

## Quem disse? Qual é a fonte? Apontamentos sobre a credibilidade jornalística em tempos de pandemia de *Fake News*<sup>1</sup>

Débora Rodrigues BAMBINO<sup>2</sup>

Graduada

Aline MAIA<sup>3</sup>

Doutora

Centro Universitário Estácio Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

### Resumo

O artigo discute os desafios da credibilidade jornalística em tempos de franca proliferação de informações inverídicas via internet. Destacamos a importância do jornalismo - enquanto atividade historicamente essencial nas sociedades democráticas - e do jornalista - profissional sobre quem pesa a responsabilidade da correta apuração e divulgação dos fatos. Para tanto, articulamos aspectos conceituais sobre ética, apuração e *fake news*, via revisão bibliográfica, ao depoimento de 14 jornalistas atuantes em nove veículos de comunicação de Juiz de Fora, na Zona da Mata Mineira, com quem realizamos entrevista em profundidade.

**Palavras-chave:** História do Jornalismo; Apuração; *Fake news*; Credibilidade.

### Introdução

Nos tempos de escola, chamavam a atenção os esforços e ideias criativas de professores para ajudarem os alunos a compreenderem a matéria. Nas aulas de Português, alguns questionamentos eram repetidos como mantras para auxiliar no estudo de tipos de sujeito, por exemplo. Singular, composto, indeterminado... Ao explicar sobre o sujeito indeterminado, a professora indagava – “Quem disse?”. Se não soubéssemos encontrar a resposta, apenas identificar que “falaram”, “contaram”, “disseram” - sem vislumbrar um nome exato de quem falou, contou ou disse -, estávamos diante do “sujeito indeterminado”. Anos mais tarde, já frequentando os bancos da graduação em Jornalismo, aprendemos que o “sujeito indeterminado” não tem espaço quando o assunto é levar informação de qualidade para a sociedade. A indagação “quem disse?” exige uma resposta de modo a garantir que o conteúdo destinado ao público passou pelo crivo da correta apuração dos fatos. A fonte pode até estar em *off*, mas é conhecida ao menos do jornalista que a checkou.

A lembrança de escola motivou esta investigação no que tange à reflexão sobre a importância do preciso levantamento de fatos e fontes antes de redigirmos e publicarmos o texto jornalístico. Assim, a presente pesquisa tem por objetivo ponderar a relação entre o

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT História do Jornalismo, integrante do XIII Encontro Nacional de História da Mídia.

<sup>2</sup> Graduada em Jornalismo no Centro Universitário Estácio Juiz de Fora. E-mail: [deborabambino@gmail.com](mailto:deborabambino@gmail.com)

<sup>3</sup> Doutora em Comunicação pela PUC Rio. Professora e coordenadora do curso de Jornalismo do Centro Universitário Estácio Juiz de Fora. Orientadora da pesquisa. E-mail: [ninemaia@hotmail.com](mailto:ninemaia@hotmail.com) | [aline.maia@estacio.br](mailto:aline.maia@estacio.br)

jornalismo, a credibilidade e o combate às *fake news*, destacando a importância do jornalista neste contexto. Percebemos que, na atualidade, o profissional dedicado a apurar e levar informações à população tem travado distintas lutas: por um lado, enfrentando ataques contra sua reputação, sendo alvo de desconfiança e vendo seu trabalho desacreditado por parte de alguns grupos<sup>4</sup>; por outro, combatendo (e, por vezes, tendo que competir com) informações inverídicas propagadas tal qual uma pandemia<sup>5</sup>, potencializadas pelo avanço das tecnologias digitais de comunicação.

De acordo com a Cartilha Aristeu Guida (2020)<sup>6</sup>, o jornalismo é instrumento essencial a uma sociedade informada e democrática. Confirmando essa proposta, podemos apontar que a atividade jornalística tem se mostrado de suma importância para a orientação adequada dos cidadãos durante a Pandemia de COVID-19.

Para o desenvolvimento do artigo, além de revisão bibliográfica buscando autores que discutem historicamente o jornalismo, o papel do jornalista, a noção de credibilidade e as *fake news*, também valemo-nos da entrevista em profundidade, ouvindo 14 jornalistas atuantes em veículos de comunicação de Juiz de Fora, cidade na Zona da Mata Mineira. O intuito foi refletir sobre a importância do profissional e o quanto é essencial a atividade dos jornalistas para formação e informação da sociedade. Além disso, mostrar que o jornalismo bem apurado vai de encontro às notícias falsas, tendo como base (e diferencial) a credibilidade e a ética, registrando o momento histórico vivido pelo jornalismo na atualidade. Seguimos, então, pelas próximas seções, almejando manter vivo aquele mantra da professora de Português quanto ao sujeito indeterminado (em nosso caso, primando pela qualidade da apuração): “Quem disse?”.

