



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

HEITOR NASCIMENTO BRAZ

JORNALISMO EM PAUTA: CONHEÇA A PROFISSÃO

GOIÂNIA, GO
2020

HEITOR NASCIMENTO BRAZ

JORNALISMO EM PAUTA: CONHEÇA A PROFISSÃO

Trabalho de Conclusão do Curso de Jornalismo da PUC
Goiás como requisito para a obtenção do título de
Bacharel em Jornalismo
Orientador: Prof. Me. Murilo Gabriel Berardo Bueno

GOIÂNIA, GO
2020

Heitor Nascimento Braz

JORNALISMO EM PAUTA: CONHEÇA A PROFISSÃO

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado para a obtenção do Título de “Bacharel” e aprovado em sua forma final pelo Curso de Jornalismo

Goiânia, 02 de dezembro de 2020.

Banca Examinadora:

Prof. Me. Murilo Gabriel Berardo Bueno
Orientador
PUC GOIÁS

Profª. Ma. Gabriella Lucciani Morais de Souza Calaça
Avaliadora
PUC GOIÁS

Profª. Dr.^a Déborah Rodrigues Borges
Avaliadora
PUC GOIÁS

Dedico este trabalho à minha família. Em especial à minha mãe, Patrícia Nascimento e à minha avó, Maria Aparecida do Nascimento, pessoa que sempre me apoiou e me inspirou a ter fé.

AGRADECIMENTOS

A Deus pelo dom da vida, inteligência e humanidade.

Às minhas fontes, que foram simpáticas e me deram todo o apoio e inspiração.

Aos amigos e colegas do Tribunal Regional Eleitoral de Goiás.

Às pessoas que auxiliaram de alguma forma neste trabalho.

Ao meu orientador, professor Murilo Bueno.

Aos professores da PUC Goiás, os quais foram essenciais para chegar até o fim do curso de jornalismo.

Aos colegas da universidade

À minha família e amigos.

RESUMO

Jornalismo e seus bastidores, rotina jornalística, construção noticiosa, *fake news*. Esses são alguns dos pontos que este trabalho de conclusão de curso pretende abordar. Com a crescente disseminação de notícias falsas pela internet, o jornalismo vem perdendo credibilidade. A sociedade prefere acreditar em boatos a fatos, pois é mais fácil e conveniente. O Projeto tem a intenção de expor o dia-a-dia de jornalistas, seus desafios e valores como possível forma de restaurar a credibilidade do meio. Foram entrevistados professores, alunos e profissionais do ramo, como repórteres, produtores, editores e apresentadores. Foram construídas matérias explicativas e abordaram-se questões práticas como: “O que é Jornalismo?”, “Como uma notícia chega até a redação?”, “Como as notícias são escolhidas?”, “*Fake News*: Um problema grave” e outros. Todo o conteúdo foi organizado e disponibilizado em um “*website*” também idealizado por este trabalho. Utilizou-se ainda de estratégia multiplataforma, onde foi criada uma conta no Instagram. Na rede social, o conteúdo trabalhado teve o intuito de levar o usuário ou seguidor até o “*website*” deste projeto.

Palavras-chave: Jornalismo. Credibilidade. Bastidores. “*Website*”.

ABSTRACT

Journalism and its backstage, journalistic routine, news construction, fake news. These are some of the points that this course work intends to address. With the increasing spread of fake news over the internet, journalism has been losing credibility. Society prefers to believe rumors over facts, as it is easier and more convenient. The Project intends to expose the daily lives of journalists, their challenges and values as a possible way to restore the credibility of the media. Professors, students and industry professionals were interviewed, such as reporters, producers, editors and presenters. Explanatory articles were constructed and practical questions were addressed, such as: "What is Journalism?", "How does news reach the newsroom?", "How are news chosen?", "Fake News: A serious problem" and others. All content was organized and made available on a website also designed by this work. A multiplatform strategy was also used, where an account was created on Instagram, on the social network, the content worked on was intended to take the user or follower to the website of this project.

Keywords: Journalism. Credibility. Behind the scenes. Website.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Site do Jornalismo em Pauta	24
Figura 2 – Perfil do Jornalismo em Pauta no Instagram	25

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1 REDES SOCIAIS E O SEU PAPEL NA DIFUSÃO DE INFORMAÇÃO	13
2.2 “FAKE NEWS”, “FACTOIDE” E OS DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS	14
2.3 ATUAÇÃO DO JORNALISTA E SUA FUNÇÃO ÉTICA E SOCIAL	16
2.4 MEMORIAL DESCRITIVO	18
3 METODOLOGIA	20
3.1 TÉCNICAS DE PESQUISA	20
3.2 TIPOS DE PESQUISA.....	21
3.2.1 Pesquisa Exploratória	21
3.2.2 Bibliográfica	21
3.2.3 Documental	21
3.2.4 Pesquisa Aplicada	22
3.3 MÉTODO DE DESENVOLVIMENTO	22
3.3.1 Coleta de dados	22
3.3.2 Planejamento do “website”	23
3.3.3 Organização do planejamento gráfico visual	23
3.3.4 Construção da rede social e conexão das informações do perfil criado com o site	24
3.3.4 Seleção de entrevistados	25
4 RESULTADOS	26
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	27
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	28

1 INTRODUÇÃO

A comunicação é essencial para a vida. Ela está presente em todos os lugares e é base da sociedade. Um exemplo básico de comunicação é o *smartphone*. Nele, encontra-se o “mundo”, tudo a um toque de distância. Diante de tanta comunicação, faz-se necessária a informação, isto é, o jornalismo. Ele é uma importante fonte da comunicação e da informação, é o olho de quem não viu e o ouvido de quem não ouviu.

A presente pesquisa se enquadra na modalidade “Produtos Jornalísticos e Grandes Reportagens Multimídia”, mais especificamente na montagem de um projeto teórico-prático com estratégia multiplataforma que utiliza 02 canais de mídia principais: o “*Website*”, onde foi criado um blog com matérias para discutir temas como o papel do jornalista, “*fake news*” e os desafios dos profissionais da área. De forma complementar, utilizou-se o Instagram, onde foram postadas chamadas e prévias de conteúdo que encaminham o usuário até o site.

Diante das informações acima, elaborou-se o seguinte tema: Os bastidores do jornalismo e a importância da profissão na contemporaneidade. O intuito foi mostrar e explicar a rotina produtiva da imprensa, desde o momento em que a informação é captada até a publicação, para com isso ressaltar o papel e a importância da mídia profissional, contrastando-a com a dos influencers, dos inexperientes e também a dos mal-intencionados.

Após a delimitação do tema, foi estabelecido o intuito da pesquisa. Os objetivos são importantes para a delimitação e assertividade de projetos científicos, produtos e todas as modalidades de trabalho acadêmico. De acordo com Lakatos e Marconi (2003), o objetivo “torna explícito o problema, aumentando os conhecimentos sobre determinado assunto. Os objetivos podem definir “a natureza do trabalho”, o tipo de problema a ser selecionado, o material a coletar.” Eles podem ser divididos em geral e específicos. Tem-se como objetivo geral mostrar os bastidores do jornalismo, seus valores, rotina de produção e afins. Já os objetivos específicos pretendem expor as redações jornalísticas, seus bastidores e sua rotina produtiva, desde a captação da informação até a publicação; Explicar, com conteúdo e participações de fontes, as regras, a dinâmica e o funcionamento da profissão; Desenvolver através do “*website*”, de forma coerente, didática e dinâmica, a postagens de dados, fotos, vídeos e conclusões que enalteçam a imprensa e seu trabalho noticioso.

Após a delimitação dos objetivos, a etapa seguinte foi uma discussão acerca da relevância do trabalho. A internet é central na vida das pessoas e com a democratização dos “*smartphones*” uma conexão entre tudo e todos aconteceu. Com isso, precisa-se ressaltar o jornalismo como importante instrumento da sociedade. Ele está presente em todos os ambientes

e leva a informação ao público, seja por meio das mídias tradicionais, redes sociais, ou através do boca a boca da população.

A profissão que muitas das vezes é chamada de 4º poder detém enorme influência, porém não tem seu papel reconhecido. Para ser jornalista no Brasil, não há a necessidade de profissionalização, exclui-se a exigência de um curso superior, ou seja, dispensa-se o diploma como requisito para o exercer da profissão.¹

É inaceitável que tamanho poder e responsabilidade possam estar em mãos desqualificadas, ou ainda, maliciosas. É importante enfatizar o dever ético da classe. Um profissional sabe dos cuidados que deve tomar, possui o senso de que a informação pode ser facilmente manipulada, às vezes até de forma não evidente ou aparentemente despropositada. Embora não exista total neutralidade no trabalho jornalístico, o que difere o indivíduo que passou por uma formação acadêmica dos demais é o entendimento das técnicas de produção da informação, do real papel da imprensa, bem como o conhecimento da responsabilidade ética de quem assina a notícia e o CNPJ das empresas que as publicam. No entanto, com a constante troca de informações pela internet, há uma crescente na circulação de informações inverídicas, levianas e tendenciosas.

As eleições presidenciais de 2016 dos Estados Unidos da América são um exemplo do que as ²“fake news” fazem. A candidata à presidência, Hillary Clinton, sofreu com muitas mentiras, o que contribuiu para uma mudança no resultado das eleições, levando o oponente, Donald Trump, à vitória.

No Brasil, durante o processo eleitoral de 2018, o PT (Partidos dos Trabalhadores) também sofreu com boatos. O candidato rival, Jair Bolsonaro, acusou o Partido dos Trabalhadores, de promover o que era chamado por ele de “kit gay³”. Esse acontecimento foi muito comentado e repassado em aplicativos de mensagens. Era especulado que Fernando Haddad (do PT) iria distribuir uma cartilha nas escolas, direcionada para crianças, com incentivo à homossexualidade. A cartilha existia, mas seu conteúdo era educativo e promovia o combate à homofobia. O material não tinha qualquer conexão com o candidato Haddad ou com o incentivo à homossexualidade.

¹Disponível em: <<https://lfg.jusbrasil.com.br/noticias/1365753/stf-decide-que-diploma-de-jornalismo-nao-e-obrigatorio-para-o-exercicio-da-profissao>> Acesso em: 05/2020

²Disponível em: <<https://forbes.com.br/negocios/2016/11/como-boatos-ajudaram-a-eleger-donald-trump-nos-eua/>> Acesso em: 05/2020

³Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/12/politica/1539356381_052616.html> Acesso em: 05/2020

Vista a seriedade dos problemas, destaca-se o jornalismo profissional dentre a poluição informativa, pois é a única fonte especializada e confiável em noticiar. Ele pode “vacinar” a população contra os perigos das notícias falsas e outras desinformações, trazendo um maior senso crítico em relação ao que acontece no dia a dia e no que é noticiado.

Conforme explicitado anteriormente, a presente pesquisa insere-se na categoria “Produtos Jornalísticos e Grandes Reportagens Multimídia” e o produto se trata de um “*Website*”, onde a plataforma é composta por reportagens. O conteúdo reproduzido no site busca expor os bastidores do jornalismo e sua rotina produtiva.

