

EXTRATO DE MONOGRAFIA

JORNALISMO, ÉTICA E PREJUÍZO SOCIAL¹

PERIODISMO, ÉTICA Y DAÑO SOCIAL

JOURNALISM, ETHICS AND SOCIAL DAMAGE

Jhonata Lilargem²

RESUMO:

A pesquisa mostra como acontecem os equívocos jornalísticos e aborda também sobre as consequências desses erros que podem prejudicar vidas de seres humanos. O artigo buscou referências bibliográficas e analisou depoimentos de especialistas sobre o assunto. Episódios como “Escola de Base” e “Caso Fabiane” marcantes por deslizos de apuração da imprensa brasileira foram estudados como forma de aprofundamento do tema. Vinte anos separam os dois casos, mas os erros cometidos na apuração e divulgação da notícia causaram diversas consequências para as vítimas.

PALAVRAS-CHAVE: Ética jornalística. Jornalismo Policial. Prejuízo social.

RESUMEN:

La investigación muestra cómo ocurren los errores periodísticos y también aborda las consecuencias de estos errores que pueden dañar la vida de los seres humanos. El artículo buscó referencias bibliográficas y analizó testimonios de expertos en el tema. Episodios como "Escola de Base" y "Caso Fabiane", que fueron marcados por resbalones en la investigación de la prensa brasileña, fueron estudiados como una forma de profundizar el tema. Veinte años separan los dos casos, sin embargo los

¹ Trabalho resultante da monografia desenvolvida sob orientação do Prof. Me. Mozarth Dias e defendida publicamente em 2018.

² Egresso do curso de Jornalismo UNIFLU. E-mail: jornalistajonatha@hotmail.com

erros cometidos ao investigar e difundir as notícias tiveram várias consequências para as vítimas.

PALABRAS CLAVE: Ética periodística. Periodismo policial. Dano social.

ABSTRACT:

The research shows how the journalistic mistakes happen and also addresses the consequences of these errors that can harm the lives of human beings. The article searched for bibliographic references and analyzed testimonials from experts on the subject. Episodes such as “Escola de Base” and “Caso Fabiane”, which were marked by slips in the journalistic investigation of the Brazilian press, were studied as a way of deepening the theme. Twenty years separate the two cases, but the mistakes made in investigating and disseminating the news had several consequences for the victims.

KEYWORDS: Journalistic ethics. Police Journalism. Social damage.

1 – INTRODUÇÃO

A imprensa, que teve a sua história oficialmente iniciada no Brasil em maio de 1808, vem tendo os modelos de trabalhos estudados por vários pensadores. Há mais de 200 anos, a mídia brasileira vem cumprindo uma das suas principais funções, que é produzir notícias para o público, mas a credibilidade - que já foi e ainda é considerada primordial por alguns - corre o risco de se desgastar com o passar do tempo, devido a alguns problemas que a mídia tem enfrentado e que serão abordados nesse trabalho.

Entre os motivos que ameaçam a credibilidade de uma empresa midiática está a falta da devida apuração dos fatos que pode gerar a divulgação de informações falsas e, ao mesmo tempo, pode trazer críticas para o jornal e afastar o público dos veículos comunicativos.

Já que as mídias passaram a ter mais visibilidade com o advento da internet, elas ampliaram o poder de influenciar o público, de acordo com Silva e Santos (2005). Os autores acreditam que os jornalistas têm poder de gerar reflexões e mudanças comportamentais na sociedade, e para eles, alguns valores podem ser substituídos e novos sentidos podem ser criados, a partir do conteúdo divulgado pela imprensa. Por isso, é essencial que os jornalistas tenham mais cuidado para

não divulgar um conteúdo eticamente duvidoso que influencie de forma negativa o comportamento das pessoas.

Conforme Travassos (2008), a mídia brasileira é poderosa já que ela tem um grande alcance e é capaz de influenciar a sociedade. Porém, os jornalistas são passíveis de cometerem erros de apuração, e, assim, eles podem noticiar um caso sem veracidade e prejudicar a vida de outros cidadãos. A sociedade que acompanha os noticiários pode se revoltar contra suspeitos de cometerem crimes e há possibilidades de que ela adote medidas agressivas contra supostos envolvidos. Assim, podem ser gerados danos psicológicos, sociais, físicos, materiais, profissionais entre outros tipos.