---

<sup>4</sup>Cf.: Cenários global e local explicam perda de confiança no jornalismo, afirma professor da Fafich, disponível em: <https://ufmg.br/comunicacao/noticias/cenarios-global-e-local-explicam-queda-dacredibilidade-do-jornalismo-afirma-professor-da-ufmg>. Acesso em: 06/07/2020 / Bolsonaro ataca repórter da Folha: “Não tem crédito para acusar ninguém”, disponível em: <https://revistaforum.com.br/politica/bolsonaro-ataca-reporter-da-folha-nao-tem-credito-para-acusar-ninguem-assista-ao-video/>. Acesso em: 21/07/2020 / Bolsonaro atacou a imprensa 299 vezes nos últimos nove meses, diz Fenaj, disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/bolsonaro-atacou-imprensa-299-vezes-nos-ultimos-nove-meses-diz-fenaj-24691609>. Acesso em: 25/10/2020

<sup>5</sup> Este artigo foi redigido no segundo semestre de 2020, durante a pandemia de coronavírus. Enquanto autoridades em saúde lideravam ações de combate ao Covid 19, outra importante frente, envolvendo profissionais de distintas áreas, também teve que traçar / buscar providências contra a pandemia de informações falsas que passaram a circular na sociedade.

<sup>6</sup> Cartilha Aristeu Guida da Silva - Padrões Internacionais de Proteção de Direitos Humanos de Jornalistas e de Outros Comunicadores e Comunicadoras. Disponível em: [https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/noticias/2018/dezembro/cartilha-governamental-sobre-a-protecao-de-jornalistas-e-outros-comunicadores-sera-lancada-nesta-quarta-feira-12/copy2\\_of\\_v5\\_CartilhaAristeuGuida.pdf](https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/noticias/2018/dezembro/cartilha-governamental-sobre-a-protecao-de-jornalistas-e-outros-comunicadores-sera-lancada-nesta-quarta-feira-12/copy2_of_v5_CartilhaAristeuGuida.pdf). Acesso em: 02/11/2020

## 1. O Jornalismo e o papel do Jornalista

Quando falamos em jornalismo, é comum a população geral imaginar os bastidores de uma emissora de TV, a bancada de um telejornal e certo glamour que acompanharia a profissão<sup>7</sup>. Porém, trata-se de uma atividade muito mais profunda que ultrapassa todo esse imaginário criado ao longo do tempo. É um campo amplo com inúmeras ramificações e defini-lo não é tarefa fácil. Em uma busca no dicionário Aulete Digital<sup>8</sup>, encontramos uma sentença simples para jornalismo: “atividade profissional de levantamento, apuração e transmissão de notícias e comentários através de diversos meios de comunicação”. Entretanto, ao recorrermos a estudiosos da área, tangenciamos a complexidade do termo.

Nelson Traquina (2005a) pondera que é um absurdo pensar que podemos responder “O que é jornalismo?” em uma frase, ou até mesmo num livro, e aponta algumas formulações de diferentes ângulos:

Poeticamente podia-se dizer que o jornalismo é a vida... É a vida em todas as suas dimensões, como uma enciclopédia. Os jornalistas responderiam prontamente, como define a ideologia profissional desta comunidade, que o jornalismo é realidade. Ou Poder-se-ia dizer que o jornalismo é um conjunto de ‘estórias’, ‘estórias’ da vida, ‘estórias’ das estrelas, ‘estórias’ de triunfo e tragédia. (TRAQUINA, 2005a, p. 19-21)

O jornalismo que conhecemos hoje tem suas raízes no século XIX, segundo Traquina (2005a, p. 34), quando “se verificou o desenvolvimento do primeiro *mass media*, a imprensa”. A acelerada expansão dos jornais nesse período permitiu a formação de novos empregos, gerando um número crescente de pessoas a dedicarem-se a essa atividade, inovando na forma de fornecer informações e não propaganda.

Traquina (2005a) afirma que ao longo dos anos é através do jornalismo que as pessoas vêm buscando informações sobre o que as rodeiam, fazendo com que seja indispensável o fazer jornalístico de qualidade. Ele também aponta que o jornalismo é uma prática discursiva e que os jornalistas desenvolveram uma linguagem própria que tem como principal característica “ser compreensível”. O discurso jornalístico deve provocar no receptor o anseio de ser consumido.

Os jornalistas precisam comunicar através das fronteiras de classe, étnicas, políticas e sociais existentes numa sociedade. Para atingir este público heterogêneo, a linguagem jornalística deve possuir certos traços que vão no sentido de ser compreensível. (TRAQUINA, 2005b, p.46)

De acordo com Felipe Pena (2018), a história do jornalismo deve estar incluída na história da comunicação. Seja na linguagem verbal ou não verbal, o comunicar sempre fez

<sup>7</sup> Visto que a própria mídia (o cinema, as novelas, etc.) colabora para a produção de uma imagem *glamourizada* da profissão.

<sup>8</sup> Disponível em <http://www.aulete.com.br/>. Acesso em 11/09/2020

parte da vida humana. Para Pena, a natureza do jornalista está no fato dele não poder estar presente em mais de um lugar ao mesmo tempo, assim como no medo do desconhecido, que o leva ao querer conhecer.

