora de instrumentos de comunicação. (LE MOS 2003, p.15)

Considerando a riqueza comunicacional oferecida pela internet, a possibilidade de produção dada aos internautas e à velocidade com que tudo se concretiza na rede, é interessante observar como jornalismo se comporta nesse ambiente pois, como afirma Ferrari, o conteúdo jornalístico tem sido o principal chamariz dos portais. “Pela possibilidade de reunir milhões de pessoas conectadas ao mesmo tempo, os sites do gênero assumiram o comportamento de mídia de massa”. (FERRARI, 2003,p.30)

Assim, como toda a produção comunicacional, a prática jornalística também teve que se adaptar às características da internet. É possível observar que os textos online priorizam a divulgação de informações imediatas, mesmo que a apuração não esteja completa, o que permite uma leitura rápida e concisa que se adapta ao meio.

Nota-se que o conteúdo jornalístico passou a ser construído em pequenos blocos, algumas vezes subdivididos em formatos variados, a fim de oferecer ao internauta pequenas pílulas informacionais que podem ser facilmente consumidas enquanto outras atividades são realizadas na rede. A prática do hipertexto também é bastante visível na elaboração do material, já que o internauta pode ser direcionado para outras páginas, ou outros sites, a fim de complementar a informação dada.

A produção jornalística para o ciberespaço demanda especial atenção para as várias possibilidades que podem ser apresentadas ao seu público. A elaboração de uma matéria jornalística deve ir além da produção textual, deve apresentar uma variedade de recursos para que o leitor escolha a maneira que mais lhe agrada e que mais satisfaça a sua necessidade de

14 Pesquisa disponível em: <<http://iabbrasil.net/portal/institucional-iab/indicadores-mercado/>>. Acesso em 25 fev 2014.

informação. Uma pauta pode ser tratada em um infográfico, por meio de um álbum de fotos ou por um vídeo e esse tipo de construção está cada vez mais presente no cotidiano do jornalista, que tem variado a forma de apresentar as notícias para seus públicos.

Discutindo sobre a não-linearidade dos roteiros digitais e do jornalismo digital, Canan (2010) ressalta a importância de serem exploradas todas as possibilidades midiáticas oferecidas pela internet na busca por oferecer um conteúdo atrativo e interessante para o internauta, que será capaz de alcançar um conhecimento profundo de um tema específico de acordo com seus interesses e suas habilidades de navegação.

E quando se pensa na não-linearidade de um produto audiovisual, como um filme, ou um website, precisa-se usar, sim, a facilidade humana de fazer associações, respeitando a linguagem de cada área. E aqui entra a capacidade – como profissionais de comunicação, educadores, cidadãos – de perceber que, a partir do advento da hipermídia, pode-se proporcionar uma leitura mais ativa. Há implícito na hipermídia o conceito de complexidade, de labirinto que leva ao conhecimento, enfim, à ampliação das possibilidades. (CANAN, 2010, p.144)

Apesar de todas as possibilidades oferecidas pelo ciberespaço, os fundamentos do jornalismo, como a apuração dos fatos e a objetividade, devem estar presentes no dia a dia do profissional. Além da necessidade de executar as funções básicas da profissão, na internet, o jornalista acaba assumindo algumas estratégias persuasivas na elaboração de seu conteúdo, a fim de atrair a atenção de seu leitor, que pode a qualquer momento se dispersar no amplo ciberespaço. Sobre essa perspectiva da prática jornalística, voltada para um novo público, Torres (2010, online) considera que as possibilidades oferecidas pela internet ocasionam um enorme desafio para o jornalismo e coloca que tão importante quanto conhecer as ferramentas digitais é conhecer o público consumidor, hoje muito mais ativo e informado.

