

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
CURSO DE JORNALISMO

ESDRAS DE LIMA ALVES

**A pós-verdade e seus desafios para o jornalismo**

PORTO ALEGRE

2017

ESDRAS DE LIMA ALVES

**A pós-verdade e seus desafios para o jornalismo**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Marcia Benetti

Coorientadora: Me. Anelise Schütz Dias

PORTO ALEGRE

2017

ESDRAS DE LIMA ALVES  
A PÓS-VERDADE E SEUS DESAFIOS PARA O JORNALISMO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
ao Curso de Jornalismo da Universidade  
Federal do Rio Grande do Sul como requisito à  
obtenção do grau de bacharel em Jornalismo,  
pela seguinte banca examinadora:

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

---

Profª Drª. Luciana Pellin Mielniczuk

EXAMINADORA

---

Profª Drª. Marcia Benetti Machado

ORIENTADORA

---

Me. Taís Seibt

EXAMINADORA

## AGRADECIMENTOS

Ao longo da caminhada acadêmica tive a alegria de me deparar com pessoas especiais para compartilhar os sonhos, experiências e angústias. É muito gratificante poder contar com o apoio e ajuda quando preciso. Agradeço à Cássia imensamente, por tudo que me ensinou, por todos os desabafos que escutou e por todas as conversas sobre tudo e mais um pouco. Uma das melhores coisas na faculdade foi ter te conhecido. Sua fé e sua garra são inspiradoras. Agradeço à Danielle, por sua companhia sempre agradável e alegre, pelo exemplo de coragem e de determinação. Agradeço à Laura pelas conversas divertidas e pelas trocas de ideias sobre as lutas da vida. Agradeço à Lysiane pela amizade, pelo carinho e pelo exemplo de dedicação. Agradeço à Giuliana pela compreensão e companheirismo. A todas sou muito grato pelos trabalhos que fizemos junto, pelas ajudas, pelas trocas de conhecimentos.

Quero agradecer à Anelise Dias pela coorientação deste trabalho, pela paciência e disponibilidade para ensinar. Por estar sempre buscando o aperfeiçoamento dos meus conhecimentos. À professora Márcia Benetti, sou muito grato pela orientação do meu trabalho e também por suas aulas estimulantes, em que compartilha seu grande conhecimento com sabedoria e bom humor.

Também quero deixar meu registro de agradecimento às professoras Luciana Mielniczuk e Ana Taís Portanova de Barros por serem marcantes em minha jornada na universidade.

Agora vou agradecer à minha família pelo carinho e apoio ao longo de toda a vida, desde sempre até aqui. Agradeço ao meu pai Antonio, à minha mãe Josoani, às minhas irmãs Elisa Carla e Elisane e ao meu irmão Estevan. Espero sempre poder contribuir para o sucesso e felicidade de cada um de vocês.

*“E conhecereis a verdade e a verdade vos libertará!”*  
*(Jesus Cristo)*

*“Não é nada fácil se manifestar sobre os temas mais complexos da vida social com a rapidez que o mercado exige sem cair na vulgaridade ou sem perder a própria dignidade”.*  
*(Max Weber)*

## RESUMO

Neste trabalho, refletimos sobre o cenário de propagação das notícias falsas no ambiente midiático. O compartilhamento e credibilidade das notícias falsas, caracteriza o fenômeno da pós-verdade. O conceito de pós-verdade se refere à inclinação das pessoas em acreditar mais em suas crenças pessoais e emoções do que em fatos objetivos. Neste cenário, o objetivo deste trabalho é identificar e analisar os modos de funcionamento da pós-verdade no jornalismo. Também pretende discutir sobre o que pode ser feito para diminuir os impactos negativos da circulação social de notícias falsas. É uma pesquisa qualitativa, que se divide em levantamento bibliográfico e análise de três casos que repercutiram recentemente. Na análise de três casos, podemos ver que o jornalismo não está imune às notícias falsas. Os métodos de trabalho e controle precisam estar em constante aperfeiçoamento, principalmente devido ao surgimento das novas tecnologias de informação. É fundamental, portanto, a atualização e reflexão sobre as práticas jornalísticas para combater os impactos da pós-verdade. O esforço contra as notícias falsas contempla tanto aspectos éticos, de compromisso com a verdade quanto rotinas de produção que visem a diminuição do erro. O reforço na qualidade do material produzido pelo jornalismo pode ajudá-lo na reafirmação do seu papel de mediação social, criação de uma identidade coletiva e fomento da democracia.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Ética; Verdade; Pós-verdade; *fake news*.

## LISTA DE IMAGENS

Imagem 1: <i>fake news</i> sobre o Rock in Rio .....	50
Imagem 2: fotos são de outra edição .....	50
Imagem 3: matéria da Agência Lupa .....	51
Imagem 4: fotos receberam a tag falsa .....	51
Imagem 5: matéria trazia notícia que foi desmentida .....	53
Imagem 6: Ana Maria Braga ironiza notícia falsa sobre suposto câncer .....	54
Imagem 7: foto <i>fake</i> do menino palestino .....	56
Imagem 8: matéria publicada da BBC Brasil com fotos creditadas a “Eduardo Martins” ....	57
Imagem 9: matéria do <i>The Wall Street Journal</i> .....	58
Imagem 10: foto atual de Max Hepworth-Povey .....	59

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	10
<b>2. ÉTICA JORNALÍSTICA</b> .....	12
2.1 O QUE É ÉTICA? .....	12
2.2 O JORNALISMO COMO REALIZAÇÃO ÉTICA .....	15
2.3 O DEVER SER DO JORNALISMO .....	19
2.4 CONFLITOS .....	21
2.5 CÓDIGOS .....	25
<b>3. VERDADE E PÓS-VERDADE</b> .....	28
3.1 A VERDADE NA FILOSOFIA .....	28
3.2 A VERDADE NO JORNALISMO .....	32
3.3 OBJETIVIDADE .....	38
3.4 PÓS-VERDADE .....	41
3.4.1 A pós-verdade como conceito .....	42
3.4.2 Os tipos de <i>fake news</i> .....	44
<b>4. ANÁLISE: O FUNCIONAMENTO DA PÓS-VERDADE</b> .....	47
4.1 CASO DO LIXO NO ROCK IN RIO .....	47
4.2 CASO DO SUPOSTO CÂNCER DE PELE DE ANA MARIA BRAGA .....	52
4.3 CASO DO FALSO FOTÓGRAFO EDUARDO MARTINS .....	55
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	62
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	65

## 1. INTRODUÇÃO

Por sua característica de fazer uma mediação social, o jornalismo cumpre um papel de destaque na percepção das pessoas sobre a realidade. Aquilo que as pessoas não podem acessar diretamente em suas vivências cotidianas, elas conhecem muitas vezes via os jornais. Daí vem a grande importância das ideias formuladas pelos veículos de comunicação, que perpassa todos os aspectos da vida moderna.

Na base daquilo que constitui o relacionamento entre o jornalismo e o público está a confiança de que o que o jornalista fala é verdade. Mas dada a complexidade do mundo, das relações sociais, a diversidade cultural, as tensões políticas, os interesses e necessidades econômicas, a percepção da adequação do material jornalístico à verdade não é linear. Há muito tensionamento entre o que os jornalistas falam e o que os públicos pensam que seria a melhor maneira de contar os fatos da atualidade. Tal tensionamento existe desde os primórdios do jornalismo, porém, a partir de determinado momento os jornalistas passaram a associar ao bom jornalismo adjetivos como imparcial, independente ou equilibrado. Todos estes adjetivos transmitem a ideia de que o jornalista é um cidadão neutro, desinteressado, que simplesmente reproduz a realidade. Sabemos que não é bem assim. O público também sabe. Por isso, os jornais desenvolveram práticas para basear melhor suas informações e creditá-las melhor perante o público, tais como o uso de dados, documentos, testemunhos, vídeos. Aquilo que pudesse ser “objetivo” garantiria a verdade para o jornalismo.

Acontece que, nos últimos anos, se percebeu que um número considerável de pessoas acredita a verdade mais a crenças pessoais e emoções do que aos fatos considerados objetivos. A partir do momento em que este fenômeno se mostrou com maior concretude, foi conceituado com o nome de pós-verdade. Este conceito passou a ser muito utilizado para falar das notícias falsas espalhadas pelas mídias, notadamente a internet.

No início dos anos 1990, tecnologias importantes chegaram ao mercado. O impacto delas gerou várias mudanças no consumo de mídia e de jornalismo. Mas, se em outros tempos tecnologias notórias vinham, traziam alterações e depois o ecossistema midiático reencontrava um equilíbrio, agora, as novidades são constantes, o que ocasiona uma fluidez permanente. Esta fluidez trouxe ao jornalismo um conjunto de novos desafios. A facilidade proporcionada pela internet de manter um site e divulgar os conteúdos do mesmo, proporcionou a criação de um número grande de veículos independentes de mídia. Muitos deles desenvolvem um trabalho interessante, que funcionam como produção contra hegemônica, dão voz a grupos

recorrentemente excluídos, defendem pautas sociais e “fiscalizam” os meios jornalísticos tradicionais.

Entretanto, as facilidades da internet também colaboraram para o surgimento de meios que propagam informações falsas. Algumas com fins políticos e outras para ganhar dinheiro. Ajudadas pelos algoritmos e pela política de anúncios de sites como Google e Facebook, as notícias falsas se espalharam pela rede nos últimos anos. O crescimento da circulação destes conteúdos, levou a associação deste fenômeno ao conceito de pós-verdade. Casos de muitas notícias falsas que circularam na internet chamaram a atenção durante a campanha do presidencial dos Estados Unidos em 2016. Isso levou a uma preocupação sobre o risco que estes conteúdos poderiam causar para as disputas democráticas. Recentemente, o ministro Luiz Fux, que presidirá o Tribunal Superior Eleitoral em 2018, afirmou que irá montar uma força tarefa para combater as *fake news* durante as eleições.

Neste cenário o objetivo deste trabalho é identificar e analisar modos de funcionamento da pós-verdade no jornalismo, buscando avaliar a dinâmica das notícias falsas. Também pretende discutir sobre o que pode ser feito para diminuir os efeitos da pós-verdade no jornalismo. Em pesquisa exploratória inicial, constatamos que, para tratar de notícias falsas, é fundamental abordarmos a questão ética que envolve o jornalismo. Por isso, dedicamos um capítulo para abordar o tema. A reflexão teórica baseia-se no pensamento de Cornu (1998) sobre os dilemas éticos do jornalismo, na defesa da teoria da verdade como correspondência como a mais adequada ao jornalismo (Tambosi, 2007), nas três ordens de verdade de Cornu (1999) e no papel social do jornalismo na construção da cidadania e da democracia (Kovach, 2004).

Os três casos a serem analisados são: a suposta grande quantidade de lixo deixada no chão pelo público do Rock in Rio 2017, o suposto câncer de pele da apresentadora Ana Maria Braga e o falso fotógrafo Eduardo Martins. Os dois primeiros aconteceram em 2017 e o terceiro foi descoberto falso neste ano, mas perdurava desde 2014. Como ferramenta metodológica, traremos uma pesquisa qualitativa, que se divide em uma etapa bibliográfica e em uma etapa de reflexão sobre os três casos. A pesquisa pode ser entendida também como um estudo exploratório, já que o fenômeno em questão, a pós-verdade e a circulação intensa de notícias falsas com intuítos diversos, é algo recente e ainda pouco explorado teoricamente. Além disso, é também exploratório na medida em que prepara o terreno para estudos futuros mais aprofundados, com corpus delimitado e análise sistematizada conforme determinadas categorias teóricas (LAKATOS, 2003; GIL, 2008).

## ÉTICA JORNALÍSTICA

### 2.1 O que é ética?

Em nossas rotinas diárias nos deparamos com afirmações do tipo: “fulano é um profissional ético”. Ou “tal atitude vai contra a ética médica”. Ou, ainda, “precisamos de mais ética na política”. Tais afirmações recorrentes no nosso cotidiano mostram que, de maneira geral, as pessoas possuem a preocupação de que as práticas e dinâmicas sociais sejam guiadas por “alguma ética”. Entretanto, quando somos perguntados “afinal o que é ética?”, temos dificuldade de dar uma resposta clara e satisfatória já que este conceito é mais complexo do que o que a aplicação no senso comum sugere.

Valls (2008, p. 7) apresenta a seguinte definição para a ética: “Tradicionalmente ela é entendida como um estudo ou uma reflexão, científica ou filosófica, e eventualmente até teológica, sobre os costumes ou sobre as ações humanas. Mas também chamamos de ética a própria vida, quando conforme aos costumes considerados corretos”. O autor também ressalta o caráter de desalinhamento e de dualidade das preocupações éticas: “A ética se preocupa, podemos dizê-lo agora, com as formas humanas de resolver as contradições entre necessidade e possibilidade, entre tempo e eternidade, entre o individual e o social, entre o econômico e o moral, entre o corporal e o psíquico, entre o natural e o cultural e entre a inteligência e a vontade” (VALLS, 2008, p. 56).

Na atualidade, busca-se separar os significados de ética e moral e a distinção entre eles segue dois modelos, que, segundo Cornu (1998), normalmente são regidos por uma convenção. O primeiro deles se baseia em concepções presentes já no período clássico. Nele, a moral é a primeira instância da regulamentação dos costumes sociais. A essa regulamentação os indivíduos se sujeitariam para poder viver em sociedade. Tal modelo trata a moral como aquilo que é absoluto, universal. Por sua vez, a ética é definida como aplicação pessoal de um apanhado de valores que o indivíduo livremente escolheu para si – a partir das suas condições e preferências –, baseando-se naquilo que acredita ser bom. Segundo esse modelo, a diferença entre ambas se dá na distinção entre preceitos gerais e específicos. A ética é responsável pelos preceitos específicos. Assim, ainda de acordo com este modelo, os preceitos e regulamentações de determinada profissão seriam parte da ética, já que eles se aplicam a um grupo restrito de indivíduos e não a toda uma sociedade. Uma das ideias de ética que pertence a este modelo, e é trazida por Cornu (1998), está baseada na concepção de

Paul Ricoeur, para quem a ética é “aquilo que pensa ser bom” e a moral, “aquilo que se impõe como obrigatório” (RICOUER, 1990, p. 200 *apud* CORNU, 1998, p. 9)<sup>1</sup>.

No segundo modelo mostrado por Cornu (1998), a moral é entendida como um conjunto de prescrições, de normas aceitas em determinada época e sociedade. Abarca, ainda, o esforço para que se cumpram estas normas. A ética, por sua vez, é vista como uma ciência cujo objeto é o julgamento de apreciação em questões relacionadas à distinção entre o bem e o mal; assim, é marcada por um projeto crítico e pela exigência de uma sistematização. Ela provoca uma interrogação sobre os fundamentos da obrigação (de cumprir a norma moral). De acordo com este modelo, Valls afirma que:

Didaticamente, costuma-se separar os problemas teóricos da ética em dois campos: num, os problemas gerais e fundamentais (como liberdade, consciência, bem, valor, lei e outros); e no segundo, os problemas específicos, de aplicação concreta, como os problemas de ética profissional, de ética política, de ética sexual, de ética matrimonial, de bioética, etc (VALLS, 2008, p. 8).

Nota-se que no primeiro modelo a separação entre os problemas gerais e fundamentais e os específicos é o que diferencia a ética da moral; no segundo modelo, a reflexão de ambas problemáticas se encontram dentro do conceito de ética. Valls (2008) ressalta, porém, que a separação se dá no âmbito didático e acadêmico, já que no dia a dia eles não se apresentam de forma separadas e que, por isso, são comumente tomadas como equivalentes.

É a este segundo modelo que se encontra filiado o trabalho de Vázquez (2012). Ele diz que, na nossa vida, em dados momentos, nos deparamos com um problema concreto para o qual devemos apresentar uma resolução. Por exemplo, o dilema que há em uma notícia a respeito de um caso de suicídio: o jornalista pode noticiar ou não? A ação de noticiar um caso assim é vista por muitos como um possível incentivo a outras pessoas a tirarem a própria vida; enquanto para outros pode ser uma forma de estimular as pessoas a buscarem ajuda. Para resolvermos um problema desta natureza, usamos um conjunto de normas, determinações ou juízos que mais ou menos já estão estabelecidos como válidos. Este resolver de acordo com uma norma partilhada socialmente caracteriza o agir moralmente. Sobre isso, comenta:

---

<sup>1</sup> RICOUER, Paul. **Soi-même comme un autre**. Paris: Seuil, 1990.

Os homens não só agem moralmente (isto é, enfrentam determinados problemas nas suas relações mútuas, tomam decisões e realizam certos atos para resolvê-los e, ao mesmo tempo, julgam ou avaliam de uma ou de outra maneira estas decisões e estes atos), mas também refletem sobre esse comportamento prático e o tomam como objeto da sua reflexão e de seu pensamento. Dá-se assim a passagem do plano da prática moral para o da teoria moral; ou, em outras palavras, da moral efetiva, vivida, para a moral reflexa. Quando se verifica esta passagem, que coincide com o início do pensamento filosófico, já estamos propriamente na esfera dos problemas teórico-morais ou éticos (VÁZQUEZ, 2012, p. 17).

Como vimos acima, os enfoques e definições da ética podem variar. Isso não ocorre só pela filiação de autores a correntes diferentes, mas evidentemente também por mudanças ao longo do tempo. No entanto, Valls (2008) defende que algumas noções no campo do estudo ético permaneçam firmes e consistentes. E uma dessas questões é a distinção entre o bem e o mal: “Agir eticamente é agir de acordo com o bem. A maneira como se definirá o que seja este bem, é um segundo problema, mas a opção entre o bem e o mal, distinção levantada já há alguns milênios, parece continuar válida” (VALLS, 2008, p. 67).

Antes de entrar mais especificamente na ética jornalística, queremos trazer duas noções de Vázquez (2012) acerca da natureza da moral. O filósofo chama a atenção para a face interpessoal da moral. De acordo com ele, a moral só surge quando o homem supera a sua natureza instintiva e passa a ter uma natureza social, e, portanto, age em uma coletividade. Sendo a moral a regulamentação de costumes, do comportamento dos indivíduos entre si, só faz sentido falar de moral em um ambiente coletivo.

Mais à frente em sua obra, ele fala de duas condições para a responsabilização moral dos indivíduos: o conhecimento e a liberdade. Para o filósofo, somente pode ser responsabilizado moralmente o indivíduo que tenha consciência da natureza e das consequências de seus atos. Se uma pessoa é ignorante quanto àquilo que está fazendo, não pode ser culpabilizada. No entanto, “não basta afirmar que ignorava essas circunstâncias para livrá-lo da responsabilidade. É necessário acrescentar que, não só não as conhecia, mas que *não podia e não tinha obrigação* de conhecê-las. Somente assim a sua ignorância o isenta da respectiva responsabilidade” (VÁZQUEZ, 2012, p. 111, grifo do autor). Da condição de liberdade, por ser cara ao jornalismo, tratarei adiante juntamente com outras questões éticas da profissão.