Já que não podemos estar em vários lugares ao mesmo tempo, queremos, pelo menos, acreditar que sabemos o que acontece nos mais longínquos rincões, e, para isso, mandamos correspondentes, relatores ou alguma tecnologia que possa substituir o relato do homem. (PENA, 2018, p. 22)

Embora se discuta há séculos se o jornalismo é ou não uma profissão, o profissional formado em jornalismo – o jornalista – é responsável por buscar, investigar, apurar, questionar, escrever e transmitir através dos meios de comunicação, sejam eles jornais, revistas, TV, rádio ou web. Segundo Rogério Christofolletti (2020, p.10), “não é exagero dizer que grande parte do que chamamos de realidade nos chega pelos meios de comunicação”. E neste contexto destaca-se o jornalista como figura mediadora desta realidade. De acordo com Aline Maia (2008, p.3), assim como o jornalismo oficializou-se enquanto atividade, o responsável em executar tal função também deixou de ser um “comunicador informal” para dedicar-se a uma profissão que exige formação específica.

O jornalista lida com fatos da vida, do cotidiano, do real e tem a obrigação de informar com credibilidade. A ética faz lembrar que há variantes entre o fato e o relato, entre o contar e o saber contar. De acordo com Christofolletti (2020, p.11), “no exercício cotidiano da cobertura dos fatos que interessam à sociedade, a conduta ética se mistura com a própria qualidade técnica de produção do trabalho”.

Christofolletti (2020) também diz que no jornalismo a ética é mais que um rótulo. E podemos concluir, baseando-nos em Ciro Marcondes Filho (2009), que ser jornalista não é tarefa fácil, requer esforço, dedicação, além de ciência da responsabilidade embutida no ato de informar.

Ser jornalista não é ser livre, nem independente, nem poderoso, muito menos acima do bem e do mal. ... é batalhar dia após dia, de sol a sol, estar disponível domingos e feriados, sair da redação em plena madrugada... é malhar, ralar, se estressar, se decepcionar, não ser reconhecido, se frustrar, recomeçar outra vez, tentar novamente, continuar. (MARCONDES FILHO, 2009, p. 10)

A responsabilidade e a ética devem andar de mãos dadas com o jornalista, mesmo fazendo parte da grande empresa que é a imprensa, onde os principais meios de comunicação têm seus donos, suas linhas editoriais, suas políticas e suas preferências, as palavras têm poder. Felipe Pena (2018, p.113) diz que “no jornalismo, não há fibrose. O tecido atingido

pela calúnia não se regenera. As feridas abertas pela difamação não cicatrizam. A retratação nunca tem o mesmo espaço das acusações”.

O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (2007)<sup>9</sup>, no seu Art. 2º - I, estabelece que “a divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e deve ser cumprida independentemente de linha política de seus proprietários e/ou diretores ou da natureza econômica de suas empresas”, além de dispor de orientações sobre a conduta, as responsabilidades e as relações do profissional jornalista.

Para Traquina (2005b, p. 53), “o jornalismo não é uma simples ocupação, um passatempo; é mais que um trabalho porque é uma vida”. Chritofoletti completa apontando que no jornalismo “a verdade não é um acessório, um adicional. É uma componente essencial e que precisa ser percebida pelo público” (CHRISTOFOLETTI, 2019, p.63).

É papel do jornalista informar o público sem censura e, de acordo com Traquina (2005a), existe uma ligação entre o jornalismo e a democracia. “Tal como a democracia sem uma imprensa livre é impensável, o jornalismo sem liberdade ou é farsa ou é tragédia” (TRAQUINA, 2005a, p.23). O autor continua:

As liberdades são reais, mas seria uma visão romântica da profissão imaginar que o jornalismo é a soma de todos os jornalistas a agir em plena liberdade. Uma pergunta permanente é precisamente até que ponto um jornalista é livre e são livres os jornalistas. (TRAQUINA, 2005a, p.25)

Como já vimos, as empresas têm seus donos e segundo Pena (2018, p.96) “é difícil encontrar uma empresa estritamente jornalística. O que existe são mega conglomerados de mídia, em que o jornalismo é apenas uma de suas atividades”. Com isso, há um grande desafio para não deixar que o jornalismo seja afetado pelo viés ideológico dos meios em si e aja de forma objetiva e imparcial. Traquina (2005a) complementa quando diz que “o jornalismo transformou-se num negócio com um grande número crescente de proprietários que começaram a publicar jornais com o intuito de ter lucros e o objetivo central seria a expressão da circulação” (TRAQUINA, 2005a, p.36).

Porém, ainda segundo Traquina (2005a), a independência se tornou possível via financiamento despolitizando a imprensa, o que fez com que uma nova forma de fazer jornalismo passasse a ser adotada.

A emergência do jornalismo com seus próprios “padrões de performance e integridade moral” tornou-se possível com a crescente independência econômica dos jornais em relação aos subsídios políticos, método dominante de financiamento da imprensa no início do século XIX. As novas formas de financiamento da imprensa,

---

<sup>9</sup> Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros.pdf>. Acesso em: 19/08/2020.

as receitas da publicidade e dos crescentes rendimentos das vendas dos jornais, permitiram a despolitização da imprensa, passo fundamental na instalação do novo paradigma do jornalismo: o jornalismo como informação e não como propaganda, isto é, um jornalismo que privilegia os fatos e não a opinião. Com as novas formas de financiamento, a imprensa conquista uma maior independência em relação aos partidos políticos, principal fonte de receita dos jornais ainda no início do século XIX. (TRAQUINA, 2005a, p. 36)

Esse financiamento, os meios e seus donos acabam determinando a linha editorial que cada veículo propaga, o que gera muita discussão em relação às grandes mídias, como veremos mais adiante.