Na internet, o leitor/usuário é quem busca a informação desejada, assim, o conteúdo midiático deve atraí-lo para suas páginas e ser interessante o suficiente para que ele não apenas consuma a informação, mas também a compartilhe em sua rede de relacionamentos. A publicação de conteúdos não é feita exclusivamente pelos profissionais da mídia, como avalia Torres (2010, on line) o próprio leitor é também um elemento divulgador, "... todos são emissores e receptores, e a partir de um momento que uma notícia é criada, centenas de milhares de ramificações surgem baseadas nela. A mensagem, agora, passa a ser vista sempre no plural e em proporções praticamente infinitas". (TORRES, 2010, online)

Esse ambiente tão particular da internet faz com que os jornalistas mantenham uma busca frequente pela atualização e inovação na maneira de transmitir as notícias. Nos últimos anos, foi possível perceber algumas mudanças na publicação de conteúdos dos grandes portais noticiosos. É cada vez mais frequente o uso de animações, gráficos e fotografias e o texto parece ser trabalhado de maneira cada vez mais objetiva. A participação do internauta (que com seus aparatos tecnológicos ligados à internet móvel tomam o lugar de fontes geradoras

de informações) tem ganho mais espaço, fazendo-os não só personagens de entrevistas, mas também pauteiros ou colaboradores. Os blogs de jornalistas, espaço em que o jornalismo opinativo impera, têm colaborado massivamente com o conteúdo divulgado pelos portais. E as reportagens em profundidade parecem ter ganho nova característica, a de serem elaboradas durante sua publicação, isto é, conforme uma nova informação é descoberta logo ela é publicada, fazendo com que o conhecimento do assunto como um todo fique sob a responsabilidade do internauta que pode (ou não) se aprofundar nos temas por meio de infinitos hiperlinks.

Ao constatar as mudanças acima, é possível ser levantada a hipótese de que a prática jornalística na internet tenha sido reduzida a uma grande produção em massa de pequenas notas ou de notícias superficiais. Contudo, a grande diferenciação que podemos fazer entre o jornalismo tradicional e o de tempo real, em tempos de internet, é a necessidade da velocidade de publicação da notícia, mesmo que isso resulte em atropelos de normas produtivas jornalísticas. E, assim, a credibilidade também é afetada.

Credibilidade no jornalismo on line

Apesar de o jornalismo on line ter como uma das suas premissas principais a velocidade assim como todos os dispositivos que podem levar a notícia ao cidadão -a obsessão pela velocidade na difusão das notícias não é novidade. Desde o século 19, com a invenção da rotativa, quando então os jornais passaram a ser produzidos em escala industrial, a velocidade tem sido a tônica do jornalismo. Mas em tempos de webjornalismo, a velocidade é algo mais do que uma aspiração de entregar a notícia em primeira mão: tornou-se uma obsessão e um fim. O que vale é divulgar em tempo real todos os fatos quando estes forem acontecendo. O valor da notícia, nesse momento, reside mais em sua instantaneidade do que em sua credibilidade.

Informar-se significa tratar uma informação para depois divulgá-la. A informação deve ser exata e seu tratamento adequado (CORNU, 1998). Se isso não for seguido à risca, a informação deixa de ser uma informação confiável. Sabe-se, entretanto, que nem sempre este preceito é levado em conta pelos meios de comunicação. A credibilidade da mídia está diretamente ligada à veracidade das notícias e a exatidão de seus conteúdos.

É importante para esta reflexão, portanto, que esses dois aspectos – credibilidade e exatidão – sejam abordados e discutidos a partir dos conceitos de valores-notícia estabelecendo uma interface entre as rotinas produtivas e o webjornalismo. Temos uma realidade diferente daquela da formatação dos conceitos de valores-notícia: hoje, há produção e distribuição de notícias em rede possibilitada pela Internet, seja ela difundida em plataformas fixas (redações tradicionais de jornais ou portais) ou plataformas móveis (dispositivos móveis como o smartphone). É evidente que, para se ter uma análise mais conclusiva sobre como essa relação credibilidade-exatidão-rapidez e valores-notícias se

entrelaçam – talvez formando até novas possibilidades teóricas de conceituação – seriam necessárias pesquisas aprofundadas sobre o tema. Mas, nesta discussão, o objetivo é trazer a tona essas possibilidades para servir como parâmetro para uma pesquisa propriamente dita.