Sobre os dilemas cotidianos e as decisões que precisam ser tomadas diante deles, Bucci afirma que:

O dilema ético por excelência não é aquele que opõe o lícito ao ilícito: é aquele que abre uma escolha entre o certo e o certo, isto é, entre dois valores que apresentam como igualmente justos e bons. Por isso, também, a ética está presente em toda decisão que busque qualidade de informação. Debater abertamente as questões éticas, à luz de episódios reais, é um serviço de utilidade pública; educa o espírito crítico dos cidadãos e ajuda a melhorar a imprensa (BUCCI, 2000, p. 211).

Para exemplificar um dilema ético, uma escolha entre o bem e o bem, descreveremos uma situação hipotética de dilema enfrentado em um jornal x: Chegou ao conhecimento da redação do jornal x que no dia seguinte as forças policiais fariam uma grande operação de combate ao tráfico na comunidade y. O sucesso da operação depende do fator surpresa e, apesar do jornal ter descoberto a informação, ninguém mais, além das forças policiais envolvidas, sabia da operação. No entanto, por ser uma comunidade dominada por organizações criminosas fortemente armadas, o confronto entre traficantes e policiais é uma possibilidade esperada. Se a população que mora na região não soubesse da operação, realizaria suas atividades normalmente – iria ao trabalho, à escola, fazia compras. Sem a informação prévia, a população poderá ficar vulnerável ao confronto ao se colocar normalmente nas ruas. Com a informação, os moradores poderão tomar medidas preventivas de segurança, como cancelar os compromissos ou manter fechadas portas e janelas das casas. Parece fácil priorizar o cuidado com a população, mas existe a seguinte situação: se a informação for publicada, os sujeitos-alvo da operação também terão o conhecimento da ação, o que poderia comprometer toda a operação policial. Por outro lado, se a informação não for publicada, existe o risco de a população ser prejudicada pelo possível confronto, mas o jornal não tem como prever a concretude de tal prejuízo já que, lembramos, o confronto é uma possibilidade, mas não uma regra. Além disso, nada, a priori, garante a total segurança da população, mesmo que ela saiba da operação e tome precauções. O que o jornal deve fazer, então?

## **2.2 O jornalismo como realização ética**

Para iniciar a reflexão sobre a ética e o jornalismo, faremos um paralelo entre ambos. Bucci (2000) defende que o jornalismo é acima de tudo uma ética e que esta noção deveria ser cultivada por todos os envolvidos na produção jornalística. O autor argumenta que, antes de mais nada, o jornalismo é uma relação de credibilidade dos profissionais que desempenham o seu papel de informar com o seu público, tendo como horizonte a verdade dos fatos. Se o

jornalismo é uma forma de ética, então ele precisa conter (ou manifestar) os mesmos elementos que estão presentes na ciência denominada ética.

O primeiro elemento de comparação entre ética e jornalismo é a *noção de liberdade*. De acordo com Valls (2008), ética e liberdade estão intrinsecamente ligadas. Para ele, já que a ética nos faz lembrar da norma e da responsabilidade, só faz sentido falar de ética se o homem for realmente livre: “Pois a norma nos diz como *devemos* agir. E, se devemos agir de tal modo, é porque (ao menos teoricamente) também *podemos não agir* deste modo. Isto é: devemos obedecer, é porque podemos desobedecer, somos capazes de desobedecer” (VALLS, 2008, p. 48, grifos do autor). No mesmo sentido, Vázquez (2012, p. 18) afirma que “é possível falar em comportamento moral somente quando o sujeito que assim se comporta é responsável pelos seus atos, mas isto, por sua vez, envolve o pressuposto de que pôde fazer o que queria fazer, ou seja, de que pôde escolher entre duas ou mais alternativas”.

Se a ética depende da liberdade do agente em agir de uma maneira e não de outra, ela assemelha-se fundamentalmente com o jornalismo: a liberdade de expressão e de imprensa, assim como a liberdade em relação aos agentes econômicos e aos próprios patrões, é o que sustenta o fazer jornalístico. Cornu (1998) defende que a liberdade dos jornalistas contempla três direitos: a *liberdade de imprimir* – a mais antiga noção de liberdade de imprensa; a *liberdade de criticar* – que, segundo ele, “materializa a liberdade de expressão e lhe confere um conteúdo. Ele está ligado historicamente ao Iluminismo, colocando em discussão pública questões de interesse da sociedade” (CORNU, 1998, p. 47); e também o *direito de divulgar*, que é o mais recente e o menos estabelecido. O direito de divulgar estaria ligado ao acesso do conteúdo, o direito de obter as informações. Sem esse direito não faz muito sentido a garantia dos outros dois, a liberdade seria incompleta. O autor ainda afirma que o reconhecimento constitucional da liberdade de imprensa é o que legitima a atividade do jornalista.

Ainda relacionando a liberdade jornalística com a liberdade ética, podemos assinalar que a liberdade sempre traz um limite, uma regra, e a liberdade absoluta é a própria negação da ética. A partir de uma perspectiva hegeliana, Valls (2008, p. 52) lembra que “num Estado em que apenas um homem é livre, ninguém é livre, nem mesmo o tirano”. Como limites do direito de informar Cornu cita:

[...] o reconhecimento dos direitos e da liberdade alheios, em particular o direito à honra e o respeito à vida privada, bem como disposições gerais relativas à moral, à ordem pública e o bem-estar geral de uma sociedade democrática; aos quais acrescentam-se, conforme a Convenção Europeia, a segurança nacional, a integridade territorial, e a imparcialidade do poder judiciário (CORNU, 1998, p. 45-46).

Valls (2008, p.67), defende, ainda, que “agir eticamente é agir de acordo com o bem”. Conforme o autor, Sócrates e Platão pensavam que a grande questão era os homens *conhecerem o bem*. Acreditavam que uma vez conhecendo o *bem*, automaticamente iriam agir de acordo com ele:

Ora, Kierkegaard insiste, conhecedor que é do pensamento cristão em suas fontes (por exemplo, São Paulo), que o homem pode conhecer o bem e preferir o mal, e a liberdade, quer dizer, também a ética, estaria exatamente nesta zona de problemas. Neste caso, a liberdade não seria, absolutamente, sinônimo de conhecimento filosófico (teórico) do bem, ou do processo dialético do bem (ou da liberdade), do qual seguiria necessariamente a prática do bem. Não, a liberdade deve constituir antes na opção *voluntária* pelo bem, consciente da possibilidade de preferir o mal. (VALLS, 2008, p. 60, grifo do autor)

Compartilhamos do entendimento de que a prática ética manifesta uma busca consciente do *bem* em detrimento do *mal*; assim o *bem ético* seria uma finalidade, um objetivo a ser alcançado. O jornalismo, tal como a ética, possui um objetivo a ser alcançado. Kovach e Rosenstiel (2004, p. 31, grifo dos autores) afirmam que: “*A principal finalidade do jornalismo é fornecer aos cidadãos as informações de que necessitam para serem livres e se autogovernarem. À medida que ouvíamos cidadãos e jornalistas, ouvíamos que essa obrigação para com a cidadania engloba vários elementos*”<sup>2</sup>.

Bucci (2000, p. 10) argumenta que o que conhecemos como jornalismo é uma instituição da cidadania: “é uma vitória da ética, que buscava o bem comum para todos, que almejava a emancipação que pretendia construir a cidadania, que acreditava na verdade e nas leis justas – uma vitória contra a etiqueta”<sup>3</sup>. Assim, podemos identificar como finalidades do jornalismo a busca do bem comum para todos, a construção da cidadania, a busca pela verdade e por leis justas.

Sócrates, segundo Valls (2008), tratou da necessidade da interiorização das normas para o agir ético, o que seria guiado por uma convicção pessoal. No fazer jornalístico, esta interiorização das normas se dá no aprendizado acadêmico e no dia a dia do trabalho. Para a

---

<sup>2</sup> No livro deles, os autores falam de nove elementos que levariam o jornalismo a sua finalidade, ao seu *Bem*, a saber: 1) A primeira obrigação do jornalismo é com a verdade; 2) A primeira lealdade do jornalismo é com os cidadãos; 3) A essência do jornalismo é a disciplina de verificação; 4) Os jornalistas devem manter independência daqueles a quem cobrem; 5) Os jornalistas devem ser como um monitor independente do poder; 6) O jornalismo deve promover um fórum para a crítica e o comentário público; 7) Os jornalistas devem apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante; 8) Os jornalistas devem apresentar as notícias de forma proporcional e compreensível; 9) Jornalistas têm uma obrigação com sua consciência.

<sup>3</sup> Para Bucci (2009, p. 9-10): “A etiqueta é a pequena ética pela qual se estrutura a gramática dos cerimoniais. Ela pacifica, erguendo-se pelos gestos que representam, ritualizam e reafirmam as relações sociais e de poder [...]. Ela não se pergunta do poder. Ela não inquire - nem deixa inquirir. Não por acaso, a etiqueta era o orgasmo social da aristocracia. Era a reiteração de uma ordem que havia nascido para ser eterna, bem acomodada e imutável”.

teoria organizacional do jornalismo, a naturalização dos fazeres da profissão é realizada principalmente no âmbito da empresa em que o indivíduo trabalha: “Breed sublinha a importância dos constrangimentos organizacionais sobre a atividade profissional do jornalista e considera que o jornalista se conforma mais com as normas editoriais da política editorial da organização do que com quaisquer crenças pessoais” (TRAQUINA, 2005, p. 152).

Vázquez (2012) diz que os preceitos de condutas morais podem ou não serem transformados em leis ou códigos. Mas, antes, sempre representam um foro íntimo do indivíduo. No entanto, não se deve confundir íntimo com natural. O comportamento moral muitas vezes é resultado de forças coercivas. No entanto cabe pontuar que, mesmo considerando como moralmente aceitável que profissionais ajam de acordo com as normas estabelecidas por terceiros – isto é, pela sociedade, pelo campo profissional –, dada a importância social do jornalismo, os profissionais não podem perder de vista sua responsabilidade individual sobre seu trabalho.

A habilidade dos jornalistas de exercitar sua consciência é muito mais importante do que qualquer uma das crenças com as quais impregnam seu trabalho”, disse Linda Foley, presidente do Sindicato dos Jornalistas, em um fórum do Comitê dos Jornalistas Preocupados. “É a credibilidade, mais do que objetividade, o importante para nós na nossa indústria... Deve existir uma cultura nas redações que permita aos jornalistas dispor de liberdade para se manifestar de forma aberta (KOVACH e ROSENSTIEL, 2004, p. 281)<sup>4</sup>.

A necessidade da interiorização das normas e códigos pelo indivíduo, porém, só fará sentido se os valores que os geraram forem compartilhados por uma coletividade em determinada sociedade e período de tempo (VÁZQUEZ, 2012). Segundo o autor, os valores são as propriedades que os objetos adquirem quando estão em relação com o homem enquanto ser social. Por objeto, entende-se não apenas os atos morais ou objetos físicos/materiais, mas também os elementos da natureza e quaisquer coisas produzidas pelo homem (como a arte, as leis, os tratados acadêmicos etc.). A necessidade de compartilhamento dos valores é outro ponto de intersecção entre a ética e o jornalismo, porque o jornalismo só faz sentido quando vários agentes produtores de notícias e grande parcela do público atribuem os mesmos valores à produção jornalística. Bucci (2000, p. 25) defende que: “A ética jornalística não é apenas um atributo intrínseco do profissional ou da redação, mas é, acima disso, um pacto de confiança entre a instituição do jornalismo e o público, num ambiente em que as instituições democráticas sejam sólidas”. Assim, entende

---

<sup>4</sup> Nota original do livro: “Linda Foley, num fórum do Comitê dos Jornalistas Preocupados, Ann Arbor, Michigan, 2 de fevereiro de 1998”.

que a ética jornalística depende de um valor compartilhado entre os jornalistas e seus públicos.

### 2.3 O dever ser do jornalismo

Kovach e Rosenstiel (2004, p. 61) defendem que, entre todos os princípios e valores que norteiam o jornalismo, o mais importante e tratado como unanimidade é o de que “a primeira obrigação do jornalismo é com a verdade”. Os autores afirmam que, apesar de ser uma unanimidade, o significado de “verdade” deixa as pessoas “meio zonzas”.

No sentido da busca pela verdade como ética, é inevitável falarmos da ideia de *dever* de Kant, já que essa verdade, ainda que não tenha uma definição única, aparece como uma obrigação moral do *bem fazer jornalístico*. Segundo Valls (2008), Kant procurava uma ética com validade universal, que seria baseada na igualdade fundamental entre os homens. Sua filosofia buscava encontrar as condições de atingir o conhecimento verdadeiro e o agir livre. Neste sentido, “no centro das questões éticas, aparece o *dever*, ou obrigação moral, uma necessidade diferente da natural, ou da matemática, pois necessidade para uma liberdade” (VALLS, 2008, p. 18). Assim, o dever obriga moralmente a consciência moral livre, o que leva a vontade verdadeiramente boa a agir de acordo com o dever, respeitando-o.

Ainda de acordo com Valls (2008), Kant defendia que os conteúdos da ética não são dados do exterior, mas que cada um de nós tem a forma do dever e ela é expressa em formulações no chamado *imperativo categórico*. Esse *imperativo categórico* seria o agir segundo uma maneira conforme a qual todos pudessem agir também, algo que pudesse ser copiado em todos os lugares e épocas, que possuísse validade universal. Para entender melhor a noção de dever defendida por Kant, é importante entender outros dois conceitos do filósofo alemão: *máxima* e *lei*.

Conforme Costa (2009), a *máxima* é um princípio que o sujeito carrega consigo para agir de acordo com ele. Tal princípio carregaria as limitações do sujeito, seus conhecimentos e ignorâncias e a realidade a sua volta. Já a *lei* é um princípio válido para todos os seres racionais, portanto objetivo – ao contrário da *máxima*, que seria subjetiva. A validade da lei para todos os seres racionais caracterizaria a lei como um imperativo. Vale ressaltar que, mesmo se chamando *imperativo*, que traga em si essa ideia de imposição, o imperativo categórico de Kant não é uma lei que obriga o sujeito a cumprir algo que não queira. Ele serve

como norte e está firmado na condição da autonomia da vontade, pois acredita que somente a autonomia possibilitaria que o indivíduo seguisse esse imperativo.

O contributo da ética kantiana nos leva a compreender a validade universal do jornalismo, seu imperativo categórico, como o falar a verdade. Se todos falarem a verdade, em todos os tempos e em todos os lugares, isso é bom, é moralmente universal, é válido em todas as situações e em todos os lugares. Cornu (1998) contribui para sustentar essa ideia de que a verdade seria um valor universal no jornalismo, quando afirma que a imprensa somente é considerada boa quando corresponde à risca as exigências da verdade: “informações exatas, verificadas, apresentadas de modo equânime, opiniões expostas com honestidade livres de preconceitos, relatos jornalísticos verídicos e ciosos de sua autenticidade” (CORNU, 1998, p. 64).

Geraldo (2016) sustenta que o jornalismo, dada a sua enorme visibilidade, pode causar enormes danos morais a uma pessoa ou instituição se cometer um ato irresponsável. Por isso, o jornalista deve fazer boas escolhas e praticar o jornalismo de forma responsável e essa forma responsável se expressa principalmente pela procura permanente em se aproximar da verdade dos fatos e seguir princípios éticos. Para Lisboa (2015), o jornalista tem grandes obrigações quanto à veracidade de suas informações. A autora constrói essa afirmação a partir da tese da garantia formulada por Richard Moran. Na tese em questão:

O direito do sujeito que interpreta de acreditar no relato de quem enuncia reside no compromisso do enunciador em dar a sua palavra e deixar clara sua *intenção* com o relato conferido. Haveria na interlocução, segundo Moran, uma espécie de justificação não evidencial de crença no testemunho. Não há apenas uma confiança no que é dito, mas também *na figura de quem enuncia* e neste compromisso moral que envolve a comunicação intersubjetiva (LISBOA, 2015, p. 18).

Segundo a autora, o filósofo defende que, em uma comunicação intersubjetiva, há um compromisso moral do sujeito com a veracidade do seu relato e, no jornalismo, dado seu objetivo de informar, este compromisso moral é ainda maior. Godoy (2015) reitera o dever de verdade no jornalismo, mas faz uma ponderação: a imprensa tem suas limitações e é importante nunca perdermos isso de vista. O jornalista tem o dever de relatar da forma mais honesta e correta possível, mas não é um ser sobrenatural imune a erros e limitações. Tratando desses dilemas éticos no jornalismo, Costa afirma que:

Quando se vê que princípios morais, históricos e gerais que poderiam nortear as corporações e os indivíduos – em especial no que se refere à profissão do jornalista – se relativizam conforme a necessidade do momento, constata-se de forma inequívoca que procedimentos profissionais adquirem alegações éticas contraditórias em razão de cada objetivo perseguido. Ou seja, os fins justificam os meios – quaisquer meios (COSTA, 2009, p. 18).

Estamos de acordo com o pensamento de Costa. Pensamos que é válida a adoção do conceito de imperativo categórico para falar do dever de verdade do jornalismo. Acreditamos que a busca por um ideal de verdade deve nortear o trabalho do jornalista, mesmo que reconheçamos que seja complexa a discussão sobre o alcance de uma verdade total do ponto de vista filosófico. Partimos da ideia de que é possível alcançar determinada verdade, na medida em que apreendemos aspectos factuais do real por meio das práticas jornalísticas, e que é compromisso normativo do jornalismo relatar de forma fiel a realidade dos fatos (FRANCISCATO, 2005). Reconhecer esse compromisso, porém, não é desconsiderar os conflitos e dilemas éticos que os jornalistas enfrentam todos os dias na busca por essa verdade do real.

## 2.4 Conflitos

Se falamos de ética – e de certa forma de um costume de interação social – tratamos do desalinhamento das situações interpessoais. O debate sobre o agir moral que origina a ética se dá onde há conflito, onde não é possível facilmente estabelecer qual a melhor maneira de proceder ou não. Ao ocupar um lugar de destaque na sociedade, o jornalismo se coloca diante de muitos conflitos éticos.

