

A Internet e os limites éticos do jornalismo: O caso do webjornalismo brasileiro¹

ARAÚJO, João Batista Ferreira²
COSTA, Lays Pimentel³
PONTES, Leonardo⁴
SOUSA, Abrão⁵
SCHWABACHER, Viviane Goulart⁶
MENDES, Lúcia Helena⁷
Universidade Federal do Tocantins

Resumo

Este trabalho tem por objetivo, discutir os limites éticos da prática jornalística, a partir da noção de webjornalismo, suas características e divisões. A escolha do tema justifica-se pela efervescência com que os conteúdos jornalísticos são produzidos para a internet. Sendo que a análise em questão vem para mostrar que a ética e o webjornalismo podem caminhar juntos, quando se tem noção da veracidade e necessidade da informação para o “web leitor”.

Palavras-chave

Internet; Webjornalismo; Webjornalismo Brasileiro; Ética no Jornalismo;

Introdução

O jornalismo é um ramo no mercado de trabalho que tem como objetivo informar a sociedade do que acontece no dia – a dia. O jornalista é o responsável por essa atividade, ele exerce a profissão por meio de diversos meios de comunicação como impressa, rádio, televisão e internet. Diante desse cenário de múltiplas formas de se obter informação, por meio de uma classe que trabalha para que exista essa disponibilidade onde a população possa escolher em qual meio ela quer saber o que está acontecendo no mundo, temos na internet o webjornalismo, um meio de comunicação de massa em parte novo, mas que vem ganhando um grande número de adeptos por informação rápida e com possibilidade de interação instantânea.

O termo web significa rede ou teia, mas com a chegada da internet, esse termo assumiu um significado maior e passou a designar a rede que conecta computadores por todo mundo, a World Wide Web (WWW). O termo web proporcionou vários neologismos

Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 19 a 21 de maio de 2016.

²Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da UFT, email: jornalismo_joaobatista@hotmail.com

³Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Jornalismo da UFT, email: lcostapimentel@gmail.com

⁴Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UFT, email: leonardompontes@gmail.com

⁵Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Jornalismo da UFT, email: abraodesousa@gmail.com

⁶Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UFT, email: vivigoulart11@gmail.com

⁷Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFT, email: luciahelena@mail.uft.edu.br

associados à internet. Qualquer termo que tenha como prefixo ou sufixo essa palavra, está relacionado com a sua divulgação em um meio virtual, neste caso, a internet.

No presente trabalho, discute-se sobre as características do webjornalismo como uma parte específica da Internet, que disponibiliza interfaces gráficas de uma forma bastante positiva. A Internet envolve recursos e processos que são mais amplos do que a web, embora esta seja, para o público leigo, sinônimo de Internet. Conforme Canavilhas (2001), a nomenclatura encontra-se relacionada com o suporte técnico no qual o gênero é postado.

Diferencia-se também o que é digital para online e webjornalismo. O termo online refere-se à ideia de conexão em tempo real, ou seja, fluxo de informação contínuo e quase instantâneo. As possibilidades de acesso e transferência de dados online utilizam-se, na maioria dos casos, de tecnologia digital. Porém, nem tudo o que é digital é online. O webjornalismo diz respeito à utilização de uma parte específica da Internet, que é a web.

A web significa um sistema de informações ligadas através de hipermídia. Isso significa que há aglomerado de diversos gêneros com hiperligações em forma de texto, vídeo, som e outras animações digitais. Isso tudo permite ao usuário acessar uma infinidade de conteúdos através da internet. Para tal é necessário ligar à internet a um navegador (browser) onde são visualizados os conteúdos disponíveis. Os navegadores mais conhecidos são Google Chrome, Safari, Mozilla Firefox, Internet Explorer, Opera, etc.

O jornalismo é uma prática social que coloca em circulação o conhecimento através de diferentes meios. Dos jornais impressos até as mais recentes plataformas de leitura baseadas em tecnologias digitais conectadas em rede, vamos perceber, como indica Pavlik (2001), que as transformações – ainda em curso – passam pela natureza do conteúdo, do trabalho jornalístico, da estrutura das redações e das empresas jornalísticas, bem como pelas relações entre organizações de notícias, jornalistas e seus diferentes públicos. Nesse sentido, são muitos os desafios impostos aos profissionais da área, que passam a lidar com uma lógica comunicacional em significativa mutação, como fica evidente ao observarmos a trajetória das notícias na web.