A partir da década de 1980, códigos de ética foram elaborados para os jornalistas com o intuito de regulamentar a atividade que exercem e também para evitar que esses erros sejam cometidos. Porém, mesmo depois da elaboração desses documentos, vários equívocos jornalísticos foram registrados durante a cobertura de alguns exemplos que serão abordados nesse artigo como Escola Base e Caso Fabiane.

Desse modo, o trabalho teve o objetivo de estudar como os erros de apuração podem desgastar a credibilidade dos veículos de comunicação, por meio de pesquisa bibliográfica e de análise dos dois estudos de caso citados acima. No decorrer do trabalho, pretendemos também responder as seguintes questões: quais são as consequências para todos os envolvidos (incluindo os autores dos equívocos); como podem ser evitados esses equívocos na visão dos jornalistas; de que forma as redações tratam os casos mais graves em que uma pessoa pode ser exposta injustamente.

2 – ÉTICA JORNALÍSTICA E ATUAÇÃO DA IMPRENSA

2.1 – ESSENCIALIDADE DA ÉTICA JO JORNALISMO

Como forma de orientação para os jornalistas, foram criados códigos de ética com informações ligadas à forma adequada de atuação dos profissionais do jornalismo que exercem a função. Esse tipo de conteúdo é importante já que pode

reduzir o número de erros dos comunicadores e fazer com que eles fiquem mais capacitados para exercer as atividades da profissão.

No Brasil, um dos conteúdos usados por alguns comunicadores em busca de uma melhor conduta no trabalho é o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros da Associação Brasileira da Imprensa (ABI), que fica disponível no site da instituição, e um dos artigos importantes é o 7º que fala sobre a apuração dos fatos: “o compromisso fundamental do jornalista é com a verdade dos fatos, e seu trabalho se pauta pela precisa apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação” (2018). Se os mecanismos da ética forem devidamente praticados nas atividades jornalísticas, certamente as empresas midiáticas ficarão com uma reputação melhor entre os receptores das notícias. Um dos sinais positivos da visibilidade dos noticiários é o retorno do público, e essa relação se baseia na confiança.

O amadurecimento dos códigos de ética da profissão aconteceu com o passar dos anos pelo mundo, e teve a criação motivada por alguns deslizes praticados no campo da comunicação. Karam (1997) diz que frases como “isto é um problema ético”, “aquele indivíduo feriu a ética”, “aquela é uma atitude antiética” se tornaram normais quando são referidas ao jornalismo. Dessa forma, os produtores das notícias acabam ferindo os preceitos da credibilidade, e assim, a qualidade oferecida também é sentida com a baixa conexão com consumidores.

Quando Karam (1997) aborda o desrespeito dos jornalistas com a ética de profissão, ele se aproxima da ideia de Kosovski (1995, p. 34) que explica que profissionais do jornalismo precisam ser conscientizados para que valorizem mais as atividades que exercem durante o trabalho: “(...) se há jornalistas respondendo a centenas de processos criminais sem que mudem a conduta, é preciso conscientizar o auto-respeito pela profissão, sua valorização e consequentemente o respeito ao outro, como início de implantação de princípios éticos”.

Souza e Tessarollo (2017) afirmam que quando os editores recebem pautas, eles passam a analisá-las para verem se elas podem causar algum tipo de dano aos agentes envolvidos no acontecimento. De acordo com os autores, antes de autorizarem a divulgação de uma matéria, os editores estudam se ela irá trazer algo positivo ou negativo para o veículo comunicativo e mesmo que a intenção tenha sido boa por parte do produtor da informação, há sempre uma preocupação com os desdobramentos que o conteúdo pode causar.