## **2. A credibilidade profissional em tempos de *fake news***

O jornalismo deve representar uma fonte de informação confiável, de qualidade e com credibilidade. João Carlos Correia (2009, p.32) afirma que “o enunciado jornalístico é sério”, se referindo ao comprometimento com a checagem do conteúdo, testando sua veracidade, apurando os fatos. E completa destacando que “a legitimidade do jornalismo está intimamente associada com pretensões de conhecimento verdadeiro”. Tal ideia vai ao encontro de Traquina (2005a, p.26), para quem “os jornalistas são participantes ativos na definição e na construção das notícias e, por consequência, na construção da verdade”.

Jornalismo e credibilidade deveriam ser sinônimos, “o jornalismo precisa estar assentado sobre vigas de credibilidade” (CHRISTOFOLETTI, 2019, p.56), pois sem confiança não existe jornalismo de verdade, é apenas conteúdo.

Por isso, não só as notícias precisam ser credíveis, mas os meios que as formulam e as distribuem necessitam também ser confiáveis. Neste sentido, há uma transferência mútua e contínua entre produtores e produtos: um jornal tem credibilidade porque veicula informações que as pessoas acreditam; por outro lado, o leitor busca uma determinada informação em certo meio porque está acostumado a encontrar um noticiário confiável nele. (CHRISTOFOLETTI, 2019, p.56)

Rogério Christofolletti e Ana Paula França Laux (2008, p. 33) apontam que “para alguns autores, entre os quais Bucci (2000), a credibilidade é o maior patrimônio de jornalistas e meios de comunicação. Para outros, ele está na própria essência do que é essa prática profissional”. De acordo com Christofolletti (2019), o jornalismo é um produto diferenciado, onde o consumidor não busca um jornal ou uma revista a ardo, ele procura algo específico, pelo nome, menciona um título ou passa os olhos no anseio de encontrar o que acha ser a melhor opção. “Geralmente, sua decisão de compra está lastreada em um punhado de características qualitativas do veículo de comunicação” (CHRITOFOLETTI, 2019, p. 53)

e “quando o veículo ou o jornalista se mostra não mais confiáveis, uma promessa deixa de ser cumprida” (CHRISTOFOLETTI, 2019, p.57).

Desafiando o trabalho dos jornalistas, proliferam-se na atualidade, potencializadas pelas mídias digitais, as chamadas *fake news*, disputando espaço com o verdadeiro jornalismo.

## 2.1 *Fake news* x Apuração

A mentira está exposta há tempos na sociedade e vem ganhando força em tempos de comunicação digital e global. Em alguns campos, a informação falsa destaca-se sobremaneira, como exemplifica Matthew D’ Ancona (2018): “a mentira é parte integrante da política desde que os primeiros seres humanos se organizaram em tribos”. Embora dados mentirosos, deturpados, imprecisos, circulem há muito tempo entre os indivíduos, a expressão *fake news* ganhou força em 2016, no contexto da disputa presidencial nos Estados Unidos, entre Hillary Clinton e Donald Trump, a fim de intitular notícias falsas que podem ter influenciado no resultado do pleito norte-americano. Segundo matéria exibida pelo Fantástico, na Rede Globo (em 25 de fevereiro de 2018),<sup>10</sup> esse episódio levantou de modo mais intenso as discussões sobre as *fake news* no Brasil, no ano de 2018, também eleitoral.

A expressão em inglês que designa *informações inverídicas* passou a ocupar não só a pauta nas discussões de estudiosos e nas redações jornalísticas, mas hoje também se faz presente no discurso de sujeitos dos mais variados campos do conhecimento. No ano de 2020, quando o mundo se voltou para o enfrentamento de uma pandemia de Covid-19, ousamos dizer que, paralelamente, enfrentamos também uma pandemia de *fake news*, impulsionada, como já indicamos, pela potencialidade da comunicação digital.

De acordo com reportagem publicada pelo portal Uol<sup>11</sup>, em 31/08/2020, para tentar reduzir a proliferação e o alcance dessas informações inverídicas, a *International Fact-Checking Network - IFCN* (Rede Internacional de Verificação de Fatos) reuniu mais de 80 veículos em mais de 70 países em uma grande aliança de verificação de notícias falsas. De janeiro a agosto de 2020, a iniciativa desmentiu mais de 7.100 boatos, tendo a pandemia como alvo, em sua maioria. E mostra ainda que, coincidentemente, os três países com mais *fake news* verificadas são os mesmos que lideravam os rankings de casos de covid-19 no mundo, naquele momento: Índia, Estados Unidos e Brasil.