Sobre esses conflitos éticos, Cornu (1998) elenca cinco pontos que considera como zonas críticas da ética jornalística: A primeira delas é “a frágil independência dos jornalistas em suas relações com os diversos poderes” (CORNU, 1998, p. 15). Não é de hoje que a independência dos jornalistas é tida como um fator a ser buscado. O primeiro editorial do jornal *Correio do Povo*, por exemplo, já trazia este princípio em 1895: “Independente, nobre e forte – procurará sempre sel-o o Correio do Povo, que não é orgam de nenhuma facção partidária, que não se escraviza a cogitações de ordem subalterna” (CALDAS JUNIOR, 1985)<sup>5</sup>. O autor entende que a independência deve ser buscada dos mais variados grupos de interesses, sejam políticos, econômicos, religiosos, de classe, ou qualquer outro gênero.

---

<sup>5</sup> Porto Alegre: Correio do Povo, ano 1, n.1, 01 de outubro de 1895. A escrita está de acordo com a grafia original em vigor em 1895.

Gallagher diz, é essencial manter distância de facções ou partidos: “É possível, acredito, ser um jornalista honesto e leal a uma causa. Mas não é possível ser um jornalista honesto e ao mesmo tempo leal a uma pessoa, um partido político ou uma facção. Por que digo isso? Porque isso se relaciona com minha crença básica de que existe alguma relação entre jornalismo e a percepção que temos da verdade. Podemos acreditar que certas coisas, ideias, propostas, seriam boas para o país e podemos dizer isso de forma aberta. Mas ser leal a um partido político, uma pessoa ou uma facção significa que não consideramos como nosso objetivo maior o compromisso de falar a verdade às pessoas que formam nosso público. [...]” (KOVACH & ROSENSTIEL, 2004, p. 148)<sup>6</sup>.

No que diz respeito aos grupos econômicos, a dificuldade de independência é direta, uma vez que as empresas jornalísticas na maioria das vezes dependem dos anúncios publicitários para sobreviver: “Todas as empresas jornalísticas, com a exceção das empresas públicas, enfrentam mais tarde ou mais cedo a tirania do balanço econômico final, ou seja, a comparação entre custos e as receitas. As receitas provêm essencialmente das vendas e da publicidade” (TRAQUINA, 2005, p. 158).

Nota-se que aqui a independência é diferente do conceito de liberdade. A liberdade do jornalismo está em discussão quando agentes externos tentam barrar o exercício livre do investigar e relatar a verdade. Já a problemática da independência situa-se muito mais na relação de troca entre o campo jornalístico e os grupos interessados, que se expressa na cumplicidade do jornalista com a fonte, no interesse em promover uma ideologia política, no favorecimento de um grande anunciante. Também há a disputa pela independência que se trava no âmbito intraorganizacional: questões editoriais e empresariais tornam os jornalistas dependentes muitas vezes, o que reflete diretamente na liberdade de exercer a atividade.

Outro aspecto relacionado à independência é que não basta querer ser independente, é preciso, de fato, sê-lo. A dependência em relação às fontes é um aspecto a ser considerado. A redução no número de profissionais nas redações, a rapidez imposta à produção das notícias e a exigência de um perfil profissional multitarefas, que produz para diversas plataformas ao mesmo tempo, têm contribuído para um jornalismo cada vez mais declaratório, pouco investigativo e aprofundado, que não encontra espaço para o pensamento crítico e independente. Tais percepções nos levam à segunda zona crítica.

A segunda zona de crítica da ética jornalística está expressa “nas negligências na verificação das informações, sob a influência conjugada das leis do mercado, da velocidade da

---

<sup>6</sup> Maggie Gallagher, em observação feita em um dos fóruns do Comitê dos Jornalistas Preocupados, organizado pelos autores. O fórum em questão ocorreu em Nova York, em 4 de dezembro de 1997.

informação, da eficiência dos comunicadores profissionais” (CORNU, 1998, p. 15-16). Já a terceira zona crítica consiste na “confusão entre a liberdade de expressão, patrimônio de todos, e a liberdade de imprensa, própria somente de alguns” (CORNU, 1998, p. 16). Essa terceira zona crítica exige a distinção de três formas de liberdades, que muitas vezes são confundidas: a de pensamento, de informação e de imprensa.

O primeiro e primário dos direitos que consagram o sistema das liberdades de conteúdo intelectual, está a liberdade de pensamento, compreendida naquele seu duplo aspecto, segundo Sampaio Dória<sup>7</sup>, não só como a faculdade de pensar livremente, em que se contém a chamada liberdade de consciência e a de crença, como também o direito de manifestar o que se sinte e pense, seja sobre o que for. (GODOY, 2015, p. 48).

O que normalmente chamamos de liberdade de expressão, o autor chama de liberdade de informação. Isto é, a liberdade que temos de informar, comunicar, exteriorizar nossa opinião. A partir de Dotti (1980)<sup>8</sup>, Godoy argumenta que, do ponto de vista do indivíduo, a liberdade de se expressar é o que garante as chamadas liberdades espirituais (liberdades de comunicação, de religião, de expressão intelectual, artística, científica e cultural, e de transmissão e recepção do conhecimento). Mas a liberdade de informação também contempla um direito coletivo, porque o povo tem o direito de ser bem informado: “Nesse contexto, em que se garante a liberdade de informação, abrangente do direito a informar e de ser informado, se coloca a liberdade de imprensa. Por meio dela se assegura a veiculação das informações pelos órgãos de imprensa” (GODOY, 2015, p. 53).

Na diferença entre as liberdades de expressão e de imprensa reside o dilema. A rigor, posso expressar minhas opiniões, mas, mesmo que legalmente possa ser dono de um veículo jornalístico, como cidadão não tenho a mesma capacidade de divulgar meus pensamentos como os proprietários dos veículos que são os reais detentores da liberdade de imprensa. Este dilema fica muito claro em determinados momentos, como nas eleições, onde o voto de todos tem o mesmo peso, mas a capacidade de influência de uns sobre os outros é muito díspar, retirando, muitas vezes, a isonomia do processo.

A quarta zona crítica é “a espetacularização da informação, que privilegia certos aspectos da realidade como método para manter os níveis de audiência e o número de leitores” (CORNU, 1998, p. 16). Ao defenderem a ideia de que os jornalistas devem

---

<sup>7</sup> DÓRIA, Antonio de Sampaio. Direito constitucional. 3.ed. São Paulo: Nacional, 1953, v. 2, p.263.

<sup>8</sup> BOTTI, René Ariel. Proteção da vida privada e liberdade de informação. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1980.

apresentar ao público notícias de forma proporcional e compreensível, Kovach e Rosenstiel afirmam que:

Jornalistas que dão mais tempo e espaço para um julgamento sensacional ou um escândalo de alguma celebridade, sabendo que esses assuntos não merecem tanta atenção – no fundo, só querem vender – são como os cartógrafos que desenham a Inglaterra e a Espanha do tamanho da Groenlândia porque a ideia era popular. Isso pode fazer sentido numa visão econômica de curto prazo, mas desorienta o viajante e eventualmente destrói a credibilidade de quem faz mapas. O jornalista que escreve que “ela sabe que é verdade”, sem de fato checar primeiro, é como o artista que desenha monstros marítimos em rincões distantes do Novo Mundo (KOVACH & ROSENSTIEL, 2004, p. 249).

Os autores argumentam que o problema vem da ideia de tratar os cidadãos como clientes. Esta concepção leva o trabalho jornalístico a se basear em um “marketing” e a construção de uma relação de confiança com os cidadãos é trocada pela venda de produtos (no caso o conteúdo) para clientes.

Por últimos “os danos causados às pessoas pela exploração da violência, pelo desrespeito à privacidade, pela violação da presunção de inocência” (CORNU, 1998, p. 16) são a quinta zona crítica. Esta talvez seja a zona crítica mais visível aos olhos de todos. Bucci (2000) trata da cobertura invasiva da vida pessoal de Diana Spencer, Princesa de Gales, como exemplo de invasão da privacidade. O exemplo da Princesa Diana é muito lembrado não apenas pelo excesso na cobertura de sua vida pessoal, mas, principalmente, pelo episódio que resultou em sua morte em agosto de 1997, em Paris<sup>9</sup>. Como exemplo de assassinato de reputação, tomamos o caso da Escola Base tratado por Bucci (2000) e também por Pena (2006)<sup>10</sup>.

A exploração sensacional da violência para fins de ganho fácil de audiência é uma prática recorrente. Como exemplos temos os programas policiais de final de tarde em algumas emissoras de TV. Tais programas expõem vítimas, exploram estereótipos de pessoas que cometem crimes e, objetivamente, não conseguem mostrar sua importância para a resolução de problemas sociais que envolvem a falta de segurança pública ou para gerar um debate que leve à conscientização do público.

---

<sup>9</sup> No dia 31 de agosto de 1997, Diana Spencer junto com seu namorado Dodi Al-Fayed, fugiam de paparazzis quando o carro em que estavam bateu contra o pilar de um túnel, em Paris. Dos quatro integrantes do carro (Dodi, Diana, o motorista e o segurança), Dodi e o motorista morreram na hora. Diana chegou a ser socorrida, mas não resistiu, e o segurança permaneceu meses internado.

<sup>10</sup> Em março de 1994, o casal de proprietários e um casal de funcionários da Escola Base, em São Paulo, foram acusados de pedofilia. A denúncia logo se espalhou pela imprensa que não levou em conta a possibilidade de os acusados serem inocentes. Após a investigação do caso pelas autoridades, ficou comprovado que os membros da escola foram alvos de uma calúnia.

Os exemplos acima são produtos de exageros cometidos pela imprensa e possibilitam um fácil discernimento entre a atitude certa a ser tomada. Mas há outros fatos cotidianos e de menos repercussão que impõem dilemas envolvendo a privacidade e a noticiabilidade. A forma de encarar tais dilemas depende muito da linha editorial e das características do veículo:

Enquanto para determinados veículos de comunicação o respeito à privacidade e à preservação da vida são argumentos contra a publicação de notícias de sequestros, para outros argumentos semelhantes justificam a publicação. O mesmo vale para casos de invasão de privacidade, uso de câmeras ocultas, gravações clandestinas, recurso a mentiras ou disfarces para se obterem informações confidenciais – entre outras decisões balizadas por pretextos éticos tanto para referendar quanto para contestar que fins honrosos exigiriam meios ilícitos ou discutíveis na apuração da informação (COSTA, 2009, p. 18).

A natureza da discussão ética está justamente neste impasse. Em atribuir maior grandeza a uma norma que achamos moralmente correta ou a um resultado que consideramos moralmente válido. Para lidar com esses dilemas, criam-se os códigos de ética dos jornalistas.

## 2.5 Códigos

Diversas categorias profissionais têm códigos de ética. Com os jornalistas não é diferente. Baseado na perspectiva de que a ética propõe compreender e explicar o comportamento moral cotidiano em determinado contexto, Geraldo (2016, p. 3) afirma que esses códigos “consistem em um conjunto de regras elaborado pelas instituições que representam a categoria, ou seja, são princípios autoaplicáveis no campo interno das profissões com o propósito de garantir o compromisso do profissional em relação à sociedade e em relação à própria profissão”.

Na avaliação de Cornu (1999) foi a fragilidade do campo jornalístico frente a outras formas de comunicação que contribuiu para a elaboração dos primeiros códigos deontológicos da profissão no início do século XX. Também contribuíram as queixas por conta das más condições de trabalho e dos baixos salários dos profissionais, uma vez que as empresas apresentavam bons lucros, mas as boas condições empresariais não refletiam em melhores condições para os trabalhadores. Assim, os códigos funcionavam como uma forma de proteção para os trabalhadores. Ainda segundo o autor, hoje esses documentos têm um caráter pedagógico e de reconhecimento social:

Têm por principal objetivo a defesa da reputação do jornalismo e a familiarização dos jornalistas principiantes com os seus principais deveres. Estes últimos articulam-se à volta de alguns grandes eixos, presentes sob formas diversas na maior parte dos textos: a informação do público, no sentido de uma missão especial e reconhecida em democracia, que revela da liberdade de expressão e supõe por isso que seja garantida a liberdade dos meios de informação; o respeito pela verdade, como exigência fundamental de toda a informação; a dignidade da pessoa humana como limite à liberdade de informar, dignidade que é o valor primeiro da Declaração Universal dos Direitos do Homem de 1948 (CORNU, 1999, p. 42).

A manifestação da ética como uma atividade reflexiva e a necessidade de se aceitar compartilhar determinados valores está na raiz da crítica que Bucci (2000, p. 206-207) faz aos códigos jornalísticos: “Pode-se tê-los como um documento decorativo, o que de nada vale. Em contrapartida, há ambientes profissionais onde nada está escrito e, não obstante, os melhores valores do jornalismo são vivamente cultivados, cimentando a cultura dos que ali trabalham”. Para o autor, a validade de um código está na vivacidade entre os profissionais do compromisso e da sabedoria que deram origem ao documento escrito. Mantendo estes elementos bem vivos, os códigos podem ser educativos e gerar um debate público sobre os dilemas éticos, o que levaria, em última análise, segundo o autor, à melhora do jornalismo como um todo.

Pensando sobre o compromisso em seguir parâmetros éticos, chamamos a atenção para o fato de que a responsabilidade que o jornalista tem no exercício de suas atividades profissionais reflete a maneira que ele estabelece todas as suas relações. O contexto sociocultural incide nas diferenças de códigos de um país para o outro e em suas atualizações, apesar de haver muitos elementos comuns que perpassam a comunidade jornalística internacional. De maneira geral, os códigos “apontam-no sem o mínimo equívocos: a exigência de verdade, na informação, é primordial. Nenhuma informação deve ser dada sem referência obrigatória à verdade. O caminho está cheio de armadilhas: a ignorância, o erro, a mentira. Percurso ainda mais ingrato dada a impossibilidade do seu destino” (CORNU, 1999, p. 320).

Vázquez (2012, p. 19) afirma que as pessoas recorrem a normas para justificar suas ações perante os problemas práticos do dia a dia e argumenta que “os problemas éticos caracterizam-se pela sua generalidade e isto os distingue dos problemas morais da vida cotidiana, que são os que se nos apresentam nas situações concretas”. O autor afirma que é inútil tentar usar a ética como fonte de uma maneira pronta de agir em cada situação concreta, pois os problemas concretos são de natureza moral e a ética lida com questões teóricas

pertencentes ao campo filosófico. Assim, seria correto chamar os códigos profissionais de códigos morais, pois eles tratam de uma normatização e não códigos de ética.

O código atual do Brasil teve sua redação em 2007. A questão referente a verdade está presente em três dos seus 19 artigos. O capítulo I do código trata do direito à informação. Neste capítulo, o artigo dois diz que “a divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação” e também fala que “a produção e a divulgação de informação devem se pautar pela veracidade dos fatos”. O capítulo II se refere a conduta profissional do jornalista. Nele, o artigo quatro afirma que “o compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos” e reitera que tal compromisso abrange a precisa apuração e a correta divulgação dos fatos. Por fim, no capítulo III, que trata da responsabilidade do jornalista, o artigo 12 traz uma série de recomendações, como ouvir o maior número possível de envolvidos no fato narrado, informar ao público quando a matéria tem caráter publicitário ou se teve patrocínio, rejeitar imagens ou áudios alterados ou, ainda, retificar as informações falsas ou imprecisas divulgadas anteriormente.

### 3. VERDADE E PÓS-VERDADE

Como receptores de notícias, na maior parte das vezes que lemos ou ouvimos uma informação, cremos que o jornalista comunica algo que acredita ser verdadeiro. A crença na veracidade daquilo que nossos interlocutores falam é fundamental para nossa vida em comunidade. O jornalismo, com sua importância para a organização social, está baseado na verdade dos relatos que produz. Mas a relação entre a verdade e o jornalismo que se mostrou complexa desde o surgimento da atividade permanece complexa até os dias de hoje.

Como exemplo dessa complexidade, Kovach e Rosenstiel (2004) contam os desdobramentos da viagem do general americano Robert McNamara ao Vietnã. Quando o presidente Lyndon B. Johnson assumiu a presidência, após o assassinato do presidente John Fitzgerald Kennedy, solicitou que McNamara fosse ao Vietnã para lhe trazer um relato fiel da situação da guerra no país do sudeste asiático. Em seu retorno, o general deu duas entrevistas nas quais afirmou que as tropas americanas estavam em vantagem. Esta versão foi a que saiu nos jornais como verdade, pois foi a afirmação da fonte (o general) e os jornalistas tinham poucas chances de apurá-la de forma independente. A mentira somente foi descoberta anos depois, quando vazaram para a imprensa arquivos confidenciais do Departamento de Defesa, no episódio que ficou conhecido como “The Pentagon Papers”. Este episódio ilustra uma discussão que é fundamental para o jornalismo: o que é verdade? Como descobri-la? Como contá-la?

#### 3.1 A Verdade na Filosofia

A busca por aquilo que seja verdadeiro e o princípio moral de falar a verdade são muito antigos. Estão presentes em alguns dos mais antigos registros humanos. Na Bíblia, por exemplo, a ordem de não mentir está presente nas primeiras normas que Deus teria dado aos homens: “Não dirás falso testemunho contra o teu próximo” (Ex 20:16) é um mandamento que acompanha o “Não matarás” e “Não furtarás” (Ex 20:13 e 15).

Na Grécia Antiga Aristóteles escreveu, ao propor uma ideia de Metafísica: “dizer do que é que não é, ou do que não é, que é, é falso, enquanto dizer do que é, ou do que não é que não é, é verdadeiro” (ARISTÓTELES APUD TAMBOSI, 2007, p.37). A ideia de Aristóteles pode ser exemplificada como quando tu falas que uma coisa é grande e a coisa não é grande, é falso. Quando tu falas que uma coisa grande é grande, é verdadeiro. Tal formulação do filósofo clássico exemplifica, segundo Tambosi (2007), a *teoria da verdade como correspondência*, que preconiza que a verdade de uma proposição consiste na

correspondência desta a algo existente no mundo real. Para Tambosi (2007, p. 46), “qualquer coisa que tornar uma afirmação verdadeira é um fato, e que o fato é sempre extralinguístico, isto é, está fora da linguagem”. O autor cita o filósofo Fourez (1995)<sup>11</sup> para falar da possível confusão entre afirmação e fatos. Fourez defende que o fato é uma interpretação que não sofre contestação no momento em que é proferida. O filósofo exemplifica: na Idade Média existia o entendimento de que o Sol girava em torno da Terra. Isto era apenas uma interpretação, mas por não ser contestada a época, era um fato. Para Fourez, quando uma interpretação – que não era contestada e que, por isso, era um fato – passa a ser contestada, ela deixa de ser um fato e dá lugar a outra interpretação que por passar a ser mais aceita, se torna um fato. Assim, era um fato que o Sol girava em torno da Terra, mas a partir de Copérnico, este fato deu lugar a outro, a Terra gira em torno do Sol. Tambosi discorda. A afirmação de que o Sol gira em torno da Terra nunca foi um fato, pois jamais foi verdadeira. Ou, como ironiza, seria verdadeira se, e somente se, o Sol girasse em torno da Terra e deixasse de fazê-lo após a observação de Copérnico.