A partir do momento em que uma sugestão de pauta é aprovada, geralmente, ela é apurada por diferentes profissionais como produtor, repórter e até editores em alguns casos, para realizar a confecção de matéria. Nessa atividade, é preciso ter cuidado, atenção e criatividade para que a reportagem seja oferecida de maneira eficiente para o público-alvo.

2.2 – A APURAÇÃO E A DIVULGAÇÃO DOS FATOS

De acordo com Pereira Junior (2006), o repórter tem o “desafio de encontrar evidências soterradas em camadas de versões e de procurar certezas em situações de incerteza” (p. 71). Assim, o autor quer dizer que os noticiaristas devem se aprofundar nas apurações e confirmar a veracidade dos acontecimentos. É importante que as instituições de Ensino Superior de jornalismo passem para os universitários, esses tipos de ensinamentos para que os novos profissionais possam desempenhar um bom papel e atuar da melhor forma possível durante o trabalho. Atualmente, existe a circulação de muitas notícias falsas e por isso, os estudantes devem se preparar para enfrentar esse problema. Dessa forma, a sociedade pode passar a receber mais informações de qualidade que foram devidamente confirmadas.

A apuração dos fatos é uma das principais atividades do jornalismo já que é através dela que os profissionais da área irão conseguir as informações sobre os fatos que acontecem na área de cobertura deles, e como esse material é divulgado para o público, é necessário que o jornalista tenha atenção enquanto busca detalhes sobre um acontecimento. Além de o profissional ter que apurar os fatos com fontes oficiais, eles precisam ter as respostas das seis principais perguntas (o que, quem, quando, onde, porque e como) que geralmente são usadas nos leads de reportagens de jornais.

Os jornalistas não devem se contentar só em apurar um conteúdo suficiente para responder apenas as perguntas do *lead*. Lage (1985) aponta alguns detalhes que enriquecem o texto e vão chamar mais atenção dos receptores de notícias. Para o autor, informações sobre a identificação de um veículo, o horário exato do acontecimento e o nome completo dos indivíduos são alguns itens que irão contribuir para que uma reportagem tenha mais qualidade e ao mesmo tempo, irá trazer sensação de mais veracidade para o público.

A prática do bom jornalismo na área policial exige que os profissionais busquem ouvir todos os lados das pessoas envolvidas em um acontecimento quando eles forem fazer uma reportagem para que não haja injustiça com os envolvidos. Inclusive, um artigo do Código de Ética da ABI que tem essa ideia é o 14º afirma que “o jornalista deve ouvir sempre, antes da divulgação dos fatos, todas as pessoas objeto de acusações não comprovadas, feitas por terceiros e não suficientemente demonstradas ou verificadas”. Isso acontece porque em uma reportagem, não é certo acusar ou responsabilizar um indivíduo ou uma instituição sem buscar o posicionamento dela como forma de respeito a um dos princípios do jornalismo de ouvir todas as partes envolvidas em um crime.

O bom jornalista deve respeitar os personagens e sua privacidade; evitar notícias cifradas, destinadas a meia dúzia de leitores; sempre que houver risco para a segurança de pessoa inocente, omitir informações que criem ou aumentem esse risco; verificar a veracidade da informação que oferece ao leitor; não acolher manifestações de preconceito; ficar atento em relação às denúncias, pois podem esconder interesses ilegítimos; proteger as fontes às quais se prometeu anonimato; considerar o direito de resposta caso alguém se considere ofendido ou atingido por referências ao seu nome. (ALDÉ, 2005, p. 191).

Para Ziller (2006), um jornal pode ser considerado mais eficiente quando ele consegue divulgar as notícias de forma rápida, mas é preciso que os profissionais tenham cuidados para que não cometam erros de apuração e acabem divulgando uma informação falsa:

A velocidade não é um valor negativo. Entretanto, é apenas um dos muitos valores dessa pragmática e corre o risco de perder toda a sua potencialidade se for explorada como valor único. No jornalismo, a velocidade é fator fundamental. “Furar” os concorrentes é motivo de orgulho. Mas é voz corrente na literatura da área que é preciso conjugá-la à apuração correta, busca pela objetividade e ética, para citar alguns dos valores mais comuns. (ZILLER, 2006, p. 8).