<sup>10</sup> Reportagem do Fantástico. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/6531738/>. Acessado em: 06/10/2020

<sup>11</sup> Matéria disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/08/31/conheca-as-fake-news-mais-absurdas-j checadas-sobre-o-coronavirus.htm>. Acesso em: 10/11/2020



O autor Cristian Derosa (2019), com uma visão essencialmente de culpabilização aos jornalistas, atribui aos próprios profissionais de comunicação e às grandes mídias essa propagação de inverdades. Ele afirma que “o uso dessa expressão marca o início do fim do jornalismo como o conhecemos” (DEROSA, 2019, p.23) e completa que “o profissional jornalista esqueceu-se de que os valores da sua atividade não estão no manual da redação” (DEROSA, 2019, p.32).

Porém, Christofolletti (2019), com quem concordamos, admite que o jornalismo passa, sim, por uma crise. Mas, mesmo que alguns jornalistas tenham deixado esquecida a prioridade da informação, o jornalismo ainda mantém suas características primordiais.

O jornalismo continua sendo único em alguns aspectos: oferece a oportunidade do contraditório, propõe-se a informar de maneira perene (e não periódica), insiste em perseguir o interesse público e ambiciona proporcionar condições para um debate mais amplo. Já não é o único a mediar fontes e públicos, e perdeu peso na formação de opinião. Pode não ser o mais atraente ou rápido, mas ainda goza de uma credibilidade residual, fruto histórico do cumprimento de uma finalidade pública. (CHRISTOFOLETTI, 2019, p.68)

Christofolletti (2019) aponta ainda que para o jornalismo (e os jornalistas) ser confiável é o mesmo que mostrar que as informações emitidas são verificáveis, não contrariam o real e vão ao encontro dos fatos. Ricardo Noblat (2008) ratifica que a função do jornalista é informar e para que essa informação seja confiável e verdadeira é preciso investir na principal base do jornalismo, que é a apuração. Não se deve ter vergonha de perguntar. “Pequem pelo exagero. Apurem mais informações do que irão precisar para escrever alguma notícia ou reportagem. É melhor mandar informação para o lixo do que descobrir, na hora de escrever, que está faltando alguma”, recomenda Noblat a futuros jornalistas (2010, p.42).

Ele ainda enfatiza atribuindo ao jornalista um adjetivo um pouco forte, mas com a intenção de provocar e questionar:

O bom repórter é o repórter burro, decretou o jornalista Elio Gáspari quando era diretor-adjunto da revista Veja. Repórter burro é o que não tem vergonha de perguntar. Ele pergunta, pergunta, pergunta e retorna à redação com todas as dúvidas esclarecidas. E com todas as informações de que precisa para escrever sua matéria. Não temos obrigação de saber tudo e de entender de tudo. Portanto, não temos de sentir vergonha de perguntar. O repórter burro é o mais inteligente dos repórteres (NOBLAT, 2008, p. 67).

O jornalista deve desconfiar sempre, procurar ouvir todos os lados possíveis e levantar o maior número de informações que encontrar. Essa é a base de tudo e o erro nessa fase é uma negligência grave. “Duvidem de tudo e de todo mundo. Duvidem de vocês mesmos, da própria capacidade de apurar bem. Duvidem até do que imaginam ter visto. Duvidem da memória. Por isso, apurem mais” (NOBLAT, 2008, p.54).



No seu Art. 4º, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (2007) determina que “o compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, deve pautar seu trabalho na precisa apuração dos acontecimentos e na sua correta divulgação”. O erro é inaceitável, porém se aconteceu uma falha, esta deve ser assumida, pois “é assim que se constrói a credibilidade de um jornal: publicando tudo que possa interessar aos leitores. E admitindo erros. A receita é simples” (NOBLAT, 2008, p. 40). Afinal, compreendemos que o fruto de uma apuração mal executada também é *fake news*.

## 2.2 *Fact-checking*

Com a expansão das *fake news*, têm se expandido, também, as agências de checagem. Porém, não se trata de algo que apareceu agora, mas que apenas se popularizou, assim como as notícias falsas. Foi em 2002 que surgiu o blog E-Farsas, por exemplo, criado com a intenção de desmistificar “notícias” que circulavam pela internet. Ao longo dos anos, outros portais de checagem foram surgindo.

Em 2003, surge a primeira agência de checagem de fatos, propriamente, no mundo: a *FactCheck.org*<sup>12</sup>, nos Estados Unidos<sup>13</sup>. Em 2015, foi criada a primeira *fact-checking* no Brasil, a Agência Lupa<sup>14</sup>, que busca corrigir informações imprecisas, divulgar dados corretos e começa com a observação diária do que é dito por políticos, líderes sociais e celebridades, além da veracidade de anúncios publicitários, slogans e imagens. A agência não publica informação em *off* e disponibiliza os links e/ou as imagens de todos os bancos de dados que usa para fazer suas verificações.<sup>15</sup>

Com o aumento da disseminação de *fake news*, tornou-se comum veículos de comunicação desenvolverem suas próprias agências. Entre as principais, de acordo com o Portal da Imprensa (2019), estão: Aos fatos<sup>16</sup>, Boatos.org<sup>17</sup>, E farsas<sup>18</sup>, Estadão verifica<sup>19</sup>,

<sup>12</sup> Disponível em: <https://www.factcheck.org/>

<sup>13</sup> Disponível em <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/de-onde-vem-o-fact-checking/>

<sup>14</sup> Disponível em: [https://portalimprensa.com.br/os10mais/pagina33\\_10\\_iniciativas\\_de\\_fact\\_checking\\_no\\_Brasil%20.asp](https://portalimprensa.com.br/os10mais/pagina33_10_iniciativas_de_fact_checking_no_Brasil%20.asp). Acesso em 11/10/2020.

<sup>15</sup> Dados disponíveis em: [https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/como-fazemos-nossas\\_checagens/](https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/como-fazemos-nossas_checagens/). Acesso em: 12/11/2020

<sup>16</sup> Disponível em: <https://www.aosfatos.org/>

<sup>17</sup> Disponível em: <https://www.boatos.org/>

<sup>18</sup> Disponível em: <https://www.e-farsas.com/>

<sup>19</sup> Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/>

Fato ou *fake*<sup>20</sup>, Lupa<sup>21</sup>, Truco<sup>22</sup> e Uol Confere<sup>23</sup>, além da Checazap<sup>24</sup> e Projeto Comprova<sup>25</sup> que surgiram no contexto das eleições de 2018.

Conforme apontam Jean Prado e Osvando Morais (2018, p. 2) “a checagem de fatos é a retomada ao mais básico conceito do jornalismo: a apuração. Checadores apuram um fato para determinar a sua veracidade”. Os autores ainda defendem “que a checagem de fatos complementa as práticas jornalísticas, ganha força com a internet, cria uma metodologia própria e ajuda o jornalismo a exercer parte de suas funções democráticas” (PRADO e MORAIS, 2018, p. 2).

Além de recorrer às agências de checagem, tomar outros cuidados básicos pode ajudar a detectar se as notícias são falsas ou não. Aline Maia (2020) apresenta alguns questionamentos que auxiliam a detectar *fake news*:

Quem é a fonte? De onde partiu essa informação? Quem escreveu isso? Leia mais, não se apegue a títulos, pois chamam atenção para obter cliques. Qual é a história completa? Fique atento ao autor, ao jornalista que assina a matéria. Faça uma pesquisa sobre ele. É confiável? Existe mesmo? Busque fontes de apoio para verificar se a informação tem embasamento. Fique atento à data da notícia. Fique atento se não é uma piada. Também vale ficar atento para o fato de que alguns conteúdos apelam para emoção e crenças pessoais. Textos mal redigidos, com erros de português, já indicam que são *fake news*. Duvide também de textos em que sobra opinião e faltam dados e fatos.<sup>26</sup>

Como podemos observar, tudo no jornalismo gira em torno da apuração, sem ela não se faz jornalismo, é apenas conteúdo e/ou opinião.

### **3. Diferentes olhares sobre o jornalismo e a credibilidade frente às *fake news***

Para avaliar questões relacionadas à apuração jornalística e como lidam profissionais no mercado com os desafios impostos pelas *fake news* na atualidade, adotamos a entrevista como método complementar a este estudo apoiado, inicialmente, em revisão bibliográfica.

A entrevista em profundidade, de acordo com Jorge Duarte (2005, p. 62), “é um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada

<sup>20</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/>

<sup>21</sup> Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>

<sup>22</sup> Disponível em: <https://apublica.org/checagem/>

<sup>23</sup> Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/confere>

<sup>24</sup> Disponível em: <https://enoisconteudo.com.br/checazap>

<sup>25</sup> Disponível em: <https://projeto comprova.com.br/>

<sup>26</sup> Em entrevista disponível em: <https://jornalismojf.wordpress.com/2020/03/30/combate-as-fake-news-a-importancia-de-checar-a-fonte/> Acesso em: 10/10/2020

por deter informações que se deseja conhecer”. Também permite identificar diferentes olhares.

Com isso, decidimos ouvir jornalistas de Juiz de Fora, na Zona da Mata Mineira, a fim de trazer outras vozes e olhares profissionais para nossa reflexão. Os jornalistas convidados atuam em diferentes mídias, com vivências que variam de 1 ano a 50 anos de carreira, com perspectivas e visões diversas, representativas de suas experiências e dos veículos de comunicação onde trabalham, quais sejam:

- Televisão – TV integração (afiliada da rede Globo) e TV Alterosa (afiliada do SBT);
- Web – G1 Zona da Mata (Grupo Globo), Acessa.com e Diário Regional;
- Rádio – Rádio Itatiaia, Rádio Play Hits, Rádio CBN;
- Impresso – Tribuna de Minas.<sup>27</sup>

O intuito não foi comparar respostas, mas buscar recorrências e trazê-las para dialogar com nossa reflexão. Assim, foram formuladas dez perguntas iguais para todos os entrevistados, o contato foi feito individualmente com cada um, inclusive num primeiro momento priorizando a realização da entrevista por videochamada<sup>28</sup>. De 19 jornalistas contatados, cinco optaram por responder o questionário via e-mail ou aplicativo de mensagem, nove por videochamada e cinco não retornaram o contato. Todas as perguntas foram feitas buscando entender a visão pessoal de cada profissional, tomando como base o jornalismo, a credibilidade e o combate às *fake news*.