Na Idade Média, Tomás de Aquino também se ocupou em pensar sobre a verdade. Camello (2009) afirma que, na visão de Tomás, a realidade pertence à ação da criação divina e o conhecimento humano buscaria compreendê-la. Para o filósofo medieval, a vontade humana de conhecer não tem limites. Mas, como humanos, não temos capacidade de aprender tudo aquilo que é da ordem de conhecimento do Criador. Mesmo assim, o que conseguimos aprender pode nos “iluminar” no caminho da verdade. Segundo Camello, para Aquino, a verdade é:

Aquilo a que tende o intelecto e o conhecimento consiste em que o conhecido está naquele que conhece – *cognitum in cognoscente*, ao oposto do ato de desejar que termina naquilo que o atrai. A consequência: o bem está na coisa que se deseja, enquanto o verdadeiro está no intelecto, na medida em que se conforma com a coisa conhecida. Assim, a razão de verdadeiro desliza do intelecto à coisa conhecida, que se diz nessa medida verdadeira (CAMELLO, 2009, p. 7).

Para Tomás de Aquino, as coisas naturais também podem ser verdadeiras, a partir do momento em que se assemelham com a forma que a mente divina as representa. Esta concepção de verdade ilustra a *teoria da verdade como revelação*. Conforme Souza (1996), essa teoria se subdivide em duas: a empirista e a metafísica. A empirista é aquela que se baseia na percepção imediata dos homens. Está baseada na sensação, na intuição. Em grande parte, segundo ele, a fenomenologia se baseia nessa concepção. A metafísica tem como base

---

<sup>11</sup> FOUREZ, G. *A construção das ciências*. São Paulo: UNESP, 1995.

“o ser” das coisas e se pretende mais geral, mais universal. Está muito firmada na ideia de uma revelação divina, como no pensamento de Tomás de Aquino. Camello (2009) afirma que, para Descartes, a ordem de fundamentação da filosofia começa na mente humana e não na natureza das coisas. Descartes, segundo seu comentarista:

Pretende construir seu sistema tendo por base uma verdade absolutamente indubitável: *Eu penso, logo sou (Cogito, ergo sum)*. Ele analisa essa ideia-base em suas características constitutivas, para admitir como verdadeira qualquer ideia que àquela se assemelhe. “As coisas que concebemos clara e distintamente são todas verdadeiras”, vai escrever na quarta parte do *Discurso de Método*. Na realidade, essa proposição dependerá de outra que afirme (ou postule) a existência de Deus e sua absoluta e essencial veracidade (CAMELLO, 2009, p. 3).

A necessidade de adequação a uma ideia-base é o que caracteriza a *teoria da verdade como conformidade*. Camello (1996) diz que a adequação da verdade cartesiana não se firma somente no cogito, mas se apega a existência de Deus, que é verdadeiro e não pode nos enganar. O autor ainda ressalta que, no pensamento de Descartes, as ideias giram em torno do sujeito e, mesmo que Descartes busque base em algo objetivo, a fundamentação da filosofia na mente humana sempre trará a subjetividade.

Outra noção de verdade presente na filosofia é a *teoria da verdade como coerência*. De acordo com Tambosi (2007), essa teoria compara enunciado com enunciado, linguagem com linguagem e não as palavras com o mundo. Se a história ou a ideia está coerente, apresenta certa lógica, logo ela é verdadeira. A atribuição do valor de verdade a alguma ideia baseada em uma ordenação destas ideias é defendida por Spinoza. Costa afirma que, segundo Spinoza:

Para ter-se a ideia da ideia é preciso, antes, ter-se uma ideia. Para saber se essa ideia é verdadeira não é preciso esperar ter tido a ideia. Assim, a verdade é, ao mesmo tempo, critério de verdade. Para Spinoza, o verdadeiro método é a via pela qual a própria verdade, ou as essências objetivas das coisas, ou as ideias (tudo isso quer dizer o mesmo) são buscadas na devida ordem, e a forma do verdadeiro, ou conhecimento reflexivo, é dedutiva (COSTA, 2009, p. 41).

Esta concepção pode ser vista também na obra de Kant, que, segundo Camello (2009), foi um dos pensadores que mais tentou desnaturalizar a ideia de verdade-correspondência de Aristóteles. Para Kant, a verdade deixaria de ser encontrada no fundamento das coisas e passaria a ser uma relação imanente da mente:

Na *Lógica*, vai definir a verdade formal como a concordância do conhecimento consigo mesmo e na *Crítica da Razão Pura*, entende a verdade como a concordância do conhecimento com seu objeto, ou, melhor dizendo, o acordo do juízo com as leis imanentes da razão (CAMELLO, 2009, p. 3).

O problema desta teoria, apontado por Tambosi (2007), Camello (2009) e Sousa (2002) é que pode haver uma preposição coerente, mas, ainda assim, conhecidamente falsa, como uma fábula ou uma lenda. Outra concepção de verdade é o pragmatismo. Na *teoria pragmática da verdade* a relação entre o conhecimento e seu objeto também é o que evidencia a verdade, mas o fundamental para essa teoria é a funcionalidade do que é dito. Assim, tal afirmação é verdadeira se, e somente se, for útil. Camello (2009) afirma que a teoria pragmática contribui para as chamadas verdades morais, porém não é capaz de tratar das verdades evidentes, como as verdades matemáticas e o conhecimento abstrato. A falta de clareza de um critério para estabelecer se uma afirmação é útil ou não e, sobretudo, em que situação ela é útil ou não, pode levar a verdade pragmática a conter dentro da própria teoria duas afirmações antagônicas. Tambosi (2007) crítica a teoria pragmática citando Vassalo (2003)<sup>12</sup>, que traz dois exemplos de problemas desta teoria: 1) se foi útil por muito tempo dizer que a Terra era o centro do Universo, então, por ser útil, tal afirmação seria verdadeira; 2) as ideias do partido nazista seriam verdadeiras, caso a Alemanha tivesse ganho a II Guerra Mundial.

Cornu (1999) fala que o pensamento ocidental sempre questionou sobre a realidade, a verdade e sobre a relação entre ambas, sem nunca, no entanto, conseguir chegar a consensos. Nos dias de hoje, a questão da verdade filosófica permanece tão complexa e sem uma resolução final quanto se apresentava aos pré-socráticos: “Mas não é verdade que o próprio da filosofia é preocupar-se com as questões insolúveis, ou irresolutas, deixando à ciência aquelas que tiverem solução ou têm hipóteses de ser resolvidas?”, indaga Cornu (1999, p. 320).

Camello (2009) fala que o debate da verdade na filosofia contemporânea discute todas as concepções e enfoques anteriores, mas possui seu foco na questão epistemológica e não na ontologia<sup>13</sup> ou na ética. Há ainda a divisão mais generalista entre verdade absoluta e verdade relativa:

Para os partidários da verdade absoluta, um juízo é verdadeiro ou falso independentemente das circunstâncias. O contexto não serviria como desculpa para se considerar algo como verdade ou como falsidade. Só poderia ser verdadeiro o conhecimento total, o conhecimento completo. Portanto, só seria verdadeiro o que fosse eterno e imutável. Para os relativistas, um juízo é verdadeiro ou falso dependentemente das circunstâncias, do contexto, do momento. À parte algumas exceções, a verdade sempre será parcial incompleta. A verdade será variável na medida em que se desenvolve o nosso conhecimento do objeto determinado (COSTA, 2009, p. 22).

<sup>12</sup> VASSALO, N. *Teoria della conoscenza*. Roma/Bari: Laterza, 2003.

<sup>13</sup> A epistemologia é o ramo da filosofia que se refere ao conhecimento e aos estudos científicos. A ontologia, por sua vez, estuda a natureza do ser enquanto ser, dele em si mesmo.

Contudo, vemos que a questão da verdade é bem complexa. Há milhares de anos pensadores se debruçam sobre o tema. Todas teorias apresentam uma contribuição e, sobretudo, devem ser avaliadas dentro do contexto histórico-sociocultural em que foram criadas ou utilizadas. Mas, se a verdade é tão complexa e no jornalismo precisamos falar a partir dela, como lidamos com isso? Camello (2009, p. 5) oferece uma possibilidade “Não parece de todo infundada a impressão de que, quando se fala em verdade, está se falando não tanto em seu conceito, mas em seus critérios ou em suas condições”. Assim, vamos tentar entender o uso da verdade no jornalismo, levando em conta os critérios e as condições para que os jornalistas cheguem o mais próximo o possível dela.

### **3.2 A Verdade no Jornalismo**

O pensar sobre a verdade no jornalismo é antigo. Kovach e Rosenstiel (2004) falam que no início da Idade Moderna o primeiro jornal francês prometia: “Numa coisa não cederei a ninguém – quero dizer, na minha missão de chegar a verdade” (KOVACH e ROSENSTIEL, 2004, p. 66). Afirmações parecidas podem ser encontradas nos primeiros jornais ingleses, espanhóis, alemães e norte-americanos. Segundo os autores, as promessas de veracidade e de precisão em tais veículos também faziam parte das primeiras formas de marketing jornalístico.

Ao defender a primeira tese sobre jornalismo, em 1690, Tobias Peucer afirmou que os relatos jornalísticos “têm mais conta a sucessão exata dos fatos que estão inter-relacionados e suas causas, limitando se somente a uma simples exposição, unicamente a bem do reconhecimento dos fatos históricos mais relevantes” (PEUCER, 2004, p. 16). A expressão “sucessão exata dos fatos” carrega um sentido controverso que é problematizado em muitos trabalhos desde então. A tese de Peucer (2004) nos permite afirmar que a noção de ser fiel a verdade está presente desde o primeiro trabalho acadêmico de nosso campo.

No fim do século XIX, começaram a surgir jornais que não estavam sob o controle de partidos políticos como a maioria dos periódicos anteriores. Tais jornais eram baseados em notícias de crimes e escândalos e apelavam para o sensacional. Apesar do apelo ao sensacional, ao exagero, reclamavam para si um status de divulgadores da verdade: “O *Herald*, de Hearst, mais chegado ao sensacionalismo do que à invenção, proclamava que era o jornal mais veraz da cidade de Nova York. O *Sun*, de Pulitzer, operava com o slogan

‘Exatidão, exatidão, exatidão’ e era mais confiável do que se pensava então” (KOVACH e ROSENSTIEL, 2004, p. 63-64).

Em 1923, Henry Luce criou a *Time*, primeira revista semanária de notícias. Cornu (1999) relata que foi Luce quem inaugurou métodos de redação que visavam se aproximar das investigações experimentais. Cada jornalista ao cobrir uma pauta era acompanhado por um documentarista. Além de procurar documentar o máximo de coisas sobre tudo o que era levantado pelo trabalho de reportagem, o texto era repassado para outros membros da redação para que fosse reescrito. O objetivo final era corrigir ao máximo o texto e retirar toda a expressão de subjetividade contida no trabalho individual de quem escrevesse a matéria. Mesmo que Cornu problematize as convicções de objetividade de Luce, seu método reflete a busca por um trabalho mais próximo daquilo que se acreditava ser a verdade.

Nos anos 1960, nos Estados Unidos, surgiu uma nova maneira de narrar os fatos. Era o que mais tarde ficou conhecido como *New Journalism*, que era fruto do desenvolvimento da imprensa:

Evolução própria da imprensa anglo-saxônica, após um longo período de objectivismo que coincidiu com o triunfo estilístico dos *rewriters*, ressurgiram tentativas de um jornalismo de narração, assentando às vezes em autênticas pretensões literárias, cujo modelo poderia ser *A Sangue Frio* de Truman Capote (CORNU, 1999, p. 363).

A proposta dos jornalistas *do New Journalism* poderia ser muito mais baseada em um estilo de narrativa do que em uma mudança de um ideal de verdade. No entanto, não deixa de expressar uma noção de que a realidade relatada pelo jornalismo não cabia em um relato simples e enxuto do que era considerado factual.

Na atualidade, Franciscato (2005, p.166) afirma que, dentre as características que determinam o que o jornalismo é, está o “pressuposto a existência de uma ideia de verdade do real que pode ser apreendida nos seus aspectos principais por meio de técnicas jornalísticas e transformada em relato noticioso”. Mas se a ideia de que existe uma verdade do real, é aceita pela maioria, o que ela exatamente é ou como alcançá-la ainda gera muita controvérsia. Para Kovach e Rosenstiel (2004), as discussões da filosofia sobre a existência da verdade têm como base conceitos semânticos e não o mundo real. Para os autores, “Por sua própria natureza, o jornalismo é reativo e prático, não filosófico ou introspectivo” (KOVACH e ROSENSTIEL, 2004, p. 66). Eles seguem o raciocínio dizendo que precisamos levar em conta que o jornalismo habita um dado meio social e que, nesse meio social, tanto os cidadãos quanto os atores sociais coletivos necessitam de informações para “tocarem” suas vidas. Essas

informações devem ser precisas e confiáveis. Para obtê-las, os cidadãos e as coletividades “desenvolvem procedimentos e processos para chegar a esse ponto, o que poderíamos chamar de verdade funcional” (KOVACH e ROSENSTIEL, 2004, p. 68). O conceito de verdade funcional é exemplificado da seguinte forma:

A polícia persegue e prende suspeitos baseada em fatos. Os juízes presidem julgamentos. Os jurados dão veredictos de culpa ou inocência. As indústrias são reguladas, os impostos recolhidos, as leis elaboradas. Ensinamos a nossos filhos normas e regras, história, física e biologia. Todas essas verdades, incluindo as leis da ciência, estão sujeitas a revisão, mas enquanto isso nos orientamos por elas porque são necessárias e funcionam. É isso que o jornalismo procura – uma forma prática e funcional da verdade. Não a verdade no sentido absoluto ou filosófico. Não a verdade de uma equação química. Mas o jornalismo pode – e deve – perseguir a verdade num sentido por meio do qual possamos funcionar no dia-a-dia (KOVACH e ROSENSTIEL, 2004, p. 68).

Desta afirmação dos autores podemos tecer algumas considerações. A primeira é que a noção da utilidade das informações jornalísticas no dia a dia da população é fundamental. Nela residem as discussões a respeito do interesse público e da prestação de serviço das notícias. A segunda é que a ideia de que as informações estão sujeitas a revisões também é muito importante. Para além de uma leitura de uma verdade operacional, Tambosi defende que o jornalismo se dedique também ao que é verdade, do ponto de vista epistemológico:

No jornalismo, especificamente, observa-se a tendência de reduzir a verdade a imperativo ético, sem o esforço, por parte dos estudiosos, de enfrentar a questão epistemológica da verdade, relacionando-a com as teorias compartilhadas pela filosofia e pelas ciências. Transformada em princípio ético – tal como referem os códigos deontológicos –, a verdade jornalística parece tornar-se, no fundo, apenas um ideal de honestidade ou credibilidade do repórter e de suas fontes, ou dos próprios media. Ora, se o Jornalismo não trata apenas de opiniões ou juízos de valor, mas procura relatar imparcialmente fatos ou acontecimentos, não poderá escapar a questionamentos epistemológicos formulados também na esfera filosófico-científica (TAMBOSI, 2007, p. 36-37).

Se alguns autores tendem a distinguir a verdade jornalística da verdade filosófica ou científica, simplificando-a, Cornu (1999, p. 396) toma a direção oposta: “A exigência de verdade não diz só respeito à observação – o jornalista em face ao paradigma do cientista. Diz também respeito à interpretação – o jornalista em face do paradigma do homem político. Tem mesmo a ver com a narração – o jornalista perante o paradigma do artista”. Para ele, quando não são levadas em conta estas três ordens, a discussão sobre verdade jornalística e, por conseguinte, sobre objetividade, ficam empobrecidas.

No que se refere à observação, ao paradigma do cientista, há maior aceitação da ideia que acredita existirem fatos no mundo passíveis de observação pelos jornalistas. Para Cornu (1999), a ordem de observação, por ser quase uma analogia automática ao conhecimento científico, parece trazer consigo as primeiras ambições de objetividade. A partir da década de 1920, o jornalismo norte-americano tornou-se mais apegado aos fatos, em oposição ao jornalismo até então produzido de maneira mais individual e subjetiva. Essa nova concepção se baseou na ideia de que existiria fatos brutos e que a informação seria capaz de representar a realidade sem nenhuma intervenção do jornalista e sem nenhuma perda em relação ao que existe no mundo. A representação sem intervenção seria a base da verdade no jornalismo. Esta noção de simples transmissão dos fatos retirados da realidade foi a base da teoria do espelho, em que os fatos jornalísticos eram tomados como se apresentados tal qual se manifestavam na realidade. Conforme Traquina (2005, p. 147, grifos do autor), “Central à teoria é a noção-chave de que o jornalista é um *comunicador desinteressado*, isto é, um agente que não tem interesse específicos a defender e que o desviam da sua missão de *informar, procurar a verdade, contar o que aconteceu, doa a quem doer*”. Para Cornu (1999), os métodos de apuração e redação, que marcaram a tradição norte-americana iniciada na década de 1920, passaram a ser extremos porque tentavam expulsar toda a subjetividade do jornalismo:

Esta tradição responde à preocupação primeira e legítima de garantir a integridade da informação difundida. As operações elementares de identificação das fontes, de distanciamento relativamente aos interesses que essas mesmas fontes poderiam ter na difusão de uma notícia, de confirmação de todos os elementos constitutivos da informação, de contextualização, de consideração do respeito devido às pessoas, tudo isso faz parte de uma deontologia do jornalismo bem compreendida e pertence especialmente aos processos normais das agências noticiosas. Mas o que quer dizer Dan Rather, o apresentador do telejornal da CBS, quando declara: “eu sou jornalista, e o papel de um jornalista é ser um corretor de informações honesto, nada mais, nada menos”? (CORNU, 1999, p. 337-338).