Segundo Pereira Junior (2006), os profissionais da comunicação não podem achar que o trabalho está bem feito se ele estiver com poucas informações e o ele diz ainda que eles devem procurar confirmá-las com mais de uma pessoa: “o jornalista não pode contentar-se com apenas um (ou poucos) dos diversos aspectos possíveis da história. É preciso validar a informação com pelo menos duas outras

fontes” (p. 87). É possível entender a preocupação do autor quanto à necessidade de verificar a veracidade do conteúdo antes de divulgá-lo já que notícias com materiais duvidosos e até falsos já foram divulgadas.

Não é só no momento de apurar um caso que os profissionais da comunicação podem errar quando divulgam uma informação de forma muito veloz e mal revisada: os noticiaristas também podem se equivocar no uso da Língua Portuguesa.

Para Almeida (2015), os erros de português acontecem principalmente nos jornais online – meio em que há uma grande disputa pelo furo de reportagem já que a notícia pode ser publicada a qualquer momento - e segundo a autora, esses tipos de equívocos acontecem durante o momento de afobação da imprensa: “na ânsia, por divulgar rapidamente um novo acontecimento, muitos sites acabam cometendo deslizes nos textos, e não é raro encontrar notícias com problemas ortográficos e/ou gramaticais” (p. 205).

Mas nem todos os fatos apurados pelos jornalistas são divulgados já que existem critérios de noticiabilidade que devem ser respeitados, segundo a linha editorial de cada empresa de comunicação, assunto que será abordado no próximo item do capítulo.

2.3 – CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE

A existência desses critérios se justifica em cima do fato de que não são todos os casos que se caracterizam como situações de utilidade pública e às vezes eles não têm relevância para serem noticiados, e como disse o autor acima, os editores excluem as pautas quando não veem necessidade na divulgação delas. Em algumas situações, os jornalistas entendem que alguns acontecimentos não trariam muita audiência para o noticiário e por isso, alguns deles deixam de ser veiculados.

Wolf (2003) entende que a seleção das notícias é um processo de decisão que deve ser feito de maneira rápida pelo jornalista:

Os critérios devem ser fácil e rapidamente aplicáveis, de forma que as escolhas possam ser feitas sem demasiada reflexão. Para além disso, a simplicidade do raciocínio ajuda os jornalistas a evitarem incertezas excessivas quanto ao facto de terem ou não efetuado a escolha apropriada. Por outro lado, os critérios devem ser flexíveis

para poderem adaptar-se à infinita variedade de acontecimentos disponíveis; além disso, devem ser relacionáveis e comparáveis, dado que a oportunidade de uma notícia depende sempre das outras notícias igualmente disponíveis (WOLF, 2004, p. 86).

Também há critérios para apurar um caso quando a informação chega através de uma fonte, já que há possibilidades de o conteúdo ser falso e isso destaca ainda mais a necessidade de uma boa apuração. Traquina (2005) acredita que se o material for interessante, a produção desse conteúdo será realizada desde que não haja dificuldades para verificar se o acontecimento é real:

A produtividade associa-se não só à quantidade e à qualidade de materiais que uma fonte é capaz de fornecer, mas também à necessidade que os jornalistas têm de limitar - em igual de condições - o número de fontes a consultar, de forma a não ter custos demasiado elevados e prazos demasiado dilatados. (TRAQUINA, 2005, p. 192).

A partir do momento em que um jornal divulga materiais de qualidade com informações corretas, os noticiários passam a ganhar credibilidade midiática, algo muito importante no campo do jornalismo já que pode atrair audiência e assim, a instituição passa a ser mais conhecida e terá mais visibilidade.

2.4 – CREDIBILIDADE MIDIÁTICA

Considerada essencial para manter os veículos comunicativos na conquista do público consumidor, a credibilidade pode também pode ser conseguida com o reconhecimento de prestação de serviço a sociedade. Lisboa e Benetti (2017), afirmam que “dois princípios deontológicos estão na base da credibilidade constituída do jornalismo: a verdade, associada à integridade, e o interesse público, associado à competência”. (p. 57). Diante dessa argumentação, pode-se concluir que quanto mais a imprensa trabalhar com a realidade em que a população está inserida, buscar demonstrar as carências sociais, e articular com dados oficiais ou de instituições reconhecidas para fortalecer os pontos de confiança do receptor da notícia, mais confiança a mídia terá.