É possível atualmente falar de credibilidade no contexto da ultra velocidade do jornalismo em tempo real. Essa necessidade de velocidade e de informação instantânea leva os jornalistas a uma corrida quase invencível contra o tempo. E, claro, isso traz consequências graves. A informação jornalística só tem valor se for credível. Se não há credibilidade, não há jornalismo. O primeiro valor que precisou ser interligado com o fator tempo foi a credibilidade, qualidade na qual a imprensa sempre se apoiou na sua história. A credibilidade de um veículo remete aos conceitos de verdade e realidade, sobre os quais se construiu o imaginário da imprensa e, à questão de ética, sua pedra de toque. (BRANDÃO, 1991)

Para ter credibilidade a informação jornalística deve ser reconhecida como verdadeira e como portadora da verdade. Para Brandão, a verdade na imprensa é sempre a verdade do relato dos fatos, que pode se referir a uma ocorrência, a uma declaração ou opinião, a dados e informações de modo geral. Os critérios considerados como parâmetro de verdade dão credibilidade ao veículo. É claro que o conceito de verdade e de realidade são relativos no jornalismo. Mas se um veículo não preza pela credibilidade da informação, mesmo que isso possa resultar na “derrubada” de uma pauta ou uma perda de informação para o concorrente, é possível aferir que a necessidade de dar a informação foi mais relevante que as próprias regras existentes, tacitamente ou não, no jornalismo canônico.

Acelerar e atropelar

Antes de seguir adiante, é preciso uma breve discussão entre a verdade, o acontecimento e o fato no jornalismo. Alsina (2009) lembra que vivemos em uma “sociedade da mídia” e esta poderia ser definida como uma sociedade que “faz acontecer”. Ocorreu uma multiplicação de acontecimentos ou fatos tanto na quantidade quanto no tipo. Tudesq (1973) afirma que essa multiplicação se manifesta em alguns aspectos. Um deles é de que a rapidez da informação acelera o processo morfológico do acontecimento e, segundo ele, isso faz com que a opinião da informação aja sobre o próprio acontecimento. A segunda é de que a rapidez da informação também tem um efeito espacial, pois abrange o nível mundial – mais ainda em tempos de webjornalismo. Com o surgimento da internet, é impeditivo dizer que a metáfora de aldeia global de McLuhan se faz ainda mais presente nesse tipo de debate. Há que se destacar também a complexidade e a diversificação de acontecimento e fatos o que torna indispensáveis padrões de escolha, valores e decisões nos processos de produção no jornalismo.

Dito isto, pode-se afirmar que verdade factual é a matéria-prima do jornalismo. A sequência de fatos ocorridos é que geram matéria, que fazem a materialidade dos acontecimentos. A verdade é percebida através do ordenamento lógico e técnico da notícia

(títulos, declarações, fotos, etc). Não importa se as declarações das fontes sejam falsas ou imprecisas. A verdade está em ser fiel ao fato e não à sua interpretação. A importância da notícia e do acontecimento confere valores e determina a quantidade e qualidade da cobertura e sua prioridade. Mesmo que na seleção das notícias a liberdade de ação seja menor, esse viés pode ser apreciado mais claramente na hierarquização e na tematização (ALSINA, 2002).

Se o conceito de noticiabilidade é o conjunto de elementos através dos quais um veículo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos entre os quais seleciona as notícias (WOLF, 1999), a questão imposta é como, na produção do jornalismo online, pode-se definir os valores-notícias prioritários para preencher os sites noticiosos em tempo real? É possível trazer à tona a pergunta de Wolf já colocada para o jornalismo convencional: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes e relevantes para serem transformados em notícias?

Para Gomis (1991), fatos jornalísticos são unidades independentes em que a realidade se fragmenta e através das quais ela pode ser captada. Assim, pode-se dizer que as notícias são fatos elaborados, redigidos e comunicados. Há também as tipificações ou classificação das notícias, ou as chamadas "receitas", segundo Tuchman (1983). Uma notícia leve é um relato de interesse humano que não perde sua atualidade, mesmo que seja publicado depois. Pode ficar muitos dias na "gaveta" que não perderá sua importância. Uma notícia dura é uma informação cujo grau de obsolescência é alto, e se não for publicada imediatamente, perderá sua validade. Uma notícia de última hora, que seria notícia dura no grau de obsolescência, tem como característica a de ser imprevista. Uma notícia em desenvolvimento é uma notícia na qual vão se produzindo acontecimentos novos ou que gera ramificações que também se tornam notícia.

A seleção de notícias é um processo de decisão e de escolha realizado rapidamente e os critérios, na medida do possível, devem ser fácil e rapidamente aplicáveis de forma que as escolhas possam ser feitas sem demasiada reflexão – embora essa definição seja bastante criticada por levar a um "jornalismo superficial". Então, sim, refletir parece ser o verbo menos conjugado nas esferas do webjornalismo, mais especificamente no jornalismo de tempo real. Os chefes preferem que os repórteres se apliquem no verbo produzir e não do verbo refletir.