Cornu aponta dois significados possíveis para a afirmação de Rather. O primeiro é que, por ser honesto, o corretor garantiria a qualidade da mercadoria, neste caso, da informação. O segundo é que, sendo somente um transporte para as informações, o jornalista apagaria seus próprios métodos críticos, repassando as informações “tal e qual” recebidas. A honestidade seria o apagamento completo de sua personalidade. Para o autor, a simples reprodução dos fatos pelos jornalistas leva a uma compreensão fragmentada e parcial da realidade. Assim como na história, no jornalismo a verdade é uma construção e os fatos vão se sobrepondo, até ser possível estabelecer uma linha de entendimento, identificando as causas e os efeitos, e montar uma narrativa coerente. Cornu (1999) fala ainda que todas as

tentativas de reconstrução da realidade passam por interpretações e é ilusório tentar separar os acontecimentos do sentido, a observação e a interpretação estão intimamente interligadas, mesmo que a distinção técnica dos fatos e opiniões seja justificável por motivos de transparência. É importante ressaltar que o autor não nega a ordem de observação dos fatos – ela é a primeira das ordens exigidas para se falar a verdade – mas ela não deve ser tratada isoladamente. A ordem de interpretação (o jornalista frente ao paradigma do homem político), segundo Cornu (1999), mostra que o jornalista não pode ser um sujeito passivo frente à realidade, cabendo a ele elaborar cada conceito que propõe descrever sobre a realidade observada:

A interpretação domina e condiciona o conjunto do processo jornalístico. É lógico que ela ocupe o espaço central numa arquitectónica que procura mostrar as três ordens que estruturam a informação. De facto, a interpretação como ordem específica, implicada nas formas diversas de comentários, está sempre a invadir as duas outras ordens. Há invasão desde a fase inicial da observação da realidade até à narração, por intervenção dominante da linguagem (CORNU, 1999, p. 339-355).

De acordo com o autor, essa ordem de interpretação subdivide-se em três: 1) Explicação: posição ainda muito apegada à observação, segundo o autor, busca “clarificar os fatos pelos fatos”. A explicação conteria a resposta ao “Por que” do *lead*; 2) Opinião: essa categoria diz respeito aos valores que são levados em conta pelo jornalista na hora de selecionar e hierarquizar os acontecimentos. A noticiabilidade de um fato não é uma questão objetiva, mas trata-se de uma interpretação do jornalista (que seguramente ao tomar uma decisão não se baseia apenas em seu pensamento, mas nos valores estabelecidos na comunidade jornalística à sua volta). Para Cornu, a interpretação axiológica mostraria o lugar de fala do jornalista; 3) Compreensão: Aqui o jornalista, mais especificamente o repórter, aborda de perto o acontecimento vivido. Para Cornu (1999), a interpretação compreensiva carrega a subjetividade do jornalista, que transmite através dos recursos criativos da linguagem suas impressões, sentimentos, experiências, seu imaginário. Segundo o autor, essa última posição acaba extravasando para a terceira ordem de verdade a qual o jornalista está submetido, a ordem de narração.

A autenticidade é o que importa na ordem de narração – o jornalista diante do paradigma do artista. Para Cornu (1999), a autenticidade está para a ordem de narração assim como a objetividade e a imparcialidade estão para a ordem da observação e da interpretação, respectivamente. É ela que garante a veracidade do relato jornalístico que passou bem pelos primeiros dois estágios – a exatidão dos fatos e a justeza dos argumentos. O autor defende ainda que o relato jornalístico:

Contém uma parte de criação, ou seja, a intervenção de uma arte. Não se trata de qualidades estéticas tradicionais (aliás, a modernidade venceu igualmente a resistência do Belo, no sentido em que Kant o entendia). Mas daquela qualidade particular da expressão que faz com que o que se diz “soe bem” e corresponda à personalidade profunda do locutor. Dizer a informação exige um envolvimento da pessoa que não é exigido de forma igual por todas as actividades humanas (CORNU, 1999, p. 363).

A partir das ordens de verdade definidas por Cornu (1999), podemos discutir as teorias da verdade que melhor se enquadram ao jornalismo. Kovach e Rosenstiel (2004, p. 69-70) defendem que a coerência deve ser usada como base para a verdade jornalística: “Em termos jornalísticos, isso significa apurar direito os fatos e dar-lhes sentido. A coerência deve ser o teste derradeiro da verdade jornalística”. No entanto, os autores alertam: “Mais interpretação pode acabar em cacofonia e desviar a atenção do leitor para o lado superficial da verdade, o nível que deve ser parte do processo de seleção depois que os fatos foram estabelecidos. É um erro passar ao estágio interpretativo antes de apurar o que de fato aconteceu” (KOVACH e ROSENSTIEL, 2004, p. 76-77).

Lisboa (2015) afirma que a verdade no jornalismo se baseia na relação que o discurso jornalístico mantém com a realidade. Com base em Austin (1961)<sup>14</sup>, a autora aborda que tal relação leva em conta a existência ontológica dos fatos, isto é, que eles existem na realidade independentemente de serem observados por alguém. Tambosi (2007) também defende que a verdade como correspondência é a mais adequada ao jornalismo: a coerência pode ser aplicada à literatura ou à lógica, mas o jornalismo deve conter a ligação da linguagem com o real e não apenas da linguagem com a linguagem. Embora convicto de sua posição, Tambosi leva em conta as dificuldades do jornalismo em sua busca da verdade:

Ocorre que o Jornalismo enfrenta uma dificuldade que os cientistas, em geral, não enfrentam: a excessiva dependência das fontes. O fato, nesse caso, com porta versões que nem sempre correspondem à verdade. [...] O jornalismo está exposto diariamente a afirmações cuja veracidade em geral sequer pode investigar, notadamente na cobertura política. Em decorrência, facilmente se pode confundir afirmações (das fontes) com fatos. Confusão típica, aliás, de certas perspectivas relativistas em relação ao conhecimento (TAMBOSI, 2007, p. 44-45).

É aqui que temos que considerar a busca também da coerência. Tratando de verdade jornalística, acreditamos que ela sempre deve ter correspondência e, sempre que possível, também apresentar coerência. A ordem de interpretação de Cornu e a defesa de “dar sentido” de Kovach e Rosenstiel trazem a importância da coerência para o relato jornalístico, principalmente para a compreensão dos fatos por parte do público.

---

<sup>14</sup> AUSTIN, John. *Philosophical papers*. Oxford: University Press, 1961. Disponível em: <<https://archive.org/details/philosophicalpap013680mbp>>. Acesso em: 10 jan. 2015.

### 3.3 Objetividade

No falar sobre jornalismo e, sobretudo sobre verdade jornalística, sempre está na roda de discussões a palavra *objetividade*. Kovach e Rosenstiel (2004) afirmam que o termo objetividade é mal compreendido e se tornou “batido”. A dificuldade de os jornalistas tratarem do termo faz parte da incapacidade dos jornalistas explicarem bem a sua profissão. No entanto, o uso da objetividade, segundo os autores, tem a finalidade de reafirmar que os profissionais da imprensa estão em busca da verdade e não só da liberdade de expressão ou do comércio. Nesse contexto, as falas sobre objetividade possuem dois sentidos principais. O primeiro é aquele que visa instrumentalizar o conceito de *objetividade como forma de aumento da credibilidade*.

O conhecimento produzido pelo jornalismo também *se torna confiável* na medida em que *cria métodos e processos de apuração* que sustentam a veracidade dos seus relatos, que envolvam rigor e pluralismo de visões, *objetividade* e clareza na apresentação e descrição dos fatos, imparcialidade na seleção do que deve ser relatado. (LISBOA, 2012, p. 27, grifos nossos)

Seidenglanz e Sponholz (2008) falam que, assim como credibilidade, competência e incompetência, a objetividade se legitima quando é percebida pelo receptor e que a atribuição de credibilidade por parte do receptor está ligada à percepção da presença de objetividade no trabalho jornalístico.

O segundo sentido normalmente usado para falar sobre objetividade é o de autopreservação. Tuchman (1972) afirma que, em suas rotinas de trabalho, os jornalistas não possuem muito tempo para pesquisar e refletir sobre o que apuram e escrevem, mas que mesmo assim, necessitam se posicionar quanto a importância, grau de interesse e grau de verdade dos acontecimentos com os quais trabalham. Assim, para minimizar os riscos relativos ao prazo de entrega do trabalho, riscos de críticas do público, de seus superiores e até mesmo de processos por difamação, os jornalistas desenvolvem uma noção operacional da objetividade.

Esta ideia de noção operacional da objetividade é muito importante para situarmos a objetividade dentro de uma discussão coerente. Algumas pessoas tratam o conceito como algo que não pode ser alcançado, por entenderem que o jornalismo, sendo feito por pessoas, que naturalmente possuem subjetividade, jamais seria objetivo. Outro grupo nega a utilidade da interpretação para notícias, pois argumenta que somente uma simples narração dos fatos pode ser realmente objetiva.

É impossível, epistemológica e metafisicamente, para a mídia, independentemente de seu grau de sofisticação, apresentar um quadro completo do mundo. Só o próprio mundo faz isso. Quando usamos a linguagem, a ciência, o mito ou qualquer outro sistema simbólico para representar ou manipular a realidade, podemos fazer grandes coisas, mas nunca representar a realidade de forma clara ... Argumentar que a mídia oferece um acesso não-distorcido e objetivo não faz sentido ... O espelho é obviamente nebuloso, dando-nos reflexos pouco perfeitos de nossa natureza humana, individual e coletivamente (REAL, 1989, p. 251 APUD COSTA, 2009, p. 170).

Ora, se a objetividade como uma reprodução total da realidade pelo jornalismo é impossível, a noção operacional da objetividade é o que dá sentido ao conceito. Quanto à construção do trabalho jornalístico a partir dessa noção, é preciso fazer algumas considerações. A primeira diz respeito à interpretação presente no jornalismo. Lisboa (2012, p. 15), afirma que “Como o conhecimento jornalístico não é da ordem das ciências exatas, a verdade a que aspira é sempre uma aproximação. Não há como fugir das interpretações, pois qualquer fato será mediado por uma”. A segunda consideração é que a busca pela verdade é uma construção. Baseado em Schaff (1978)<sup>15</sup>, Costa (2009) afirma que o conhecimento é um processo e, portanto, a verdade também: “A verdade é um devir: juntando as verdades parciais, o conhecimento acumula o saber, tendendo num processo infinito para a verdade total, exaustiva e, nesse sentido, só nesse sentido, absoluta” (COSTA, 2009, p. 23). A terceira consideração, diz respeito à subjetividade do sujeito jornalista. Com base no trabalho de Popper (1979; 1993)<sup>16</sup>, Seidenglanz e Sponholz (2008) afirmam que é equivocado pensar que a objetividade da ciência depende do sujeito cientista. Para uma teoria ser objetiva, não é levado em conta seu grau de subjetividade, mas sim sua capacidade de ser testada, sua aptidão para passar por outros testes, feitos por outros sujeitos, em outros lugares, que vão comprovar ou refutar suas hipóteses.

É levando em conta esta faceta da objetividade na ciência que podemos considerar a opinião de Kovach e Rosenstiel (2004) sobre a objetividade: trata-se de um método de trabalho. Os autores defendem, ainda, que é equivocado cobrar objetividade do sujeito jornalista. O uso do termo começou na década de 1920 quando, após tentar cada vez mais se desvincular dos partidos políticos, os jornais perceberam que seus trabalhadores carregavam para as matérias grande subjetividade, muitos preconceitos, na maioria das vezes inconscientemente. E, como sabemos que o ser-humano possui e não se separa de sua

<sup>15</sup> Schaff, Adam. *História e Verdade*. São Paulo: Martins Fontes, 1978.

<sup>16</sup> POPPER, Karl. *Ausgangspunkte. Meine intellektuelle Entwicklung*. Hamburg: Hoffmann und Campe, 1979. POPPER, Karl. Die Logik der Sozialwissenschaften. In: Adorno, Theodor W. et al. *Der Positivismusstreit in der deutschen Soziologie*. 3. ed. München: dtv wissenschaft, 1993.

subjetividade, os jornais começaram a desenvolver métodos para que as informações fossem apuradas e divulgadas da maneira mais objetiva possível.

Tuchman (1972) defende que contra os disparates jornalísticos e a difamação, os jornalistas devem basear seu trabalho em fatos que possam ser verificados de alguma forma. Mas a verificação não é possível em muitos dos casos. Então, a autora sugere alguns procedimentos que tornam objetivas as notícias que não podem ser verificadas: 1) *A apresentação de situações conflituais*: quando há pontos de vistas divergentes sobre um mesmo assunto e as informações repassadas pelas fontes não são capazes de serem verificadas, o jornalista deve apresentar as versões diferentes para o público realizar seu próprio julgamento; 2) *A apresentação de provas auxiliares*: detalhes ou indícios podem corroborar com uma afirmação mesmo que não sirvam para confirmá-la; o público tendo contato de provas auxiliares pode formular um julgamento mais qualificado do trabalho do jornalista; 3) *O uso judicioso-das aspas*: para não se comprometer com uma interpretação, o jornalista reproduz a fala de uma fonte entre aspas; 4) *A estruturação da informação em uma sequência apropriada*: em contradição à pirâmide invertida, às vezes, para melhor compreensão, é necessário apresentar as informações em ordem cronológica ou contextualizando alguns dados antes de colocar os mais importantes, como normalmente se constrói o *lead*.

Tuchman fala ainda que uma matéria que contrarie o senso comum necessita estar mais embasada, com provas mais robustas, se não pode não receber o crédito do público. Mesmo que o jornalismo não deve se basear nas aspirações do senso comum, as interações com o público podem aperfeiçoar o material jornalístico. É o que defende Cornu (1999), para quem os jornalistas deveriam ser mais abertos às contribuições e críticas do público:

A contestação de uma informação, de uma interpretação, de uma reportagem poderia levar sistematicamente – na medida em que o objeto seja de interesse geral – a um debate aprofundado. Os jornais contentam-se com publicar cartas de leitores cujos efeitos contraditórios se anulam, ou retificações discretas. É muitíssimo raro que o debate passe da confrontação à procura, de comum acordo, de uma versão dos factos, das opiniões ou das experiências. Não que se trate de impor uma única verdade contra o pluralismo. Mas porque a procura intersubjetiva de uma verdade da informação, que assim poderia ser partilhada, pertence à ocorrência da própria verdade. Porque ela permite ultrapassar os erros, preencher lacunas. Numa palavra, porque ela é informação, procura nunca terminada. Desde que não nos interessemos só pelas pontas do acontecimento, mas nos interroguemos sobre as suas causas, sigamos os seus desenvolvimentos. Desde que nos deem tempo para isso (CORNU, 1999, p. 403).

O autor também defende a objetividade como um método de trabalho e fala que o rigor deste método pode representar a existência da objetividade. Para ele, o rigor do método é tudo o que se opõe às falsificações, deformações e mentiras.

### 3.4 Pós-Verdade

A difusão de informações falsas existe há bastante tempo. É o que afirma o historiador Robert Darnton, em entrevista ao jornal Folha de São Paulo (DARNTON, 2017). Ele diz que, no século VI, o historiador bizantino Procópio espalhou informações falsas para difamar o imperador Justiniano e outras pessoas. Segundo Darnton, outro grande propagador de informações falsas foi Pietro Arentino (1492-1556) que escrevia textos difamatórios sobre personalidades da época e fixava-os em uma estátua de uma praça em Roma.

No entanto, de acordo com o pensamento de Hannah Arendt, é apenas na modernidade que a mentira começa a ser tratada como um problema relevante: “Somente com o ascenso da moralidade puritana, que coincide com o surgimento da ciência organizada, cujo progresso teve que se assegurar sobre o solo firme da absoluta veracidade e fidedignidade de todo cientista, foram as mentiras consideradas ofensas sérias” (ARENDR, 1997, p. 289). A hipótese trazida pela filósofa é que a resignificação do problema causado pelas mentiras é também fruto dos processos de organização de tais mentiras, que as tornaram diferente das dos mentirosos particulares, que mentiam “por conta própria” e que, por isso, tinham influência reduzida antes da modernidade.

Se na modernidade ocorreu um processo de “organização das mentiras”, como defende Arendt, na atualidade este processo encontrou nas redes sociais de internet um eficiente modo de propagação. As últimas duas décadas foram marcadas pelo aparecimento e massificação de novas tecnologias, principalmente as relacionadas à informação e à comunicação. Na rede, se proliferaram milhões de sites que tratam dos mais variados assuntos. Alguns deles ~~elaramente~~ possuem conteúdos que não se pretendem noticiosos ou jornalísticos. Outros, no entanto, usam o formato jornalístico para propagar suas ideias, mas não produzem os conteúdos baseados nos valores que constituem o jornalismo, como a verdade. Segundo Ramonet (2012, p. 22), no mundo conectado, “cada cidadão torna-se um ‘jornalista’ em potencial. Na frente da sua tela (de computador, telefone ou de palmtop), o internauta que domina os recursos da Web 2.0 não se julga inferior ao jornalista profissional. Ele disputa com ele seu status privilegiado”. A atuação potencial de todos os cidadãos como divulgadores de informações

para um grande público através da internet também é tratada por Kovach e Rosenstiel (2004) e por Costa (2009).

A divulgação de informações é fundamental para a formação da opinião pública, da consciência que os cidadãos têm da (ou do que é) a realidade. Assim, o controle do fluxo das informações estrutura a ordem política, econômica e social do país. Do aspecto político, a divulgação e/ou ênfase em determinado assunto pode alterar ou manter um determinado ordenamento político. Conscientes disso, indivíduos e grupos têm tentado lançar ao grande público conteúdos alternativos dos mais variados tipos. Apesar de haver conteúdo de qualidade sendo produzido por não-jornalistas, também é grande o número de blogs, canais e páginas que visam enganar, iludir, desinformar, conquistar pela emoção, etc. Isto se dá em diversos âmbitos, mas manifesta-se fortemente no âmbito político:

Dinâmicas inéditas surgem das quais ninguém tinha ideia. Podem permitir a elaboração de uma sabedoria coletiva ou também uma imbecilização generalizada, contra a qual nos coloca em guarda a famosa lei de Godwin (definida em 1990, pelo advogado americano Mike Godwin), segundo a qual “quanto mais uma discussão de prolonga na rede, maior é a possibilidade de que apareçam comparações fazendo alusões aos nazistas ou a Hitler”, ou seja, à “bomba atômica retórica” que poderia suprimir todo debate (RAMONET, 2012, p. 25).

Com um grande número de informações circulando pela internet, Bruns (2014) defende que a ideia de “gatekeeper” – de imprensa-guardiã – já não possui o mesmo peso de antes. A restrição de espaço para um número variado de informações não é problema na internet. Se um grande jornal não quiser divulgar um acontecimento, ao menos um dos inúmeros websites noticiosos da região irá fazê-lo. E, além de dar a informação, opinarão sobre ela. No entanto, as mudanças trazidas pela internet “não significam, como alguns sugeriram, que o conceito de juízo crítico aplicado às notícias – ou seja, a tentativa de decidir o que as pessoas precisam de saber e querem saber para se autogovernarem – esteja obsoleto. Muito pelo contrário, tornou-se ainda mais necessário” (KOVACH e ROSENSTIEL, 2005, p. 23).

