

**CENTRO UNIVERSITÁRIO BARÃO DE MAUÁ**  
**CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

**JOSIELE TAINÁ BATISTA**

**COBERTURA DAS VÉSPERAS DAS ELEIÇÕES DE 2018: UMA ANÁLISE NOS**  
**PORTAIS ESTADÃO E FOLHA DE S.PAULO**

**Ribeirão Preto**

**2020**

**JOSIELE TAINÁ BATISTA**

**COBERTURA DAS VÉSPERAS DAS ELEIÇÕES DE 2018: UMA ANÁLISE NOS  
PORTAIS ESTADÃO E FOLHA DE S.PAULO**

Trabalho de conclusão de curso (TCC)  
apresentado ao curso de Comunicação  
Social – Habilitação em Jornalismo do  
Centro Universitário Barão de Mauá

Orientadora: Dra. Gabriella Zauith Leite  
Lopes

**Ribeirão Preto**

**2020**

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meioconvencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

B337c

Batista, Josiele Tainá

Cobertura das eleições de 2018: uma análise nos portais Estadão e Folha de S. Paulo/ Josiele Tainá Batista - Ribeirão Preto, 2020.

44p.il

Trabalho de conclusão do curso de Comunicação Social – com habilitação em Jornalismo do Centro Universitário Barão de Mauá

Orientador: Gabriella Zauith Leite Lopes

1. Eleições 2018 2. Folha de S. Paulo 3. Estadão I. Lopes, Gabriella Zauith Leite II. Título

CDU 070

Bibliotecária Responsável: Iandra M. H. Fernandes CRB<sup>8</sup> 9878

**JOSIELE TAINÁ BATISTA**

**COBERTURA DAS VÉSPERAS DAS ELEIÇÕES DE 2018: UMA ANÁLISE NOS  
PORTAIS ESTADÃO E FOLHA DE S.PAULO**

Trabalho de conclusão de curso (TCC)  
apresentado ao curso de Comunicação  
Social – Habilitação em Jornalismo do  
Centro Universitário Barão de Mauá

Data de aprovação: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

Dra. Gabriella Zauith Leite Lopes  
Centro Universitário Barão de Mauá – Ribeirão Preto

---

Me. Carmen Silvia Porto Brunialti Justo  
Centro Universitário Barão de Mauá – Ribeirão Preto

---

Me. José Antônio Bonato  
Centro Universitário Barão de Mauá – Ribeirão Preto

**Ribeirão Preto**

**2020**

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente, agradeço a Deus por chegar até aqui. Por guiar meus passos e me dar forças diariamente. À Ele toda honra e toda glória.

Agradeço aos meus pais, Marco e Maria, que sempre me apoiaram, com amor carinho, e me incentivaram a estudar e não desistir dos meus objetivos. Às minhas irmãs, Joice e Josana, que sempre estiveram presentes em todos os momentos da minha vida e são meu alicerce.

Ao meu noivo Ricardo, sou grata pelo companheirismo, amizade, amor e paciência dedicadas a mim; por sempre estar disposto a me ajudar e não me deixar sozinha nos momentos em que tudo parecia dar errado.

Gostaria de agradecer também aos amigos que conquistei nessa trajetória, que tornaram os dias mais leves e divertidos.

Agradeço a minha colega de trabalho Marcela, que 'iluminou' meus pensamentos sobre a política brasileira e me indicou muitos livros bons que foram fundamentais para a construção deste trabalho.

Por fim, agradeço à minha orientadora Gabriella Zauith por todo apoio e cumplicidade nesta fase final do curso, ser sua orientanda foi uma honra; e a todo corpo docente do Centro Universitário Barão de Mauá, pelo profissionalismo e dedicação.

“Não concordo com uma palavra do que dizes, mas defenderei até o último instanteo teu direito de dizê-la.”

**(Voltaire)**

## RESUMO

Este estudo tem como objetivo analisar as reportagens divulgadas pelos jornais online Folha de S.Paulo e Estadão nas vésperas dos dias das eleições de 2018, no primeiro e no segundo turno, avaliado de acordo com critérios da Teoria *Newsmaking*. O período das eleições de 2018 teve grande destaque na mídia e foi um marco na história da política brasileira, portanto, a importância de abordar como a imprensa reagiu a este momento é de grande relevância para o meio jornalístico. Passando pelos conceitos do jornalismo investigativo e político, liberdade de expressão, liberdade de imprensa e ética, este trabalho foi realizado por meio de pesquisas bibliográfica e documental. A coleta de dados foi realizada entre maio e junho de 2020, dos dias 6/10/2018 e 27/10/2018, concluindo um *corpus* de 54 matérias, sendo 28 do jornal Estadão, e 26 da Folha. Os dados foram tabulados em uma planilha contendo os critérios como data, portal, título, autoria, gênero, tema, fontes de informação e link. A análise do trabalho se resumiu em duas etapas: I) análise quantitativa presente nos dados da planilha: número de matérias; gênero informativo e opinativo; temáticas; e fontes de informação; II) análise segundo a teoria *Newsmaking* usando critérios de noticiabilidade como valores-notícia: 1) hierarquia; 2) impacto na sociedade; 3) envolvimento de pessoas; e 4) relevância. Dentre as informações divulgadas, destaque uma grande “campanha de desinformação”, como foram com as *fake News*, que dominaram o país e o mundo. Compreender o impacto que essas situações causaram no jornalismo contribui para clarear o propósito da profissão: levar fatos apurados ao público e fazer com que a verdade prevaleça.

**Palavras-chaves:** Eleições 2018. Folha de S.Paulo. Estadão. *Newsmaking*

## ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the news published on the eve of the 2018 election by Folha de S.Paulo and Estadão, in their online newspapers. This analysis was made based on the Newsmaking Theory. This election had great prominence in the media and was a milestone in the history of Brazilian politics. Therefore, there is great relevance to journalism cover how the press reacted to this period. This work was conducted through bibliographical and documentary research. In addition, the analyzes were based on investigative journalism, politics, freedom of expression, freedom of the press and ethics concepts. Were collected news relating to the days October 6, 2018 and October 27, 2018, during the months of May and June 2020. In total, 54 news were collected - 28 of the Estadão and 26 of the Folha de S.Paulo. The data were placed in a spreadsheet and separated by categories such as date, portal, title, authorship, genre, theme, information sources and link. The analysis of the work is concentrated in two stages: I) quantitative analysis present in the spreadsheet data: number of articles; informative and opinionated genre; thematic; and information sources; II) analysis according to the Newsmaking theory using foundations of news as news values: 1) hierarchy, 2) impact on society, 3) people involvement, 4) relevance. Among the released information, highlight a large "disinformation campaign", as they were with the fake news, which dominated the country and the world. Understanding the impact that these situations have had on journalism helps to clarify the purpose of the profession: to bring facts to the public and make the truth prevail.

**Keywords:** 2018 elections. Folha de S.Paulo. Estadão. Newsmaking.



## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Quantidade de matérias em cada turno nos portais

**32**

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Gêneros jornalísticos identificados: informativo e opinativo	32
Gráfico 2 – Temática das matérias do portal Estadão no primeiro turno	33
Gráfico 3 – Temática das matérias do portal Estadão no segundo turno	34
Gráfico 4 – Temática das matérias do portal Folha de SP no primeiro turno	35
Gráfico 5 – Temática das matérias do portal Folha de SP no segundo turno	35
Gráfico 6 – Fontes de informação utilizadas pelo Estadão no primeiro turno	36
Gráfico 7 – Fontes de informação utilizadas pelo Estadão no segundo turno	37
Gráfico 8 – Fontes utilizadas pela Folha de SP no primeiro turno	38
Gráfico 9 – Fontes utilizadas pela Folha de SP no segundo turno	38

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO .....	9
2	O JORNALISTA INVESTIGATIVO NA POLÍTICA.....	14
2.1	Ética e liberdade de expressão .....	16
2.2	Desafios de uma imprensa livre e ética.....	18
3	ERA DA PÓS-VERDADE X <i>FAKE NEWS</i> .....	23
3.1	Jornalismo On-line e o <i>fact-checking</i> .....	26
3.2	Teoria Newsmaking.....	28
4	<i>CORPUS</i> E ANÁLISE DO TRABALHO .....	31
4.1	O Estadão e Folha de S.Paulo .....	31
4.2	Análise dos Dados.....	33
4.2.1	Gênero informativo e opinativo .....	34
4.2.2	Temáticas.....	35
4.2.3	Fontes de informação .....	38
4.3	Análise com a teoria <i>Newsmaking</i> .....	41
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	43
	REFERÊNCIAS.....	45

## 1 INTRODUÇÃO

A proposta deste trabalho, que foi realizado em forma de monografia, foi analisar a cobertura jornalística nas eleições de 2018, em específico, a presidencial, no primeiro e segundo turno. Foram delimitados dois veículos importantes na mídia brasileira, os portais *on-line*: Folha de S.Paulo e Estadão, por meio da coleta de reportagens em seu acervo *on-line*, a partir de categorias pré-estabelecidas. A metodologia utilizada é a pesquisa bibliográfica e documental. A coleta de dados foi realizada entre maio e junho de 2020, nos dias 6/10/2018 e 27/10/2018, concluindo um corpus de 54 matérias, sendo 28 do jornal Estadão, e 26 da Folha. Os dados foram tabulados em planilhas contendo os critérios como data, portal, título, autoria, fontes de informação e link.

A análise dos resultados inclui duas categorias: I) análise quantitativa presentenos dados da planilha: número de matérias; gênero informativo e opinativo; temáticas; fontes de informação; II) análise segundo a teoria *Newsmaking*: critérios de noticiabilidade como valores-notícia: 1) hierarquia; 2) impacto na sociedade; 3) relevância; e 4) envolvimento de pessoas.

Este tema foi escolhido porque as eleições de 2018 foi um marco na história brasileira. Pouco tempo antes delas acontecerem ocorreram escândalos de corrupção, ameaça à democracia, presidenta destituída, ex-presidente preso e candidato à presidência disseminando cultura do ódio e sofrendo atentado de assassinato. O futuro do país estava prestes a tomar outro rumo, outro poder. Muitas polêmicas circularam as eleições e enfatizaram o efeito *Fake News* – as notícias falsas

–, e, portanto, a importância de analisar a cobertura jornalística deste período é de grande contribuição para a área de comunicação social.

As eleições de 2018 foram conturbadas no país com uma crescente polarizaçãopolítica, que pegaram impulso com os protestos de 2013. Mas, muito antes das eleições acontecerem, acontecimentos anteriores já previam que essa disputa eleitoral seria tumultuada. Depois da interrupção do segundo mandato de Dilma Rousseff (PT) e o *impeachment* ter se consolidado, em 2016, o Brasil, desde então, não foi o mesmo. Com crise econômica acontecendo no país, as forças dos partidos

de oposição só aumentavam, e os nomes para candidatos à presidência em 2018 começavam a surgir.

O Partido dos Trabalhadores (PT), que ficou no poder quase 14 anos, teve sua reputação questionada após ser protagonista de um grande escândalo de corrupção. O PSDB e o MDB, os principais opositores do PT, também estavam inclusos no episódio polêmico, e esse fato fez com que a população perdesse a fé na política brasileira, pois “tudo o que era aparentemente sólido no sistema de competição eleitoral partidário anterior se desmanchou” (MOURA; CORBELLINI, 2019, p. 31).

Numa tentativa de restaurar a confiança da população no sistema político, entra em ascensão o partido PSL, que trazia como candidato à presidência o deputado Jair Bolsonaro, que apresentou um discurso antissistema e que prometia acabar com a corrupção no país. Com um currículo polêmico, Bolsonaro ao mesmo tempo que conquistava muitos eleitores, cultivava a aversão em outros. Além disso, suas aparições nos veículos de comunicação sempre causavam grande efeito no público. “O diagnóstico do pleito mostrava eleitores querendo um candidato que não representasse a política tradicional, que tivesse um discurso mais agressivo em relação ao tema da segurança e que pudesse sustentar sem constrangimentos um discurso anticorrupção” (MOURA; COBERLLINE, 2019, p. 37)

Muitos fatos se destacaram nesta candidatura, veiculados na mídia brasileira e internacional, que fizeram com que esse período fosse um marco histórico no Brasil. Os que tiveram mais repercussão foram: Lula sendo condenado, preso rapidamente e se tornando inelegível eleitoralmente, sendo substituído na campanha do PT por Fernando Haddad; o atentado que Bolsonaro sofreu durante sua campanha em Juiz de Fora (MG); o uso de Caixa 2 para disparos de mensagens via WhatsApp; protestos contra e a favor ao presidente Jair Bolsonaro, que resultaram no movimento #EleNão; as *Fake News*, as notícias falsas que eram bombardeadas todos os dias por meio de redes sociais; Bolsonaro não participando dos debates, e entre outras situações.