Schlesinger (in Traquina, 1999) defende que a estrutura de competição que define a notícia como uma mercadoria perecível exige uma estrutura de produção baseada no valor do imediatismo e nos horizontes temporais de um ciclo diário. Breed (in Traquina, 1999) afirma que os jornalistas definem o seu emprego como produtor de certa quantidade daquilo a que se chama notícia cada 24 horas. As notícias são um desafio constante e é função do jornalista ir ao encontro deste desafio. Acrescente-se a isso fatores como pressões para o fechamento, controle social da redação, edição do texto, revisão do texto, entre outros mecanismos produtivos do jornalismo. Muitos deles, obviamente, devidamente extirpados no jornalismo de tempo real.

Nas rotinas produtivas do jornalismo on line a roda do tempo encolheu. O ciclo diário se transformou em ciclo horário. Pesquisas contemporâneas sobre o jornalismo têm colocado ênfase no papel do newsmaking e Traquina (1993) enfatizam que as decisões tomadas pelos jornalistas no processo de produção da notícia só podem ser entendidas inserindo o jornalista no contexto da organização para o qual trabalha. No jornalismo de tempo real, que Traquina nem chegou a estudar, nos valores-notícias impera o valor do imediatismo sobre os demais critérios. Do ponto de vista temporal, a notícia é definida pela sua qualidade efêmera e transitória e é altamente deteriorável.

Considerações Finais

O universo digital apresenta características impactantes para o processo de produção dos conteúdos que transitam por meio de suas redes conectadas. As possibilidades oferecidas pela hipermídia permitem que as informações sejam produzidas e disponibilizadas em formatos variados como texto, fotos, animações, vídeos, gráficos, games, ente outros. Essa pluralidade é o que faz da internet um meio complexo, capaz de agregar e fazer convergir diferentes mídias em um único espaço, o ciberespaço.

Apesar de toda a necessidade de se utilizar as potencialidades oferecidas pela web, nota-se que, na produção de conteúdos, sejam eles com os mais diferentes objetivos, o fator velocidade – sem dúvida uma das principais virtudes do jornalismo on line – é o maior influenciador, no sentido negativo e/ou positivo, nos processos de produção, elaboração e veiculação.

A reflexão desenvolvida neste artigo buscou percorrer os caminhos referentes à influência dessa velocidade, inerente à vida da atual sociedade, na prática jornalística realizada no âmbito digital. O webjornalismo, ou jornalismo online, apresenta-se, em muitas oportunidades, refém da necessidade do furo “minuto a minuto”, impulsionado pela possibilidade de publicação de notícias em tempo real, o que coloca em cheque questões relacionadas às técnicas de apuração e elaboração do conteúdo jornalístico.

As facilidades de produção e publicação oferecidas pelos aparelhos digitais (qualquer pessoa, hoje, é capaz de produzir um vídeo, um texto ou uma foto e postar em qualquer rede social, gerando um grande impacto em sua rede de relacionamentos) impulsionaram a disponibilização do grande volume de conteúdo disponível na web. Esse volume, aparentemente infinito, criou a sensação de que quanto maior o acesso à informação, melhor informada a sociedade será, criando uma falsa relação de proximidade entre os conceitos de informação e conhecimento – sendo o segundo o resultado de estudos aprofundados a respeito de um tema e não o contato superficial com um assunto.

Essa corrida frenética pelo grande volume de informação, influenciada diretamente pelo imperativo da velocidade, aparece no webjornalismo de maneira determinante, fazendo com que os grandes portais publiquem mais e mais notícias sem que o ciclo natural da prática

profissional seja respeitado. A facilidade de correção, permitida pelos programas digitais, também corrobora para que o jornalista fique mais preocupado em publicar primeiro para só depois descobrir a veracidade do fato. Como destacado ao longo do texto, essa disputa pela publicação mais rápida e por publicar o maior volume de conteúdos, impacta em conceitos como o valor-notícia, que parece ter se deslocado do universo da credibilidade para o universo da velocidade. A notícia mais valorosa não é mais aquela com alto valor de credibilidade, mas sim aquela publicada primeiro, capaz de ser pulverizada rapidamente na rede, aumentando o número de visualizações nas páginas, fazendo com que a roda do negócio digital gire, obviamente, cada vez mais rápido.