Serra (2006) classifica a credibilidade como “um dos meios essenciais do discurso persuasivo e também um princípio essencial à seleção da informação pelo receptor” (p. 10). Como foi ressaltada a importância da credibilidade jornalística, é

necessário compreender que essa confiança do público é construída também com apuração bem feita por parte dos jornalistas e também por um texto escrito com clareza e qualidade.

Como foi dito nesse trabalho, o número da venda de jornais impressos sofreu uma redução considerável e embora esses veículos tenham sofrido essa queda em relação aos anos anteriores, alguns escritores acreditam que eles ainda são fortes em termos de confiança e que são mais confiáveis até do que os sites. Baiense (2016) é um dos que entendem que os impressos ainda são referências: "o nível de confiança dos jornais cresceu até mesmo entre os mais jovens. Trata-se de um paradoxo: os jovens não leem jornais impressos, mas depositam neles uma confiança maior do que nos meios digitais" (p. 104). Essa conclusão do autor foi feita com base em levantamentos realizados pela agência Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM), e um estudo divulgado pelo órgão no ano de 2015 apontou que os impressos continuam como os meios noticiosos mais confiáveis pela população brasileira. Em relação às notícias que são divulgadas nos impressos, 58% dos participantes da pesquisa disseram confiar sempre ou muitas vezes, seguidos pelo público de televisão e rádio, respectivamente, com 54% e 52%. Em relação às propagandas, 48% dos entrevistados que leem jornal responderam que confiam sempre ou muitas vezes, seguidos dos consumidores de TV e de rádio, ambos com 44. No estudo, não foi abordado sobre os jornais online.

Já que a credibilidade midiática é capaz de ajudar um noticiário a ter uma reputação positiva, é importante que os jornalistas a valorizem já que, através dela, o produto jornalístico se estabelece com uma boa quantidade de pessoas que acompanham o noticiário. Esse recurso é essencial também porque o jornal pode atrair anunciantes do mercado publicitário, e assim terá mais facilidade de se sustentar na programação, acessos, ou mercado editorial.

Para Benetti e Lisboa (2017), "o jornalismo é uma crença verdadeira justificada: os pilares da verdade e da justificação (provas e evidências de veracidade) sustentam a crença dos sujeitos na validade de seu discurso" (p. 59). Tessarolo e Souza (2017) concordam com a ideia dos autores anteriores e falam que os jornalistas devem se preocupar em fazer uma matéria de forma competente e que convença o público que o conteúdo divulgado é mesmo verídico.

Assim, como é possível conquistar credibilidade, também há formas de perdê-la, e por isso os profissionais devem ficar atentos. Alguns elementos citados anteriormente nesse trabalho podem ser usados como exemplo disso: a busca pela rápida divulgação de notícias misturada com uma apuração mal realizada, o exagero do sensacionalismo, o uso exacerbado do humor junto com o jornalismo.

Outra autora que acha que alguns jornais têm tomado decisões que estão fazendo com que eles percam credibilidade é Ziller (2006), que listou alguns problemas que podem ser encontrados nos jornais e prejudicá-los em termos de atração para os receptores de notícias: “parcialidade e manipulação das informações; superficialidade na maneira como foram transmitidas e ausência de contextualização; e o descontentamento com a seleção de assuntos priorizados” (p. 9).

Quando os profissionais da comunicação aumentam o impacto de um conteúdo e a partir do momento em que eles deixam de fazer uma boa apuração a respeito de um acontecimento, há chances de que eles espalhem informações falsas como já foi visto nesse trabalho, e as notícias inverídicas são capazes de causar prejuízos, que muitas vezes, são inimagináveis por alguns.

3 – INFORMAÇÕES FALSAS E PREJUÍZOS REAIS

Com o avanço da tecnologia, além da criação da internet e das redes sociais, permitiram que uma notícia ganhasse grande repercussão de forma rápida e simples, mas nem sempre o que é publicado é confiável. Tessarolo e Souza (2017) acreditam que a mídia é capaz de resolver essa situação: “cabe ao jornalista detectar notícias falsas para que não haja uma maior divulgação na sociedade”. (p. 12). Independentemente se um determinado conteúdo estiver circulando apenas pelas redes sociais ou se ele foi noticiado por um jornal, um dos princípios do profissional do jornalismo é ter compromisso com a verdade, como já foi abordado nesse trabalho. É importante que os profissionais intervenham e indiquem quando uma informação for referente a algo inexistente, caso eles tenham conhecimento sobre a veracidade do assunto.

De acordo com Ziller (2006), a disseminação de falsos boatos é prejudicial para os jornalistas porque eles podem passar a ter a reputação questionada pelo

público que fica desconfiado ao ler um material falso. Assim, há possibilidade de que os indivíduos deixem de acompanhar o que é divulgado nesses veículos de comunicação.

Souza (2017) é mais um que acredita que a credibilidade dos jornalistas. Para ele, a credibilidade está em risco devido ao surgimento das *fake News*. A proliferação delas aumentou consideravelmente esse problema que atinge toda a área da comunicação social. Atualmente, com as diversas formas de comunicação existentes, tanto como espaços de publicação e ferramentas acessíveis, ficou mais fácil conquistar visibilidade.

Para Balem (2017), a motivação para criar materiais inverídicos pode ter objetivos diferentes:

Declarações ambíguas, enviesadas, ou derivadas de enganos são na prática, equiparadas a mentiras inventadas pelos mais diversos motivos: ganhar dinheiro dos anunciantes, alcançar resultados eleitorais específicos, formar e influenciar correntes de opinião, induzir metas de políticas públicas, reforçar vínculos de identificação coletiva e, até mesmo, denegrir a imagem de uma coletividade ou segmento social, étnico ou racial. (BALEM, 2017, p. 3).

De acordo com Da Silveira, Sanchotene e Lavarda (2017), a partir do momento em que um indivíduo comenta uma notícia em rede social, pode ser gerado um debate sobre o assunto: “os leitores, além de ajudar na propagação do boato por meio de compartilhamentos, também deixam opiniões, questionamentos, apoio, reclamações e diálogos nos comentários de cada postagem” (p. 109). Dessa forma, amplia a relevância do conteúdo, verídico ou não, a participação o público.

O Twitter é uma rede social tem sido um terreno fértil para a publicação das *fake news* conforme Zago (2010). “O *Twitter* possibilita uma rápida disseminação de informações, em parte facilitada pela possibilidade de se fazer *retweets*. Por conta disso, boatos e informações falsas podem circular mais facilmente” (p. 13). Os *retweets* também são uma forma de criar um diálogo ou um debate sobre o assunto falso. De acordo com a reportagem “*Twitter* divulga medidas para evitar *fake news* nas eleições”, publicada no site Agência Brasil, no dia 11 de agosto de 2018, a equipe de administração da rede social anunciou no mês de agosto de 2018, que iria adotar medidas para combater a divulgação de notícias falsas durante as eleições presidenciais do Brasil. Ainda segundo o portal, o *Twitter* esteve em contato com o

Tribunal Superior Eleitoral (TSE) para passar informações sobre o processo de combate. A empresa afirmou também que os perfis das redes sociais que representam os candidatos e os partidos políticos, foram analisados para ver se havia alguma irregularidade. Uma das ações adotadas foi uma busca a robôs que são usados para disseminar notícias falsas na rede social.³

Para Figueiredo e Saudino (2015), os leitores/telespectadores também podem ajudar a bloquear as notícias duvidosas. As formas para isso são diversas: “entram em contato com os jornalistas e redações por e-mail, redes sociais e mensagens instantâneas como no *WhatsApp* tanto para corrigir erros quanto para oferecer novos fatos” (p. 6-7). Através desses canais de comunicação, o público pode se tornar fonte de informação para as empresas midiáticas, mas os produtores do conteúdo jornalístico deve manter a apuração.