As redes sociais e muito particularmente o WhatsApp formaram um “subsolo” no processo eleitoral de alta mobilização emocional e de cristalização de preconceitos e preferências. Um universo com circulação

frenética de informações e onde muito facilmente se perdia a noção que distingue falso e verdadeiro; onde os argumentos perdiam importância e o embate das narrativas em seu estado puro se impôs. (MOURA; CORBELLINI, 2019, p. 31).

Esta análise teve como objetivo analisar reportagens dos portais de comunicação citados nas vésperas dos dias de votação – lembrando que foram dois turnos – e como levaram as informações ao público. Tendo em vista a disputa que os veículos de comunicação oficiais tiveram com as *Fake News* e pós-verdade – manipulação de notícias, com um fundo verdadeiro, mas que eram distorcidas –, que eram disparadas a todo momento. Em junho de 2018, foi realizada uma pesquisa nacional pelo instituto IDEIA Big Data, e em um de seus diagnósticos apontou que 75,4% dos entrevistados declararam já ter recebido informações políticas pelo *WhatsApp* (MOURA; COBERLLINI, 2019, p. 37).

No primeiro capítulo foram abordadas as funções do jornalista, o jornalismo político e investigativo, onde é necessário entender que a imparcialidade muitas vezes é difícil, e que, segundo Rossi (1980), ela é um mito. Mas mesmo que seja difícil manter gostos pessoais distantes, é necessário que o jornalista passe a informação mais neutra possível. Neste capítulo também é abordado a liberdade de expressão individual e a liberdade de expressão para a imprensa, compreendendo que ambas têm um limite a ser respeitado, que se localiza na zona do crime e da ética (KARNAL, 2019).

No segundo capítulo foram abordadas as questões de pós-verdade e *fake News*, que tiveram grande destaque nas eleições de 2016 nos Estados Unidos, segundo D'Ancona (2018), e que refletiram nas eleições brasileira de 2018. Passamos pelos conceitos de jornalismo on-line e webjornalismo pelos critérios de Canavilhas (2006), além de expor a importância das agências de checagem de fatos. Também foram explicados os conceitos de noticiabilidade, como valores-notícias, parte da teoria *Newsmaking* de acordo com as visões de Pena (2005) e Wolf (1985), que foram utilizados para análise do *corpus* deste estudo.

E no terceiro, e último, capítulo, consta uma breve apresentação dos dois portais de notícias escolhidos para este estudo. Juntamente, no mesmo capítulo, está a análise dos dados coletados para este trabalho e as considerações finais.

Diante do exposto, o proposto neste trabalho foi analisar o comportamento dos portais A Folha de S.Paulo e Estadão nas vésperas dos dias da votação, observando a quantidade de reportagens publicadas nos respectivos dias, gêneros jornalísticos,

como informativo e opinativo, a temática e as fontes de informação utilizadas. Bem como a análise segundo a Teoria *Newsmaking* (WOLF, 1985).



## 2 O JORNALISTA INVESTIGATIVO NA POLÍTICA

A função de um jornalista é levar a notícia ao público baseando-se no conceito de busca da verdade com apuração dos fatos, incluindo a checagem de dados, em combate às *Fake News*. Reconhecer o que é um fato a ser noticiado pertence ao *know-how* do jornalista, que diante de tudo que está sendo veiculado na mídia e acontece no mundo, precisa identificar e selecionar a notícia por importância e estabelecer prioridades. De acordo com o livro de Regina Villela (2008), a seleção do que é notícia se enquadra em dois conceitos: *Hard News* e *Soft News*.

Fatos que envolvam situações de violência, crimes, incêndios, acidentes, desastres ambientais, calamidades naturais, mortes, guerras, miséria e assuntos relevantes sobre política e economia, compõem o noticiário *Hard*. As histórias leves, de interesse humano, eventos, esportes, situações engraçadas ou curiosas, atividades de lazer, cultura e entretenimento servem como alimento *Soft* do noticiário. (VILLELA, 2008, p.74)

A política é notícia todos os dias, levando-se em conta que ela comanda as ligações do país e do mundo, portanto se enquadra em *Hard News* (VILLELA, 2008). Neste sentido, entende-se que tudo que diz respeito a ela é algo que sempre estará presente nos jornais, ocupando um espaço de destaque, e o responsável por elaborar a forma de como será abordado o assunto é o profissional de comunicação.

O jornalista pode interferir sobre como um partido, uma pessoa, um discurso será interpretado pelo público. Rossi (1980) afirma em seu livro que o jornalista usa uma arma de aparência inofensiva, mas que na verdade, tem grande poder: a palavra. A forma como uma notícia será passada deve ser neutra, para que o público tire suas próprias conclusões. O autor também afirma que a objetividade no jornalismo é um mito, principalmente quando se trata do ramo de esportes e notícias políticas.

É realmente inviável exigir dos jornalistas que deixem em casa todos esses condicionamentos e se comportem, diante da notícia, como profissionais assépticos, ou como a objetiva de uma máquina fotográfica, registrando o que acontecem sem imprimir, ao fazer o seu relato, as emoções e as impressões puramente pessoais que o fato neles provocou. (ROSSI, 1980, p. 10).

É impossível não ter uma opinião formada sobre determinados assuntos, e relacionado a política nos jornais, é a mesma situação. Muitos jornais do século passado tinham suas opiniões sobre vieses políticos estampados em suas matérias,

difundindo opinião em notícia (MARTINS, 2005). Para que esses jornais não falassem, foi necessário entender que o seu jornal deveria ser interessante tanto para um leitor progressista quanto para o conservador.

O resultado é que, nos grandes jornais e departamentos de jornalismo das emissoras de rádio e televisão, as decisões editoriais são tomadas, cada vez mais, levando em conta critérios jornalísticos. Ouve-se menos coisas como “não é para dar nada sobre isso” ou “somos contra isso ou a favor daquilo”, e mais perguntas como: “é notícia ou não é?” ou “tem esse peso todo ou não tem?”. (MARTINS, 2005, p. 26)

Saber identificar e selecionar as notícias dentro da política é algo que pertence ao jornalista (como dito acima), e neste momento de cobertura dos fatos, não é somente o fato principal que se busca e retém toda atenção, pois “mesmo concentrando-se em um tema específico, não deveria perder de vista os demais assuntos da cobertura política” (MARTINS, 2005, p. 58). Os “furos” que acontecem neste meio podem surgir a qualquer instante, numa conversa de corredor, por exemplo; e ter a informação em primeira mão, mesmo que fragmentada, e a possibilidade de poder apura-la com mais tempo, é sempre válido no jornalismo.

Concomitantemente, dentro do jornalismo político se estabelece – mais do que em outros meios – as vertentes do jornalismo investigativo, principalmente quando se fala em apuração de fatos. Apesar de toda atividade jornalística ser considerada investigativa (FORTES, 2005), o jornalismo investigativo vai além e é diferenciado de qualquer outro aspecto. “O que diferencia o jornalismo investigativo dos demais setores da atividade são as circunstâncias, normalmente mais complexas, dos fatos, sua extensão noticiosa e o tempo de duração que, necessariamente, deve ser maior, embora quase sempre exercido sobre pressão”. (FORTES, 2005, p. 30)

Para entender melhor como é realizado o processo investigativo de uma notícia, Fortes (2005), estabeleceu oito fases que esta vertente do jornalismo segue:

- 1) pesquisa minuciosa, onde o repórter precisa assumir uma posição, realmente, de detetive e entrevistar e utilizar até as informações e fontes que considerar mais óbvias;
- 2) paciência e concentração, pois dentro de uma investigação demorada está repleta

de documentos e dados, e às vezes a resposta não está em algum determinado, massim na junção de todos; 3) insistência e perseverança, acreditar no *feeling* jornalístico e seguir no que acredita, que existe algo a mais do que o evidente na informação recebida; 4) curiosidade e desconfiança, ambas juntas são importantes em cada cobertura jornalística para não deixar que nenhuma pista passe despercebida; 5) descrição, pois o jornalista investigativo deve ser discreto e sigiloso, para conseguir acesso a todas as informações; 6) checar, checar, checar. Todas as informações e pistas que chegarem; 7) liberte-se de preconceitos, deixe seus princípios pessoais de fora das investigações; 8) frieza, objetividade e precisão: tratar todos os suspeitos e acusados com respeito para obter o máximo de informações possíveis, afinal, uma das bases do jornalismo é tratar com respeito todas as pessoas mencionadas nas informações que divulgar (Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, Cap. III, Art. 12, Inc. III).

Neste sentido, toda investigação de um fato é pautada na conduta ética do jornalismo, que consiste no respeito e cumprimento do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, tanto na apuração de uma notícia quanto no convívio com colegas da profissão. A conduta ética caminha junto com a liberdade de expressão, e é um comportamento válido para todos, em âmbitos pessoais ou profissionais.

## 2.1 Ética e liberdade de expressão

Garantida para todos, a liberdade de expressão e opinião de cada cidadão dever ser respeitada, uma vez que o país é democrático e permite que cada pessoa tome seus devidos posicionamentos embasados em suas opiniões.

Refletindo a questão de liberdade de expressão na filosofia antiga grega, para entender melhor este conceito existiu a palavra *isegoría*, derivada de *iseos*, que significa “igual”, “justo”; e do verbo *agoreúo*, que seria “falar em público”, juntando ambos significados, a palavra sugere-se a ação de “falar livremente em público”, conceituando a liberdade de expressão (FERREIRA, 2013, p. 15).

Porém, para que nossa opinião, formada a partir de nossa livre reflexão e autonomia, possa ser ouvida, é necessário podermos nos expressar livremente e denunciar o estado de injustiça que constatamos. *Isegoría*, a liberdade de expressão, é um dos elementos essenciais da liberdade humana. Uma das grandes descobertas dos gregos antigos é o fato de terem percebido que a liberdade só existe se os seres humanos puderem compartilhá-la. (FERREIRA, 2013, p. 21)

A evolução de ideias e movimentos surgem a partir do compartilhamento de opiniões semelhantes ou divergentes sobre diversos assuntos, e apesar da população ser livre para expressar seu posicionamento perante acontecimentos ao seu redor e no mundo, ainda assim, para a liberdade de expressão também existe um limite, que é a zona do crime e da ética (KARNAL, 2019).

Na Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, no Capítulo 1, Art.5º, Inc. IX, garante que é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença. E na Declaração Universal dos Direitos Humanos, no Artigo 19º afirma que, “todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras” (DUDH, 2009, p. 10)

Todo ser humano precisa ser tratado com respeito, lembrando que todos possuem dignidade e moral respaldados pela ética da sociedade. A liberdade de expressão também se apoia na ética e respeito mútuo entre a população, neste sentido, a liberdade de expressão é garantida desde que tal argumento não vá contra os direitos garantidos e a liberdade de outro indivíduo, ou grupo, ou cultura. Ou seja, o limite da liberdade de expressão é a proteção de outros direitos essenciais.

Essa limitação também consta na Constituição de 1988, está no Capítulo 1, Art.5º, Inc. X, onde afirma-se que são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação. Outra ação que limita a liberdade de expressão é o anonimato, que consta também no Art. 5º, Inc. IV.

O ato de elevar a liberdade de expressão a patamares onde não existe nada que não possa ser dito por alguém, se encarregou de conceituar o politicamente correto como algo pejorativo e ruim; mas este conceito também é a convicção de que as palavras ferem e até matam (KARNAL, 2019).

Eu tenho liberdade de opinião se o Brasil deve ser parlamentarista ou deve ser presidencialista, se a monarquia deve voltar; nada disso ofende a lei. Eu posso dizer, por exemplo, que uma reforma agrária radical seja fundamental ou que ela é errada, nada disso ofende a lei. Eu posso interpretar, eu posso falar de tudo, mas eu não posso fazer apologia ao crime. Então, o primeiro dado: então eu tenho que cuidar, palavra mata, palavra fere, palavra ofende, eu acho que nós, na vida, choraremos mais vezes pelo que ouvimos do que por um soco na cara. (KARNAL, 2019, online)

Neste sentido, entende-se que a população é livre para se pronunciar e se posicionar, desde que não afetem outros direitos ou a lei. Preservar a democracia, a liberdade de expressão, é fundamental para o desenvolvimento de um país e a interação da população com a política; e dentro deste contexto é essencial que se tenha livre acesso à informações apuradas e de relevância, e para que isso ocorra é fundamental que se tenha uma imprensa livre.

## 2.2 Desafios de uma imprensa livre e ética

A liberdade da imprensa é intrínseca com a democracia, pois “sem o livre fluxode informações e opiniões, o regime democrático não funciona, a roda não gira” (BUCCI, 2009, p. 113), deste modo, é possível a difusão de diversos tipos de conteúdos disponibilizados ao alcance geral da população.

Com um jornalismo livre, é possível que os temas abordados acompanhem a pluralidade presente numa nação, estabelecendo o direito social à informação que implica em mostrar que as notícias construídas representam a diversidade no mundo, que os significados das coisas reais estão ligados com o jornalismo escrito e a imagemjornalística, representando a realidade (KARAM, 2014). O direito social à informação está garantido também no Art. 19º da Declaração Universal dos Direitos Humanos, citado acima.

Embora formalmente garantido, o direito social à informação enfrenta obstáculos de natureza política, ideológica e cultural para sua consecução. Essa garantia formal, própria do *direito positivo*, não tem correspondência concreta, na medida em que a mediação que o Estado deveria realizar, com o objetivo de garantir efetivamente o *direito a todos*, esbarra em sua *essência* de representação da particularidade, que expressa interesses majoritários de quem detém o poder político e econômico e não expressa sua suposta representação da universalidade social, apenas *aparente*. (KARAM, 2014, p. 16)

Neste sentido, entende-se que a liberdade dos veículos de comunicação de publicar as informações sem nenhum tipo de censura fortalece as raízes de cada nação e ainda promove a notícia a um nível que todos possam compreender. A liberdade da imprensa está garantida, também, na Constituição de 1988, no CapítuloV, Art. 220, a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer

restrição, observado o disposto nesta Constituição. Inclusive, este capítulo inteiro da Constituição é voltado para a liberdade da comunicação social.

Concomitantemente com a liberdade que a imprensa detém, está a conduta moral e ética dos jornalistas, baseada no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, garantindo o direito à informação, conduta profissional, responsabilidade profissional, entre outros, ou seja, neste documento consta todos os deveres e não deveres dos jornalistas, distribuídos em cinco capítulos.

Karam (2014) explica em seu livro que desde os primórdios, o homem se deparava com a necessidade de fazer escolhas para satisfazer seus desejos e assim constituindo o dever de realizar uma reflexão ética a respeito de cada assunto, revelando o sentido *deontológica*<sup>1</sup> ligado a moral e ética. O Código de Ética dos Jornalistas seria um código deontológico, o qual é estabelecido pautado na moral e ética da profissão, ou seja, que faz parte de uma reflexão ética acerca do trabalho do jornalista. Portanto, é indispensável constituir o campo da ética jornalística (KARAM, 2014, p. 35).

Voltando ao campo da ética jornalística, podemos dizer que só é possível constituir-la, em bases reais, se levarmos em conta a necessidade de, na particularidade do jornalismo, desdobrar-se a própria complexidade crescente da humanidade, que carrega consigo não apenas atos, fatos, versões e opiniões, mas também os valores embutidos na carga moral em que se configuram diariamente. (KARAM, 2014, p. 36)

Destarte, produzir um conteúdo jornalístico vai além do que só construir uma notícia, está conectado a preservar e representar a moral e a ética em suas divulgações. Christofolletti (2008) salienta em seu livro que o exercício da profissão é uma “atividade de natureza social”, onde as opiniões devem ser veiculadas com responsabilidade e que a presunção de inocência é um dos fundamentos do jornalismo.

O jornalista surge no documento como um profissional que responde pela informação que divulga (exceto se seu trabalho foi alterado por terceiros) e que combate a corrupção, os desmandos, a discriminação e as perseguições. É um profissional guiado pelo interesse público, de espírito democrático e avesso à censura ou a qualquer interrupção do fluxo informativo. (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 86)

---

<sup>1</sup> Deontologia, derivado do grego *deontos*, significa o que deve ser, isto é, a cristalização provisória do mundo moral, validado pela reflexão ética, em normas sociais concretas, em princípios formais e, em alguns casos, em normas jurídicas. (KARAM, 2014, p. 26)

Por essa profissão ser responsável por levar toda informação relevante para o público, como se fosse os olhos e ouvidos de cada cidadão no ambiente em que acontece o fato, o jornalista (ou o veículo de comunicação) recebe um voto de confiança e credibilidade da população. Christofolletti (2008) afirma que não se pode ignorar é a necessidade do pacto de confiança entre público e produtor de informação. “Sem credibilidade, nenhum veículo de comunicação se mantém. Sem ela, nenhum jornalista se firma no seu campo de atuação. É a confiabilidade que vai distinguir meios e profissionais, em qualquer suporte de transmissão de informação, em qualquer parte do mundo” (CHRISTOFOLLETTI, 2008, p. 28)

Assim como a liberdade de expressão individual tem um limite, a liberdade de imprensa também tem, e está localizada na veracidade dos fatos divulgados. Por isso é de grande importância trabalhar com fontes seguras e apurar os fatos antes de divulgá-los, para que não aconteça de que o jornal perca sua credibilidade.

Outro limite que também se aplica na liberdade de imprensa é o respeito a todos os direitos da população, sem nunca realizar um julgamento. Na Constituição está previsto no Capítulo I, Art. 5º, Inc. V que é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem, que é válido para todas as pessoas que sentirem que foram mal representadas pela imprensa.

O jornalismo se distingue da fofoca, do boato e do diz-que-diz por esse compromisso de oferecer informação confiável e responsável, entre outras importantes diferenças. Por isso, todos os dias, jornalistas saem às ruas, ligam para suas fontes, entrevistam, pesquisam e investigam. Não é possível fazer jornalismo sem sujas mãos, isto é, sem deixar a redação e cair no mundo. (CHRISTOFOLLETTI, 2008, p.42)

Sendo assim, buscar a verdade, a apuração de uma informação além de ser dever do jornalista, é também vestir sua liberdade adquirida por excelência. Bucci (2009) afirma em seu livro que a liberdade é dever do jornalista, que ele não tem o direito de abdicá-la. “Cultivar, exercer e tornar cada vez mais explícita a liberdade com que exercem o seu ofício é o primeiro e o mais alto dever dos profissionais da imprensa” (BUCCI, 2009, p. 11).

O papel da imprensa vai além de levar as informações, mas também é seu dever fiscalizar o poder, no sentido de vigiar e limitar o poder (BUCCI, 2009). E neste sentido entende-se mais uma vez a importância de a imprensa ser livre, pois

para trazer a verdade dentro da casa de cada pessoa, a informação foi bem apurada e *fiscalizada*. O ato de vigiar o poder, não está só ligado a política; Bucci continua:

É verdade que, hoje, mais do que antes, vigiar o poder significa vigiarnão apenas o poder político em sentido estrito, aquele instalado no governo e no Parlamento e, em certa medida, moldado na dinâmica dos partidos: significa, também, vigiar o poder econômico em sentido amplo, e especialmente o poder dos meios de comunicação, que se converteram em formas relativamente novas de pressão sobre a sociedade. (BUCCI, 2009, p. 115)

Tudo sempre estará suscetível a falhas, e neste caso, até mesmo o jornalismo. E mesmo que aconteçam erros em veículos de comunicação, a liberdade de imprensa nunca deve ser questionada. Bucci (2009) afirma que o que deve ser questionado é a conduta específica de quem errou e as causas do erro, pois é neste dever de corrigir publicamente seu erro que o jornalista se aperfeiçoa.

E neste sentido, a liberdade se torna um dos maiores desafios que o jornalista vai enfrentar em sua profissão, pois é necessário que se saiba encontrar a melhor forma de utilizá-la para cumprir seu papel. E, mesmo assim, por optar por exercer um jornalismo ético e de qualidade, que tem como propósito ir atrás de toda e qualquer informação relevante para colocar a público, no caminho irá encontrar turbulências.

Ser livre é um imenso desafio, o maior de todos. A liberdade não é apenas letra. Ela só existe se for exercida de fato, por meio da visão crítica, do rigor, da objetividade, na obstinação por tornar públicas as informações que o poder preferiria ocultar. A liberdade floresce mais no conflito que no congraçamento, tanto que alguns a confundem a mera falta de educação – o que também é uma forma de rebaixá-la. De um modo ou de outro, por um caminho ou por outro, ela precisa ser explícita, ostensiva mesmo, pois disso depende a confiabilidade, a credibilidade e a autoridade da imprensa. Se não reluzir na liberdade quente, a imprensa morre. (BUCCI, 2009, p. 122)

Portanto, entende-se que o jornalismo livre e ético é pautado na verdade, na veracidade dos fatos, em sua apuração, respeito pela sociedade e inserção da mesma em suas informações para que assim sejam representadas, e na compreensão que a liberdade deve ser entendida como uma obrigação no jornalismo.

Em contrapartida, um dos grandes desafios do jornalismo atualmente é o embate contra a produção de *Fake News* e a era da pós-verdade,



predominantemente na internet, onde tais notícias falsas ou manipuladas se difundem com as verdadeiras, cultivando uma população embasada em conteúdos sem procedência e fazendo com que o jornalismo real perca sua credibilidade, uma vez que as *Fake News* são bem recebidas ao público que aderem. Neste sentido, o próximo capítulo abordará sobre esse assunto e o jornalismo on-line no contexto das eleições de 2018.

### 3 ERA DA PÓS-VERDADE X FAKE NEWS

Um acontecimento que se destacou no período das eleições de 2018 foi a produção de notícias falsas disseminadas em larga escala pelo meio virtual. Essa cultura tomou impulso nas eleições de 2016 dos Estados Unidos, quando campanhas inteiras foram montadas com informações sem procedimento e comprovações, e o que era realmente verdade já não tinha tanta importância para o público.

Além das já conhecidas *Fake News*, que são as notícias falsas, mentirosas, disseminadas na internet por seus usuários, o que realmente tomou a frente e dominou o período das eleições nos Estados Unidos em 2016, e logo alcançou o Brasil posteriormente em 2018, foi a chamada pós-verdade.

Para entender melhor a dimensão deste acontecimento, a Universidade de Oxford tem um departamento chamado Oxford Dictionaries que produz dicionários, e anualmente, ele elege a palavra do ano da língua inglesa; a escolhida de 2016 foi “pós-verdade”. A definição adotada foi “circunstâncias em que os fatos objetivos são menos influentes em formar a opinião pública do que os apelos à emoção e à crença pessoal.” (D’ANCONA, 2018, p. 20). Ou seja, mesmo a imprensa noticiando fatos apurados e verdadeiros, os boatos e aquilo que a população queria acreditar obtinham mais credibilidade.

Antes de aprofundar sobre a era da pós-verdade, é necessário passar sobre a questão do entendimento da verdade em si, para compreender o acontecimento da pós-verdade e da *Fake News*.

Kant (2001) aponta a verdade como o conhecimento de um objeto real, ou seja, aquilo que você diz precisa condizer com aquilo que é existente, comprovável.

Se a verdade consiste na conformidade de um conhecimento com seu objeto, este objeto deve, por isso mesmo, ser distinguido de todos os outros; pois um conhecimento é falso se não concorda com o objeto a que se relaciona, por mais que de outro modo contenha algo que possa servir para outros objetos. Assim, um critério geral da verdade valeria, sem distinção de seus objetos, para todos os conhecimentos. (KANT, 2001, p. 62)

Mas mesmo a verdade sendo entendida por Kant (2001) como aquilo que realmente pode-se comprovar, iniciou-se um conflito entre fatos e opiniões acerca

do que realmente se entendia por um acontecimento. A pós-verdade está inserida nesse meio onde as opiniões sobre um fato são formadas de acordo com convicções pessoais, e não com a realidade ou fato em si. Ela está inserida em como a população se comporta diante de um fato exposto. “Os factos são a matéria das opiniões, e as opiniões, inspiradas por diferentes interesses e diferentes paixões, podem diferir largamente e permanecer legítimas enquanto respeitarem a verdade de facto.” (ARENDDT, 1963)

Conforme o relato de um fato é transmitido por veículos de comunicação, ele se “transforma” de acordo com o que o receptor acredita e escolhe tomar para si como verdade, “essa é a característica que define o mundo da pós-verdade” (D’ANCONA, 2018, p. 57). Neste sentido, as pessoas acreditam de acordo com o que é favorável às suas crenças, e por esse motivo, a era da pós-verdade chegou.

Os factos e os acontecimentos são coisas infinitamente mais frágeis que os *axiomas*<sup>2</sup>, as descobertas e as teorias - mesmo as mais loucamente especulativas - produzidas pelo espírito humano; ocorrem no campo perpetuamente modificável dos assuntos humanos, no seu fluxo em que nada é mais permanente que a permanência, relativa, como se sabe, da estrutura do espírito humano. (ARENDDT, 1963)

Observando pelo lado da liberdade de expressão, quando é permitido dizer o que quiser a respeito de um fato, no capítulo anterior deste trabalho entendemos que ela termina quando fere algum direito cidadão. Arendt (1963) afirma que a verdade fornece informações sobre um fato para que se elabore um pensamento político sobre ele, e que “a liberdade de opinião é uma farsa se a informação sobre os factos não estiver garantida e se não forem os próprios *factos* o *objecto* do debate.” (ARENDDT, 1963)

De acordo com o livro de D’Ancona (2018), no período eleitoral, políticos cultivam a pós-verdade, embasando-se em fatos reais e os distorcendo favoravelmente para suas campanhas apoiados nas crenças de seus públicos; enquanto seus eleitores repostam todas as opiniões com credulidade. Diferentemente das *Fake News*, que são realmente notícias mentirosas, inventadas, acerca de

---

<sup>2</sup> **Axiomas** são **verdades inquestionáveis** universalmente válidas, muitas vezes utilizadas como princípios na construção de uma teoria ou como base para uma argumentação. A palavra axioma deriva da grega *axíōs*, cujo significado é digno ou válido. Em muitos contextos, axioma é sinônimo de postulado, lei ou princípio. (SIGNIFICADOS, 2015, online)

determinados assuntos, um conteúdo pós-verdade é embasado em algo que realmente está acontecendo, mas não corresponde fielmente ao fato. “No entanto, as mentiras, as manipulações e as falsidades políticas enfaticamente não são o mesmo que a pós-verdade. A novidade não é a desonestidade dos políticos, mas a resposta do público a isso. A indignação dá lugar à indiferença e, por fim, à conivência.” (D’ANCONA, 2018, P. 34)

Neste sentido, o efeito *Fake News* foi o principal produto da era da pós-verdade, sendo disseminadas a todo momento por meio das redes sociais (SPINELLI; SANTOS; 2018). Segundo D’Ancona (2018), as mentiras tinham o principal motivo de confundir a população.

Bem diferente, porém, é a difusão sistemática de mentiras por organizações de fachada que atuam a favor de grupos de interesse que desejam suprimir a informação precisa ou impedir que outros grupos ajam contra eles. Como o jornalista investigativo Ari Rabin- Havt afirma: “Essas mentiras são parte de um ataque coordenado e estratégico, planejado para esconder a verdade, confundir o público e criar controvérsia onde nenhuma antes existia.” (D’ANCONA, 2018, p.46)

A internet se tornou o palco principal de propagação de notícias falsas e de pós-verdade. D’Ancona (2018) afirma que “a web é o vetor definitivo da pós-verdade, exatamente porque é indiferente à mentira, à honestidade e à diferença entre os dois.” Neste espaço onde qualquer pessoa tem acesso à verdade e à mentira, opiniões se difundiram e “nunca houve um modo mais rápido e mais poderoso de espalhar uma mentira do que postá-la on-line.” (D’ANCONA, 2018, p. 53)

Como qualquer pessoa tem o poder de postar uma “notícia”, ou novidade, ou um furo na internet e se tornar um criador de conteúdo, estes cidadãos aparecem para disputar o cenário da informação e “o jornalismo perde o monopólio da novidade, da produção e da disseminação da informação” (SPINELLI; SANTOS; 2018).

Segundo as autoras, grande parte da população preferia acreditar nesses novos personagens que confundiam as informações do que nos veículos de comunicação oficiais, então começou uma grande batalha do jornalismo profissional no combate contra às *Fake News* e as informações manipuladas – agora conhecidas como pós-verdade. No próximo tópico será abordado o jornalismo na internet e a batalha em fazer os fatos reais e apurados chegarem à população,

desmentindo as notícias falsas.

### 3.1 Jornalismo On-line e o *fact-checking*

A prática do jornalismo na internet teve início no final da década de 1980 com o *American On line*, um provedor de serviços de notícia personalizado (MURAD, 1999). O jornalismo on-line tem características que o diferem do formato impresso ou de qualquer outro, baseado em hipertextos<sup>2</sup> e recursos multimídia, que facilitam a comunicação entre o público e os portais.

Canavilhas (2006) explica em um artigo que, para ele, há duas fases diferentes do jornalismo na internet: o jornalismo on-line, que nada mais é que o próprio jornalismo que já conhecemos, só que na internet, ou seja, que mantém as características originais dos primeiros veículos de comunicação. A diferença é que neste meio virtual ele mantém constantes atualizações, faz uso do hipertexto para ligar notícias relacionadas e tem a possibilidade de comentar as notícias. A outra fase seria o webjornalismo/ciberjornalismo, onde as notícias são produzidas com uma linguagem mista constituída por palavras, sons, vídeos, infografias e hiperligações, possibilitando que o leitor escolha seu próprio percurso de leitura, facilitando o consumo do conteúdo.

Esse formato do jornalismo na web é propício para a interatividade com o público. Se antigamente as notícias eram apenas para serem consumidas, atualmente, com a internet é possível que o público leia, comente e compartilhe, agregando sua opinião a respeito do conteúdo. Há mais liberdade de expressão e a comunicação não é mais “vertical”, onde só o jornalista falava e o público era passivo; agora é uma comunicação “horizontal”, onde jornalistas e leitores conversam e interagem.

A mídia velha divide o mundo entre produtores e consumidores: nós somos autores ou leitores, emissoras ou telespectadores, animadores ou audiência; como se diz tecnicamente, essa é a comunicação um- todos. A nova mídia, pelo contrário, dá a todos a oportunidade de falar assim como de escutar. Muitos falam com muitos – e muitos respondem de volta. (DIZARD, 2000, p. 23)

---

<sup>2</sup> Hipertexto é o texto estruturado em rede, constituído de nós (elementos de informação, parágrafos, páginas, imagens) e de ligações entre esses nós (que permitem a passagem de um nó a outro; links). (MURAD, 1999)

Canavilhas (2003) também fala sobre essa abertura que a internet oferece entre público e jornalistas, o quanto é positivo quando há muitos comentários e diferentes pontos de vista, assim, enriquecendo a notícia. “No webjornalismo a notícia deve ser encarada como o princípio de algo e não um fim em si própria, deve funcionar apenas como o ‘tiro de partida’ para uma discussão com os leitores.” (CANAVILHAS, 2003)

Com tanta abertura cedida ao público nesse novo modelo de jornalismo na web, o poder de comentar e compartilhar opiniões abriu caminho para que a disseminação de notícias falsas fosse facilitada, uma vez que qualquer pessoa poderia criar um canal ou portal para publicar notícias também, como falado acima, no tópico anterior.

Nesse cenário, se fez necessário que o jornalismo profissional reafirmasse seu compromisso com a verdade, enfrentando um combate diretamente com a produção de *fake news* e colocando em destaque as Agências de *Fact-Checking*<sup>3</sup>.

[...] checagem ou apuração dos fatos, é uma premissa fundamental do trabalho jornalístico, no entanto, houve um aumento de 239% nas agências de checagem de notícias, segundo uma pesquisa realizada pelo Duke Reporter’s Lab em 2018, ou seja, foram 149 novas empresas criadas desde 2014. A iniciativa teve início em 2003, com o FactCheck.org, o primeiro veículo especializado em checagens. (GIORDANI; FERNANDES; 2019, p. 2)

Giordani e Fernandes (2019) apontam em seu artigo os princípios da checagem de fatos que a *International Fact-checking Network - IFCN* adota: I - compromisso como apartidarismo e justiça; II – compromisso com a transparência de fontes; III – compromisso a transparência no financiamento e organização; IV – compromisso com a transparência da metodologia; V – compromisso com correções abertas e honestas.

Seguindo esses princípios, no período eleitoral ficou claro a grande relevância das agências de checagem de fatos intrinsecamente com o jornalismo, tendo em vista a preocupação com a transparência e a credibilidade dos fatos com a era da pós- verdade predominando (SPINELLI; SANTOS; 2018).

No jornalismo, o compromisso primordial é com a verdade, e levar ao público

---

<sup>3</sup> Segundo a *First Draft (2017)*, checagem de fatos: seleciona e analisa frases e informações propagadas por pessoas de relevância social a fim de atestar o grau de veracidade da fala. (políticas e autoridades). (GIORDANI; FERNANDES; 2019)

notícias apuradas é manter este compromisso a salvo. Em períodos muito turbulentos, como as eleições, as agências fazem este trabalho de checagem de fatos e vendem o resultado a veículos de comunicação, ou sejam, podem prestar esse serviço a eles ou estabelecer um contrato, obedecendo trâmites comerciais que asseguram a independência das agências.

Os métodos de checagem não mudam muito entre as agências, mas todas explicam como chegaram à conclusão sobre a veracidade das informações publicadas, destacando as fontes originais de informação com links e referências. Outro ponto importante para assegurar a qualidade é a busca pela diversidade de personalidades checadas e uma política clara de erros. As agências não checam opiniões e previsões, além de tópicos de pouca relevância para o debate público, como vícios de linguagem, questões de foro íntimo e afins. Assim como as demais plataformas verificadas pela IFCN a partir de seu código de boas práticas, os métodos de checagem são públicos. (SPINELLI; SANTOS; 2018)

A *Lupa* foi a primeira agência de *fact-checking* no Brasil. Criada em 2015, desde então já realizou contratos com jornais como a Folha de S. Paulo e O Globo. (SPINELLI; SANTOS; 2018). Alguns veículos da imprensa brasileira criaram suas próprias agências de checagem de fatos, como o Estado de S. Paulo, com o *Estadão Verifica*, e o G1, da Globo, com o *Fato ou Fake*.

Outro fator de grande importância para o jornalismo, inclusive nesse meio virtual onde tantas informações chegam ao mesmo tempo e há mais espaço para publicá-las, é a necessidade de fazer uma seleção dos fatos mais importantes a serem noticiados. A seguir é abordado a teoria *Newsmaking*, onde é possível entender como é feita essa seleção de fatos e quais fatores são os mais importantes.

### 3.2 Teoria *Newsmaking*

“Que imagem do mundo fornecem os noticiários televisivos? Como se associa essa imagem às exigências quotidianas da produção de notícias, nos organismos radio televisivos?” (GOLDING, 1979, apud WOLF, 1985, p. 82). A partir dessa questão é possível se nortear sobre onde se enquadra a teoria *Newsmaking* no jornalismo.

Como visto no capítulo anterior, segundo Karan (2014) um dos trabalhos dentro do jornalismo é estabelecer o direito social à informação, onde uma sociedade precisa ser representada e reconhecida nas notícias que são divulgadas pelos jornais. A teoria *Newsmaking* não refuta esse pensamento, mas ela tem por base selecionar

os fatos mais importantes a serem noticiados e neste momento é realizado uma construção da realidade.