Esse aspecto é bastante importante quando se analisa o fazer jornalístico no ambiente digital, pois a credibilidade é característica intrínseca do jornalismo. Ao se afastar dela, o profissional pode estar criando uma nova modalidade, que parece desconhecer as regras clássicas da profissão. Além disso, a pressa em contemplar a informação pode trazer prejuízos à própria credibilidade da informação e também na sua exatidão.

Muitos autores acreditam que a credibilidade e exatidão são as principais ancoragens do jornalismo. Sabe-se que hoje há uma produção e distribuição de notícias em rede pela internet. A ânsia pela informação de primeira hora, antes um atributo apenas ao jornalismo impresso – está trazendo uma série de questionamento sobre a eficácia da rapidez no webjornalismo. O próprio conceito de valores-notícia parece se contrapor, em determinados momentos, às premissas desse modelo de jornalismo, que prima pela rapidez na divulgação da informação.

De qualquer forma, é possível atualmente falar de credibilidade no contexto da ultravelocidade do jornalismo em tempo real. Mesmo que essa necessidade de velocidade e de informação instantânea leve os jornalistas a uma corrida quase invencível contra o tempo, o jornalismo de referência pode e deve ser aplicado aos novos modelos de velocidade. A informação jornalística só tem valor se for credível. Se não há credibilidade, não há jornalismo. Interligado o fator tempo com a credibilidade, qualidade na qual a imprensa sempre se apoiou na sua história, é possível afirmar que o webjornalismo poderá seguir os passos do jornalismo impresso e de referência, sem prejuízo à qualidade de informação. Lembramos que a credibilidade de um veículo remete aos conceitos de verdade e realidade, sobre os quais se construiu o imaginário da imprensa e, à questão de ética, sua pedra de toque. (BRANDÃO, 1991).

Referências

ALSINA, Miguel Rodrigo. (2009) **A construção da notícia**. Rio de Janeiro: Vozes.

ÁVILA, Éverton Gonçalves de. (1999) **Velocidade, tempo e informação na construção da subjetividade contemporânea**. Tese (Doutorado), Programa de Pós-graduação em Educação. Porto Alegre: UFRGS.

- BRANDÃO, Elizabeth Pazito. (dezembro de 1999) **Da ciência ao mercado, a informação em tempo real**. Tese de doutorado. UnB.
- BREED, W. (1999) Controle social na redação. Uma análise funcional. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega.
- BRESSANE, Tais. (2010) Navegação e construção de sentidos. In FERRARI, Pollyana. **Hipertexto Hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto. p.149-163.
- CANAN, Adriane. (2010) A não-linearidade do jornalismo digital. In FERRARI, Pollyana. **Hipertexto Hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto. p.141-148
- CORNU Daniel. (1997) **Ética da Informação**. Bauru: Edusc.
- FERRARI, Pollyana. (2003) **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto.
- GOMIS, Lorenzo (1991). **Teoria del periodismo**. Cómo se forma el presente. Barcelona: Paidós.
- GOSCIOLA, Vicente. (2003) **Roteiro para as novas mídias: do game à TV interativa**. São Paulo: Ed.Senac São Paulo.
- LEMOS, André. Cibercultura. (2003) Alguns pontos para compreender nossa época. In LEMOS, André; CUNHA, Paulo (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura**. Sulina, Porto Alegre. p. 11-23
- MORETZSOHN, Silvia. (2002) **Jornalismo em tempo real – o fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro: Revan.
- SCHLESINGER, Philip. (1993) Os jornalistas e a sua máquina do tempo. In: Traquina, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Vega.
- TORRES, Cleyton Carlos Torres. (2010) **O novo perfil do consumidor de notícias**. Observatório da Imprensa, 27/04/2010. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=587ENO003>>. Acesso em 02/08/2010.
- TRAQUINA, Nelson (org.). (1993) **Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias**. Lisboa: Vega.
- TUCHMAN, G. (1983) **La producción de la noticia**. Barcelona: Gili.
- TUDESQ, A.J. (1973) **La presse et l' evènement**. Paris: Mouton.
- WOLF, Mauro. (2001) **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença.