

## O jornalismo sob ataque da desinformação no cenário político: o potencial de autodefesa<sup>1</sup>

Juliana Ângela LAPENDA FIGUEIROA<sup>2</sup>

Alfredo VIZEU<sup>3</sup>

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

### Resumo

Como um lugar de referência e instrumento de cobrança para a sociedade, o jornalismo depara-se com um cenário em que valores inerentes ao seu papel vêm sendo enfraquecidos seja pela atuação dos próprios jornalistas, por reconfigurações na forma de consumir e disseminar conteúdo ou pela deslegitimação da imprensa em decorrência de vários ataques. Entre as formas de ataque, está a desinformação gerada pelo público participativo e por grupos políticos, que vem ameaçando, além do jornalismo, a democracia no Brasil e em outras partes do mundo. Nesse sentido, por meio de uma reflexão teórica, nosso intuito é reforçar a importância do jornalismo na sociedade, fornecer aos seus profissionais alguns meios para que possam desempenhar seu papel na luta contra a desinformação e destacar o poder de resistência da boa prática jornalística.

**Palavras-chave:** Jornalismo; compromisso social; crise; democracia; desinformação.

### Introdução

O Jornalismo como uma importante instância na construção de valores e hábitos socioculturais e um instrumento de cobrança para a sociedade depara-se com um cenário em que valores inerentes ao seu papel vêm sendo enfraquecidos seja pela atuação dos próprios jornalistas, por reconfigurações na forma de consumir e disseminar conteúdo na sociedade contemporânea ou pela deslegitimação da imprensa em decorrência de variadas formas de ataques. Entre essas formas de ataque, está a desinformação gerada pelo público participativo e por grupos políticos, que vem ameaçando, além do jornalismo, a democracia no Brasil e em outras partes do mundo.

A queda nas tiragens dos jornais, a pulverização da audiência e a perda de credibilidade e interesse podem levar a crer que o jornalismo está obsoleto. Mas o próprio jornalismo nos ensina a ser céticos diante das aparências e demonstra, todos os dias, como

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda e mestre em comunicação pelo PPGCOM-UFPE, e-mail: [juliana.angela@ufpe.br](mailto:juliana.angela@ufpe.br)

<sup>3</sup> Professor titular do PPGCOM-UFPE, e-mail: [a.vizeu@yahoo.com.br](mailto:a.vizeu@yahoo.com.br)

---

a realidade é contraditória e complexa. (CHRISTOFOLETTI, 2019). Neste momento em que muito se fala sobre as mudanças e até um possível fim do jornalismo, é pertinente refletir sobre o papel que ocupa na sociedade e de que maneiras e por que uma instituição que já foi tida como onipotente vem sendo tão ameaçada.

Essas reflexões são essenciais para que os jornalistas, em suas práticas profissionais, busquem defender-se, especialmente de uma de suas principais ameaças: a desinformação, fenômeno que vem sendo intensamente discutido no mundo sob diversos aspectos. Neste estudo, destacamos a informação falsificada, não validada, manipulada, produzida e disseminada no formato de notícias falsas ou *fake news* (como são popularmente conhecidas), usadas principalmente nos contextos políticos para influenciar a opinião dos eleitores, atacar reputações e como mais uma arma contra o jornalismo.

Conhecer o inimigo é o ponto de partida para combatê-lo, por isso, neste artigo, refletimos a respeito das transformações e desafios do campo jornalístico e buscamos compreender como as notícias falsas funcionam. O intuito, além de reforçar a importância do jornalismo na sociedade e fornecer aos seus profissionais alguns meios para que possam desempenhar seu papel nessa luta contra a desinformação, é destacar o poder de resistência da boa prática jornalística.

### **Jornalismo e sociedade: o campo de batalha**

A sociedade contemporânea pode ser caracterizada pela relevância da atividade jornalística na medida em que esta ocupa um “lugar de referência” em que os seres humanos necessitam cada vez mais de informação (VIZEU, CORREIA, 2008). Ao longo do dia, as pessoas concentram suas energias para entrar em contato com a realidade, e os meios de comunicação são imprescindíveis ao oferecerem este presente social na medida em que nos ajudam a perceber a realidade como um período consistente e objetivado, algo que é possível perceber e comentar, uma referência geral.

Ao realizar um processo de aproximação dos acontecimentos, com seus recortes, enquadramentos e agendamento influenciando a opinião pública (MACCOMBS, 2009), o jornalismo institucionalizou-se como um importante fator de conhecimento, reconhecimento, identificação, interpretação e construção social da realidade. Bourdieu (1997) defende que os jornalistas, na lógica da sua profissão, selecionam e enquadram as realidades do cotidiano em função de categorias que lhes são próprias, resultado de sua educação, de sua história e da sua cultura. Assim, a seleção e a construção do que é

selecionado são centrais para no jornalismo (VIZEU, 2011). Isso porque, o jornalismo é uma atividade profissional de mediação, resultado de uma organização que se dedica precisamente a interpretar a realidade social e fazer essa mediação entre o mundo da vida e as pessoas. Para Traquina (2016), é possível compreender porque o campo jornalístico se tornou alvo central de preocupação de todos os agentes sociais. Essa relação entre jornalismo e sociedade também pode ser reforçada por Bourdieu (1997) ao afirmar que o campo jornalístico, através da sua natureza e mecanismos, modifica, mais ou menos profundamente, as relações de força no interior de diversos campos, como o jurídico, artístico, científico, exercendo efeitos em universos tão diferentes.

Sendo um aspecto fundamental da vida em sociedade, a centralidade do papel do jornalismo deveria ser incontestável, uma vez que, em sociedades cada vez mais complexas, entender o que se passa é um fator de sobrevivência. Nesse sentido não é possível aceitar passivamente que uma indústria dedicada a uma condição tão vital possa desaparecer da noite para o dia (CHRISTOFOLETTI, 2019). Entretanto, a revolução tecnológica que eclodiu nos últimos trinta anos transformou modos de pensar, produzir, consumir, comunicar (CASTELLS, 1999), fortalecendo a ideia equivocada de que as pessoas não necessitam mais do jornalismo para se informar.

As tecnologias, os formatos, as linguagens, a organização interna das empresas jornalísticas estão em constante mutação. Essas reconfigurações representam não apenas evolução, mas novos desafios para o jornalismo. Um desses desafios diz respeito à audiência potente (MESQUITA, 2014) que passa a se envolver nos processos, práticas e rotinas jornalísticas, com potencial para propagar informação, que pode gerar ou ilustrar uma notícia, e mecanismos para questionar o conteúdo jornalístico.

Além disso, a velocidade e a grande quantidade de conteúdo espalhado colocam em risco o aprofundamento, a contextualização e a diversificação das ideias na produção da notícia. Isso porque a rotina jornalística torna-se cada vez mais intensa, o profissional precisa ser multiplataforma e, ao mesmo tempo, atender aos anseios de seu público e da empresa a qual pertence, onde muitos sofrem diversas formas de constrangimentos e pressões. Todos esses fatores contribuem para que o jornalista acabe banalizando o rigor na apuração das notícias. Dessa forma a atuação do jornalista pode acabar por “fortalecer seu próprio inimigo”, contribuindo com a desinformação, intensificando a crise ética do jornalismo e, conseqüentemente, municiando muitos soldados dessa guerra, como a

---

audiência participativa que acredita não necessitar de jornalistas e líderes políticos e seus seguidores que atacam as instituições democráticas e a imprensa, verbal e até fisicamente.

É nesse contexto em que se desenham as eleições brasileiras de 2022. Agravam-se o quadro de violência, a polarização, a desinformação, os questionamentos à ciência e às instituições democráticas, ao próprio processo eleitoral, e os ataques à imprensa também persistem. Segundo o dossiê “Ataques ao Jornalismo e ao Seu Direito à Informação”, produzido pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) em parceria com o Observatório da Ética Jornalística (objEthos) e publicado eletronicamente em maio de 2022, a média é de 365 ataques a jornalistas por ano, no Brasil, nos últimos três anos.

Os ataques à imprensa afetam o direito que as pessoas têm de serem informadas e exercerem sua cidadania e, por isso, põem em risco também a democracia, conforme destaca Bucci (2019) ao refletir sobre a importância de instituições como a imprensa e as bibliotecas para que as pessoas possam encontrar informações e ideias que propiciem sua autonomia crítica. Em relação ao jornalismo e à política, citando a trajetória de Hannah Arendt, o autor reforça o valor do trabalho do repórter para que tomemos conhecimento do que se passa e, mais ainda, para que a própria política se efetive.

Assim, nesse contexto de guerra, o profissional da imprensa precisa defender a si e à democracia, e, ao mesmo tempo, provar que o jornalismo é importante e necessário. Tão complexo quanto esse contexto é, na sua cultura profissional, o jornalista construir as notícias, apurar, redigir, editar, contextualizar, seguindo as regras das redações, pressões econômicas, trabalhistas e tantos outros desafios, onde velocidade e volume caem na armadilha da competição e contribuem para explicar o deslizamento estrutural rumo à degradação da informação. (WOLTON, 2011, p.54).

Nesse cenário de desinformação o jornalismo enfrenta uma crise complexa, multifacetada e dinâmica conforme se observa na extinção de veículos de comunicação, falência de jornais, enxugamento das redações, queda na audiência de rádios e TVs. Entretanto, Christofolletti (2019) alerta que os desafios vão além das questões financeiras e que a crise do jornalismo também é política e existencial, de ética e credibilidade, daí a importância de considerar também os impactos negativos na confiança que as pessoas depositam no jornalismo como modo de se informar, uma vez que o público vem buscando alternativas no consumo de informação e entretenimento como as redes sociais digitais, por exemplo.

---

Para ser confiável, algo ou alguém precisa reunir um conjunto de condições, e entre elas está ser competente, ter representatividade, estar legitimado, ser autorizado. Dessa forma, consideramos que os jornalistas têm autoridade porque detêm informações que não temos e que reconhecemos como válidas e importantes para a nossa vida, têm acesso a fontes credenciadas e domínio sobre a linguagem da comunicação de massa (CHRISTOFOLETTI, 2019). Por isso, a fim de reconquistar a confiança da sociedade, é necessário que o jornalista se diferencie, e uma das formas é por meio da produção de notícias de qualidade, daí a relevância da reflexão acerca do poder de resistência da boa prática jornalística.

Mesmo em meio às pressões e desafios que enfrenta nas relações entre sua cultura profissional, organização do trabalho e os diversos fatores econômicos e políticos que interferem direta ou indiretamente na produção das notícias, é possível encontrar “brechas”. Se, por um lado, a atuação do jornalista pode contribuir com a cultura da desinformação, também pode ajudar o jornalista a defender a si e a legitimidade da imprensa. Se a audiência é potente, a notícia também é, e o jornalista pode utilizar essa potência dos efeitos da notícia para o bem.

O potencial de defesa jornalística está na sua própria razão de existir: a ética e a preocupação com os efeitos que a notícia pode trazer para a sociedade, ao produzi-las com rigor na investigação, nos enquadramentos, na pluralidade e aprofundamento dos fatos, se colocando de forma crítica, fugindo das armadilhas da falsa objetividade e imparcialidade jornalística. Para isso, é preciso conhecer bem o “inimigo”. Saber como a desinformação funciona é um meio de começar a reagir.

### **“É fake ou é news?”, analisando o inimigo**

Debater a desinformação se faz necessário para a defesa da liberdade de expressão, do jornalismo, dos jornalistas, de sua prática profissional e da democracia. Em vários países, nas últimas décadas, os processos eleitorais feitos de forma livre e justa vêm sendo ameaçados por campanhas de desinformação e por outros fatores, como interferência estrangeira e autoritarismo. Entre as diversas formas de fortalecer a desinformação, está a disseminação fake news (termo usado inclusive por seus propagadores como mais uma forma de ataque à imprensa).

Nos EUA, antes e após sua eleição, Donald Trump usou como estratégias os ataques à imprensa, a deslegitimação do jornalismo por meio do intenso uso de redes

sociais digitais e a propagação de notícias fraudulentas, inspirando, para o mal, outros políticos e líderes. Foi assim no Brasil com a eleição do presidente Jair Bolsonaro, que, durante seu governo, além de intensificar ataques e agressões a jornalistas e a veículos de comunicação, questiona, e incita seus apoiadores a também questionarem, a validade do sistema eleitoral, fortalecendo ainda mais a crise de confiança nas instituições democráticas. Bucci (2019) defende que as democracias mais estáveis do planeta estariam ingressando numa era em que os relatos sobre os acontecimentos perderam referência na verdade que é fruto de verificação honesta e do relato fiel dos fatos e acontecimentos.

Além de ameaça à democracia, a desinformação é um risco e pode ter consequências graves, tanto para o campo jornalístico, quanto para a integridade física e moral dos profissionais de imprensa. Um exemplo disso foram os ataques à jornalista Patrícia Campos Mello do jornal Folha de São Paulo, que, dias antes do segundo turno das eleições de 2018 no Brasil, publicou a primeira de uma série de reportagens denunciando o financiamento de disparos em massa no WhatsApp e em redes de disseminação de notícias falsas, a maioria em benefício do então candidato Jair Bolsonaro. Em seguida, a repórter tornou-se alvo de uma campanha de difamação e intimidação através das redes sociais digitais manipuladas por líderes populistas.

Diante da relevância da questão e enquanto um fenômeno social muito importante nas sociedades complexas, a desinformação deve ser estudada para além do contexto tecnológico que a permeia. Seja em conversas do cotidiano ou até pesquisas acadêmicas, é comum o debate ser reduzido às questões técnicas da disseminação como o uso de robôs e softwares. Já nas coberturas jornalísticas, muitas vezes, o tema é tratado superficialmente mesmo que em forma de denúncia.

Mesmo que os jornalistas venham tentando defender a si e sua prática profissional e muitos até mergulhem na investigação a candidatos e personagens políticos envolvidos na disseminação dessas fake news, é preciso compreender como e por que elas funcionam. Bucci (2019), com base nos estudos da jornalista Claire Wardle, da Universidade de Harvard, destaca a imprecisão do termo “fake news” e coloca esse tipo de conteúdo como uma das categorias em um ecossistema de desinformação. A jornalista descreve as três categorias da seguinte forma:

Falsa conexão: quando manchetes, legendas ou ilustração não confirmam o conteúdo da reportagem, do artigo ou da notícia. Falso contexto: quando o conteúdo é compartilhado com contextos adulterados ou alterados. Manipulação

---

do contexto: quando a imagem é propositalmente modificada com o intento de enganar o público. Além dessas três categorias, a jornalista identifica modalidades de conteúdos que concorrem para gerar desinformação, conforme o nível de desconhecimento do público. São eles (1) a Sátira ou Paródia, que pode ser tomada por verdade em audiências despreparadas, (2) o Conteúdo Enganoso, que pode levar a conclusões erradas, (3) o Conteúdo Impostor, em que fontes genuínas são imitadas e substituídas por farsantes, e (4) o Conteúdo Fabricado, que são aqueles inteiramente fraudados, falsificados e deliberadamente mentirosos. (BUCCI 2019, p.164)

A fenomenologia da teoria social de Alfred Schütz (CORREIA, 2005), que investiga as relações sociais no cotidiano, além de ajudar na compreensão dos efeitos e impactos das notícias *verdadeiras* na sociedade, também ajuda a explicar porque as pessoas acreditam nas falsas. A arquitetura dos atos de fala proposta por Habermas (1990) em relação aos atos ilocucionários e perlocucionários também aponta caminhos. O ato ilocucionário é voltado ao entendimento e aproxima-se mais da sinceridade, já o perlocucionário é algo que deixa de ser sincero e passa a ser estratégico.

No agir latentemente estratégico, os efeitos perlocucionários dependem das consequências ilocucionárias de um uso da linguagem voltado ao entendimento, mesmo que simulado unilateralmente. Já no agir manifestamente estratégico, os atos de fala, destituídos de sua força ilocucionária, não serão compreensíveis se não continuarem referidos ao significado que lhe é conferido preliminarmente pelo uso originário da linguagem, orientada para o entendimento” (HABERMAS, 1990, p.134).

Ou seja, para ter êxito, um ato perlocucionário (fake news) tem que parecer ser um ato ilocucionário (notícia verdadeira) que se dirige ao entendimento da outra pessoa. Ao receber o link de uma notícia falsa, por exemplo, é preciso que o leitor acredite que ela é verdadeira, caso contrário, não vai compartilhar ou usar como argumento para defender determinado posicionamento, conforme o agir estratégico pretende. Assim, muitos conteúdos desinformativos simulam reportagens jornalísticas ou parecem ser provenientes de veículos de comunicação conhecidos, para fazer com que as pessoas acreditem que aquilo é verdadeiro.

Isso vem sendo observado com cada vez mais intensidade no Brasil não só em assuntos diretamente relacionados às eleições. Em meio à pandemia de Covid-19, por exemplo, vem sendo comum em grupos de WhatsApp ou em mensagens via Instagram e Facebook, as pessoas receberem textos com informações falsas sobre a vacina e o vírus, que parecem notícias verdadeiras devido à forma com que são escritas ou aos seus

---

hiperlinks que simulam pertencer a sites de credibilidade. A diferença está no fator principal, as informações são falsas e, em sua maioria, reforçam posicionamentos e interesses de grupos negacionistas, colocando em risco a vida das pessoas.

Quem acredita, acha que basta apenas estar lá, sem a necessidade de comprovação. É a ideia de suspensão da dúvida, na denominada “atitude natural” proposta por Alfred Schütz, em que a pessoa é levada a agir sem questionar, aceitando a situação cultural em que está inserida, sem tentar mudar ou sem duvidar da “verdade” ali posta. Ou seja, parte-se do pressuposto que uma notícia, sob qualquer aspecto, será sempre verdadeira. Daí, a importância de saber diferenciar o que realmente é do que parece ser e, sem a pretensão de fazer uma discussão filosófica, cabe aqui nos debruçarmos um pouco mais sobre a questão da “verdade.”

Moser, Mulder e Trout (2009) destacam que existe uma diferença relevante entre os critérios pelos quais tentamos identificar as afirmações verdadeiras e a definição de verdade de uma afirmação. Os autores fazem, então, uma analogia entre as condições que definem que algo é uma nota de um dólar e os critérios usados normalmente para identificar essas notas.

Identificamos as notas de um dólar sobretudo com base em sua aparência. Procuramos a efigie de George Washington, o número 1, as palavras “Federal Reserve Note”, o selo da Secretaria do Tesouro, etc. Para que algo *seja* uma nota de um dólar, porém, é preciso mais do que essas meras características superficiais. Um pedaço de papel pode ter a aparência de uma nota de um dólar, mas ser na verdade falsificado. Pode ser até mesmo uma imitação barata que não enganaria senão um pequeno número de pessoas. Para ser a nota de um dólar, um pedaço de papel tem de (a) ter uma origem adequada (ser emitido pelo Governo Federal), (b) funcionar de uma maneira determinada na economia (ser usado para comprar e vender) e (c) ser identificável pela maioria das pessoas que operam na economia. (MOSER, MULDER, TROUT, 2009, p.70-71)

Assim como existe uma diferença clara entre os critérios pelos quais tentamos identificar as notas de um dólar e as características que de fato definem essas notas, também há diferenças entre os critérios para identificar um conteúdo como notícia (linguagem, manchetes, sites que parecem pertencer a veículos de comunicação) e o que realmente faz o conteúdo ser notícia. Dessa forma, o que faz um conteúdo ser notícia, em primeiro lugar, é a verdade como elemento essencial da atividade jornalística, que produz relatos com base em informações verificáveis, não contradizem a realidade e estão em consonância com os fatos e não com convicções. Não é uma questão de compatibilidade apenas, mas de correspondência. Isto é, não há fatos alternativos, não há notícias que se

encaixam com as convicções e não há espaços para emoldurar paisagens destorcidas da realidade (CHRISTOFOLETTI, 2019). A verdade jornalística é, então, a “verdade de facto”, a verdade que se extrai da verificação honesta e do relato fidedigno dos fatos e dos acontecimentos (BUCCI, 2019).

A verdade factual é um buraco no meio da rua, uma criança sentada num banco de escola, a dor no joelho, a fome que devora a esperança das famílias sem dinheiro, a alegria de pessoas que se amam andando de mãos dadas num parque público ensolarado. A verdade factual é aquilo que conforma a realidade sensível e sobre a qual não pairam dúvidas práticas. Nada pode ser mais imediato e mais irrefutável do que a verdade factual. (BUCCI, 2019, p.982)

Dessa forma, quem cria conteúdo falso imitando notícias está mais preocupado em manipular inverdades a favor dos seus objetivos do que em defender a verdade dos fatos. Ao produzir, financiar ou disseminar conteúdo fraudulento em forma de notícia, essas pessoas estão, ao mesmo tempo, atacando o jornalismo, na medida em que produzem e reproduzem desinformação, e se valendo da relação de confiança entre o jornalismo e a sociedade, uma espécie de contrato fiduciário (ALSINA, 2005) na ação legítima do jornalista. Isso porque, apesar dos diversos ataques, desafios, crises éticas e desconfianças, o jornalismo ainda é um lugar de referência para a sociedade (CORREIA; VIZEU, 2008).

No seu cotidiano, as pessoas necessitam das notícias, tanto para manter um rito diário de buscar, nos meios, assuntos para suas conversas, quanto pela sensação de estarem bem informadas, e tendem a confiar nas notícias pois acreditam que os jornalistas, enquanto profissionais autorizados, verificam as informações com fontes credenciadas. É essa verificação guiada pela verdade dos fatos que faz a diferença no fazer notícia e na defesa da credibilidade e legitimação do jornalismo, como um aspecto irrenunciável da sua ética profissional (CORNU, 2015). Por isso, principalmente diante de tanto “fake” se fazendo passar por “news”, o rigor e a ética na investigação jornalística são essenciais e, mesmo em meio a pressões, ataques e constrangimentos, os jornalistas não podem abrir mão de preceitos básicos, normas consagradas em seus códigos deontológicos e enraizadas na ética de sua atividade profissional.

### **A ética é a “arma” do jornalista**

O termo “fake news” é tão incongruente quanto a expressão “jornalismo antiético”, pois, conforme discorreremos aqui, se é notícia, é verdadeira, se é jornalismo,

---

tem que ser ético, caso contrário não cumpre sua função de interpretar corretamente o mundo, aproximando-se da verdade dos fatos com foco nos efeitos das notícias para a sociedade. Assim, na busca pela defesa da sua legitimação e credibilidade, os jornalistas devem ter em mente que fazer notícia é produzir conteúdo útil e confiável, isto é, as notícias precisam ter aplicabilidade, se encaixar no quebra-cabeças cotidiano de sentidos, e se mostrar verdadeiras. De outra forma, esses relatos vão se juntar a outros, inclusive enganosos, artificiais e ficcionais (CHRISTOFOLETTI, 2019).

Karam (2014) defende que o jornalismo tem capacidade de produzir o cotidiano de maneira plural e que é nesse sentido que se deve caminhar a noção de ética profissional, uma vez que o jornalismo não é moralmente defensável e sim moralmente imprescindível. O problema, a rigor, seria, segundo o autor, mais da forma, do conceito de fato jornalístico, da pauta, da seleção e hierarquização dos fatos e das suas fontes, das distintas visões sociais e ideológicas e da concentração da propriedade dos meios, que impedem a pluralidade capaz de refletir a complexidade e diversidade dos acontecimentos do dia a dia (KARAM, 2014, p. 43-44).

Nessa complexidade de se fazer um jornalismo com base na verdade e na pluralidade e em meio a tantos desafios na prática diária, é que devem ser perseguidas as ideias de liberdade e humanidade. Por isso Guareschi (2000) ressalta que jornalismo é a justiça, o bem-estar social, reforçando a responsabilidade do jornalismo com o outro e confirmando a relevância dessa reflexão provocada pelas mudanças e cobranças de um mundo de incertezas e confusão, conforme Cornu (2015).

Assim, mesmo diante de uma realidade de reconfigurações, novas tecnologias e mudanças na forma de fazer e consumir informação, o objetivo dos jornalistas deve se manter com foco na relevância social, no interesse público, no rigor e cuidado na apuração e divulgação das notícias, na busca pela verdade dos fatos guiada por valores. Uma missão difícil em meio às pressões organizacionais, políticas, econômicas, tempo de produção e crises de credibilidade com as quais os jornalistas precisam lidar diariamente. Eles lutam contra estas pressões ao realçar a “objetividade”, argumentando que os perigos podem ser minimizados se seguirem as estratégias de trabalho que identificam com as notícias objetivas, defendem que todos os repórteres devem se reunir e estruturar os “fatos” de modo descomprometido, imparcial e impessoal, para respeitar os prazos exigidos na redação e evitar possíveis processos jurídicos de difamação envolvendo os profissionais e a empresa a qual pertencem. (TUCHMAN, 2016).

---

É nessa busca pela imparcialidade, impessoalidade e objetividade que muitos jornalistas se esquecem dos valores éticos, que, de acordo com Karam (2014), podem ser expressos pela adesão espontânea à reprodução da educação, ao conhecimento acumulado a partir das particularidades pessoais, grupais e sociais ou pela experiência histórica. É nesse sentido, que ao discorrer sobre objetividade jornalística, Tuchman (2016) reforça que, do ponto de vista sociológico, os fatos não falam por si, pois a avaliação e aceitação desses fatos são dependentes de processos sociais.

Nesse sentido, se o repórter decidir falar pelos “fatos”, ele não poderá dizer que é objetivo, “impessoal”, “imparcial”. Assim, na dúvida sobre qual tratamento a ser dado a determinado acontecimento, o jornalista deve ter sempre a preocupação com o rigor da investigação. Ou seja, apurar, investigar com base em leis, códigos deontológicos e estatutos que vão além das suas normas profissionais, como a Declaração Universal dos Direitos Humanos, Estatuto da Criança e do Adolescente ou a Constituição da República Federativa do Brasil, por exemplo. Por isso, Karam (2014) afirma que é muito complexo lidar com regras para construção da informação, visto que, “a complexidade dos movimentos dos conceitos e da reflexão ética não cabe na cristalização da norma. Os casos precisam ser examinados de acordo com as circunstâncias” (KARAM, 2014, p.148).

Assim, a complexidade da produção da notícia permeada por tantas questões empresariais e políticas nos conglomerados de mídia privados ou públicos com interesses partidários colocam a ética jornalística em risco. Para Meditsch (2017), a situação é mais absurda no caso das emissoras de rádio e TV, que são concessões públicas e não realizam um jornalismo com pluralidade de fontes e opinião que atenda ao direito de informação do público. A pluralidade é essencial também de acordo com Caballero, Masip e Sanz (2007) quando destacam que a deontologia profissional considera que uma das normas importantes na busca pela verdade é a de que o jornalista faça o cruzamento de informações. Por isso, a seleção e o enquadramento dos fatos e fontes guiados por interesses particulares fere a ética jornalística, pois é um olhar unilateral, maquiado por falsa imparcialidade e neutralidade. (FERRÉS,1996).

Na cobertura dos fatos políticos no Brasil, principalmente os que ocasionaram a eleição de Bolsonaro, a crítica à ética jornalística está ligada aos direcionamentos, enquadramentos e abordagens que beneficiam empresários, políticos e segmentos sociais poderosos, como o industrial e agronegócio. O conhecimento produzido nesses casos,

---

muitas vezes, traz uma comunicação sistematicamente distorcida, causada por limitações lógicas decorrentes de condicionamentos culturais históricos e de submissão a interesses externos. (ROSS, 2008).

Nesse contexto, em meio à necessidade de defender a credibilidade do jornalismo e a democracia, vale observar se tal supressão das notícias a que Ross (2008) se referia continua acontecendo na cobertura política no Brasil. Algumas edições do Jornal Nacional, por exemplo, chegaram a ter quase que 80% de suas notícias relacionadas ao cenário político e a crises, sociais e econômicas do governo Bolsonaro, especialmente em situações de ataques do presidente da República à imprensa, ao STF e à democracia. A Folha de São Paulo é outro exemplo de veículo que vem noticiando e denunciando com frequência os ataques do presidente da República ao jornalismo, às instituições e à lisura do processo eleitoral.

Entretanto, também é importante refletir se o jornalismo ao fazer a cobertura desses fatos com foco apenas na falta de decoro do presidente cumpre de fato suas obrigações de apurar, investigar, interpretar e cobrar a responsabilidade diante de valores morais e éticos, possibilitando, assim, a formação do tribunal da opinião pública e, conseqüentemente, o funcionamento das instituições democráticas, conforme observado por Robert Park (2008). No processo de aproximação, recortes e enquadramentos dos fatos, característico do método de investigação jornalística, os profissionais devem executar sua atividade com responsabilidade e rigor, sempre atentos para que aspectos da realidade não sejam ocultados nem silenciados. (VIZEU; ROCHA, 2012).

Dessa forma, para desempenhar suas funções, ao mesmo tempo em que precisam defender a si, as suas fontes, a liberdade de expressão, a cidadania e a democracia, os profissionais da imprensa devem ter sempre em mente a relevância do jornalismo para a vida em sociedade, principalmente diante do que Jenkins, Ford e Green (2014, p.366) chamam de ambiente de propagabilidade. Eles reforçam a ideia de que todos devem, sim, ter acesso a essa cultura de propagação de informações a fim de construir uma sociedade mais informada e engajada. É preciso ressaltar, entretanto, que a ética inerente ao jornalismo profissional deve ser essencial para que essa cultura da propagação não se transforme na cultura da desinformação.

### **Considerações Finais**

É nesse cenário de eminente cultura de desinformação que forças antidemocráticas se aproveitam de toda munção política, tecnológica, social e cultural para disparar fake

---

news, assassinar reputações e sepultar o jornalismo. Isso alimenta ainda mais a descrença da sociedade no jornalismo e em outras instituições democráticas. Além dos ataques de grupos políticos, a crise que o jornalismo enfrenta é tão complexa quanto a sociedade em que está inserido. É representada por questões financeiras, tecnológicas, profissionais, pressões organizacionais, crises éticas e de credibilidade, diante de um público participativo que julga não necessitar dos jornalistas e faz diversas críticas à imprensa.

Bucci (2019) destaca a imprensa como principal alvo de críticas do público em comparação às redes sociais digitais. Isso pode ser comprovado nos discursos que criticam o monopólio da informação no Brasil. A maioria desses comentários que criticam o monopólio da informação nas mãos da Rede Globo, por exemplo, são feitos via Facebook sem se darem conta do monopólio mundial que o próprio Facebook exerce. Assim, diante do seu papel de construção de valores socioculturais, de organizar o mundo e ser referência, Christofolletti (2019) questiona como o jornalismo pode disputar atenção nesse mundo tão barulhento e como merecer a confiança das pessoas? O autor afirma que é preciso enxergar a crise em suas várias camadas, lançar perguntas impertinentes, e desafiar certezas e desejos, com franqueza, coragem, curiosidade legítima e desapego.

É preciso reagir. Em relação ao contexto político, exige-se dos jornalistas brasileiros uma postura diferente das eleições de 2018, e de momentos que a antecederam, quando se observou uma cobertura pouco preocupada com a qualidade da informação e mais preocupada em atender aos interesses das empresas aos quais os veículos pertencem. A imprensa precisa defender-se, e isso pode ser feito com uma investigação rigorosa, crítica, comprometida com a verdade dos fatos, mas que fuja do mito da objetividade, lembrando que defender a si é defender o outro.

O jornalismo, portanto, tem muito potencial para defender sua legitimação, basta saber usar seu poder de organizar o mundo, de ser referência na sociedade, de criação de sentidos, a favor do outro, da cidadania, da democracia. A notícia enquanto uma representação da realidade social produz efeitos simbólicos, que interferem nessa realidade. Para usar os efeitos da notícia para o bem, o jornalista precisa selecionar os fatos que vão ser noticiados não apenas influenciados pelas pressões e constrangimentos que sofre, mas, em primeiro lugar, preocupados com o ser humano e com os impactos que aquela notícia pode trazer para a sociedade.

Além da apuração rigorosa e da escolha do fato, o recorte dado, as fontes e personagens a serem ouvidas ou silenciadas, a maneira de redigir e editar, cada passo do

processo de produção da notícia merece a reflexão sobre a que interesses ela estará atendendo se feita daquela forma. Além disso, o jornalista precisa se posicionar, tentar expressar, nas notícias, entrevistas ou reportagens, pontos de vista que auxiliem na formação de uma opinião pública crítica, engajada. Há muita intersubjetividade no fazer notícia, o jornalismo não é objetivo e também não pode e não deve ser isento o tempo todo. Karam (2014) registra que só um processo dialético de constituição de um movimento ético de profissionais, com reconhecimento da importância social do jornalismo, “pode criar as condições para a realização técnica, política, moral e ética da profissão” (KARAM, 2014, p.12). A “arma” do jornalista é, portanto, a notícia com base na verdade dos fatos, munida de valores éticos e capaz de influenciar o debate público, gerando atitudes dos cidadãos em busca de mudanças na sua realidade.

### Referências bibliográficas

- ALSINA, R. **La construcción de la noticia**. 2ed. revista e ampliada. Barcelona: Paidós, 2005.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997
- BUCCI, Eugênio. **Existe democracia sem verdade factual?**. Barueri: Estação das Letras e Cores (e-book Kindle), 2019.
- CABALLERO; MASIP, P.M; SANZ, J.L.M. **La ética y el derecho de la información en los tiempos del postperiodismo**. Congreso Internacional de Ética y Derecho de la Información, ISBN 978-84-612-0082-5, págs. 509-530, Valência, Espanha, 2007.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. **A crise do jornalismo tem solução?**. Barueri: Estação das Letras e Cores (e-book Kindle), 2019.
- CASTELLS, Manuel. **Fim de milênio**. São Paulo: Paz e Terra. 1999.
- CORNU, D. **Jornalismo e Verdade: para uma ética da informação**. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.
- CORREIA, J. **A teoria da comunicação de Alfred Schutz**. Lisboa: Horizonte, 2005.
- FENAJ; OBJETHOS. **Dossiê FENAJ-objETHOS: ataques ao jornalismo e ao seu direito à informação**. Florianópolis: UFSC (e-book pdf), 2022.
- FERRÉS, J. **Televisão e Educação**. Porto Alegre: Arte Médicas, 1996.
- GILLMOR, Dan. **Nós, os media**. Lisboa: Editorial Presença. 2004.
- GOMIS, Lorenzo. **Teoria Del periodismo: Como se forma el presente**. Paidós. Barcelona. 1991.

---

GUARECHI, P. et al. **Os construtores da informação: meios de comunicação, ideologia e ética.** Petrópolis: Vozes, 2000.

HABERMAS, Jurgen. **Pensamento pós-metafísico: estudos filosóficos.** Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1990.

JENKINS, H; FORD, S; GREEN, J. **Cultura da conexão.** São Paulo: Aleph, 2014.

McCOMBS, M. **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública.** Petrópolis: Vozes, 2009.

MEDITSCH, E. O jornalismo como prática cultural de produção do conhecimento. In: SILVA, F.F. SOUSA, J. NUNES, P. **Escutas sobre Jornalismo.** João Pessoa: Editora CCTA (e-book), 2017.

MESQUITA, G. B. **Intervenho, logo existo: a audiência potente e as novas relações no jornalismo.** Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, Recife, 2014.

MELLO, P.C. **A máquina do ódio: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital.** São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

PARK, Robert. Notícia e poder na imprensa. In: BERGER, C.; MAROCCO, B. (Orgs.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa.** Porto Alegre: Sulina, 2008.

PENA, F. **Teoria do jornalismo.** São Paulo: Contexto, 2005.

ROSS, Ed. A supressão das notícias importantes. In: BERGER, C. MAROCCO, B. (orgs.). **A era Glacial do Jornalismo: teorias sociais da imprensa.** Porto Alegre: Sulina, 2008.

MOSER, P.K; MULDE, D.H; ROUT, J.D. **A teoria do conhecimento: uma introdução temática.** São Paulo: Martins Fontes, 2009.

SCHUTZ, A. **El problema de la realidad social.** Buenos Aires: Amorrortu, 2003.

TRAQUINA, N. **Jornalismo: questões, teorias e estórias.** Florianópolis: Insular. 2016.

\_\_\_\_\_. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são.** Florianópolis, Insular, 2º edição, 2005.

TUCHMANN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, N. **Jornalismo: questões, teorias e estórias.** Florianópolis: Insular. 2016.

VIZEU, A. **As cidades do telejornalismo: algumas considerações.** Revista e-compos. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/201>. Acesso em: 20jun. 2022.

\_\_\_\_\_. O *Newsmaking* e o trabalho de campo. In: LAGO, Cláudia; Benetti, Márcia. (Org.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo.** Petrópolis: Vozes, 2007.p.223.

VIZEU, Alfredo; CORREIA, João Carlos. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, Alfredo (org). **A sociedade do telejornalismo.** Petrópolis: Vozes, 2008.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar.** Porto Alegre: Sulina, 2011.