O jornalismo está longe de ser o espelho do real. É, antes, a construção social de uma suposta realidade. Dessa forma, é o trabalho da enunciação que os jornalistas produzem os discursos, que, submetidos a uma série de operações e pressões sociais, constituem o que o senso comum das redações chama de notícia. Assim, a imprensa não reflete a realidade, mas ajuda a construí-la (PENA, 2005, p. 128)

Entendida como um método construtivista (PENA, 2005), antes de tudo ela não manipula e não transforma as notícias em fatos fictícios, mas a teoria contribui para construir a realidade, com fatores dentro das próprias redações. É preciso elencar os fatos mais importantes a serem noticiados, pois dentro de uma redação fatos chegam a todo momento. E no período das eleições a demanda é ainda mais intensa.

“Diante da imprevisibilidade dos acontecimentos, as empresas jornalísticas precisam colocar ordem no tempo e no espaço. Para isso, estabelecem determinadas práticas unificadas na produção de notícias.” (PENA, 2005, p. 130)

Essas práticas unificadas para selecionar o que será publicado primeiro e as relevâncias do dia estão dentro da teoria *Newsmaking*. Um dos conceitos mais abordados dentro da teoria são os critérios de noticiabilidade. De acordo com Pena (2005), este conceito é um conjunto de critérios, operações e instrumentos para escolher entre inúmeros fatos uma quantidade limitada de acontecimentos em potenciais para se tornar notícia.

Wolf (1985) explica que para reduzir os acontecimentos e enquadrá-los como notícia, é preciso que os veículos cumpram três obrigações: 1) devem tornar possível o reconhecimento de um *facto* desconhecido como acontecimento notável; 2) elaborar formas de relatar os acontecimentos que não tenham a pretensão de um tratamento particular; 3) devem organizar os acontecimentos de modo temporal e espacialmente, para que as notícias possam afluir e trabalhar de forma planejada.

A aplicação da noticiabilidade baseia-se nos valores-notícia, que definem quais acontecimentos são interessantes para serem transformados em notícia. Para Wolf (1985), os valores-notícias precisam ser de rápido entendimento para agilizar o processo na redação. Eles devem ser flexíveis, de simples raciocínio, relacionáveis e



comparáveis, “dado que a oportunidade de uma notícia depende sempre das outras igualmente disponíveis” (WOLF, 1985, p. 86). O autor complementa explicando que,

os critérios são orientados para a eficiência, de forma a garantirem o necessário reabastecimento de notícias adequadas, com o mínimo dispêndio de tempo, esforço e dinheiro. O resultado é um vasto número de critérios e cada notícia pode ser avaliada com base em muitos deles, alguns opondo-se entre si. (WOLF, 1985, p. 86)

Ainda de acordo com Wolf (1985), os valores-notícias são pautados em dois critérios substantivos: a importância e o interesse da notícia. A importância pode ser entendida conforme quatro variáveis: 1) grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável, quer no que respeita às instituições governamentais, quer aos outros organismos e hierarquias sociais, referindo-se a algo que o público provavelmente conhece, como aplicado a notícias políticas e estrangeiras; 2) impacto sobre o público e interesse nacional, ou seja, a importância é determinada de acordo com a capacidade do fato influir ou incidir nos interesses do país; 3) quantidade de pessoas que o acontecimento ou fato em potencial envolve, ou seja, quantas mais pessoas ou quanto mais “grandes nomes” estiverem envolvidos, maior será o seu valor-notícia; 4) relevância e significância do acontecimento quanto à evolução futura de uma determinada situação.

Além deste processo de selecionar os fatos, os critérios devem sempre estar em consenso entre os jornalistas de tal redação. E caso haja algum conflito de opiniões “existe uma organização hierárquica dentro da qual aqueles que possuem mais poder possam impor a sua opinião acerca dos critérios relevantes para uma determinada notícia”. (GANS, 1979, apud WOLF, 1985, p. 86)

Os critérios de noticiabilidade e valores-notícias presentes nas teorias de Wolf (1985) e Pena (2005) foram utilizados para análise do *corpus* das notícias.

Após compreender o jornalismo on-line, seus desafios para combater a desinformação em massa causada pela disseminação das *Fake News* e pós-verdade e o sistema de seleção de fatos para construir a realidade dentro da rotina de uma redação, é possível analisar o *corpus* deste estudo no próximo capítulo.

## 4 CORPUS E ANÁLISE DO TRABALHO

Para iniciar este capítulo, a seguir está um breve histórico e apresentação de cada veículo que foi escolhido para compor o *corpus* deste trabalho. Os jornais on-line que foram escolhidos para a análise de comportamento principal deste trabalho tiveram destaque no período eleitoral por serem jornais centenários e de credibilidade.

### 4.1 O Estadão e Folha de S.Paulo

Iniciando as apresentações pelo mais antigo, O Estadão surgiu em 4 de janeiro de 1875, durante o Império, chamando-se originalmente “A Província de S. Paulo”. Em janeiro de 1890, recebeu o nome atual “O Estado de S. Paulo”, após uma mudança de nomenclaturas para as unidades da federação pela república. (PONTES, on-line)

Fundado por Manoel Ferraz de Campos e Américo Brasileiro, que reuniram 16 pessoas para realizar o trabalho, atualmente é o jornal mais antigo da cidade de São Paulo que ainda está em circulação. “A importância da fundação de ‘A Província’ deve-se ao fato de ser o primeiro grande jornal engajado no ideário republicano e abolicionista, por meio dos textos contundentes de Francisco Rangel Pestana e Américo de Campos, seus primeiros redatores.” (PONTES, on-line)

O jornal foi acompanhando o crescimento da cidade de São Paulo. Quando sua tiragem inicial estava em 2 mil exemplares, a cidade estimava em 31 mil habitantes. “A partir de então o jornal foi crescendo com a cidade e influenciando cada vez mais a evolução política do país, com a enorme responsabilidade de ser o principal veículo da mais republicana das cidades brasileiras.” (PONTES, on-line)

O Grupo Estado, em 1966, lançou ainda o Jornal da Tarde, que era especialmente voltado para o acompanhamento dos problemas urbanos, obtendo mais abrangência. Mas à frente, dois anos depois, ambas as produções enfrentaram a ditadura militar e suas censuras. Como forma de resistência, nos lugares das notícias que eram censuradas, publicavam poemas de Camões e receitas culinárias.

Grandes acontecimentos culminaram para que o Estadão fosse o jornal de credibilidade que é atualmente e de grande representatividade política. Em janeiro de 1992, o jornal estabelece a “Agência Estado”, aderindo ao sistema Broadcast, um disparador simultâneo de notícias. Só em maio, de 2000, acontece a fusão dos portais Agência Estado, O Estado de S. Paulo e o Jornal da Tarde, dando início ao estadão.com.br, como é conhecido atualmente, um veículo informativo em tempo real. (PONTES, on-line)

A Folha de S. Paulo “nasceu” 46 anos depois do Estadão, iniciou-se em 19 de fevereiro de 1921, quando Olival Costa e Pedro Cunha fundaram o “Folha da Noite”. Em 1925 criaram a “Folha da Manhã”, e depois de 24 anos foi criada a “Folha da Tarde”. Só em 1960, em 1º de janeiro, as três Folhas se fundiram e deram início à Folha de S. Paulo que conhecemos hoje. (FOLHA, on-line)

A Folha foi revolucionária apostando em tecnologias desde de 1967, sob o controle de Octávio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho, levando o melhor do jornal ao público e, assim, conquistando o espaço e a credibilidade que tem até hoje.

O jornal é pioneiro na impressão offset em cores, usada em larga tiragem pela primeira vez no Brasil. Em 1971, a Folha abandona a composição a chumbo e se torna o primeiro jornal a usar o sistema eletrônico de fotocomposição. [...] [Em 1983] A Folha se torna a primeira Redação informatizada na América do Sul, com a instalação de terminais de computador. O jornal passa a economizar 40 minutos no processo de produção. (FOLHA, on-line)

A redação da Folha se diferenciava de outros jornais, Octávio Frias Filho, em 1984, como diretor de redação do jornal, criou o Projeto Editorial, “que defende um jornalismo crítico, pluralista, apartidário e moderno” (FOLHA, on-line). O jornal também foi pioneiro em dar espaço para interação com os leitores criando o cargo de Ombudsman, em 1989, o jornalista ficava responsável por “receber, investigar e encaminhar as queixas de leitores e analisar a qualidade do jornal”. (FOLHA, on-line)

Na década de 90 a Folha se consolida e tem o jornal com a maior circulação paga aos domingos. Neste período acontece sua estreia no meio virtual, lançando o FolhaWeb em 1995 e o portal UOL (Universo Online) em 1996. [Em 1997] “o jornal publica a versão mais recente de seu projeto editorial, que propõe seleção criteriosa dos fatos a serem tratados jornalisticamente, abordagem aprofundada, crítica e

pluralista, texto didático e interessante.” (FOLHA, on-line).

O Grupo Folha é proprietário do jornal Agora e do Valor Econômico, e não atuadamente como veículo de informação, mas é referência em edição, lançando Manuais de Redação para que outros jornais e jornalistas sigam um padrão.

A partir dos anos 2000 o Grupo Folha se adapta inteiramente ao jornalismo na internet, após unificar as redações do impresso e do on-line, o site é reestruturado e passa a se chamar folha.com, disponibilizando aplicativos para iPhone, iPad e Galaxy Tab para que as pessoas pudessem acessar as notícias de forma mais acessível e rápida. A Folha também foi o primeiro jornal on-line do Brasil a implantar o jornalismo paywall poroso, onde pessoas tem acesso limitado ao conteúdo noticioso gratuito, estimulando os leitores a investirem em jornalismo de qualidade.

[Em 2017] O jornal publica a versão mais recente de seu projeto editorial, documento que atualiza compromissos da Folha em uma era de mudança de hábitos dos leitores, e divulga, pela primeira vez, uma lista de 12 princípios que sintetizam os compromissos editoriais, políticos e éticos. [Em 2018] É lançada a quinta edição do Manual da Redação, versão revista e ampliada das edições anteriores (publicadas em 1984, 1987, 1992 e 2001), com a inclusão de temas como comportamento profissional nas redes sociais e enfrentamento das 'fake news'. (FOLHA, on-line)

É notável que a forma como os dois jornais trabalharam para chegar à credibilidade é semelhante, ambos souberam o momento exato para entrar no ambiente virtual e fazer um jornalismo responsável, se reinventando a cada ano.

A seguir será mostrado a análise deste trabalho, bem como os dados coletados, que consiste em observar como ambos os veículos se comportaram nas vésperas das eleições de 2018, pautada nos critérios de noticiabilidade da teoria Newsmaking.

## 4.2 Análise dos Dados

A coleta de dados foi realizada entre os meses de maio e junho de 2020, das vésperas das eleições dos dois turnos, nos dias 6/10/2018 e 27/10/2018, concluindo um *corpus* de 54 matérias, sendo 28 do jornal Estadão, e 26 da Folha.

Para chegar nesta quantidade de matérias, foram realizadas pesquisas em cada portal por meio de palavras-chaves e “filtros de busca”. No portal O Estadão, a palavra-chave foi “eleições 2018 presidente”; e os filtros de busca selecionados

foram: “Eleições 2018 presidente”, “política”, “notícias”. No portal Folha de S.Paulo, a palavra-chave também foi “Eleições 2018 presidente”; nas seções “editorias” e “poder”.

A análise quantitativa presente nos dados da planilha traz número de matérias; gênero informativo e opinativo; temáticas; e fonte de informação. A Tabela 1 mostra a quantidade de matérias encontradas em cada turno:

**Tabela 1 - Quantidade de matérias em cada turno nos portais**

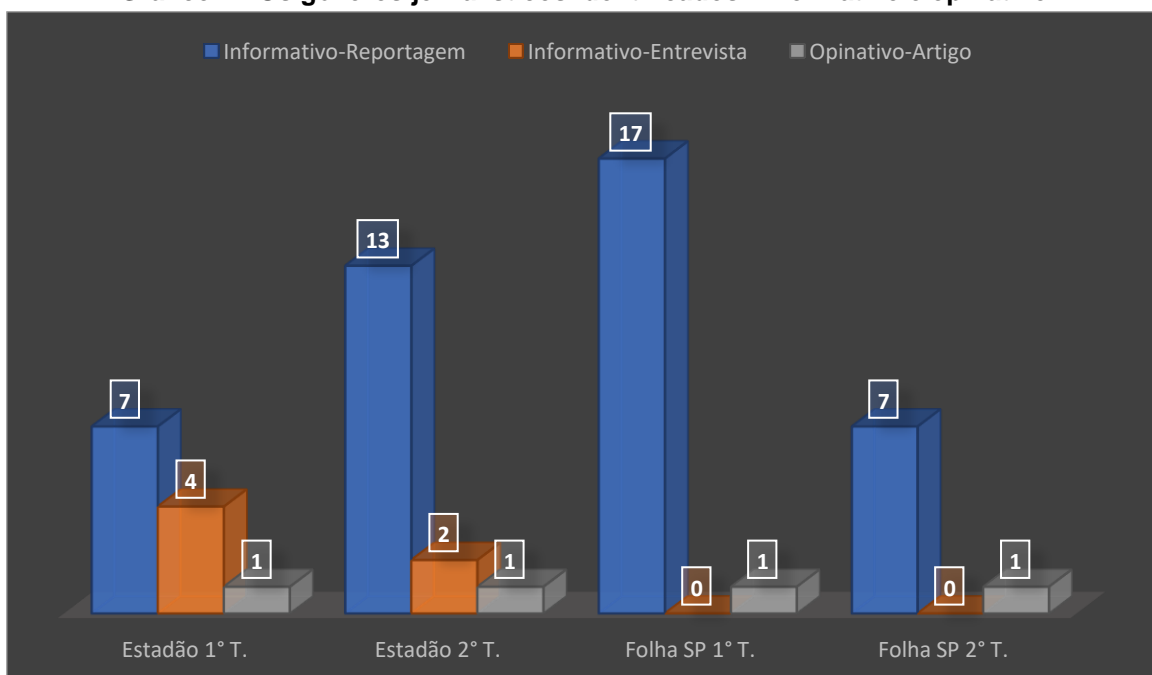
Portal	Nº de matérias 06/10/2018	Nº de matérias 27/10/2018
O Estadão	12	16
Folha de S. Paulo	18	8

Observa-se que os dois portais “revezaram” na liderança com relação ao número de publicações nas vésperas das eleições. Enquanto O Estadão foi mais tímido no primeiro turno, a Folha teve mais presença; e no segundo turno inverteram as posições e O Estado fez mais postagens.

#### 4.2.1 Gênero informativo e opinativo

Dentre essas matérias, foram identificados dois gêneros jornalísticos presentes nos dois portais: informativo e opinativo (Gráfico 1).

**Gráfico 1 - Os gêneros jornalísticos identificados: informativo e opinativo**



Ambos os portais publicaram apenas um artigo de opinião em cada turno. Os temas presentes nos artigos fizeram uma reflexão sobre o momento político em questão, por exemplo: O Estadão, no primeiro turno, publicou o artigo “Constituição ameaçada”, e no segundo turno o “Lições de 2018”, abordando os aprendizados que as eleições de 2018 trouxeram; os dois artigos foram escritos pelo colunista João Domingos.

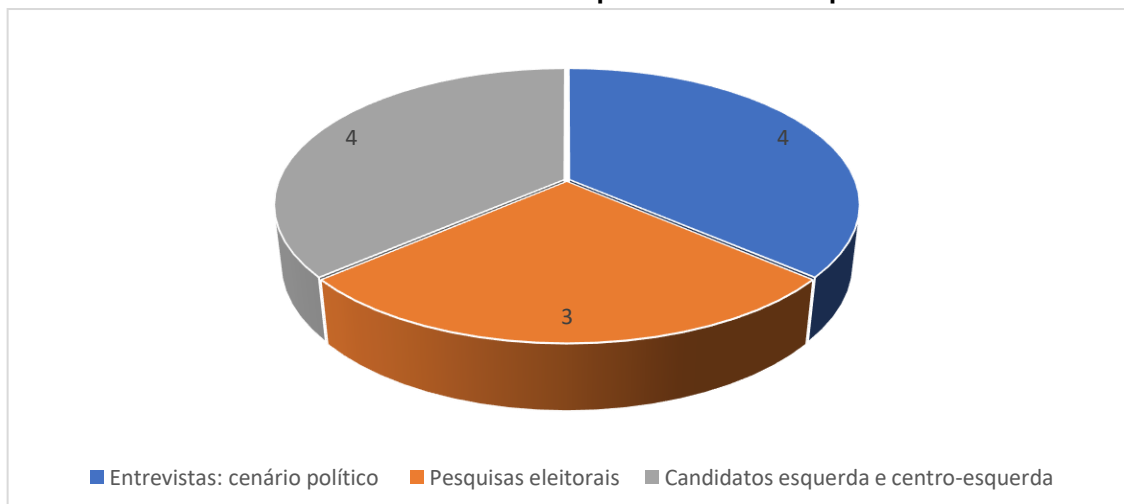
Enquanto a Folha de S.Paulo, no primeiro turno, publicou o artigo “Vexame projetado marca fim de etapa para o PSDB”, escrito pelo repórter Igor Gielow, abordando o tema do fim da predominância política de tal partido; e no segundo turno o artigo “Para que serve o 2º turno?”, escrito pelo advogado e cientista social Daniel Falcão, refletiu sobre a finalidade do segundo momento de votação.

#### 4.2.2 Temáticas

Os temas do gênero informativo estavam diretamente relacionados às eleições naquele momento. Nos gráficos abaixo foram reunidos os temas em grupos por similaridade de assuntos para facilitar a abordagem e compreensão sobre o que mais foi falado nos portais sobre política durante as vésperas dos dois turnos.

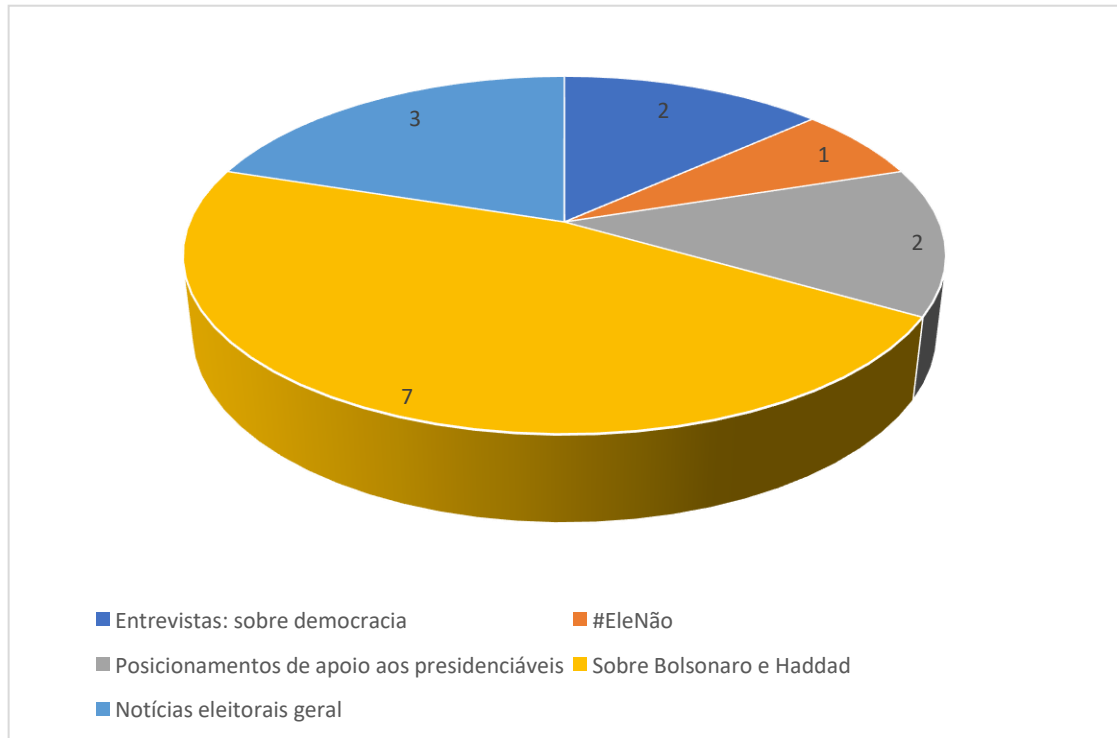
O Gráfico 2 mostra as temáticas que foram abordadas no portal Estadão no primeiro turno. Entrevistas e matérias sobre candidatos das vertentes esquerda e centro-esquerda, ficaram empatadas em quantidade (4). Enquanto foram publicadas também matérias sobre pesquisas eleitorais (3).

**Gráfico 2 - Temática das matérias do portal Estadão no primeiro turno**



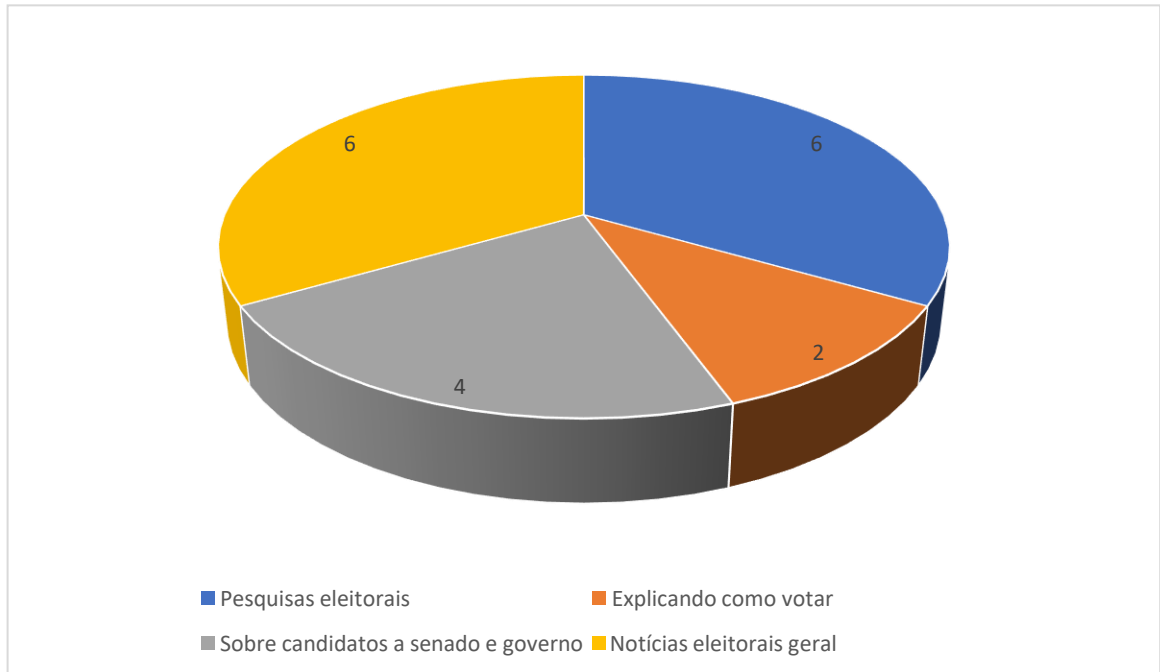
Já o Gráfico 3 expõe as temáticas do portal Estadão no segundo turno. É possível identificar que tiveram um volume maior de temáticas abordadas. Matérias que falaram sobre os presidentiáveis (na época) Bolsonaro e Haddad (7), enquanto os outros temas foram: entrevistas (2); Movimento #EleNão (1); posicionamentos de apoio aos presidentiáveis (2); e notícias eleitorais em geral (3).

**Gráfico 3 - Temática das matérias do portal Estadão no segundo turno**



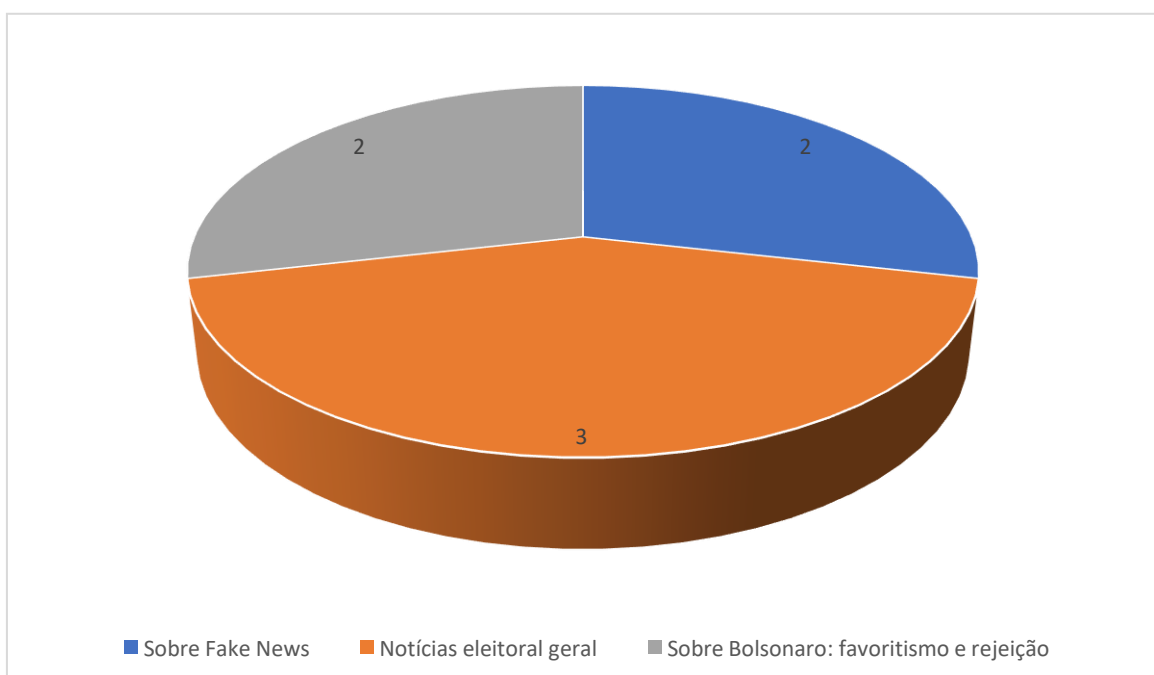
O Gráfico 4 mostra sobre as temáticas abordadas no primeiro turno no portal Folha de S.Paulo. O veículo foi mais abrangente em questão de informações, publicando matérias sobre pesquisas eleitorais e notícias eleitorais em geral (6); notícias sobre candidatos a senado e governo (4) e matérias explicando sobre como votar (2).

**Gráfico 4 - Temática das matérias do portal Folha de SP no primeiro turno**



O Gráfico 5 mostra as temáticas abordadas pelo portal Folha de S.Paulo no segundo turno. Foram identificados: matérias sobre *Fake News* (2); matérias sobre notícias eleitorais em geral (3); e sobre o favoritismo e rejeição do Bolsonaro (2).

**Gráfico 5 - Temática das matérias do portal Folha de S.Paulo no segundo turno**





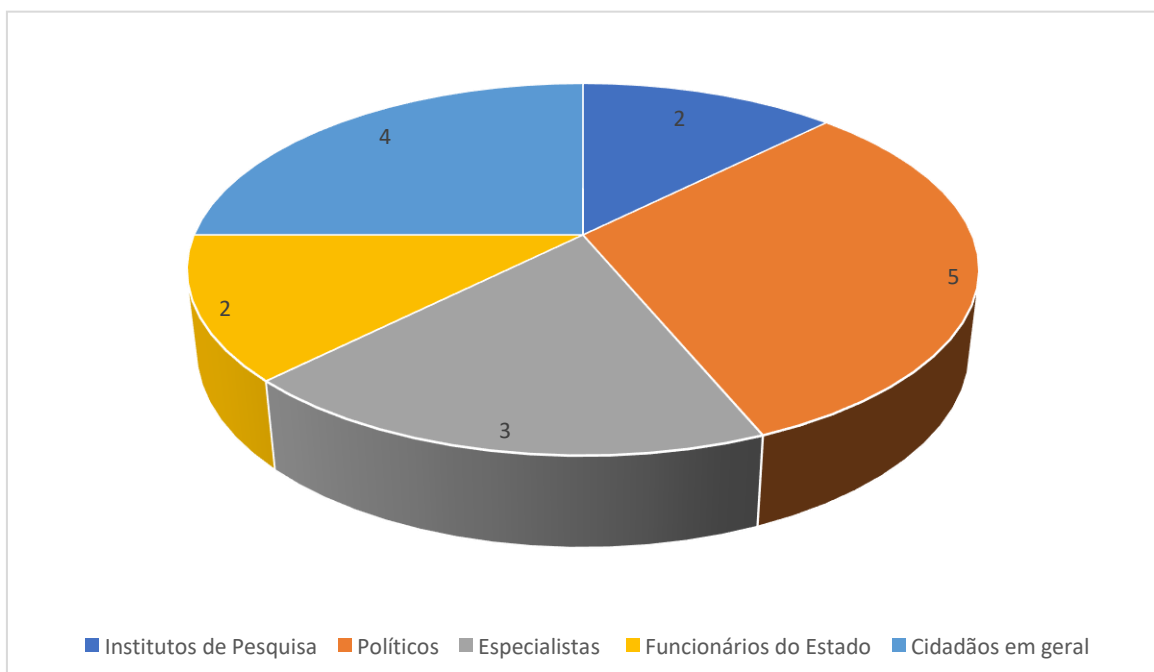
De acordo com os gráficos acima, é possível perceber que as matérias com pesquisas eleitorais foram apenas no primeiro turno, nos dois portais. No segundo turno, temas mais abrangentes, por exemplo, polêmicas que tiveram no período eleitoral de 2018 como *Fake News*, sobre a importância da democracia e o movimento #EleNão, foram pautas de algumas matérias dos dois portais. Como o segundo turno foi para presidente e para alguns governadores, houve mais matérias focadas para os presidenciais neste período.

### 4.2.3 Fontes de informação

Para produção das matérias foram utilizadas fontes de informação entre políticos, institutos de pesquisas, funcionários do estado (como ministros, juízes, procuradores, etc), especialistas (como cientistas políticos, advogados e economistas) e pessoas em geral (comerciantes, estudantes). A seguir estão os gráficos computando quais foram as fontes mais utilizadas nas matérias.

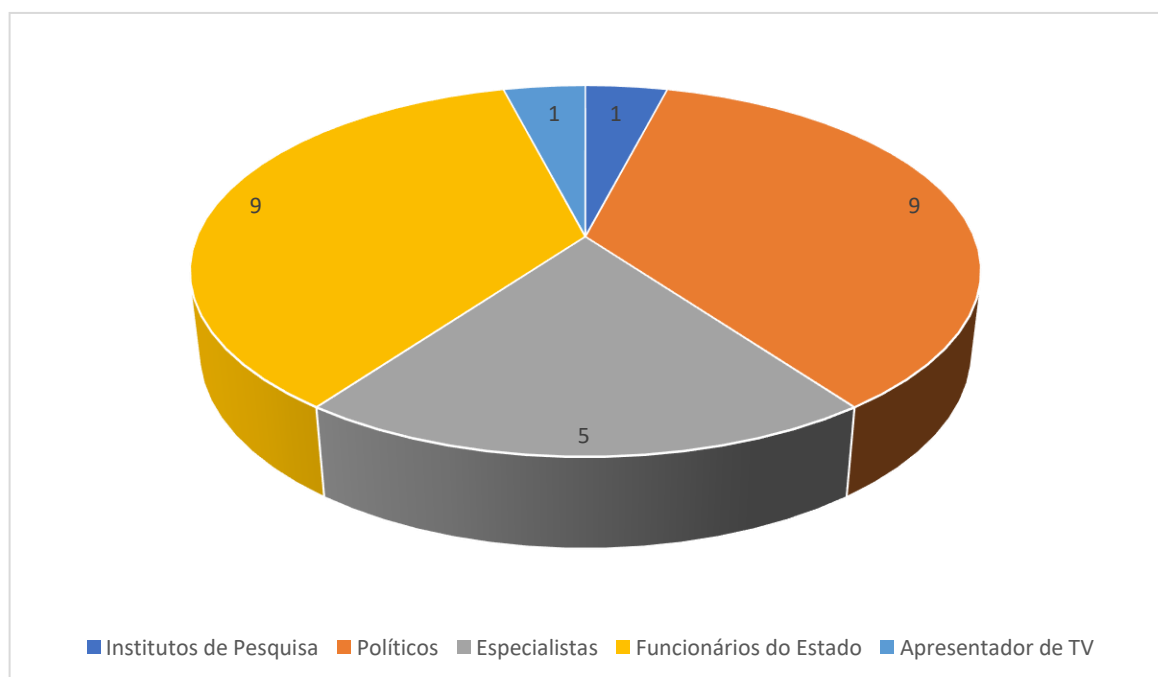
No Gráfico 6 mostra as fontes de informação utilizadas pelo portal Estadão no primeiro turno. Percebe-se que os políticos foram mais utilizados, contabilizando cinco. As outras fontes de informação somam: institutos de pesquisa (2); especialistas (3); funcionários do estado (2); e cidadãos em geral (4).

**Gráfico 6 - Fontes de informação utilizadas pelo Estadão no primeiro turno**



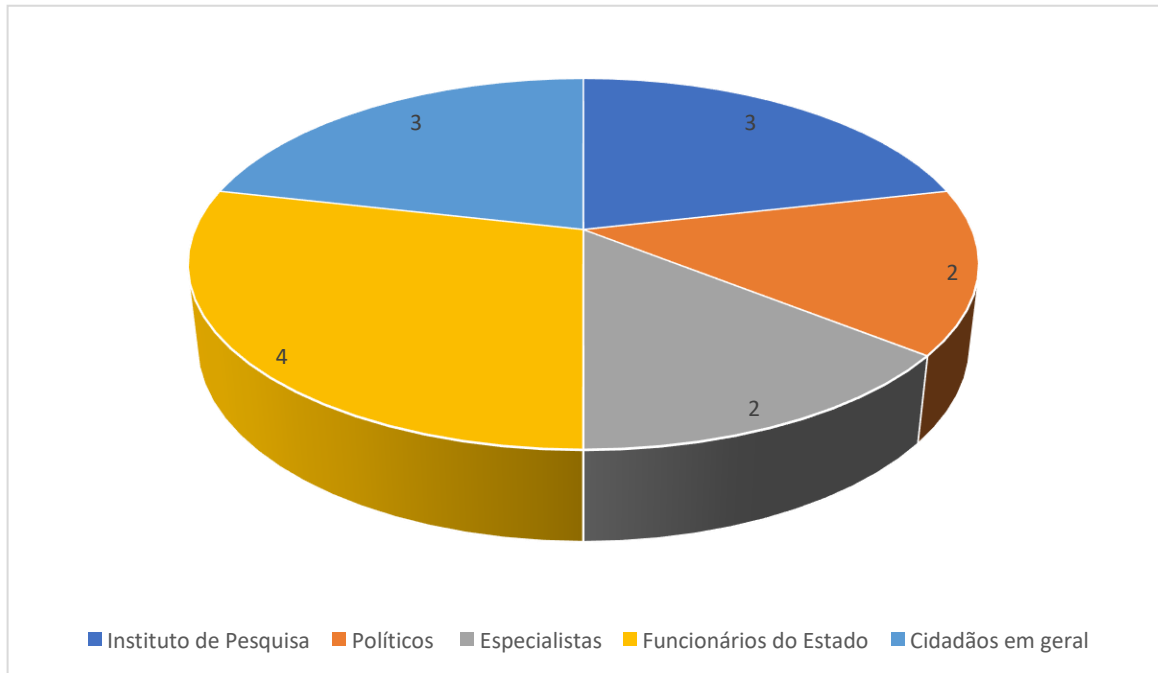
Já no Gráfico 7 mostra as fontes de informação utilizadas pelo Estadão no segundo turno. Políticos tiveram, novamente, um destaque, totalizando nove candidatos; mas os funcionários do Estado também foram bem requisitados, somando nove pessoas. Especialistas foram cinco e institutos de pesquisa, um. O que chama atenção é que há uma fonte de informação 'celebridade', o apresentador de um programa de TV Luciano Huck, convidado para uma das entrevistas do segundo turno do veículo. Sua aparição é destaque pois o apresentador vem infiltrando-se no meio político.