Toda essa transformação no modo de produção de notícia e a forma como o público reage a essa informação dentro da internet, coloca em questão o outro lado desse artigo, que é a postura do jornalista como formador de opinião. Essa postura dele envolve cuidado com a veracidade da informação e o poder dela em contemplar as vozes dissonantes.

Uma notícia ética dentro da Teoria Dialética de Genro, (1987) é aquela que consegue equilibrar os três eixos da percepção na hora da construção de um produto jornalístico, são eles: a singularidade, que é o fato percebido no momento pelo jornalista, sem tirar nenhuma característica e que constrói o lead – o quê, quando, onde, como e porquê; a particularidade que é a visão de mundo do jornalista, pois com a particularidade ele vai fazer um recorte dentro da singularidade e transformar o fato em notícia e a universalidade que é a construção final da notícia, o contato do jornalista com o público e como ele vai fazer isso, para que o leitor entenda o que o jornalista produziu. A universalidade é a forma de compreensão tanto do jornalista como do leitor, como ele vai interpretar a notícia.

Entender a ética dentro do jornalismo e com isso analisar a construção da web notícia é uma forma de compreender esse novo modelo de comunicação e toda a sua importância tanto para o leitor como para os meios de comunicação de massa. Os meios de comunicação de massa estão produzindo notícias a todo vapor, mas poucos possuem ou conhecem os princípios éticos da profissão e a necessidade de que ele seja usado de uma forma grandiosa dentro do conteúdo postado na internet.

Ética no Jornalismo

Discutir a ética dentro do jornalismo tem como ponto inicial a definição do que é a ética jornalística. Ela teve seu estopim histórico em 1948, com a criação da lei que tornou a liberdade de opinião um direito civil. Mas, discutir sobre ética jornalística pressupõe o debate de sua utilidade dentro da esfera pública, que outrora servira como um aparelho de esclarecimento crítico para a sociedade, conforme define Habermas (2003), mas que hoje, pós-democracia, está acometida ao jornalismo de interesse privado, munido de estratégias que parcializam os fatos noticiosos; uma mudança de papéis ocasionada pela priorização da obtenção do lucro por parte dos veículos de comunicação.

Um fato contundente que demonstra a proliferação dos interesses privados atuando nos Meios de Comunicação foram os protestos públicos ocorridos no Brasil em 2013, conforme esclarecem Sartor e Baldissera (2012). Na ocasião, os principais veículos do país mensuravam apenas parte dos fatos e a cobertura jornalística feita por eles deslegitimava o manifesto – ou seja, faltou compromisso com a esfera pública -. Reconhecendo isto, a população, que queria ouvir a verdade, atacou simbolicamente às

sedes destas empresas para demonstrar seu descontentamento com a parcialidade dos veículos, aprisionada na zona de interesse lucrativo.

Diante deste universo bilateral de inversão de papéis, onde o veículo de comunicação não mais funciona como objeto de construção social, mas como uma máquina lucrativa, firma-se o debate sobre em qual prisma à ética jornalística se situa na contemporaneidade.

Existe uma definição sobre a margem ética jornalística, que é mínima para o seu exercício. Nela enquadram-se informações sobre segurança e saúde pública, como por exemplo: contaminações ambientais, difusão de produtos adulterados ou perigosos, doenças transmissíveis e outras ameaças à saúde e à segurança dos indivíduos ou do ecossistema, e ainda nesta margem estão às informações que dizem respeito às leis e a dignidade humana, ou seja, a omissão destes fatos em função de um interesse comercial é inadmissível, do ponto de vista ético.

Ainda que a margem mínima da ética tenha sido estabelecida, ela não é suficiente para que o Jornalismo volte a ter um papel democrático na esfera pública:

Estabelecer uma ética mínima, contudo, não parece suficiente para garantir ao jornalismo um lugar relevante na democratização da esfera pública e no desenvolvimento da cidadania, ainda que o jornalismo assuma um papel mais modesto em relação àquele que lhe foi atribuído na modernidade (SARTOR; BALDISSERA, 2012, p. 126).

O direito da liberdade de opinião exige do jornalismo um exercício ético que transcende a margem mínima, segundo Sartor e Baldissera (2012), para tanto é preciso observar três aspectos importantes: A “compreensão do próprio jornalismo e compreensão dos outros a respeito de quem o jornalismo publica histórias e relatos” (SARTOR; BALDISSERA, 2012, p. 127), além do mais:

a qualificação da ética jornalística também implica que a notícia incorpore a visão dos movimentos sociais e dos sujeitos marginalizados, dando pluralidade ao discurso usualmente construído na perspectiva das autoridades públicas, políticas, científicas, culturais, empresariais e eclesiásticas (SARTOR; BALDISSERA, 2012, p. 128-129)

E considerar as expressões e manifestações de outros campos sociais, como forma de democratização da informação e exercício da ética jornalística.

Para as necessidades capitalistas, das quais o jornalismo pós-moderno se inseriu, e que agora o tornou refém, existem alternativas viáveis para tal e uma delas pode ser chamada de financiamento coletivo de reportagens, que é o pagamento por usuário ao veículo de comunicação. Este método já é utilizado em países ocidentais, e no Brasil o site “O Globo” também já aderiu. Desta forma os veículos desprendem-se da obrigação com seus financiadores e priorizam a esfera pública.

Com a definição da ética jornalística se tem a necessidade da definição do que seria o webjornalismo, para que assim se possa fazer uma correlação com os temas e obter uma significação de ética e webjornalismo como construção inicial da discussão dos limites éticos da internet.

O que é o webjornalismo e a sua influência na comunicação instantânea

Será que há muita coisa nova na forma de fazer jornal atualmente, ou aconteceu uma transposição de dados? As informações são repassadas por meios de textos que tomam forma com a incorporação de um gênero textual. Segundo Bakhtin (2000) qualquer enunciado considerado isoladamente é, claro, individual. No entanto, cada esfera de utilização da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, sendo por isso denominado gêneros do discurso.

Há uns trinta anos ou mais, o modo de comunicar-se era muito diferente do atual. Os gêneros do discurso tomaram outra forma com o aparecimento da tecnologia. Quem já ouviu falar no telegrama? Ou no bilhete? Até o torpedo já ficou obsoleto. Em vez de utilizar o telegrama, utiliza-se o e-mail para passar uma informação rápida. O torpedo ficou velho e agora se tem o WhatsApp. Assim, os formatos ou meios utilizados para a transmissão de informações são inúmeros e não há previsão de quantos aparecerão com o investimento em pesquisa de tecnologia que temos hoje.

O aparecimento dos novos meios de comunicação proporcionou a mudança na rotina dos jornalistas, mas isso não significa dizer que eles não estão trabalhando com a notícia ou com a informação. Os modelos de jornalismo existentes como o escrito, o radiofônico e o televisivo utilizam linguagens adaptadas às características do respectivo meio no qual serão postados. Para tanto, a internet veio para revolucionar e acelerar transmissão de informação. Mas algo novo parece ser a transposição das velhas formas para os novos meios. O

jornalismo online, por exemplo, é uma transposição do jornalismo escrito, radiofônico e televisivo para um novo meio.

No aspecto de utilização dos diversos meios para passar informação, está o webjornalismo que pode explorar todas as potencialidades que a internet proporciona, oferecendo um produto completamente novo: a webnotícia. O jornalismo online acontece ao vivo e é instantaneamente atualizado, já o webjornalismo, não necessariamente, precisa estar online, mas deve utilizar mais instrumentos que o jornalismo online.

A característica ou o formato está ligado ao ponto de postagem do texto, como se pode inferir das palavras de [MURAD 1999]. “De certa forma, o conceito de jornalismo encontra-se relacionado com o suporte técnico e com o meio que permite a difusão das notícias. Daí derivam conceitos como jornalismo impresso, telejornalismo e radiojornalismo.”

Como o formato é outro, a forma de leitura também é diferente. O leitor que estava acostumado com uma leitura linear como a que se fazia em um jornal impresso, agora passa a ter outras possibilidades de leitura. O jornalista precisou adaptar-se ao novo modelo para tornar a leitura mais agradável e objetiva.

A interação leitor/jornalista é imediata dentro do webjornalismo, pois a própria natureza do meio impõe isso. O webleitor tem a possibilidade de opinar sobre as informações em tempo real. A possibilidade de conduzir a própria leitura revela uma tendência do utilizador para assumir um papel proativo na notícia, ainda que apenas por força do estabelecimento da sua própria pirâmide invertida. Este dado é importante, pois a técnica da pirâmide invertida é a base do jornalismo escrito.

É sob os critérios de noticiabilidade, que o webjornalismo se constrói. Eles ajudam a definir o que é notícia. Considerando as bases teóricas de Wolf (2009), e Traquina (2007), eles apontam que os valores-notícia podem ser separados em dois grandes grupos: os de seleção dos fatos e os da formulação das notícias. Segundo os autores, esses critérios de noticiabilidade são relacionados à seleção dos acontecimentos: morte, notoriedade, proximidade, relevância, novidade, tempo, notabilidade, inesperado, conflito, infração, escândalo, disponibilidade, equilíbrio, visualidade, concorrência e dia noticioso. Já os valores-notícia de construção da informação são simplificação, amplificação, relevância, personalização, dramatização e consonância.

O aparecimento da internet e das novas tecnologias tornaram a produção da notícia mais dinâmica. Qualquer cidadão ou mesmo o jornalista que tenha uma câmera fotográfica,

gravador de áudio ou ainda um smartphone consegue fazer um registro e enviá-lo à redação, se não publicar ele mesmo em alguma plataforma.

A vantagem com relação aos valores-notícia e a noticiabilidade empregados em informações no webjornalismo está, principalmente, no que diz respeito aos fatores espaço que na internet é mais amplo e também a colaboração do web leitor que pode transformar fatos que dificilmente seriam noticiados.

No Brasil o webjornalismo começa a ganhar terreno em 1995 e de acordo com (Dalmonte, 2009), o Jornal do Brasil (JB) foi o Primeiro jornal brasileiro a ter conteúdo online. Mais tarde, a Folha de São Paulo e O Globo também fizeram o mesmo. De lá para cá, os conteúdos noticiosos passaram a fazer parte da rotina dos brasileiros na internet. Hoje, o webjornalismo contempla não só os jornais, mas também portais de notícias, como o G1, blogs e revistas, que antes eram impressas e agora estão presentes no formato online, e com isso se tem uma infinidade de informação dos mais variados gêneros, atualizada em tempo real.

Se por um lado o webjornalismo começou no Brasil por meio do jornal impresso, as revistas também viram na internet mais um espaço de disseminação das suas informações. Com isso, as revistas passaram a trabalhar intensamente na produção de conteúdo. “A primeira revista a criar material para a web foi a revista Manchete em 1995, logo depois foi a vez da Veja e Isto é, que iniciaram em 1996. Anos mais tarde a revista Época intensificou o desenvolvimento de conteúdos informativos para a internet” (Giarrante, S/D).

A adaptação dos meios de comunicação de massa ao webjornalismo no Brasil é recente mas tem tido bons índices de positividade. Em 2009, o Instituto Vox Popule, citada em (Costa, 2012), divulgou uma pesquisa mostrando que 86% dos internautas brasileiros acessam conteúdos em websites e confiam nos conteúdos acessados.

Se por um lado o webjornalismo se destaca por sua rapidez na disseminação da informação, por outro deve-se ter um cuidado para que o maior diferencial dos demais suportes, que é a velocidade não se torne algo negativo. Ziller afirma em seu artigo que agilidade pode ser uma característica positiva. “A velocidade não é um valor negativo. Prospera, inclusive, por seu caráter facilitador na pragmática cotidiana. Entretanto, é apenas um dos muitos valores dessa pragmática e corre o risco de perder toda sua potencialidade se for explorada como valor único” (Ziller, 2006).

Já são 20 anos de webjornalismo no Brasil. O Jornal do Brasil abriu caminho para o novo modelo de jornalismo que nascia, mas hoje, os portais de notícias, como o G1 é que

detém o público maior de acordo com pesquisa divulgada pelo site R7.com. Esses portais acabam tendo um grande número de informação postada diariamente e muitas vezes essas notícias não são revisadas, por se ter uma necessidade de rapidez, o que acaba acontecendo são erros com consequências diversas, como você analisa no item seguinte.