### **3.4.1 A pós-verdade como conceito**

Todos os anos o Departamento de Dicionários (Oxford Dictionaries) da Universidade de Oxford, no Reino Unido, elege a “palavra do ano”. Em 2016, a escolhida foi “pós-verdade” (post-truth). De acordo com o órgão tal vocábulo é um adjetivo “que se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do

que apelos à emoções e a crenças individuais” (OXFORD DICTIONARIES APUD FÁBIO, 2016, s/p). O termo, usado desde 1992, foi mencionado 2.000% a mais em 2016. Grande parte deste crescimento deve-se a dois acontecimentos políticos que tiveram repercussão mundial: a eleição de Donald Trump para presidente dos EUA<sup>17</sup> e o “Brexit” – plebiscito no qual o povo do Reino Unido decidiu deixar a União Europeia<sup>18</sup>.

Ramonet (2012) afirma que, na atualidade, o jornalismo passa por um processo de erosão de sua credibilidade. Segundo o autor, a “revolução da internet” é parte importante disso. As novas tecnologias e as redes sociais facilitam muito a disseminação de conteúdos falsos que são tidos como verdadeiros por grandes contingentes de pessoas. Em diversas ocasiões, a confiança na informação falsa se dá por imperícia ou ingenuidade. Entretanto, a questão da pós-verdade se baseia principalmente na confiança baseada nas emoções e nas crenças pessoais. Ou seja, a pessoa lê uma notícia e, se tal notícia lhe agrada, passa a ser credível e verdadeira. Se a notícia não agrada, é tida como incorreta, mentirosa ou manipuladora. Refletindo sobre o pensamento de Adler (2006)<sup>19</sup>, Lisboa afirma que:

No momento da leitura, também entram em jogo as condições de recepção, que envolvem a experiência prévia do leitor com o jornalismo, suas crenças, gostos e preferências, que condicionam seu interesse e a interpretação do relato jornalístico. Como membro de uma comunidade, um indivíduo confronta as informações recebidas pelo jornalismo com uma série de outros relatos ou fontes, presumidamente independentes, com as quais já tenha entrado em contato e que proporcionaram a ele um aprendizado (LISBOA, 2012, p. 28).

Este é o nó da pós-verdade. Franciscato (2005) afirma que a legitimidade social que o jornalismo conquistou para elaborar um relato fiel das ocorrências cotidianas é instável pois diariamente é colocada em questão. Se a experiência prévia do leitor faz com que ele não aceite o que o jornalismo lhe entrega, o jornalismo não conseguirá construir um senso de comunidade e sua contribuição para a construção da democracia estará comprometida. Neste contexto, é fundamental nos apegarmos à centralidade da verdade no jornalismo. Mas aí temos um problema apontado por Cornu (1999), com base no pensamento de Habermas:

<sup>17</sup> O multimilionário Donald Trump venceu as eleições presidenciais americanas mesmo sendo uma figura bastante controversa. Em sua campanha, várias vezes atacou os órgãos de imprensa. Por sua postura não convencional, praticamente todos os analistas políticos davam como certa a sua derrota. Muitas pessoas atribuíram o sucesso do republicano às notícias falsas favoráveis a ele espalhadas na internet.

<sup>18</sup> O referendo sobre a permanência do Reino Unido na União Europeia foi uma promessa do então primeiro-ministro David Cameron. O premier era radicalmente contra a saída, mas prometeu realizar a consulta pois acreditava que após um grande debate a maioria da população votaria pela permanência. Os jornais davam como certo a vitória de Cameron. O índice de abstenção entre os que gostariam de ficar na U.E. foi alto. Por outro lado, os cidadãos que optaram pela saída fizeram uma grande mobilização, notadamente no interior da Inglaterra e em Gales, e conseguiram a vitória.

<sup>19</sup> ADLER, Jhonathan. *Epistemological Problems of Testimony*. Encyclopedia of Philosophy. 2006. Disponível em: <https://plato.stanford.edu/entries/testimony-episprob/>. Acesso em 11 de jun. 2011.

A verdade não é um privilégio reservado à ciência. A verdade está igualmente em jogo em questões práticas. O problema é que não se trata, no domínio prático, de conhecimento. Trata-se de interesses. E pela sua imersão na sociedade, a actividade jornalística também não escapa aos conflitos de interesses, seja qual for a exterioridade adoptada pelo jornalista observador relativamente ao político (CORNU, 1999, p. 396).

A esfera política é marcada pela constante disputa pela preferência dos eleitores. Uma notícia que, de certa forma, traga uma informação favorável a algum partido ou personalidade, pode ser interpretada como uma adesão política do jornal ou do jornalista ao partido A, ou ainda, como uma tentativa de desqualificar seus adversários. Este problema também existe quando um jornalista ético, com compromisso de transmitir os fatos e interpretações da maneira mais justa e equilibrada possível, faz seu trabalho em um cenário ideal. Se os problemas existem no cenário ideal, eles se amplificam ainda mais quando entram em campo jornalistas e veículos que têm como objetivo a promoção de determinados atores políticos. E, se anteriormente os problemas se concentravam nos veículos e jornalistas ideologicamente posicionados, agora, com as novas mídias, há diversos outros grupos de pessoas que produzem conteúdos e os veiculam na internet. Muitos desses conteúdos reproduzem, inclusive, o formato e a estética da notícia, porém sem compromisso com a verificação e a verdade dos fatos.

### **3.4.2 Os tipos de *fake news***

As notícias falsas que circulam pela internet não apresentam uma face única. Vários são os atores que as produzem; vários também são as linguagens e meio de propagação que usam e os temas que retratam. Uma tentativa de caracterizá-las priorizará um aspecto em detrimento de outros. Alan Rusbridger, diretor do Reuters Institute for the Study of Journalism, categoriza as notícias falsas em três grupos: as inventadas para ganhar dinheiro; as criadas para propaganda política; e as que são humorísticas ou irônicas, mas são compartilhadas inadvertidamente como verdadeiras.

Sá (2017) afirma que os três tipos são estimulados ou têm sua propagação facilitada tanto pelo Facebook quanto pelo Google. Mas sobretudo as do primeiro tipo, pois estes sites (Google e Facebook) premeiam (pagam) os outros sites de acordo com o fluxo de tráfego que estes têm, pois são esses que hospedam os anúncios que dão lucro para Google e Facebook. Silva (2017, s/p) vai além e diz que o que existe hoje é a “industrialização da notícia falsa”,

uma vez que as plataformas pagam para os sites muito clicados e os sites de *fake news* se especializam em produzir conteúdos que chamam a atenção do internauta, são clicados e geram lucro para o site.

Um exemplo destas indústrias de notícias falsas é mostrado na reportagem sobre notícias falsas da Folha de São Paulo do dia 19 de fevereiro de 2017 (VICTOR, 2017). A reportagem cita inúmeros sites mantidos por Alberto Júnio da Silva, que dissemina notícias falsas ou com conteúdos sensacionalistas, a fim de receber muitos cliques. Não há um discurso político único em suas páginas – algumas são de direitas, outras de esquerda e outras contra todos. Segundo estimativa mostrada na reportagem, baseadas no fluxo de visitantes de um dos sites de Júnio da Silva, o *Pensa Brasil*, este domínio renderia em anúncios de R\$ 100 mil a R\$ 150 mil mensais. A metade deste valor ficaria com o dono do site. Sites como esse não têm como prioridade nem a construção de uma credibilidade junto aos leitores nem a produção de conteúdo de qualidade. Esperam que os internautas se interessem por seus conteúdos pelo fato de se tratarem de fatos extraordinários ou sensacionais. Não é raro encontrar “manchetes” do tipo “Animal gigante é encontrado na praia do Vietnã” ou “Veja incrível macaco que nasceu com duas cabeças”. A verdade pragmática é a que vale. Se tal afirmação nos traz algum tipo de retorno, ela vai ser defendida por nós como verdadeira.

Sobre as notícias falsas com propósitos políticos, mesmo que o termo pós-verdade tenha se popularizado recentemente, existem algumas pesquisas que evidenciaram que o fenômeno já ocorre há algum tempo:

Oyedeji (2008)<sup>20</sup> constatou que um contexto de descrença na mídia e uma forte polarização social podem levar o público a rejeitar informações verdadeiras e equilibradas de veículos que declaram um posicionamento político diferente do seu. Essa condição leva a situações em que leitores acabam dando crédito a relatos tendenciosos e inverídicos de veículos com quem compartilham a mesma visão ideológica. Em nova pesquisa empírica, Oyedeji (2008) verificou que a audiência não avalia novas informações por seus méritos próprios, mas com base na percepção prévia de credibilidade do veículo [...]. Consequentemente, o declínio da percepção de credibilidade da mídia é tanto um produto da crescente polarização e partidarização social quanto dos erros e inconsistências jornalísticas” (LISBOA, 2012, p. 21).

O fenômeno de selecionar para ler somente aquilo que corresponde com suas opiniões ganhou o nome de “bolha virtual”. Na “bolha virtual”, o sujeito consegue se relacionar majoritariamente com aquilo que concorda, lhe agrada ou lhe interessa. Essas “bolhas” são

---

<sup>20</sup> OYEDEJI, Tao. **The credible brand model: the effects of ideological congruency and customer-based brand equity on media and message credibility.** Tese de doutorado. Estados Unidos: University of Missouri, 2008. Disponível em: <<https://mospace.umsystem.edu/xmlui/bitstream/handle/10355/5574/research.pdf?sequence+3>>. Acesso em: 05 de fev. 2012.

potencializadas pelas redes sociais, uma vez que essas redes, por meio do uso de algoritmos, selecionam e entregam ao usuário conteúdos que ele potencialmente irá gostar por meio da análise do seu comportamento online. Assim, uma pessoa acaba recebendo mais daquilo que gosta e tem reduzido seu acesso a pensamentos discordantes. Este tipo de pós-verdade pode ser relacionado à teoria da verdade como conformidade. Tudo o que está conforme a nossa ideologia ou nossa crença é, portanto, verdadeiro.

Quanto ao último grupo proposto por Rusbridger, o de notícias humorísticas ou irônicas compartilhadas como verdadeiras, Sá (2017b) cita um levantamento feito em conjunto pela Universidade Columbia e o Instituto Nacional de Pesquisa em Informática e Automação, da França, que apurou um dado revelador: 59% dos links compartilhados nas mídias sociais não são nem ao menos abertos por quem os compartilha. Victor (2017) traz outro dado importante: pesquisa realizada pela Universidade de Stanford, com alunos dos ensinos fundamental, médio e superior revelou que a maioria deles não consegue diferenciar notícias produzidas por fontes confiáveis de anúncios ou de informações falsas

Podemos ver que as motivações para invenção de informações são variadas. Mas não é só isso, a maneira com que elas surgem, se propagam e o tempo que duram podem ser bem diferentes. Para entendermos melhor a dinâmica das notícias falsas, separamos três casos recentes para serem analisados com base na discussão teórica realizada até aqui.

#### 4. O FUNCIONAMENTO DA PÓS-VERDADE: TRÊS CASOS PARA REFLEXÃO

A análise deste trabalho parte da observação de três casos de circulação de informações falsas em que o jornalismo é um dos atores envolvidos. Estes casos foram escolhidos por conterem diferenças quando levamos em conta alguns aspectos importantes, como sua origem, forma principal de circulação e forma de desmentido. Acreditamos que os casos se enquadram bem ao conceito de pós-verdade; usamos o conceito para validar a escolha deles. É importante ressaltar que, mesmo a pós-verdade se relacionando com as chamadas *fake news*, principalmente quando o conceito de pós-verdade é tratado em estudos do campo jornalístico, a pós-verdade não se encerra ao que comumente é chamado de *fake news*.

Em cada caso, o jornalismo representa um papel distinto: no primeiro, o jornalismo, por meio da checagem, é quem desmente a informação falsa e explica o contexto da imagem em circulação nas redes sociais; no segundo, a informação mentirosa parte de um blog jornalístico e é repercutida sem checagem de veracidade por outros veículos; no terceiro, jornalistas, jornais e usuários da rede social Instagram são enganados por uma falsa história por detrás de fotos de conflitos armados e de zonas de guerra. O primeiro caso trata-se da foto que demonstrava o lixo espalhado pelo chão do Rock in Rio ao final da edição de 2017; o segundo, do suposto câncer de pele da apresentadora Ana Maria Braga; e, o último, do fotógrafo Eduardo Martins. Os dois primeiros aconteceram em 2017 e o terceiro foi descoberto falso neste ano, mas perdurava desde 2014.

A leitura desses três casos, selecionados por sua relevância na discussão proposta, será feita à luz dos conceitos sobre ética, verdade, pós-verdade trazidos até aqui. Quanto aos aspectos metodológicos, essa é uma pesquisa qualitativa, que se divide em uma etapa bibliográfica e em uma reflexão dos casos supracitados. Pode ser entendida também como um estudo exploratório, já que os fenômenos em questão, a pós-verdade e a circulação intensa de notícias falsas com intuitos diversos, é algo recente e ainda pouco explorado teoricamente. Além disso, é também exploratório na medida em que prepara o terreno para estudos futuros mais aprofundados, com *corpus* delimitado e análise sistematizada conforme determinadas categorias teóricas (LAKATOS, 2003; GIL, 2008).

#### 4.1 Caso do lixo no Rock in Rio

A edição de 2017 do Rock in Rio<sup>21</sup> ficou marcada pelos discursos a favor do meio ambiente e, notadamente, em defesa da Floresta Amazônica. Semanas antes do festival, o Governo Federal publicou um decreto que extinguiu a Reserva Nacional do Cobre e Associados (RENCA)<sup>22</sup>. Essa reserva está situada entre os estados do Amapá e do Pará. Dentro do território da RENCA, são nove as áreas protegidas, dentre elas o Parque Nacional Montanhas do Tumucumaque, Estação Ecológica do Jari, Reserva Extrativista do Rio Cajari, Reserva de Desenvolvimento Sustentável do Rio Iratapuru, além do território indígena do povo Wajãpi. Tal decreto foi muito criticado por especialistas e entidades ambientais, a ponto de o governo revogá-lo depois do Rock in Rio. A polêmica ambiental ganhou ainda mais notoriedade pois o decreto havia sido editado semanas depois de outra polêmica que envolveu a questão ambiental, que dizia respeito a Floresta Nacional do Jamanxim<sup>23</sup>.

No show da cantora norte-americana Alicia Keys, houve uma participação de Sonia Guajajara, ativista indígena, que discursou a favor da preservação da Floresta e da demarcação de terras indígenas: "Existe uma guerra contra a Amazônia. O governo quer colocar à venda uma área grande de reserva mineral. Senadores, vocês têm a chance de evitar isso na votação que vai haver. E nós estaremos de olho. Não existe plano B."<sup>24</sup> Entre os destaques do engajamento na causa ambiental do festival, também esteve a Top Model Gisele Bündchen. Na noite do dia 15, ela lançou o projeto Amazônia Live, que segundo a organização do evento, planeja plantar 1 milhão de árvores em áreas desmatadas nas nascentes do Rio Xingu. Pretende, ainda, conseguir doações para plantar outros 3 milhões de árvores. O Amazônia Live é mais um projeto da organização do Rock in Rio, que, no ano de 2008, lançou em Madri o projeto *Por um Mundo Melhor*. Dentre as ações desenvolvidas pela

---

<sup>21</sup> O Rock in Rio é um festival de música que teve sua primeira edição em 1985. O evento foi idealizado pelo publicitário e empresário Roberto Medina e na primeira edição reunia apenas artistas do Rock. A segunda edição ocorreu em 1991 e, a terceira, em 2001. Em 2004, foi realizada a primeira edição internacional, em Lisboa, Portugal. Hoje, após 32 anos, o festival possui um cronograma que inclui outros gêneros musicais, como o pop, o axé e a música eletrônica. Das 17 edições, nove foram realizadas em outros países: além de Lisboa, receberam o Rock in Rio Madri, na Espanha e Las Vegas, nos Estados Unidos. Em 2017, a edição aconteceu entre os dias 15 e 24 de setembro, no Parque Olímpico da cidade do Rio de Janeiro. Entre as principais atrações estavam Red Hot Chili Peppers, Guns N' Roses, Bon Jovi, Aerosmith, Justin Timberlake e Maroon 5.

<sup>22</sup><https://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/governo-federal-extingue-reserva-ao-sul-do-amapa-para-liberar-exploracao-mineral.ghtml>

<sup>23</sup> O Congresso Nacional havia aprovado um projeto para flexibilização das regras de preservação da Floresta Nacional do Jamanxim, no Pará. Após pressão de ambientalistas, o presidente Michel Temer vetou o projeto. Mas depois de alguns dias, o presidente enviou um projeto de substituição ao primeiro, que foi considerado ainda pior.

<sup>24</sup><http://cultura.estadao.com.br/noticias/musica,alicia-keys-faz-o-maior-protesto-politico-do-festival,70002005362>

organização desde 2008, estão a doação de 700 mil dólares para compensação de emissões de carbono; a equipagem de 20 escolas com painéis de energia solar; a elaboração do plano de sustentabilidade em 2010; e a disponibilização de um modo de contribuição para o plantio de árvores em 2016 durante o festival em Lisboa. Todo esse posicionamento ambiental fez com que, no ano de 2013, o Rock in Rio recebesse a certificação internacional da norma ISO 20121, que diz respeito à gestão sustentável.

Depois da veiculação das notícias sobre o posicionamento das celebridades a favor da agenda ambiental, passou a circular nas redes sociais, notadamente no Twitter, imagens de um espaço de show cheio de lixo supostamente atirado pelo público com legendas mais ou menos assim: “Pessoas do Rock in Rio querem salvar a Amazônia, mas não conseguem colocar o lixo no lugar certo”. Após se espalhar pelas redes sociais, a “notícia” alcançou mais projeção quando passou a ser veiculada por algumas páginas da internet que usam o formato jornalístico para divulgar informações e opiniões. Uma destas páginas foi a *Jornal da Cidade Online*, que possui mais de 149 mil curtidas<sup>25</sup> na página dedicada ao jornal no Facebook. A matéria afirmava: “O drástico é ver que após os shows, a plateia, teoricamente entusiasta e simpatizante da ideia, foi incapaz de juntar o próprio lixo, destoando às completas de qualquer iniciativa voltada para uma proposta de inspiração ambiental” e concluía “Lamentável! ”. Nem a foto nem a matéria tinham indicação de autoria.