A primeira pergunta foi “o que é o jornalismo” e as respostas seguiram a mesma linha como “um porta-voz da própria sociedade”, “um serviço de utilidade pública”, “um serviço que leva informações para sociedade”, “hoje mais necessário que nunca”, “ser os olhos de uma pessoa que não está presente no fato” ou “uma missão”. As respostas obtidas coadunam para o mesmo raciocínio proposto por Ivo Shapiro (2014, p. 561 *apud* CHRISTOFOLETTI, 2019, P. 70), de que o jornalismo é composto por atividades que buscam trazer informações precisas de fatos e contribuir para edificação pública. Também nos lembraram Pena (2018), quando este relata que não podemos estar em todos os lugares ao mesmo tempo e por isso precisamos de correspondentes.

---

<sup>27</sup> Optamos por não identificar os entrevistados, mas apenas usas suas respostas para a discussão proposta no artigo.

<sup>28</sup> A videochamada foi a opção segura encontrada para nos aproximarmos de uma entrevista pessoal/presencialmente, já que a pesquisa foi feita durante a recomendação de distanciamento social, em função da pandemia de coronavírus.

A conversa seguiu no questionamento sobre credibilidade jornalística que, de acordo com o autor Derosa (2018), está decrescente há décadas. Ele afirma que “confiar na mídia já não é possível desde que ela trocou sua função informativa pela missão sagrada da transformação social” (DEROSA, 2018, p.57). Dos entrevistados, nove concordam que o jornalismo passa por uma crise e que isso se deve muito à falta de ética de alguns profissionais, mas também creem que a atividade jornalística nunca foi tão importante para a sociedade perante a situação de crescimento acelerado das notícias falsas. Em contrapartida, um acha que não existe crise de credibilidade, enquanto três consideram que a crise é geral e não do jornalismo apenas. E um ainda acredita que não se trata de uma crise em si, mas de um “novo tempo”.

Tempo esse que, com o desenvolvimento da tecnologia e das mídias sociais digitais, fez com que qualquer pessoa possa escrever e publicar o que quer e pensa. Tal possibilidade evoca, no mínimo, duas situações: em uma via, a liberdade de expressão dos indivíduos; mas em outra, a disseminação de informações falsas, desafiando o trabalho dos jornalistas. E o que vai diferenciar e destacar o profissional é algo que foi unânime em todas as respostas: a apuração, que é a essência da profissão.

Para as *fake news*, na palavra dos entrevistados, existem diversas definições, desde a mais simples, como “notícias falsas”, a outras mais elaboradas, como “toda informação que você passa pra frente sem saber de onde tirou”, “notícia desviada”, “é uma mentira que tem um objetivo”, “notícias mal apuradas que têm interesses por trás, com intuito de causar a desinformação”, “manipulação da informação disfarçada de notícia” ou “ações deliberadas, profissionais em boa parte, próprias para algum tipo de aquisição ou desconstrução, que precisam ser combatidas não só pela mídia formal, mas pela própria sociedade”.

De fato, o profissional de jornalismo tem por obrigação a apuração bem executada, com cautela. A velocidade com que as notícias chegam pelos meios digitais, a ânsia pelo “furo”, a precipitação, podem fazer com que essa fase primordial fique incompleta, pois de acordo com Noblat (2010, p. 38):

A pressa é a culpada, nas redações, pelo aniquilamento de muitas verdades, pela quantidade vergonhosa de pequenos e grandes erros que borram as páginas dos jornais e pela superficialidade de textos que desestimulam a reflexão.

“Apuração” foi a palavra mais dita durante todas as entrevistas e apareceu inserida em quase todas as respostas. Os entrevistados deixaram bem claro que é principalmente com apuração e ética que se firma a credibilidade jornalística. Perspectiva que vai ao encontro do que diz Christofolletti (2019), para quem construir a credibilidade é tarefa fundamental não

só para os jornalistas, mas também para as organizações, de modo constante, trabalhoso e sem fim. É o público que atribui o grau de credibilidade e confiabilidade ao se deparar com as notícias e os meios.

Outro ponto muito comum entre todos foi relacionado ao combate às *fake news*. As respostas elucidam que cabe a todos lutarem contra a desinformação: “a sociedade precisa fazer seu papel neste quesito, o fator humano é muito importante”, “o próprio mundo digital tem ferramentas para esse enfrentamento, mas poucos fazem algum tipo de consulta quando se deparam com as *fake news*”, porém “o jornalismo assume o papel de combate por estar bem próximo da notícia”, “são os veículos oficiais que estão se unindo para combater essas informações falsas”, pois o papel do jornalista “é quebrar essas correntes, corrigir, apurar e entregar aos leitores, ouvintes, telespectadores, internautas, a notícia mais próxima do que dela é”.

E para garantir que toda informação vinda de profissionais, seja qual for o veículo, passou pelo crivo da precisa apuração, foi unânime entre os entrevistados a defesa do diploma em Jornalismo. Embora não seja o único requisito que garanta o bom profissionalismo, a academia proporcionaria experiências e teorias acerca de tudo que envolve o jornalismo e o jornalista: “quando estudamos Comunicação, estudamos leis e responsabilidades que interferem diretamente na sociedade”, “aprender como eu vou falar, como eu vou apurar faz toda a diferença”, “é um ambiente de pesquisa, onde se discute não só técnicas, mas ideias”. “O diploma sempre será o documento mais importante na vida do profissional”.

O mundo digital abriu espaço para uma produção desenfreada de conteúdos que muitas vezes não são jornalísticos. Segundo os entrevistados, há pessoas sérias que produzem excelentes conteúdos, mas que não são necessariamente jornalistas. Mas, uma coisa é falar de um determinado assunto a partir do que você vive ou pensa; outra coisa é ouvir todos os lados, checar, apurar ou fazer uma análise, dependendo do caso. Assim, concordamos com um dos entrevistados: “não podemos nem devemos ignorar outros espaços de notícia, mas provar que tudo deve ser checado, com responsabilidade e verdade”.

### **Considerações finais**

Ratificamos o quanto a atividade jornalística é imprescindível para a sociedade. Pois é o jornalista, com seu trabalho sério, quem se torna os olhos, os ouvidos e os sentidos de quem recebe a informação. Traquina (2005b) reitera, quando diz que os jornalistas têm competência específica para fornecimento de informação à sociedade através da notícia.

Ao conversar com os jornalistas de veículos juiz-foranos, podemos observar que mesmo com idades e tempo de profissão tão diferentes, a visão do papel do jornalismo e do profissional não é tão distinta. Todos seguiram a mesma linha de raciocínio quando relataram que o jornalismo tem a função de servir a sociedade, levando informação de qualidade, prezando pela ética, credibilidade, transparência, checagem, imparcialidade, objetividade e principalmente pela apuração.

A apuração e a checagem, que foram as palavras mais usadas por todos os entrevistados, são os fatores primordiais para um conteúdo de qualidade, diferenciando a mensagem jornalística das demais que hoje são encontradas aos montes, principalmente com o avanço da tecnologia.

A formação específica também é de grande importância para garantir a qualidade da informação, ao passo que na academia é que se conhece a teoria e a prática juntas, como dois dos entrevistados citaram. É o lugar de errar e acertar, para chegar ao mercado preparado, evitando que sejam os novos profissionais também disseminadores de *fake news*.

Podemos observar o quão importante e essencial é o trabalho jornalístico. E o quanto os jornalistas têm lutado para combater a chuva de inverdades que surgem de todos os lados, uma vez que estão na linha de frente da informação. A pesquisa mostra que essa atividade não acaba, ela apenas se renova e redescobre meios de manter um serviço de qualidade e com credibilidade em um tempo no qual é colocada em xeque a confiabilidade do profissional.

Concluimos que o jornalista tem por obrigação checar e apurar tudo que publica, garantindo qualidade e credibilidade de seu trabalho. Porém, também cabe ao receptor selecionar os assuntos que deve consumir, confirmando de onde partiram as informações, os meios que publicaram e, principalmente, se perguntando: “*Quem disse?*”, “*Qual é a fonte?*”. Eis um caminho, inclusive, de valorizar a credibilidade jornalística.

## REFERÊNCIAS

CHRISTOFOLETTI, R. **Ética no jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2020.

\_\_\_\_\_. **A crise do jornalismo tem solução?** – Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2019.

\_\_\_\_\_. LAUX, A. P. Confiabilidade, credibilidade e reputação: no jornalismo e na blogosfera. **Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, vol. 31, núm. 1, janeiro-junho, 2008, pp. 29-50. São Paulo, 2008. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/194> Acesso em 17/07/2020.

CORREIA, J. C. **Teoria e Crítica do discurso noticioso** – Notas sobre Jornalismo e representações sociais. Covilhã, Portugal: LabCom, 2019. Disponível em: <https://labcom-ifp.ubi.pt/livro/44>. Acesso em 17/07/2020.



D'ANCONA, M. [tradução Carlos Szlak]. **Pós-verdade** – A nova guerra contra os fatos em tempos de *FAKE NEWS*. Barueri, SP: Faro Editorial, 2018

DEROSA, C. **FAKE NEWS** – Quando os jornais fingem fazer jornalismo. Florianópolis, 2019

DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

MAIA, A. Sobre o jornalismo e as notícias. **Anais** – XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste - São Paulo – 07 a 10 de maio de 2008

MARCONDES FILHO, C. **Ser jornalista** – A língua como barbárie e a notícia como mercadoria. São Paulo: Paulus, 2009

NOBLAT, R. **A arte de fazer um jornal diário**. – 7. ed., 3ª reimpressão. – São Paulo: Contexto, 2010

PENA, F. **Teorias do Jornalismo** – 3. Ed., 4ª reimpressão. - São Paulo: Contexto, 2018

PRADO, J. G. MORAIS, O. A checagem de fatos (*fact-checking*) como nova prática jornalística: história, crescimento e profissionalização. **Anais** -XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Belo Horizonte- MG – 7 a 9/6/2018

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo** – Volume I – Porque as notícias são como são. Florianópolis, SC: Insular, 2. ed., 2005a

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo** – Volume II – A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis, SC: Insular, 2005b

XAVIER, N. L. Jornalismo em tempos de *fake news*: a (re)construção do real e os riscos à credibilidade. **Anais** – 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Joinville – SC – 2 a 8/09/2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1734-1.pdf>. Acesso em 17/07/2020.