Entre os problemas que podem ser causados depois que uma notícia falsa é divulgada por um jornalista ou por uma pessoa que não tem relação com a área de comunicação, está o prejuízo social já que a imagem de uma pessoa pode ser manchada, como já foi dito, mas a situação é tão grave que esse conteúdo pode ser considerado um crime de honra.

Atualmente, existem três tipos diferentes de crime de honra. Um deles é a calúnia, que segundo o artigo 138 do Código Penal, significa caluniar alguém, imputando-lhe falsamente fato definido como um ato criminoso, e a pena para esse tipo de caso é de seis meses a dois anos, além do pagamento de multa. O segundo é a difamação, que é o artigo 139 e que acontece quando acontece o ato de difamar um indivíduo, imputando-lhe fato ofensivo à sua reputação, com pena de detenção de três meses a um ano, além da multa. O terceiro é a injúria, que é o artigo 140 que é explicado pela ação de injuriar ou ofender a honra de uma pessoa, prejudicando a dignidade ou o decoro dela, com pena de um a seis meses, ou multa.

Para evitar esses tipos de transtornos através de erros no exercício da profissão, o procedimento é apurar as informações que os jornalistas recebem das fontes antes de divulgá-las, e fizeram parcerias com determinadas empresas que checam a veracidade dos fatos para combater a propagação das *fake news*.

³ <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-08/twitter-divulga-medidas-para-evitar-fake-news-nas-eleicoes>. Último acesso em 21 de setembro de 2018.

4 – PREJUÍZO SOCIAL CAUSADO PELOS ERROS DA IMPRENSA

4.1 – CONSEQUÊNCIAS DOS DANOS CAUSADOS PELA MÍDIA

Como foi visto nesse trabalho, ofensas, linchamentos, traumas psicológicos, além de danos profissionais, psicológicos e materiais são as consequências que os cidadãos erroneamente acusados pela imprensa correm o risco de sofrer. Neste capítulo vamos abordar o tema com a ajuda de diferentes especialistas das seguintes áreas: comunicação, direito, psicologia e sociologia.

Para saber como área jurídica analisa esses erros da imprensa foi necessário ouvir o professor dos cursos de direito e jornalismo, o advogado Andral Tavares. Ele disse que se as vítimas dos equívocos se sentirem prejudicadas por uma informação divulgada pela mídia, elas podem tomar providências sérias que podem obrigar os profissionais a repensar a metodologia que eles usam no trabalho:

Essas pessoas prejudicadas podem praticar ações de cunho criminal contra o jornalista que assina a matéria (ou contra o editor, se a matéria não é assinada pelo responsável pela matéria), pelos eventuais crimes de injúria, difamação ou calúnia. O veículo de comunicação pode ser alvo de ação civil de ressarcimento de danos morais e materiais causados às pessoas citadas de modo desfavorável (desde que falsas ou deturpadas as afirmações contidas na notícia) sejam citadas na matéria jornalística.

O educador também disse que é necessário que os noticiaristas desconfiem das informações divulgadas pelas fontes oficiais já que elas também podem estar erradas. Se sempre houvesse esse questionamento por parte dos atuantes da área da comunicação, certamente o índice dos equívocos iria ser reduzido.

O professor de jornalismo Vitor Menezes - que tem especialidade em ética jornalística - concorda com Andral que os jornalistas precisam duvidar do conteúdo passado pelas fontes oficiais que teoricamente deveriam ser mais confiáveis, e diz que nem sempre a realidade é divulgada e isso ocorre porque algumas delas buscam atender os próprios interesses:

Tem que haver essa desconfiança por parte dos jornalistas mesmo se as fontes forem consideradas oficiais. É preciso que eles chequem os dados e confrontem essas fontes, porque quase sempre elas têm interesses, que por vezes eles não são tão republicanos. Em certos casos, são interesses ocasionais de pessoas que ocupam esses postos e que podem manipular as informações para outros interesses e até para esconder alguma situação. A Escola Base é um caso clássico disso, havia uma pressão para que a polícia desse uma resposta. São episódios que envolvem esses tipos de situações em que a mídia faz pressão em cima da polícia acontecem até hoje.