A informação falsa circulou por alguns dias. É difícil precisar até quando ela continuou com alto engajamento, mas é possível afirmar que tamanha circulação motivou resposta no campo jornalístico. A Agência Lupa, especializada em *fact checking*<sup>26</sup>, foi verificar se tratava-se de um boato ou não. No dia 19 de setembro, a Agência publicou uma matéria a fim de esclarecer que a informação não correspondia à verdade. Trata-se de uma foto do Rock in Rio, mas não da edição de 2017. Era de 2013. A foto em questão foi usada fora do contexto original, de maneira a confundir quem lia a matéria. A autoria é do fotógrafo Flávio Moraes e foi publicada originalmente no portal G1. Depois da iniciativa da Agência Lupa, vários outros jornais repercutiram a informação verdadeira.

---

<sup>25</sup> Número de curtidas visto no dia 29/11/2017.

<sup>26</sup> O *fact checking* é a verificação de informações publicitadas por outras fontes que não a pessoa ou veículo que faz a verificação. São usados para verificação dados, pesquisas e registros. Geralmente, são checadas falas de políticos. As agências especializadas em checagem são os atores mais expressivos no meio, embora vários veículos tradicionais tenham estreado projetos de *fact checking* nos últimos meses.

Imagem 1: *fake news* sobre o Rock in Rio

Fonte: Jornal da Cidade Online

Imagem 2: Fotos são de outra edição



Fonte: Jornal da Cidade Online

Chama atenção neste caso o fato de que mesmo depois de ser amplamente divulgada a informação verdadeira, o *Jornal da Cidade Online*, assim como a página *Guia Medianeira* (outra que compartilhou a *fake news*), não retiraram do ar nem publicaram uma errata sobre a veracidade da notícia veiculada.

Imagem 3: matéria da Agência Lupa

**piauí** ÚLTIMAS HISTÓRIAS | COLABORADORES | ESQUINAS | VÍDEOS | THE PIAUÍ HERALD | FESTIVAL | NESTE MÊS | ASSINE | Q

## Imagem que mostra lixo acumulado no Rock in Rio não é da edição de 2017

por LEANDRO RESENDE

19.09.2017 | 10H09 | CULTURA

Circula nas redes sociais uma foto que mostra uma grande quantidade de lixo que teria sido acumulada após um dos dias de shows do Rock in Rio de 2017. A imagem vem acompanhada de um texto que critica uma suposta hipocrisia dos participantes do evento, marcado, até agora, pelos protestos de cunho político e em defesa da preservação da

Gostamos de pensar que, agindo assim, contribuimos para aprimorar o debate público. Todas as frases que analisarmos serão classificadas segundo as oito etiquetas abaixo:

- Verdadeiro**  
A informação está comprovadamente correta
- Verdadeiro, mas**  
A informação está correta, mas o leitor merece mais explicações
- Ainda é cedo para dizer**  
A informação pode vir a ser verdadeira. Ainda não é
- Exagerado**  
A informação está no caminho correto, mas

Fonte: Agência Lupa

Imagem 4: Fotos receberam a tag falsa



A foto que acompanha esta postagem não é deste Rock in Rio, como o texto sugere. Foi clicada no último dia da edição de 2013. A imagem foi originalmente publicada no portal G1 e é de autoria do fotógrafo Flávio Moraes.

Segundo a Comlurb, foram recolhidas 177 toneladas de lixo no primeiro final de semana do festival deste ano. Em 2013, no mesmo período foram 30 toneladas. A informação foi divulgada na época pelo G1 e pelo R7, entre outros portais de notícias.

Os números indicam, portanto, uma alta na quantidade de lixo

Fonte: Agência Lupa

É notória a tentativa da *fake news* de desqualificar a ação de conscientização ocorrida na última edição do Rock in Rio. Podemos apontar pelo menos três maneiras de interpretar tal desqualificação. A primeira é de que a organização do evento e os artistas envolvidos não estavam genuinamente interessados na causa ambiental, usaram-na somente para se autopromover. A segunda é que, se a preocupação da organização e dos artistas era verdadeira, o público fingiria estar sensibilizado, mas essa preocupação é superficial e não resulta em ações concretas. A terceira é que os artistas e a organização se preocupam realmente com a causa, mas não têm poder de influenciar seus espectadores. Ainda pode se

pensar que a tentativa de desqualificação da *fake news* envolvia os três atores – organização, artistas e público.

Outra questão também precisa ser levada em conta na hora de analisar uma fotografia com lixo depois de uma série de shows: a quantidade enorme de pessoas pode resultar em lixo no chão, mesmo que muitas delas tenham consciência ecológica. O festival recebeu até 100 mil pessoas em um único dia (BRANDÃO, 2017). Paremos e pensemos: se deste público estimado de 100 mil, 80% estivessem plenamente conscientizados e não descartassem o lixo no lugar errado, restariam ainda 20 mil pessoas. Ainda que uma fotografia desta edição mostrasse lixo espalhado, a devida interpretação seria necessária para não distorcer a verdade. Como vimos no pensamento de Cornu (1999), se a observação é feita, mas não é acompanhada com a devida interpretação, a verdade pode não ser alcançada.

Ao usar a matéria da *Lupa* como exemplo na elucidação desta *fake news*, chamamos atenção para um recurso utilizado pela agência que contribui para o entendimento da verdade como um processo. Trata-se das etiquetas empregadas para classificar cada informação. São oito: verdadeiro; verdadeiro, mas; ainda é cedo para dizer; exagerado; contraditório; insustentável; falso e de olho. A noção de dizer que algo pode vir a ser confirmado como verdade, mas ainda não se pode afirmar isso reforça a ideia de verdade como uma construção. As etiquetas *verdade, mas* e *exagerado*, mostra que, mesmo uma informação que contenha aspectos verdadeiros e por isso tenha algum valor, deve ser questionada criticamente. As *tag ainda é cedo para dizer e de olho*, aliadas à checagem feita nas notícias que não são imediatamente checáveis, colaboram para resolução de um problema recorrente no jornalismo tradicional: o esquecimento de alguns assuntos sem mostrar seu desenrolar completo, quando as pautas são substituídas por outras mais “quentes”.

Este caso não se trata de um caça cliques, mas de uma tentativa de convencimento de cunho político. É importante pontuar que, no momento em que Bündchen apresentava o projeto, a plateia gritava em coro “Fora Temer”, em protesto ao presidente da República. E, mesmo que a causa ambiental não represente bandeira exclusiva ou prioritária de um partido político, é evidente que ela traz consigo o tensionamento de uma relação de poder. A baixa preocupação com a veracidade das fotos por parte de quem as compartilhou, exemplifica a constatação de Oyedeji (2008), que afirma que em cenários polarizados politicamente informações verdadeiras e equilibradas tendem a ser rejeitadas em favor de narrativas que ecoem o pensamento de quem as procura.

## 4.2 Caso do suposto câncer de pele de Ana Maria Braga

Ana Maria Braga é uma jornalista e apresentadora. Tem 68 anos e uma longa carreira na televisão. Desde 1999 apresenta o programa *Mais Você*. Do ano 2000 até hoje, o programa ocupa a parte da manhã na grade da TV Globo. O formato é composto basicamente de entrevistas e de apresentação de receitas culinárias. Em 1991, Ana Maria teve um câncer de pele na virilha. No ano de 2001, a apresentadora teve outro câncer, no reto. Em 2015, descobriu um câncer no pulmão. Nos três casos, conseguiu vencer a doença após tratamento.

Em 2017, Ana Maria foi alvo de uma *fake news* que afirmava que mais uma vez ela estaria com câncer. O boato iniciou no jornal *O Dia*, com uma publicação na coluna do jornalista Leo Dias<sup>27</sup>, que é especializada em fofocas de celebridades. A notícia falsa dizia que a apresentadora tinha um câncer de pele no rosto e que tinha se afastado de seu programa para se submeter a uma cirurgia. A coluna de Leo Dias foi publicada no sábado, dia 21 de outubro. Na internet, a informação gerou comoção entre os fãs da apresentadora.

Imagem 5: Matéria trazia notícia que foi desmentida



# Ana Maria Braga se submete a cirurgia no rosto após descobrir câncer de pele

Apresentadora está de licença enquanto Patrícia Poeta e Zeca Camargo assumem programa

Fonte: Jornal *O Dia*

Depois de divulgada, a farsa foi difundida por blogues da internet e por outros veículos jornalísticos, dentre eles o *Portal Terra* e a *Folha de São Paulo*, que não se preocuparam em apurar a veracidade da informação, mas apenas repercutiram a coluna de

<sup>27</sup> Leonardo Antônio Lima Dias tem uma carreira especializada em notícias de celebridades e fofocas. Já passou por diversas revistas deste tipo e atualmente além da coluna no jornal *O Dia*, apresenta o programa *The Bate Boca*, na rádio *Mix Fm do Rio de Janeiro*, e o programa *Fofocalizando*, no *SBT*.

Dias. Aliás, quando pensamos no processo de apuração, não vemos nenhum esclarecimento por parte de quem deu a informação sobre como ela foi conseguida, sobre quem a teria confirmado. O *Terra* ainda completou a informação com a lembrança de que recentemente a apresentadora havia afirmado que faria seu quarto testamento – desta vez para garantir o cuidado de seus animais de estimação, caso viesse a morrer.

Na segunda-feira, dia 23 de outubro, a apresentadora voltou ao *Mais Você* e disse que estava bem e que a ausência no trabalho teria sido motivada por um período de folga, que teria desfrutado em seu sítio no interior de São Paulo. Ana Maria agradeceu o carinho das pessoas que entraram em contato para lhe prestarem solidariedade, mas reiterou que estava bem. Aproveitou para ironizar a notícia falsa dizendo “pode dar um *close*”, na tentativa de mostrar que estava bem e sem marcas da suposta cirurgia. Ainda alfinetou Leo Dias em seu quadro *Mensagem do Dia*, que era a seguinte “Têm pessoas que são como o vinho, elas ficam melhor com uma rolha na boca!”. Depois de desmentida pela apresentadora, vários portais e páginas no Facebook deram a informação correta.

Imagem 6: Ana Maria Braga ironiza notícia falsa sobre suposto câncer



Fonte: Portal *Gshow*

Neste caso, o que chama atenção é o fato de uma informação sem nenhuma correspondência com a verdade ser propagada a partir de um veículo jornalístico. Ainda que a informação esteja em um espaço de opinião, as colunas de jornais não estão fora do contrato

simbólico do jornalismo com o público, que se baseia na veracidade dos relatos. A opinião não comporta a invenção. Leo Dias infringiu todos os artigos do código de ética que dizem respeito à verdade. E, se por qualquer motivo ele tenha se confundido, enganado ou sido incapaz de apurar as informações corretas, deveria esclarecer todo o contexto ao público o mais rápido possível depois de descobrir o engano. Poderia incluir, por exemplo, a inserção de uma errata bastante ressaltada na matéria original. No momento da seleção deste caso, a matéria ainda estava publicada com as informações falsas no site de *O Dia*. Já a *Folha de São Paulo*, no dia 24 de outubro, informou que a informação não passava de um boato.

Um problema ético também se apresenta no tipo de cobertura empenhada em escarafunchar a vida de pessoas famosas. Muitas vezes, detalhes pessoais que nada têm a ver com o interesse público são divulgados. Outra questão problemática é a ênfase que o *Terra* dá aos testamentos da apresentadora, como se o possível diagnóstico do câncer fosse uma sentença morte para ela.

### 4.3 Caso do falso fotógrafo Eduardo Martins

Fazer uma reportagem sobre um conflito armado que se baseie em um testemunho ocular dos fatos nunca foi fácil. Tanto os riscos próprios das guerras como as limitações técnicas para o trabalho jornalístico dificultam a proximidade do repórter com os acontecimentos a serem narrados. Por todas essas dificuldades, muitas vezes, os jornais compram materiais de repórteres independentes que, apesar de todos os riscos, se arriscam no *front*. Este teria sido o caso aqui analisado: em meio à cobertura da Guerra Civil da Síria<sup>28</sup>, empresas jornalísticas como a *BBC* e o *Wall Street Journal* usaram em suas matérias fotos creditadas ao fotógrafo Eduardo Martins. A verdade sobre a identidade do fotógrafo só viria à tona mais tarde: tratava-se de um *fake*. Nem o rapaz era fotógrafo nem as fotos seriam dos acontecimentos que diziam retratar. O perfil do Instagram de “Eduardo Martins” foi criado em meados de 2014 e a fraude foi exposta em setembro de 2017. Este caso possui uma complexidade maior do que os dois primeiros, tanto pela sua abrangência internacional,

---

<sup>28</sup> A Guerra Civil da Síria é um conflito armado que começou em março de 2011, após grandes protestos iniciados em janeiro. Forças de oposição ao governo de Bashar Al-Assad, o qual está no poder desde 2000, se mobilizaram para tirá-lo da frente do governo com a promessa de instaurar um novo regime que seja democrático. Al-Assad diz que seus opositores são terroristas que querem desestabilizar o país. No meio do conflito, surgiu um grupo de terroristas autodenominado Estado Islâmico, que pretende estabelecer um país baseado no Islamismo radical, em áreas pertencentes à Síria e ao Iraque. O governo sírio é apoiado pelo Irã e pela Rússia. Arábia Saudita, Turquia, França e Estados Unidos se opõem ao regime.

quanto pelo tempo que levou para ser descoberto e desmentido. Sobre isso, Sanches, Ribeiro e Barrucho escrevem:

A história era de grudar os olhos na tela: um fotógrafo brasileiro, jovem, loiro e bonito, que havia superado abusos na infância e uma leucemia no início da vida adulta e se lançara às principais zonas de guerra do mundo, entre elas Iraque e Síria, para registrar o sofrimento humano. O resultado do trabalho eram imagens com alma, que poderiam estampar as páginas de qualquer publicação jornalística do mundo. O problema é que grande parte desta história era mentira (SANCHES, RIBEIRO, BARRUCHO, 2017, S/N).

“A história” foi desmentida por três repórteres da BBC: Mariana Sanches, Natasha Ribeiro e Luis Barrucho, sediados em São Paulo, Beirute e Londres, respectivamente. A matéria que revelava a mentira foi publicada no site da BBC Brasil no dia 01 de setembro de 2017. Entre os elementos que compunham a narrativa sobre o suposto fotógrafo, possivelmente paulistano, de 32 anos, estaria o vínculo com a agência de refugiados da ONU, uma passagem por um lar de menores soropositivos no Quênia e a produção de um documentário para a Netflix. Essas informações foram checadas pelos repórteres e nenhuma era verdadeira. Eduardo Martins também daria aulas de esportes para crianças na Palestina. Essa informação, porém, a reportagem não foi capaz de verificar, embora se acredite não ser verdadeira. O indício de que esta seja mais uma das mentiras é a foto de um garoto em Gaza, anteriormente atribuída a “Eduardo”, que se descobriu ser de autoria do americano Daniel C. Britt, na cidade de Kirkuk, no Iraque, em 2010.

Imagem 7: foto *fake* do menino palestino.



Palestinian boy screaming after the clash against Israeli forces, east Gaza.

Fonte: BBC Brasil, originalmente publicada pela Recount Magazine

A farsa foi marcada por momentos de exposição e ostracismo. “Eduardo Martins” protagonizou uma reportagem da edição brasileira da *Revista Vice*, em 2017, em que deu

detalhes sobre o dia a dia dos conflitos na Síria e no Iraque. A fama também se estendia à sua conta no Instagram, que registrava mais de 127 mil seguidores antes de ser deletada. Entre estes milhares de seguidores, estavam suas cinco namoradas. Segundo a reportagem da BBC, o relacionamento era estritamente virtual.

Em alguns momentos, os repórteres e outros correspondentes tentavam contatá-lo sem sucesso, que geravam inclusive preocupação quanto a sua segurança em áreas de conflito. Quando retomava contato, o “fotógrafo” justificava o sumiço com a alegação de problemas logísticos e de conexão da internet das áreas onde dizia estar. O fotógrafo de mentira conseguiu a confiança de profissionais de verdade. Entre os que ajudaram a propagar seu trabalho estão o fotógrafo brasileiro Marco Vitale e a romena, radicada nos EUA, Diana Alhindawi<sup>29</sup>. Em outra frente para ganhar credibilidade, buscava explorar interações nas redes sociais, nas quais era possível acompanhar comentários de amigos (que provavelmente também são *fakes*) que seguidamente elogiavam suas fotos. Era no meio destes comentários que estavam o do suposto repórter do *Wall Street Journal*, Thomaz Griffin. Acontece que, quando a BBC procurou por esse jornalista, o jornal americano disse que em seu quadro de colaboradores não havia ninguém com esse nome. E, além de usar o nome da ONU para se promover, com o tempo passou a usar as matérias que já haviam saído sobre ele (ou que continham suas fotos) para aumentar a creditação em seu trabalho.

Imagem 8: Matérias publicada da BBC Brasil com fotos creditadas a “Eduardo Martins”.



Fonte: BBC Brasil

<sup>29</sup> Marco Vitale disse à BBC que conheceu “Martins” através de uma pessoa real, que dizia ser namorada dele e apresentou-lhe o virtualmente. Diana Alhindawi, trabalha em zonas de guerra e seguidamente contribui para o *The New York Times*. Contatada pela BBC, ficou surpresa com as suspeitas sobre a veracidade de “Eduardo Martins”.

Imagem 9: Matéria do *The Wall Street Journal*

Fonte: BBC Brasil

“Eduardo Martins” usava muito o WhatsApp. Sempre por meio de texto ou de áudios previamente gravados. Por vezes, postava fotos em ambientes de praia e surfando, em momentos que seriam, supostamente, de folgas entre uma cobertura e outra. As legendas diziam ser na Austrália. Sempre despistava os pedidos de conversa por vídeo. Afirmava que no lugar em que se encontrava a conexão da internet era lenta e que, por isso, a qualidade do vídeo seria muito ruim. Apesar da recorrente desculpa, algumas vezes chegou a contatar repórteres via vídeo pelo Skype. Os vídeos apresentavam uma qualidade muito ruim, o áudio era inaudível e logo depois o sinal da internet “caia” e a vídeo-chamada era assim encerrada. É aí que temos a intersecção da “história” com o verdadeiro dono do rosto de “Eduardo Martins”. As fotos em que aparece o rosto do *fake*, na verdade pertence a Max Hepworth-Povey, um surfista inglês que trabalha como guia turístico no norte da Espanha. O surfista ficou espantado e achou que era uma *trollagem*<sup>30</sup> na internet quando um amigo editor de uma revista lhe mandou o link da reportagem da BBC Brasil. Depois de empreender uma busca pelo verdadeiro dono das imagens, a BBC entrevistou Max que, assim, pode contar algumas coisas que ajudam a clarear o ocorrido:

<sup>30</sup> *Trollar* é uma gíria que surgiu na internet e se expandiu para o cotidiano. Trata de fazer uma “pegadinha”, zoar, tirar sarro de alguém, usando um argumento falso, uma mentira, montando uma situação constrangedora.