Análise de casos que envolvem ética e webjornalismo

A internet é um meio de comunicação que nos permite compartilhar informações de uma forma muito rápida, tudo que acontece pode ser jogado “na rede” em tempo real. Além das inúmeras vantagens que o imediatismo da internet proporciona, vem também um grande problema, a competição entre veículos de comunicação por dar a notícia antes. Essa corrida contra o tempo faz com que grande parte dos jornalistas se preocupe mais em dar a notícia primeiro, do que em checar se aquela informação procede. Muitas vezes, é impossível controlar os transtornos que essa informação errada pode trazer.

Em redes sociais e aplicativos para o celular, circula muita informação, e grande parte das vezes são informações falsas, mas que “viralizam” e são repassadas com grande rapidez pelos usuários dos meios. Na corrida pelo “furo” de reportagem, o fato de não confirmar todas as informações pode não só prejudicar a credibilidade do jornalista, mas comprometer de forma irreversível a imagem das pessoas envolvidas. Em Palmas, Tocantins no final de outubro de 2015, houve um assassinato em uma casa de jogos clandestina. O caso começou a circular na internet, mas com nome e fotos erradas do suspeito do assassinato. Um veículo de comunicação local recebeu essa publicação, e divulgou em seu jornal, sem antes averiguar os fatos. O suspeito do assassinato era Paulo Gomes de Oliveira, mas o nome e a foto que foram divulgados, eram de Paulo Gomes Barbosa Neto, um servidor público, que não tinha nenhuma relação com o caso. O erro gerou grandes consequências, já que o rapaz ficou com medo de sofrer alguma represália da população, ou que tentassem algo contra sua família. Ele registrou um Boletim de Ocorrência, manteve a família em casa, e escreveu uma carta explicando a situação. A falta de ética de um jornalista, colocou em uma situação difícil um homem que era inocente.

Existem ainda aqueles casos em que o jornalista esquece do fato que ele é um formador de opinião, e que deve tomar cuidado com o que diz, já que o que é repassado nos veículos de massa possuem poder. Alguns jornalistas se esquecem da ética, e acabam exagerando em suas declarações, por isso, os jornalistas mais “polêmicos” vivem

respondendo a tantos processos. O fato de se chegar em um veículo de comunicação e fazer declaração desmedidas sobre as pessoas, gera uma reação por parte da pessoa envolvida, já que como se sabe, grande parte das pessoas leva muito a sério o que se vê nos jornais. Recentemente teve o caso do jornalista e pré-candidato do PSDB à Prefeitura de São Paulo, João Dória Jr., onde ele chama o ex-presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva de "sem vergonha" e "cara de pau". Isso gerou uma grande repercussão, e levou o ex-presidente a recorrer à justiça com um pedido de interpelação judicial, para que o jornalista explique suas declarações.

A postura do jornal é muito importante perante a sociedade, mas hoje em dia, com a interação do leitor com a notícia, o cidadão passa a entender que ele tem seu espaço, e começa a cobrar o cumprimento do real papel dos veículos de massa com a sociedade. Durante as manifestações que aconteceram em 2013, a população foi às ruas, e em alguns momentos gritaram "A verdade é dura, a Globo apoiou a ditadura", e, de fato, a empresa deu apoio editorial ao golpe de 1964. Quase 50 anos depois, com os protestos que aconteceram por todo o país, e com a sociedade brasileira se opondo ao posicionamento da Rede Globo, a emissora acabou por escrever uma carta, onde reconhece o erro de ter apoiado o golpe militar, e pede desculpas à sociedade por tal fato. O jornalismo deve ser objetivo e imparcial, e, nesta publicação, a Rede Globo assumiu que faltou com estes princípios éticos, e se desculpou, diante do país e esse pedido de desculpa foi postado em todos os seus meios, como no site da globo.com.