O formato foi escolhido pela dinamicidade e a facilidade de exposição de um produto on-line, formato que democratiza o acesso ao grande público. O produto destina-se ao público leigo, isto é, aquele que quer manter-se informado, mas desconhece o perigo de “qualquer informação” (fontes sem credibilidades, “*fake news*”, boatos repassados em aplicativos de mensagem). Destina-se também aos apoiadores da imprensa e a qualquer parcela da sociedade que queira conhecer e educar-se em relação ao jornalismo e seu processo informacional. A partir das informações disponibilizadas no site, é possível promover a educação e esclarecimento, diminuindo o impacto que os boatos podem trazer. Já para a comunidade jornalística, o produto se dará como inspiração e “reforço” à profissão, pois conscientizará a sociedade sobre a função da mesma. Pretendeu-se usar linguagem dinâmica, didática e simples.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 REDES SOCIAIS E O SEU PAPEL NA DIFUSÃO DE INFORMAÇÃO

A Internet e as redes sociais (Twitter, Instagram, Facebook, etc) tornaram possível a ampla difusão de informação. Grandes veículos de informação marcam presença na rede mundial, como é o caso no Brasil da Rede Globo com o G1⁴ e da Record com o R7⁵. Em âmbito regional, temos, por exemplo, o Mais Goiás⁶, uma redação jornalística do estado de Goiás que é voltada para o Instagram, mas possui perfil no Facebook e também dispõe de um site próprio.

Quanto ao alcance e disponibilidade de informação, a todo momento as redes sociais e a internet, além de ampliarem o alcance das notícias, também possibilitaram ao público o conhecimento de inúmeros fatos que antes não eram debatidos e/ou ignorados pelos grandes veículos. Sousa (2013) explica:

Como afirmaram Kovach e Rosenstiel (2004), os “portões se abriram”, em referência ao fato da mídia ter perdido o poder de decisão a respeito do que é ou não publicado. Nesse sentido, os editores deixaram de ser a barreira entre o que pode chegar ao conhecimento do público ou não: muitas vezes esses espaços têm atuado no sentido de pautar e agendar o conteúdo noticiado pelos veículos jornalísticos.

As redes virtuais democratizaram o acesso à informação, tornando possível o debate entre internautas. A antiga relação entre os veículos de notícias e seus leitores mudou. Antes feito por carta ou ligação, agora acontece através de portais como o Twitter, em que o feedback é quase instantâneo. Recuero (2009 apud Francisco, 2010) concorda com Sousa e afirma que as redes sociais aumentaram a conexão entre as pessoas e facilitaram a difusão de informações. Ela ainda compara o ambiente offline com a internet: “No espaço offline, uma notícia ou informação só se propaga na rede através das conversas entre as pessoas. Nas redes sociais online, essas informações são muito mais amplificadas, reverberadas, discutidas e repassadas”.

A internet possibilitou ao grande público participar da construção noticiosa, debates, produção e reprodução de conteúdo. Recuero (2009) diz que as redes sociais são complementares a profissão, elas não teriam o mesmo comprometimento jornalístico com a informação, mas auxiliariam em discussões sobre diferentes pontos de vistas de um mesmo assunto.

A “web” é um local onde muitos falam, comentam e debatem, e por esse motivo a informação pode em vários momentos perder o sentido, ser distorcida e tornar-se enganosa.

⁴ Disponível em: <<https://g1.globo.com/>> Acesso em: 05/2020

⁵ Disponível em: <<https://www.r7.com/>> Acesso em: 05/2020

⁶ Disponível em: <<https://www.emaisgoias.com.br/>> Acesso em: 05/2020

Como a internet é um grande espaço de divulgação, as informações falsas também repercutem no meio e são muito replicadas. Essas mentiras levam à desinformação e fazem com que os dados oficiais percam a credibilidade e pareçam até absurdos. Essa rede de boatos chama-se “*Fake News*”.

2.2 “*FAKE NEWS*”, “*FACTOIDE*” E OS DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS

Mentira e sensacionalismo, quando juntas, tornam-se uma “mistura” perigosa. São “ingredientes” perfeitos para a elaboração e alta disseminação de boatos. A internet chegou e auxiliou no processo da difusão de informações. Por ainda não contar com uma regulamentação tão eficaz e quebrar todas as barreiras dos meios tradicionais, ela se torna o ambiente perfeito para a semente de mentiras, desinformação e boatos, ao mesmo tempo em que contribui para o surgimento de uma indústria de falsas notícias, onde quem “manda” é quem paga mais. Braga (2018) afirma que, antes do advento da internet, quando uma informação falsa era divulgada, o resultado era desastroso, terminando na justiça. Com a internet isso mudou. Vieram as redes sociais e, com elas, a facilidade em espalhar qualquer informação verdadeira ou falsa.

Quando assuntos como política, saúde, economia e religião são debatidos, a polêmica é certa. Quando o quadro não é a favor de determinada situação, a mentira e a manipulação tornam-se um “contra-ataque válido” em favor do interessado. E aí entra a estratégia das “*fake news*”. Sobre a recepção e a prosperidade deste conteúdo enganoso Braga (op. cit.) comenta:

A indústria dos fake news prospera, portanto, da ausência de tolerância. Nesse contexto, em um ambiente de polarização política, ao invés de admitir a presença de opiniões distintas ou conflitantes e tratar a pluralidade destas como positiva, o indivíduo busca por elementos que reafirmem e comprovem suas concepções, geralmente incriminando ou culpabilizando o grupo no espectro oposto de todas as mazelas existentes. Um ambiente de polarização política e carente de tolerância e pluralismo político favorece esse fenômeno.

O autor explica que as pessoas buscam acreditar em fatos que lhes convêm. A verdade pode ser dolorosa ou inconveniente. Além do problema da disseminação de conteúdo enganoso, existe ainda a subjetividade e a crença de cada indivíduo no momento da recepção desses conteúdos falsos. Quando um conteúdo “*fake*” é recebido, a pessoa pode até não acreditar, mas a intolerância e seus valores podem vir a convencê-la do contrário, levando assim à desinformação e à propagação de conteúdo falso.

Em cada área da sociedade, um impacto diferente desses boatos pode ser observado. Em comum, carregam uma consequência: A desinformação. No campo da medicina, quando alguma notícia falsa ou fato inverídico é disseminado, as consequências são desastrosas. Elas causam desinformação e podem ser letais. Henriques (2018) exemplifica:

A área de vacinas é alvo constante de inverdades. Um dos casos mais escandalosos de fraude científica aconteceu justamente quando um pesquisador britânico – Andrew Wakefield – publicou, com outros doze autores, um artigo na importante revista *Lancet*, em que afirmava uma correlação causal entre a vacina tríplice viral (contra rubéola, sarampo e caxumba) e a ocorrência de autismo. Anos depois, foi constatado que a pesquisa era fraudulenta, o que motivou uma retratação pela revista e a cassação do registro médico do autor na Inglaterra. Investigações concluíram que havia relevantes interesses econômicos envolvidos. No entanto, o estrago foi feito; muitas crianças deixaram de receber a vacina, em especial na Europa, por causa da boataria. A ação, que poderia ser chamada de criminosa, contribuiu para a ocorrência de surtos de sarampo, com internações e mortes.

Os impactos da desinformação nesse caso são previsíveis: Doenças erradicadas voltando a contaminar pessoas, campanhas de vacinação sem sucesso e até a morte.

Já no âmbito eleitoral, os boatos podem acarretar uma mudança expressiva nas intenções de voto, o que na prática também coloca em risco a democracia e o processo eleitoral brasileiro e mundial. As eleições são um momento importante na rotina de qualquer país e brechas como essa das “*fake news*” são perigosas para um sistema democrático, pois facilitariam a manipulação do voto. Sobre os impactos das “*fake news*”, Petrola (2019) afirma:

(...) o alcance das “*fake news*” vai além do repasse de informações falsas. Elas servem também como elemento de construção e reforço de identidades coletivas, num país que atravessa crise econômica e política. Ou seja, os boatos manipulam a opinião dos eleitores sobre determinado candidato, e manipulando a opinião popular, muda-se o resultado de uma eleição. Nesse momento a democracia perde força, pois foi manipulada.

sAlguns fatos, quando muito debatidos ou disseminados, acabam “travestindo-se” de verdade. Um exemplo é o debate brasileiro e estadunidense sobre o uso da Cloroquina e da Hidroxicloroquina em combate ao Sars-Cov-2 (Coronavírus) em 2020. Segundo a Sociedade Brasileira de Imunologia, o uso do fármaco não é eficaz.⁷ Mas no Brasil, mesmo com as devidas evidências científicas sobre o tratamento, o Presidente Jair Bolsonaro defende o amplo uso da Cloroquina⁸. Esse fato pode gerar incertezas e uma sensação de que o remédio pode ser verdadeiramente eficaz.

Com isso, faz-se necessário reafirmar a importância do papel do jornalismo na atualidade. Evidencia-se a importância e a necessidade da checagem dos dados, bem como a veracidade de informações divulgadas e repassadas. O jornalismo profissional possui compromisso ético com a sociedade. Jornalistas/empresas profissionais possuem CPF/CNPJ, o

⁷ Disponível em: <<https://sbi.org.br/2020/05/18/parecer-da-sociedade-brasileira-de-imunologia-sobre-a-utilizacao-da-cloroquina-hidroxicloroquina-para-o-tratamento-da-covid-19/>> Acesso em: 05/2020

⁸ Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/blog/radar/governo-bolsonaro-continua-torrando-dinheiro-com-cloroquina/>> Acesso em: 05/2020

que constitui uma personalidade jurídica, e esse fato garante maior segurança para o público receptor de notícias. Pois em tese qualquer informação publicada tem de estar dentro da lei (e se não estiver, está passível de receber processos). Já no caso das notícias falsas, muitas vezes não há sequer a possibilidade de identificação dos autores do conteúdo exposto. Sobre esse conteúdo falso Aglantzakis (2020) comenta:

A forma como o conteúdo é disseminado agrava ainda mais o efeito das fake news (...) A divulgação das fake news, são elaboradas e sofisticadas, pois são geradas e replicadas por computadores, bots e robôs com base em dados disponíveis nas mídias sociais e aplicativos de interação social, transformando a informação em um produto onde transmitir narrativas não condizentes com a verdade factual, principalmente as que distorcem o discurso político e econômico, tem atendido aos objetivos de determinados sujeitos ou grupos sociais.

Com isso, o papel profissional do jornalista, antes visto como ponte entre fatos e o público, agora pode se tornar uma espécie de segurança para que se tenha matérias com um mínimo de critério, rigor e compromisso com divulgação de fatos que realmente ocorreram.

No entanto, é importante ressaltar que o posicionamento e a forma de produzir conteúdo estão ainda, sujeitos à própria subjetividade humana e ainda à linha editorial de cada veículo de comunicação. Pode-se dizer, ainda assim, que é mais seguro ler diversos periódicos e jornais que trabalham sob o crivo ético, cabendo ao leitor comparar posicionamentos e formas de noticiar fatos ao invés de acreditar ou propagar notícias totalmente inventadas.

2.3 ATUAÇÃO DO JORNALISTA E SUA FUNÇÃO ÉTICA E SOCIAL

O ato de ser jornalista mudou muito desde a chegada da internet. Vieram as redes sociais, os blogs e locais para debates, bem como as redações e veículos de notícias voltados para a rede mundial dos computadores. Essa mudança ocasionou diferentes e novos cenários à profissão. Como consequência, a desvalorização gradual dos meios tradicionais aconteceu e, com isso, a migração de pessoas para a concorrente virtual, que é onipresente. Os discursos e o modo de tratar o público tiveram de ser adaptados, foi necessária a adoção de uma linguagem diferente. Além de inovações e mudanças, prejuízos também surgiram, como a fácil disseminação de boatos e mentiras.

A classe jornalística já foi apelidada de 4º poder por possuir credibilidade e influenciar indiretamente todo o meio social com suas publicações. Seja na política, economia ou no governo, toda essa influência ligada em uma rede onipresente de comunicação gerou brechas para a geração de mentiras. Falsos jornalistas e veículos de informação sem credibilidade fazem uso da credibilidade/roupagem jornalística para disseminar informações falsas na sociedade, ou seja, mentiras travestidas de verdade. Ferreira Filho [2018?] explica que as “*fake news*”

possuem o mesmo formato de uma notícia. A diferença ficaria por conta do conteúdo completamente ou parcialmente falso. O autor ainda afirma que as notícias mentirosas são fabricadas com a intenção de desinformar, enganar ou manipular a opinião pública.

O jornalismo profissional tem a obrigação de seguir valores éticos como a verdade e seriedade para o exercício correto da profissão, pois atua formando e construindo a opinião pública. O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros enfatiza e defende essas obrigações:

Capítulo I - Do direito à informação

I - a divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e deve ser cumprida independentemente de sua natureza jurídica - se pública, estatal ou privada - e da linha política de seus proprietários e/ou diretores.

II - a produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público;

Capítulo II - Da conduta profissional do jornalista

Art. 4º O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, razão pela qual ele deve pautar seu trabalho pela precisa apuração e pela sua correta divulgação.

Tomando como base o código de ética, pode-se afirmar que o ato de divulgar informações verdadeiras e objetivas é uma das maiores obrigações da classe. Mesmo prezando pela verdade, diferentes veículos divulgam lados diferentes e “verdadeiros” de um mesmo fato, o que muitos classificam como manipulação ou informação tendenciosa.

No Brasil, um exemplo de lados diferentes de um mesmo fato pode ser observado nas coberturas jornalísticas da Rede Globo e Rede Record. Pode-se citar como exemplo um mesmo fato que ambas noticiaram: As manifestações durante a pandemia da COVID-19. A Rede Globo chamou o acontecido de “manifestação antidemocrática”, já a Record chamou de “Encontro com apoiadores”.⁹

Quando enfoques e lados diferentes são noticiados, evidencia-se a parcialidade e/ou subjetividade do noticiar. São reflexos da linha editorial de um jornal (conjunto de crenças e valores de um veículo de comunicação). O Governo, patrocinadores e empresas de vários ideais políticos anunciam nos jornais, em tvs, rádios e sites. Essa renda externa, vindoura da publicidade e patrocinadores pode vir a influenciar o conjunto de crenças do veículo jornalístico (editorial do jornal).

Embora não haja uma concreta imparcialidade (enfoque dado a notícia) por parte de nenhum veículo, os fatos tendem a ser noticiados com a menor intervenção possível. A notícia pode ser bem absorvida pelo leitor a partir da observação de diversos modos de fala. O senso

⁹ Disponível em: <<https://tvefamosos.uol.com.br/colunas/mauricio-stycer/2020/05/03/globo-manifestacao-antidemocratica-record-encontro-com-apoiadores.htm>> Acesso em: 05/2020

crítico e percepção mais ampla dos fatos que são noticiados podem ser desenvolvidos com o simples acompanhar de diferentes veículos de informação.

2.4 MEMORIAL DESCRITIVO

A escolha do tema deste trabalho foi dinâmica. Tive muitas ideias e a primeira delas consistia em um fotolivro sobre a vida das pessoas que utilizavam o transporte público de Goiânia. Até que um dia, ironicamente, dentro de um ônibus, me veio a ideia de falar sobre o jornalismo, sua função e importância. Meu orientador, Murilo Bueno, aprovou de imediato a ideia e, a partir dessa decisão, mudei também o formato do produto, indo de algo físico para o digital. Minha ideia era democratizar o acesso ao produto. Sites são mais baratos e acessíveis do que livros e mídias físicas. No fim, a ideia se transformou em uma mega reportagem.

O primeiro desafio foi delimitar um roteiro para o projeto. Falar sobre jornalismo sem um roteiro seria difícil. Durante o tempo do TCC 1 e em conversa com o professor Rogério Borges, surgiu a sugestão de tratar a história com a dinâmica da notícia, ou seja, do momento em que uma pauta chega à redação jornalística até o momento de sua publicação. A ideia foi aceita e aplicada ao projeto. Depois, defini o nome: “Tudo sobre jornalismo”.

No fim do TCC 1, defini algumas fontes e as convidei para serem entrevistadas. Algumas aceitaram de primeira, o que foi uma surpresa. Algo que ajudou bastante no contato com os entrevistados foram as redes sociais, consegui contato com a maioria via Instagram. Eu mandava a solicitação por mensagem e alguns dias ou até horas depois, vinha a resposta.

No TCC 2, mais ideias vieram. Uma delas foi aceita: a troca do nome. Definiu-se, assim, por “Jornalismo em Pauta”. O nome parecia mais sério e, ainda assim, descontraído e atrativo. Começaram então as entrevistas, bem como a produção e criação do “*website*”. Por estar em uma pandemia, encontrei poucas dificuldades. A maior parte das fontes não viu empecilho em reuniões presenciais, algo de que, dentro dos limites, eu não queria abrir mão. Grande parte delas foi realizada presencialmente. Sempre me preparava, fazia maquiagem, escolhia uma roupa apropriada e pegava meus equipamentos (tripé, microfone e celular). No local das gravações e em conversa com os entrevistados, fazíamos debates sobre o uso da máscara ou não. A decisão variava, a depender do local e da distância entre nós. As reuniões virtuais aconteceram via ferramenta de gravação on-line, eu na minha casa e a fonte em seu local de preferência. Procurei usar o meu celular conectado ao computador como câmera para captação de imagens em alta definição.

Encontrei dificuldade em trabalhar com o design do site, o que até o fim do projeto foi um grande desafio. Graças a sugestões de alguns amigos, alguns deles designers, o problema

foi solucionado e me surpreendi com o resultado. Procurei ter maior cuidado com todos os pequenos detalhes da plataforma on-line. Nesta demanda, horas e horas foram investidas.

Percebi também que todo o conteúdo aprendido durante o curso, bem como no estágio, foi essencial e insubstituível. Sem essa bagagem, não conseguiria. Tudo foi feito por mim, desde a produção, a redação até a edição de texto e vídeo, o que também foi surpreendente. Estou totalmente satisfeito!

3 METODOLOGIA

O presente capítulo tem a pretensão de apresentar o plano de pesquisa deste trabalho de conclusão de curso. O meio como o trabalho foi realizado seguiu os ideais do que se considera metodologia científica. Prodanov e De Freitas (2013) caracterizam metodologia como o modo em que se aplicam técnicas e procedimentos para examinar e colher informações com o intuito de obter conhecimento para a resolução de problemas e lacunas dos itens a serem pesquisados.

Dessa forma, será descrito a seguir os tipos de pesquisa e autores que sustentaram a proposta prática do presente trabalho.

3.1 TÉCNICAS DE PESQUISA

A técnica de pesquisa almeja reunir dados; cada abordagem utiliza de diferentes maneiras para a obtenção de conclusões ou respostas da questão pesquisada. O modo de coleta dos elementos a serem analisados dividem-se em meios qualitativos, quantitativos ou mistos (quando há o uso das duas abordagens). O estudo quantitativo é um método que busca produzir conhecimento numérico e estatístico. Já a pesquisa qualitativa pretende obter informações mais complexas que dependem de interpretações do pesquisador.

Neste trabalho, foi feito o uso da abordagem qualitativa. Sobre o funcionamento da técnica escolhida Prodanov e De Freitas (op. cit) comentam:

Na abordagem qualitativa, a pesquisa tem o ambiente como fonte direta dos dados. O pesquisador mantém contato direto com o ambiente e o objeto de estudo em questão, necessitando de um trabalho mais intensivo de campo. Nesse caso, as questões são estudadas no ambiente em que elas se apresentam sem qualquer manipulação intencional do pesquisador. A utilização desse tipo de abordagem difere da abordagem quantitativa pelo fato de não utilizar dados estatísticos como o centro do processo de análise de um problema, não tendo, portanto, a prioridade de numerar ou medir unidades. Os dados coletados nessas pesquisas são descritivos, retratando o maior número possível de elementos existentes na realidade estudada. Preocupa-se muito mais com o processo do que com o produto. Na análise dos dados coletados, não há preocupação em comprovar hipóteses previamente estabelecidas, porém estas não eliminam a existência de um quadro teórico que direcione a coleta, a análise e a interpretação dos dados.

Nesse sentido, foram escolhidos jornalistas do Estado de Goiás que trabalham em diferentes veículos de comunicação a fim de obter uma amostragem que permitisse fazer uma projeção dos desafios e responsabilidades do fazer jornalístico ético. O critério de escolha periódica foi o de captar profissionais atuantes no Estado de Goiás, por trazerem proximidade com o público e facilitarem o acesso ao realizador do site, conforme será descrito nos tópicos subsequentes.

3.2 TIPOS DE PESQUISA

3.2.1 Pesquisa Exploratória

Com o intuito de obter mais informações sobre o jornalismo profissional e a imprensa, a pesquisa exploratória viabilizou um melhor entendimento sobre a rotina produtiva da profissão, seus bastidores, possíveis erros e acertos. E, com isso, permitiu construir uma visão aprimorada, “realista e fiel”, que foi relevante para o objetivo final deste trabalho. Sobre esse meio de estudo, Prodanov e De Freitas (2013) explicam: “Visa a proporcionar maior familiaridade com o problema, tornando-o explícito ou construindo hipóteses sobre ele”. O interesse do pesquisador pelo tema levou à exploração do assunto por meio de pesquisa. A partir daí, surgiu a necessidade de trabalhar com o projeto de caráter teórico e prático no sentido de sistematizar as informações pesquisadas, coletar novos dados presentes na realidade regional do fazer jornalístico e compilar esses dados por meio do site e da página do Instagram com estratégia hipermédia, a fim de conectar esses múltiplos canais de distribuição de conteúdo.

3.2.2 Bibliográfica

A utilização da pesquisa bibliográfica implicou em análise de materiais como artigos, livros e outros itens desta área de estudo (comunicação e jornalismo), todos com teor científico. Esse meio de estudo/análise teve papel norteador, uma vez que guiou o presente trabalho a um caminho assertivo, diminuindo os possíveis erros, aprimorando e alinhando-o com o conhecimento científico, considerando fatos já analisados que condiziam e/ou conflitavam com a temática construída. Acerca do estudo bibliográfico, Lakatos e Marconi (2003) afirmam que o intuito é colocar o pesquisador em contato com todas as fontes. Sejam elas escritas, ditas, transcritas, filmadas ou etc.

Dessa forma, na presente pesquisa, a fundamentação teórica permitiu a sustentação de toda a parte prática, pois as diversas discussões e teorizações sobre o assunto elencado trouxeram suporte à construção do produto final.

3.2.3 Documental

Sobre o estudo documental, Lakatos e Marconi (op. cit.) afirmam: “A característica da pesquisa documental é que a fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias.” O uso de fontes primárias e documentos caracterizam a pesquisa documental. Ela foi importante para este estudo, pois possuía relevância, e ainda permitiu o contato com fontes importantes da área, como professores

e profissionais do jornalismo em seus relatos sobre o dia-a-dia, os acontecimentos, os problemas e avanços encontrados pela imprensa, aliando os resultados a seus impactos na sociedade, possibilitando assim uma análise com fatos, falas e arquivos de mídia produzidos.

3.2.4 Pesquisa Aplicada

O objetivo aqui foi produzir conteúdo relevante e científico com o fim de utilizá-lo em resolução ou discussão acerca da problemática selecionada por este trabalho de conclusão de curso. Por fim, a pesquisa aplicada analisou todos os dados coletados em harmonia com este estudo e aplicou-os por meio da construção das redes sociais e de “*website*” que buscavam expor os bastidores do jornalismo, a importância da profissão para a sociedade e os principais desafios éticos e profissionais da carreira na contemporaneidade. Para Prodanov e De Freitas (2013) o objetivo de uma pesquisa aplicada é a produzir conhecimento e aplicá-lo na prática, possibilitando assim a solução de problemas (relacionados ao tema estudado).

3.3 MÉTODO DE DESENVOLVIMENTO

O uso de um método correto é importante para a obtenção de informações relevantes para qualquer pesquisa. Por ser específico e trazer análises de formas diferentes, acarreta em resultados que geram informações de credibilidade ou não. É importante estabelecer um roteiro condizente com o objeto de estudo. Lakatos e Marconi afirmam (2003):

Assim, o método é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo - conhecimentos válidos e verdadeiros -, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista.

Dessa forma, o método envolveu planejamento, seleção dos entrevistados, desenvolvimento do layout, organização do material coletado, aplicação de referencial criativo do autor, entre outros.

3.3.1 Coleta de dados

Para a composição e resolução do projeto, foram feitas entrevistas presenciais e virtuais com cerca de 11 profissionais da área, como jornalistas e professores. O material que foi coletado durante as entrevistas serviu de base para o desenvolvimento do que está disponibilizado no “*website*” e nas redes sociais deste projeto. O intuito foi distribuir os assuntos de forma harmônica e dinâmica para, por fim, expor à sociedade e ao público alvo questões sobre a importância do jornalismo e sua rotina produtiva.

3.3.2 Planejamento do “website”

Para a realização do objetivo deste trabalho de conclusão de curso, o conteúdo produzido foi dividido em diferentes categorias. O intuito era organizar todos os dados de forma a construir um melhor entendimento e navegação do público final. Foram as divisões:

1 - **“O Jornalismo”** – Introdução sobre o tema, exposição de valores da profissão e exposição da rotina noticiosa, captando desde o momento da chegada de uma pauta pela redação jornalística até a publicação dela.

2 - **“A Formação”** – Explicação sobre a importância da graduação em jornalismo para o jornalista profissional e atuante.

3- **“Fake News”** Apanhado geral sobre o tema. Foi dado ênfase em temas como: “O que são as *fake news*?”, “A disseminação dos boatos”, “Impactos negativos gerados pelo problema”.

4 - **“Extra”** – Categoria livre para exposição de conteúdo relativo à profissão.

3.3.3 Organização do planejamento gráfico visual

Para a construção do “website” foi utilizada a plataforma “Wix”, criadora gratuita e interativa de sites. Fez-se constante uso de elementos simétricos, como quadrados e retângulos. O layout foi pensado para a fácil visualização/navegação e ao mesmo tempo visando manter uma linha rígida de organização e harmonia. A parte superior é tomada pela logo do projeto junto a um menu para navegação. Pode-se citar algumas inspirações: Spotify¹⁰, G1¹¹, TRE GOIÁS¹² e CNN Brasil¹³.

Branco, vermelho e preto são as principais cores do portal. Elas foram usadas por conta do bom contraste que têm entre si. O vermelho carrega a sensação de atenção e imediatismo, característica presente no jornalismo. Já o branco foi utilizado por sua neutralidade, outro valor da profissão. O preto foi usado de forma a destacar as outras duas cores, mantendo assim um bom contraste e facilitando a visualização e a leitura.

As fontes usadas no projeto foram: “Arial” e “Helvetica”. Elas possuem elegância e ainda trazem a sensação de formalidade. A facilidade para a leitura também foi um dos motivos da escolha delas.

¹⁰ Disponível em: <www.spotify.com> Acesso em: 09/2020

¹¹ Disponível em: <www.g1.globo.com> Acesso em: 09/2020

¹² Disponível em: <www.tre-go.jus.br> Acesso em: 09/2020

¹³ Disponível em: <www.cnnbrasil.com.br> Acesso em: 09/2020

A logo do Jornalismo em Pauta foi feita com a mesma paleta de cores. Ela traz como símbolo um jornal impresso junto da escrita “Jornalismo” em destaque, e embaixo, em tamanho menor “em Pauta”, ambas com a fonte “Crimson Pro Bold”. A identidade busca lembrar os velhos tempos da profissão, onde eram usadas máquinas de escrever. Essa construção visual teve o intuito de trazer a sensação de seriedade ao projeto, bem como a retomada aos valores e essências da profissão.