Quando eu tinha Facebook, há três anos, uma pessoa que se identificou como Bruno entrou em contato comigo e disse que queria propor um trabalho sobre surfe. Eu disse: 'ok, vamos conversar'. Mas nós tivemos uma conversa bizarra por Skype, o vídeo dele não estava funcionando direito, aí eu disse que não estava mais interessado (POVEY, 2017, S/N).

Os repórteres da BBC acreditam que esta fala por Skype tenha sido gravada pelo brasileiro e usada nas poucas vezes em que contactou alguém por vídeo. Como ele sempre alegava que a internet era ruim, bastava alguns momentos de vídeo para manter sua farsa. Mais adiante, complementa “Uma semana mais tarde alguém fez um perfil falso de mim mesmo no Facebook. E eu pensei: 'que diabos?'. Achei aquilo muito sinistro e decidi fechar minha conta no Facebook. Talvez tenha a ver com isso” (POVEY, 2017, S/N). Max disse ainda que achou estranho que, na época, a conta no Facebook do brasileiro que lhe contactou tinha menos de um ano, o que poderia ser indicativo de ser falsa. Foi por volta desta época, meados de 2014, que a conta do Instagram de “Eduardo Martins” foi criada.

Imagem 10: Foto atual de Max Hepworth-Povey.



Fonte: Instagram Pessoal

Se as fotos nas quais dizia ser ele, eram roubadas todas da mesma pessoa, as fotos que eram “seu trabalho” vinham de fontes variadas. Muitas delas foram copiadas do fotógrafo americano Daniel C. Britt. “Eduardo” realizava pequenas alterações nas fotos. Por vezes, simplesmente às invertia para fugir dos mecanismos de rastreamento da internet. Costumava vendê-las através de agências como a *Getty Images*, *NurPhoto* e *Zuma Press*. Procuradas pela reportagem da BBC, as empresas disseram que foram enganadas e excluíram todo o material recebido e creditado a Eduardo Martins.

A matéria da BBC conta que as suspeitas sobre o fotógrafo começaram quando a jornalista Natasha Ribeiro, colaboradora da BBC baseada no Oriente Médio, foi contatada por “Eduardo”, mas desconfiou de suas palavras. Após isso, entre um grupo não muito grande de profissionais brasileiros que cobrem os conflitos no Iraque, constatou-se que ninguém conhecia o sujeito. Nem autoridades nem organizações não-governamentais da Síria e do Iraque o conheciam. A partir daí a checagem de cada elemento contribuiu para desconstruir a farsa. Na BBC Brasil, os acontecimentos tiveram a seguinte ordem: no dia 7 de julho, foi publicada a entrevista com o falso fotógrafo; no fim de julho surgiu a desconfiança sobre a sua real identidade e, apenas em 01 de setembro, foi publicada a reportagem que revelaria a mentira e que, três dias depois, permitiria que as pessoas conhecessem o verdadeiro dono do rosto do perfil *fake*, Max Hepworth-Povey.

Um fato que chama atenção na elucidação do caso é o processo de apuração de um mês empreendido pela redação da BBC. Neste período, os repórteres buscaram diversos órgãos e contataram diversas pessoas para checar as informações. Buscaram identificar de onde vinham as fotos, tanto as pessoais e quanto as dos supostos trabalhos, e também tentaram contatar o investigado, que não foi mais encontrado. Eduardo Martins teria dito à última pessoa que o contatou que viajaria de férias para a Austrália. Esta ação da BBC ilustra uma busca pela verdade como uma construção, um processo que juntou elementos até esclarecer o máximo de informações sobre o fato em questão.

Além disso, a BBC não adotou posição defensiva ou negou seus erros, por mais graves que eles tenham sido. Podemos ver que o compromisso ético deste veículo foi além de simplesmente retirar o conteúdo do ar. Houve uma preocupação em passar aos leitores as informações verdadeiras, contar os detalhes sobre a narrativa, esclarecer como a verdade foi descoberta e de ainda fazer uma nova matéria após contatar o dono das fotos onde aparecia o rosto que “Eduardo” dizia ser seu.

Se levarmos em conta a origem e a circulação dos três casos, cada um deles têm suas particularidades. O primeiro surgiu entre usuários das redes sociais e depois foi compartilhado por páginas que utilizam o formato jornalístico para publicar informações. O segundo se originou em uma coluna de opinião de um jornal e assim foi compartilhado nas redes. No terceiro caso, uma pessoa criou a farsa, levando-a às redes sociais e ao jornalismo, que por um bom tempo não foi capaz de identificá-la. As novas formas de comunicação contribuem com o fenômeno da pós-verdade. No primeiro e no terceiro caso, as redes sociais foram determinantes para o surgimento e propagação da mentira. Mas não é apenas as redes sociais

que trazem desafios. O WhatsApp, por exemplo, é um meio de comunicação que só se popularizou nos últimos anos e hoje é utilizado amplamente por um grande contingente de pessoas; ele mudou a forma de muitas delas se comunicar. No caso do falso fotógrafo, a farsa prosperou muito em função do contato que “Eduardo” fazia por WhatsApp com as pessoas reais. Isso leva a necessidade constante de reinvenção das ferramentas de controle para checar as informações.

O jornalismo foi fundamental para descobrir a verdade em dois dos casos. No primeiro, vemos importância das iniciativas inovadoras na prática jornalística. Foi uma agência de checagem que apurou a origem e o contexto das fotos que estavam a circular. No terceiro caso, a revelação veio com o trabalho criterioso de um veículo tradicional. No segundo caso, a mentira foi esclarecida pela própria vítima do boato. Mesmo que Ana Maria Braga seja jornalista, não foi uma apuração jornalística dela que descobriu a verdade: ela simplesmente sabia a verdade, já que se referia a ela mesma, e contou isso ao público ao seu público.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, refletimos sobre o cenário de propagação das notícias falsas no ambiente midiático. No jornalismo ou fora dele, as chamadas *fake news* têm se propagado com bastante intensidade nos últimos anos, principalmente pela internet. Tal aumento levou ao centro das discussões o conceito de pós-verdade, termo escolhido como a palavra do ano em 2016 pelo Departamento de Dicionários da Universidade de Oxford, no Reino Unido. O conceito se refere à inclinação das pessoas a acreditar mais em suas crenças pessoais e emoções do que em fatos objetivos.

Para conseguir um reconhecimento junto ao público, muitos propagadores de informações falsas usam o formato jornalístico, muitas vezes até dando o nome de “jornal” ao seu site. O público, por sua vez, ora tem dificuldade de diferenciar uma informação falsa de uma verdadeira ora parece não fazer muita questão disso. Por lazer ou engajamento, muitas pessoas compartilham em suas redes sociais estes conteúdos inverídicos, o que chega a levar, em alguns casos, a uma distorção da realidade.

Por outro lado, as notícias falsas também se originam ou são divulgadas pelo jornalismo. A presença maciça da internet na vida das pessoas trouxe novos desafios, como a dificuldade de filtrar um volume muito grande de informações recebidas. Além disso, em um cenário de polarização política e social, o público tende a acreditar menos no jornalismo que busca um equilíbrio entre os lados opostos e mais nos conteúdos que repercutem suas ideias.

Uma atitude fundamental para reforçar a credibilidade e se diferenciar das notícias falsas é fomentar o compromisso ético dos jornalistas. Para isso, é necessário ter em mente que a ética não é uma disciplina normativa, que vai produzir uma lista de “mandamentos”, mas uma ciência reflexiva, que tem sua importância justamente no pensamento e na discussão de um problema concreto. Entre os principais problemas – também chamados de dilemas ou zonas críticas – da ética jornalística estão a dificuldade em se manter independente dos diversos poderes, as falhas na verificação e a necessidade de o jornalista sempre trabalhar com pressa, a má resolução entre as diferenças da liberdade de expressão e a liberdade de imprensa, a espetacularização das informações, a exploração da violência, a invasão da privacidade e o desrespeito à presunção de inocência.

A base da atuação ética do jornalismo é o compromisso de falar a verdade. E a partir da interiorização deste compromisso, os jornalistas são levados a outra questão: o que é a verdade? Tal indagação já era feita há muitos anos por filósofos na antiguidade. Ao longo de

épocas e em sociedades diferentes, pensadores foram desenvolvendo noções para o conceito de verdade. Na atualidade, o agrupamento destas noções deu origem a teorias da verdade, as principais são: a teoria da correspondência, a teoria da coerência, a teoria da conformidade, a teoria da revelação e a teoria pragmática. Para o jornalismo, a teoria da correspondência é a mais adequada, pois afirma que existe uma realidade externa no mundo, que pode ser aprendida por nós, e a verdade é a relação entre o mundo exterior e o que dizemos dele através das linguagens.

A retratação da verdade do mundo pelo jornalismo é uma coisa complexa. É por isso que Cornu (1999) dividiu a busca pela verdade em três ordens: a ordem de observação, quando o profissional vai a campo para entrar em contato com os fatos; a ordem de interpretação – que diz respeito a mediação feita pelo jornalista entre as informações que ele colheu e as pessoas que irão lê-las; e a ordem de narração – que confirma a veracidade através do bem escrever. Cada uma das ordens é complementar e interdependente na busca por uma compreensão melhor do mundo pelos jornalistas.

O conceito de objetividade é importante na discussão sobre verdade no jornalismo. A objetividade diz respeito aos métodos desenvolvidos nas redações para que se possa desenvolver um trabalho mais livre de pré-conceitos pessoais e mais eficiente frente às armadilhas que possam aparecer. Também, a clareza quanto aos métodos de trabalho ajuda a manter a credibilidade que o público atribui ao veículo.

Quanto às notícias falsas criadas por pessoas comuns, observamos três tipos principais: as sensacionais em busca de cliques, as de propaganda política e as humorísticas compartilhadas como verdadeiras. Mesmo que não intencionalmente, Facebook e Google, através de suas estruturas de anúncios e algoritmos, têm ajudado a espalhar *fake news*. Estas notícias criadas por cidadãos comuns na internet são ilustradas pelo primeiro caso analisado, o do suposto lixo no Rock in Rio, que foram amplamente compartilhadas para desqualificar a iniciativa do evento de promover a consciência ambiental.

Na análise dos três casos, podemos ver que o jornalismo não está imune às notícias falsas, seja repercutindo um rumor surgido na internet, citando outros trabalhos jornalísticos com apuração duvidosa ou ainda caindo em armadilhas de alguém se programou para fraudar a imprensa. Os métodos de trabalho e controle precisam estar em constante aperfeiçoamento, principalmente devido às novas tecnologias que vão surgindo. E uma das formas de aperfeiçoamento que é muito bem-vinda é justamente a transparência das ações e métodos jornalísticos. E este é mais um quesito que mostra a inovação das agências de *fact-checking*

que além dos métodos, publicam também suas fontes de receita. As agências checadoras inspiraram os jornais tradicionais a criarem iniciativas de checagem. O trabalho de checagem é uma importante ferramenta para combater as *fake news*; como vimos, foi uma agência que esclareceu o caso das fotos de lixo no Rock in Rio. A maneira com que elas trabalham com o conceito de verdade também ajuda a refletirmos sobre a veracidade das notícias que consumimos.

O esforço contra as notícias falsas contempla tanto aspectos éticos, de compromisso com a verdade e processos de trabalhos que diminuam o erro. As formas de *fake news* são variadas. As tecnologias estão em constante transformação. Por isso, é fundamental a atualização e reflexão sobre as práticas jornalísticas para combater a pós-verdade. A busca por maior credibilidade também contribui para que o público não acredite em tudo que vê na internet. O reforço na qualidade do material produzido pelo jornalismo pode ajudá-lo na reafirmação do seu papel de mediação social, criação de uma identidade coletiva e fomentação da democracia.

## REFERÊNCIAS

- ARENDDT, Hannah. *Entre o passado e o futuro*. São Paulo: Perspectiva, 1997.
- BÍBLIA DE PROMESSAS. 5ª ed. São Paulo: King's Cross Publicações, 2011.
- BRANDÃO, LIV. Ainda maior, Rock in Rio passa no teste com boa estrutura e ecletismo musical. *Jornal O Globo*. 2017. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/musica/ainda-maior-rock-in-rio-passa-no-teste-com-bo-estrutura-ecletismo-musical-21865722>. Acesso em 21 dez. 2017.
- BRUNS, Axel. Gatekeeping, Gatewatching, Realimentação em Tempo Real: novos desafios para o jornalismo. *Brazilian Journalism Research* - vol. 11 - Número 2 – 2014.
- BUCCI, Eugênio. *Sobre ética e imprensa*. São Paulo: Companhia das Letras. 2000.
- CAMELLO, Maurílio José de Oliveira. A questão da verdade na Filosofia. *Theoria: Revista eletrônica de Filosofia* – vol. 1, Número 1. Pouso Alegre, 2009.
- CORNU, Daniel. *Ética da informação*. Bauru: EDUSC, 1998.
- CORNU, Daniel. *Jornalismo e verdade: para uma ética da informação*. 2.ed. Lisboa: Instituto Piaget, 1999.
- COSTA, Caio Túlio. *Ética, jornalismo e nova mídia: uma moral provisória*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2009.
- DARNTON, Robert. Notícias falsas existem desde o século 6, afirma historiador Robert Darnton: Entrevista. 19 fev. 2017. São Paulo: *Jornal Folha de São Paulo*. Entrevista concedida a Fabio Victor. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859726-noticias-falsas-existem-desde-o-seculo-6-afirma-historiador-robert-darnton.shtml>. Acesso em 22 abr. 2017.
- FÁBIO, André Cabette. O que é ‘pós-verdade’, a palavra do ano segundo a Universidade de Oxford. *Nexo Jornal*. 2016. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/11/16/O-que-%C3%A9-%E2%80%98p%C3%B3s-verdade%E2%80%99-a-palavra-do-ano-segundo-a-Universidade-de-Oxford>. Acesso em 30 de outubro de 2017.
- FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. *Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros*. Vitória, 2007.
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. *A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais*. São Cristóvão: Editora da Universidade Federal do Sergipe, 2005.
- GERALDO, Sebastião. Dilemas Éticos na Produção Jornalística. *Revista Comunicologia* Ano 9, vol. 9, N. 1 (2016) p. 11-23.
- GIL, Antonio Carlos. *Modos e técnicas de pesquisa social*. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GODOY, Claudio Luiz Bueno de. *A liberdade de imprensa e os direitos da personalidade*. 3.ed. – São Paulo: Atlas, 2015.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *Os elementos do jornalismo: O que os jornalistas devem saber e o público exigir*. 2.ed. – São Paulo: Geração Editorial, 2004.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *Os Elementos do Jornalismo: O que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir*. Porto: Porto Editora, 2005.

LAKATOS Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Fundamentos de metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LISBOA, Sílvia S. M. *Jornalismo e a credibilidade percebida pelo leitor: independência, imparcialidade, honestidade, objetividade e coerência*. Dissertação de mestrado. Porto Alegre: UFRGS, 2012.

LISBOA, Sílvia; BENETTI, Marcia. O Jornalismo como Crença Verdadeira Justificada. *Brazilian Journalism Research* – vol.11 - Número 2. 2015.

PENA, Felipe. *Teoria do jornalismo*. 2.ed. – São Paulo: Contexto, 2006.

PEUCER, Tobias. Os Relatos jornalísticos. *Estudos em Jornalismo e Mídia*. Vol. 1, Número 2. Florianópolis, 2004.

POVEY, Max Hepworth. O surfista inglês que estampava perfil de falso fotógrafo 'galã' de guerra: Entrevista. 04 set. 2017. São Paulo: *BBC Brasil*. Entrevista concedida a Mariana Sanches e Natasha Ribeiro. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/salasocial-41153724>. Acesso em: 24 nov. 2017.

RAMONET, Ignacio. *A explosão do jornalismo – Das mídias de massa à massa de mídias*. Publisher Brasil, 2012.

SÁ, Nelson de. Antes tarde do que nunca. In: Da pós-verdade ao risco da pós-imprensa. *Observatório da imprensa*. 2017. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/edicao-brasileira-da-columbia-journalism-review/da-pos-verdade-ao-risco-da-pos-imprensa/>. Acesso em 20 ago. 2017.

SÁ, Nelson de. (b) Como os grandes jornais e as mídias sociais tentam responder à invenção deliberada de fatos. *Jornal Folha de São Paulo*. 2017. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859992-como-os-grandes-jornais-e-as-midias-sociais-tentam-responder-a-invencao-deliberada-de-fatos.shtml>. Acesso em 22 abr. 2017.

SANCHES, Mariana; RIBEIRO, Natasha; BARRUCHO; Luis. Como ruiu a história do falso fotógrafo da ONU que enganou jornalistas, mulheres e 120 mil seguidores no Instagram. *BBC Brasil*. 2017. Disponível em <http://www.bbc.com/portuguese/salasocial-41131215>. Acesso em: 24 nov. 2017.

SEIDENGLANZ, René; SPONHOLZ, Liriam. Objetividade e credibilidade midiática: considerações sobre uma suposta relação. *Contemporânea*, vol. 6, nº 2. dez.2008.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. Morte e vida da imprensa. In: Da pós-verdade ao risco da pós-imprensa. *Observatório da imprensa*. 2017. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/educacao-brasileira-da-columbia-journalism-review/da-pos-verdade-ao-risco-da-pos-imprensa/>. Acesso em 20 ago. 2017.

SOUSA, Américo de. *A retórica da verdade jornalística*. 2002. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-americo-retorica-verdade-jornalistica.html>. Acesso em 29 abr. 2017.

SOUZA, Carlos Aurélio Mota de. O que é a Verdade. In. *Segurança Jurídica e Jurisprudência*. São Paulo: LTR, 1996.

TAMBOSI, Orlando. Jornalismo e teorias da verdade. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. – V.30 – Número 1. São Paulo, jan. /jun. 2007.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são*. 2ed. Florianópolis: Insular. 2005.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. *American Journal of Sociology* - vol. 77, Número 2. Chicago, 1972.

VALLS, Álvaro L. M. *O que é ética*. São Paulo: Brasiliense, 2008.

VÁZQUEZ, Adolfo Sánches. *Ética*. 33ª Ed. – Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

VICTOR, Fabio. Como funciona a engrenagem das notícias falsas no Brasil. *Jornal Folha de São Paulo*. 2007. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859808comofuncionaengrenagemdasnoticiasfalsasnobrasil.shtml>. Acesso em 22 abr. 2017.