**Gráfico 7 - Fontes de informação utilizadas pelo Estadão no segundo turno**



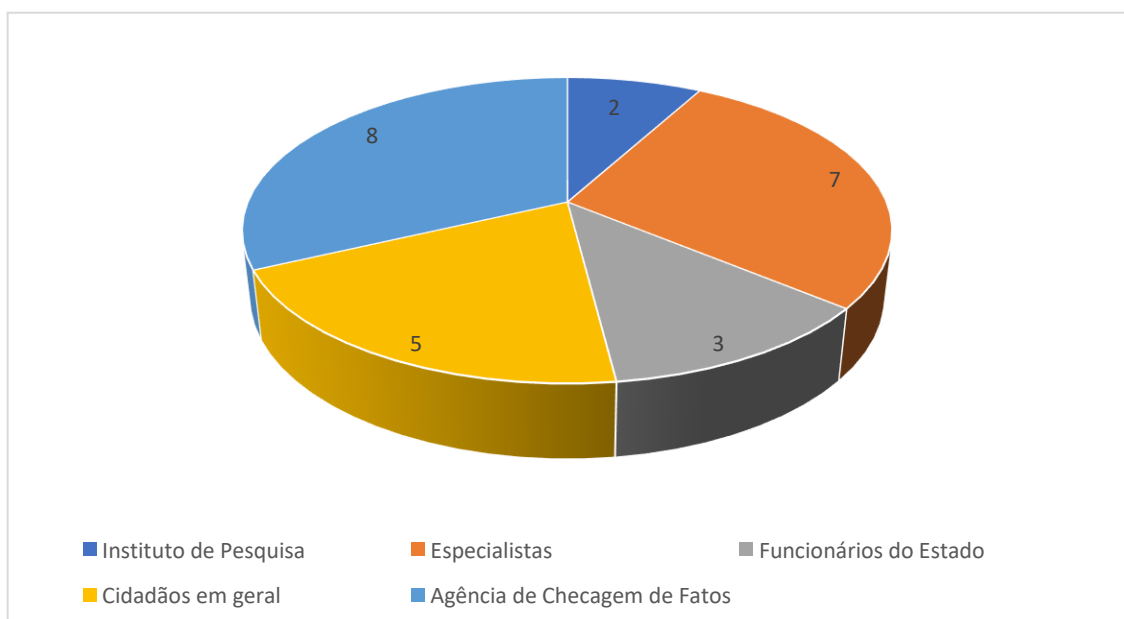
No Gráfico 8 mostra as fontes de informação utilizadas pela Folha de S.Paulo no primeiro turno. Este portal dividiu bem as fontes consultadas, como pode observar, foram: Institutos de pesquisa (3); políticos (2); especialistas (2); funcionários do Estado(4); e cidadãos em geral (3).

**Gráfico 8 - Fontes utilizadas pela Folha de S.Paulo no primeiro turno**



Já no Gráfico 9 estão presentes as fontes de informação utilizadas pela Folha de S.Paulo no segundo turno. Neste momento o portal não utilizou políticos para construir suas matérias. A novidade deste turno foi a utilização de agências de checagem de fatos, que foram 8 consultadas. Enquanto as outras fontes foram: instituto de pesquisa (2); especialistas (7); funcionários do Estado (3); e cidadãos em geral (5).

**Gráfico 9 - Fontes utilizadas pela Folha de S.Paulo no segundo turno**



Observando os dados das fontes consultadas é possível observar que os dois portais abordaram assuntos parecidos e também utilizaram, praticamente, as “mesmas” fontes de informação. O portal Estadão, no primeiro turno, utilizou mais políticos e cidadãos em geral, e no segundo turno, as fontes mais usadas foram funcionários do estado, políticos e especialistas. Enquanto a Folha de S.Paulo, no primeiro turno consultou funcionários do estado e institutos de pesquisa; e no segundo turno as fontes destacadas foram agências de checagem de fatos, especialistas e cidadãos em geral.

A seguir, esses conteúdos expostos foram analisados de acordo com a teoria *Newsmaking*, possibilitando a compreensão de como os veículos se comportaram e se eles corresponderam à realidade.

### **4.3 Análise com a teoria *Newsmaking***

De acordo com a teoria *Newsmaking*, Pena (2005) explica que o jornalismo constrói a realidade selecionando os fatos mais importantes a serem noticiados. Ambos os portais selecionaram os fatos e compuseram a realidade, como por exemplo, abordar sobre pesquisas eleitorais e usar como fontes pessoas em geral, como estudantes e comerciantes. Dessa forma trazendo a representatividade social que Karan (2014) aponta.

Observando pelos critérios de noticiabilidade a partir dos valores-notícias, que para Wolf (1985) são pautados em dois critérios substantivos: importância e interessada notícia, tanto o Estadão como o Folha de S.Paulo trabalharam nas vésperas das eleições somente com temas relevantes, como mostrados acima.

Dentro desses critérios é possível identificar os quatro pilares apontados por Wolf (1985) nos conteúdos publicados pelos portais no período determinado:

#### 1) Hierarquia

Grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável. Trabalharam com indivíduos, fontes de informação, como presidenciais, governadores, funcionários do Estado e especialistas;

#### 2) Impacto na sociedade

Impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional. O segundo fatos que, operativamente, determina a importância de um acontecimento é a sua capacidade de influir ou de incidir no interesse do país. Os conteúdos relacionados ao primeiro e segundo turno da eleição tiveram impacto nos acontecimentos do país e do mundo;

### 3) Envolvimento de pessoas

Quantidade de pessoas que o acontecimento (de fato ou potencialmente) envolve. Tendo em vista que a política comanda as ligações do país e do mundo, envolvendo toda a população que pode participar por meio do voto. Trazendo visibilidade ao tema de grande impacto junto ao público;

### 4) Relevância

Relevância e significatividade do acontecimento quanto à evolução futura de uma determinada situação. Por se tratar de política, um tema abrangente e que envolve a decisão de políticas públicas e rumos da democracia

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta inicial deste trabalho era analisar os portais de notícias, Estadão e Folha de S.Paulo, nas vésperas dos dois turnos das eleições de 2018.

No momento da coleta de dados para este estudo, foi preciso filtrar as notícias nos dois portais e nas duas vésperas, pois haviam muitas publicadas no dia. Portanto, neste trabalho não constam todas as matérias publicadas nas vésperas dos dois turnos das eleições, somente as matérias relacionadas aos filtros “política”, “notícias” e “eleições 2018 presidente”, presentes nas seções “editorias” e “poder”.

A análise do trabalho se resumiu em duas etapas: I) análise quantitativa presente nos dados da planilha: número de matérias; gênero informativo e opinativo; temáticas; e fontes de informação; II) análise segundo a teoria *Newsmaking*: critérios de noticiabilidade como valores-notícia: 1) hierarquia; 2) impacto na sociedade; 3) envolvimento de pessoas; e 4) relevância.

Ao analisar este trabalho e todos os dados levantados, foi possível identificar que o jornalismo é uma ponte com o público. Em épocas tão importantes como o período eleitoral, ele precisa reafirmar seu compromisso com a verdade e ser olhos e ouvidos da sociedade em todos os momentos, seja em coletivas de imprensa, ao investigar um caso, ao questionar e tentar entender os posicionamentos políticos e propostas que cada um tem.

O jornalista tem o dever de levar não somente a notícia, mas a reflexão sobre fatos relevantes e sobre a democracia, que afinal, sem ela não existiria jornalismo e o direito livre a informação. Por meio de entrevistas e artigos de opinião, por exemplo, e os temas abordados neste período em 2018, os portais conseguiram levar a ideia principal da democracia em relação a política ao público: repensar sobre a importância da democracia, refletir sobre a importância do voto, pois o voto de cada cidadão é importante e faz a diferença.

Tanto o Estadão como a Folha de S.Paulo cumpriram o dever que o jornalismo impõe, que é levar a público notícias que são de interesse público, ambos publicaram conteúdos relevantes e estavam relacionados com o que estava acontecendo no momento. Não ocultaram polêmicas, abordaram sobre posicionamentos, favoritismos

e rejeição; dentro das pesquisas eleitorais, deram espaço para que o público fosse representado.

Como foi explicado no início deste trabalho, o período das eleições em 2018 foi um marco histórico e conturbado. Muitas informações e polêmicas foram divulgadas, inclusive uma grande “campanha de desinformação”, como foram com as *fake news*, que dominaram o país e o mundo. Compreender o impacto que essas situações causaram no jornalismo contribui para clarear o propósito da profissão: levar fatos apurados ao público e fazer com que a verdade prevaleça.

Analisar a forma como a imprensa, em específico on-line, se comportou dentro deste tumulto é de grande valia para o meio de comunicação. Os dois veículos que foram selecionados para análise neste trabalho são renomados, centenários e tem peso na opinião da população nacional e internacional.

Dessa forma, os portais citados mostraram que a função do jornalismo na democracia esteve presente nas notícias e artigos trazendo informações relevantes, apurando fatos, combatendo às *fake News* e trazendo a representatividade da sociedade para a notícia.

## REFERÊNCIAS

- ARENDDT, Hannah. **Verdade e Política**. [ S . / . ] : The New Yorker, 1967.
- BUCCI, Eugênio. **A imprensa e o dever da liberdade**. 1. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2009.
- CANAVILHAS, João Manuel Messias. Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança. **Comunicação e Sociedade**, [s.l.], v. 9, p. 113-119, 2006.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no Jornalismo**. 1. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2008.
- CORBELLINI, Juliano; MOURA, Maurício. **A eleição disruptiva: Por que Bolsonaro venceu**. 1. ed. Rio de Janeiro: [s.n.], 2019.
- D'ANCONA, Matthew. **Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de Fake News**. 1. ed. Barueri: Faro Editorial, 2018.
- DIZARD, Wilson. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- ESTADÃO. **Resumo** Disponível em: <https://www.estadao.com.br/historico/print/resumo.htm> . Acesso em: 30 set. 2020.
- FERREIRA, Alexandre de Oliveira. **Liberdade e Filosofia da Antiguidade a Kant**. 1. ed. Parana: Editora Intersaberes, 2013.
- FOLHA S. Paulo. **História da Folha**. Disponível em: [https://www1.folha.uol.com.br/institucional/historia\\_da\\_folha.shtml?fill=4](https://www1.folha.uol.com.br/institucional/historia_da_folha.shtml?fill=4) . Acesso em: 30 set. 2020.
- FORTES, Leandro. **Jornalismo Investigativo**. São Paulo: Editora Contexto, 2005.
- GIORDANI, Renatha; FERNANDES, Márcio. **As agências de Fact-Checking frente às eleições de 2018**. Guarapuava: Intercom, 2019.
- KANT, Immanuel. **Crítica da Razão Pura**. [S.l.]: Edição Acrópolis. 2018.
- KARAM, Francisco José Castilhos. **Jornalismo, ética e liberdade**. 1. ed. São Paulo: Editora Summus, 2014.
- KARNAL, Leandro. **Canal Um Brasil: Limite da liberdade de expressão é o crime e a ética, por Leandro Karnal**. 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XDprxQjCYyc>. Acesso em: 2 jun. 2020.



MARTINS, Franklin. **Jornalismo Político**. 1. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. 1. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo?** São Paulo: [s.n.], 1980.

SPINELLI, Egle; SANTOS, Jéssica. Jornalismo na era da pós-verdade: *fact-checking* como ferramenta de combate às *fake News*. **Revista Observatório**, Palmas, v. 4, n. 3, p. 759-782, maio 2018.

VILLELA, Regina. **Profissão**: Jornalista de TV, Telejornalismo aplicado na era digital. Rio de Janeiro: [s.n.], 2008.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação: Textos de apoio**. 8. ed. Lisboa: [s.n.], 1985.