Figura 1 – Site do Jornalismo em Pauta



Fonte: Jornalismo em Pauta¹⁴

3.3.4 Construção da rede social e conexão das informações do perfil criado com o site

O Instagram deste projeto foi feito com a ideia de captar público para o “*website*” do Jornalismo em Pauta. Trabalhou-se com posts de prévias do conteúdo. No fim das postagens, o usuário era encaminhado ao link na biografia do perfil, levando-o a visitar o portal e conferir o conteúdo completo, explorá-lo e conhecê-lo. O perfil serviu como um cartão de visita do site.

¹⁴ Disponível em: <www.jornalismoempauta.com> Acesso em: 11/2020

Figura 2 – Perfil do Jornalismo em Pauta no Instagram



Fonte: Instagram do Jornalismo em Pauta¹⁵

3.3.4 Seleção de entrevistados

Foram contatados jornalistas profissionais/atuentes de vários veículos de comunicação, professores, coordenadores e alunos do curso de jornalismo. Deu-se preferência para fontes próximas, preferencialmente do estado de Goiás. Pode-se destacar algumas: Prof. Antônio Carlos (Coordenador do Curso de Jornalismo da PUC Goiás), Prof. Rogério Borges (PUC Goiás), Prof. Enzo De Lisita (PUC Goiás), João Victor Guedes (Repórter da TV Anhanguera), Kayque Juliano (Produtor da Record TV Goiás), Handerson Pancieri (Apresentador da TV Anhanguera) e Jorge Borges (Editor do Diário de Aparecida). Todos contribuíram ativamente para a construção de conteúdo deste projeto.

¹⁵ Disponível em: <www.instagram.com/jor.empauta> Acesso em: 11/2020

4 RESULTADOS

Este trabalho teve sua execução realizada em aproximadamente 9 meses. Primeiro, trabalhou-se a parte teórica do projeto, como sua fundamentação, ideias e roteiros. A segunda parte deu-se pela produção do “*Website*”, entrevistas com as fontes, redação do conteúdo, edição de material em vídeo e correção/revisão de todo o projeto.

Todo o conteúdo idealizado pelo autor foi executado com sucesso: Criação do “*Website*”, Instagram e entrevistas com professores e jornalistas de diversos veículos. O resultado pode ser conferido no site Jornalismo em Pauta: www.jornalismoempauta.com, e no perfil do Instagram: [@jor.empauta](https://www.instagram.com/jor.empauta/); www.instagram.com/jor.empauta/.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A preocupação com a credibilidade do jornalismo e o combate às “*fake news*” são fatores que motivaram a construção deste trabalho. Foram realizadas entrevistas e coleta de depoimentos com fontes importantes da profissão, como professores e jornalistas profissionais.

Partindo do conteúdo coletado, foram construídas matérias explicativas sobre os bastidores e o funcionamento do jornalismo diário, abordando-se temas como o perigo das “*fake news*” e a rotina jornalística de produção, passando pelo momento de chegada de uma notícia à redação, sua construção, checagem e publicação. Enfatizou-se a importância da formação no curso de jornalismo e, a partir de conversas com docentes, foram expostas características do aprendizado durante o curso, como a formação ética, humanística e ainda importantes técnicas jornalísticas.

O conteúdo encontrado pelo autor junto às fontes e produzido foi satisfatório para a realização deste projeto. O propósito deste trabalho foi cumprido com sucesso, bem como seus objetivos específicos, que tratavam mais a fundo de questões práticas relativas à rotina jornalística e sua produção de conteúdo.

Os jornalistas e professores entrevistados deixaram claramente expostos os valores da profissão, o que era almejado pelo autor. Este fator possibilitou a construção de matérias em linguagem dinâmica e prática.

Em continuidade ou em futuros trabalhos, estima-se estudar e abordar com maior predominância as “*Fake News*”, com o intuito de identificar pontos importantes para o combate ao problema.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGLANTZAKIS, Vick Mature. **Fake news como ameaça à democracia e os meios de controle de sua disseminação**. 2020.

BRAGA, Renê Morais da Costa. **A indústria das fake news e o discurso de ódio. Direitos políticos, liberdade de expressão e discurso de ódio: volume I**, 2018.

Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. **Federação Nacional dos Jornalistas**, Vitória, agosto de 2007.

FERREIRA FILHO, João Batista. 1. **Uma definição para fake news**.

FRANCISCO, Kárita Cristina. **O jornalismo e as redes sociais: participação, inovação ou repetição de modelos tradicionais?**. Prisma. com, n. 12, p. 193-218, 2010.

HENRIQUES, Cláudio Maierovitch Pessanha et al. **A dupla epidemia: febre amarela e desinformação**. 2018.

PETROLA62, José Ismar. Fake news, guerra cultural e crise de credibilidade do jornalismo nas eleições de 2018. **Liberdade de Expressão Questões da atualidade**, p. 84, 2019.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**, v. 5, 2003.

PRODANOV, Cleber Cristiano; DE FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico-2ª Edição**. Editora Feevale, 2013.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão. **Metamorfozes jornalísticas**, v. 2, p. 1-269, 2009.

SOUSA, Maíra de Cássia Evangelista de et al. **A dinâmica da notícia nas redes sociais na internet**. 2013.

AUTORIZAÇÕES

Em um primeiro momento todas as autorizações foram combinadas via aplicativo de mensagens e ainda confirmadas verbalmente. Contudo, após a avaliação deste projeto tomou-se a decisão de formalizar as autorizações em forma de documento. Mas não houve tempo suficiente para que elas fossem anexadas a este trabalho. As autorizações seguirão sendo requisitadas, recebidas e salvas pelo autor do trabalho.