O cidadão espera que o jornalista seja uma pessoa confiável, e que passe credibilidade em suas informações, e isso exige muito empenho, principalmente nesta era do webjornalismo. As informações surgem e se propagam com muita facilidade, cabe ao jornalista analisar e checar as informações, para que elas cheguem ao leitor com rapidez, mas com a credibilidade que se espera do jornalista.

Considerações Finais

A população pede por notícia imediatista, isso é de conhecimento tanto dos veículos de comunicação de massa, como do próprio público, ele reconhece que é consumidor de informação e cobra isso do meio que a produz. O que diferencia essa situação dentro da internet é que o leitor está mais exigente e observador, sabe o que quer, tem noção que possui várias fontes em que ele pode se basear e com isso construir sua opinião e reconhece

que pode muitas vezes ajudar nessa construção de ideal dentro da sociedade, por meio de interação com o portal de notícia. Essa interação do web leitor dentro do webjornalismo gera uma grande repercussão para a notícia e também para o portal responsável por reproduzir o material jornalístico, o que é reconhecido pelos dois lados.

O portal que não reconhecer que precisa tomar cuidado com o que é noticiado e com a forma que vai trabalhar essa interação do leitor com as notícias, perde não só a credibilidade diante do seu público como vai ser reconhecido como um portal que não possui veracidade nas suas informações e que não sabe lidar com o novo modelo de comunicação.

Com a análise ética da profissão de jornalista dentro do webjornalismo se tem um ramo que precisa se adaptar a esse boom de informação e reconhecer que a internet não é livre quando se trata de notícia, ela possui regras e elas estão garantidas na Declaração Universal dos Direitos Humanos, a DUDH.

Os veículos de comunicação no Brasil que estão como objeto de estudo neste artigo foram analisados com posturas negativas, classificados como meios onde a única importância é repassar a informação e ser o primeiro a postar, não foi observado um cuidado com a notícia e com os critérios de noticiabilidade.

A internet é um ambiente novo para o jornalismo, mas como todo ponto inicial tem a necessidade de planejamento e estratégia de como será trabalhado, é isso que está faltando para que os meios não cometam tanto erros como os apresentados. O leitor está exigente e ficará cada vez mais, resta agora o ambiente jornalístico adaptar-se a essa exigência e construir um ambiente de produção de notícia imediatista, mas de boa qualidade para que o processo de interação cresça cada vez mais.

Referências bibliográficas

BAKHTIN, M. **Os gêneros do discurso. Estética da criação verbal.** São Paulo: Martins Fontes, 1987, p.261-305

DALMONTE, Edson Fernando. **Webjornalismo e o fazer-refazer jornalístico/ webjornalismo: as fazes de implantação e a renovação do fazer jornalístico.** Disponível em: <http://books.scielo.org/id/nb/pdf/dalmonte-9788523212155-05.pdf> acessado em 28/01/2016

GIARRANTE, Ana Carolina. **Aplicações das narrativas multimídia e do webjornalismo em revista online:** Disponível em <http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/04/Ana-Carolina-Giarrante.pdf> acessado em 28/01/2016

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

MARCUSCHI, L.A. **Gêneros textuais: definição e funcionalidade**. In: Gêneros textuais e ensino. Rio de Janeiro: Lucena, 2003, p. 20-36

MURAD, Angéle. [1999] **Oportunidades e desafios para o jornalismo na internet in** Ciberlegenda, no 2.

PADILHA, Sônia Costa. **Webjornalismo mediado pela cultura social loca/ estudo comparativo: Brasil e Portugal**. Disponível em http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20121126-padilha_webjornalismo.pdf acessado em 28/01/2016.

PAVLIK, John Vernon. **Journalism and new media**. New York: Columbia University Press, 2001.

SARTOR, Basílio Alberto; BALDISSERA, Rudimar, **Mídia, jornalismo e contemporaneidade: desafios éticos num contexto de rupturas**. In: **Conexão – Comunicação e Cultura**. UCS, Caxias do Sul – v. 11, n. 22, 2012.

Significado de Web. O que é Web: Disponível em: < <http://www.significados.com.br/web/>> Acessado em 22 de janeiro, de 2016.

ZILLER, Joana. **Velocidade e credibilidade: algumas consequências da atual estruturação do webjornalismo brasileiro**. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/128255752823174318579192904995966875823.pdf>> acesso em 28/01/2016