Para entender um pouco mais sobre o prejuízo social que os injustiçados pela mídia podem sofrer nesse tipo de situação e como as consequências podem afetá-los, foi procurada a psicóloga Patrícia Durans para falar sobre o assunto e a especialista disse que cada pessoa vai lidar de um jeito quando é injustiçada com a divulgação de uma notícia mentirosa. Para ela, dificilmente a vítima vai sofrer alguma consequência inicialmente, mas posteriormente os problemas podem surgir e o indivíduo pode sofrer traumas psicológicos, e se isso acontecer, Patrícia recomenda que ele procure por psicoterapia ou um psiquiatra.

A profissional da psicologia diz ainda que um crime veiculado pela mídia é baseado apenas em cima do ato criminoso, sem falar sobre a parte geral do assunto.

Nós estamos mais do que acostumados com as *fake news* e com as notícias que não foram apuradas completamente, mas mesmo assim as pessoas continuam propagando diversos assuntos ligados a esses acontecimentos. Por vivermos em uma sociedade onde esse movimento de massa é bastante significativo, é possível construir a imagem de um homem como um criminoso, a partir de recortes sobre essa pessoa. Normalmente, o que é vinculado à mídia não está inserido em um contexto e não está relacionado à vida daquele sujeito: o que ele faz, onde mora, quem é a família dele, entre outros assuntos. Geralmente, é um ato isolado. A partir de um recorte midiático é fácil de termos inúmeras percepções equivocadas. Então é necessário que as pessoas tenham cuidado com as ações.

As vítimas podem sofrer duras consequências, e entre elas está o comprometimento da integridade física de cada um desses indivíduos. Muitas vezes, eles são alvos de agressões da população que tem se mostrado revoltada com o crescimento da criminalidade em algumas regiões e a busca por se fazer justiça com as próprias mãos tem se tornado uma realidade.

4.2 – ANÁLISE DA COBERTURA JORNALÍSTICA DO CASO ESCOLA BASE

Como foi possível ver no conteúdo trabalhado nesse artigo, o caso da Escola Base foi um dos que mais ficaram marcados negativamente na história da mídia brasileira. Os erros dos jornalistas, que se basearam em informações equivocadas divulgadas por um delegado de polícia, custaram falsas acusações de abusos sexuais a alunos e mudaram a vida de funcionários e donos da escola. Conforme Fava (2005), duas mães de dois alunos que estudavam no colégio, fizeram a denúncia dos abusos sexuais, e elas foram processadas por danos morais.

Os depoimentos dos professores Andral e Vitor sobre a necessidade de os profissionais do jornalismo suspeitarem do conteúdo mesmo se ele for divulgado por uma fonte oficial fazem sentido. O delegado deveria ser um dos profissionais mais confiáveis para a imprensa. Todos são passíveis de cometer equívocos e foi o que aconteceu por parte desse agente, que além de divulgar as informações de forma precipitada, mandou prender os suspeitos e divulgou as identidades deles para a mídia.

Figura 1 - Após análises e exames, jornal informa que segundo um relatório, não houve abuso sexual no caso da Escola Base (1994)



Fonte: Jornal da PUC Campinas.

Entre os acusados erroneamente de terem cometido os crimes sexuais está Icushiro Shimada, dono da antiga Escola Base, em 1994. Em um documentário exibido na TV Brasil no ano de 2014, o antigo proprietário, disse que em decorrência dos erros ele e a esposa passaram por várias dificuldades como problemas sociais e de saúde. Além disso, ele comentou também que sofreu prejuízo material já que a escola foi depredada por populares e precisou ser fechada, além de outros bens que foram danificados pela sociedade que estava indignada depois que a mídia divulgou o caso com sensacionalismo. Também em 2014, Icushiro morreu por conta de um infarto. A esposa de Icushiro, Maria Aparecida Shimada, que também chegou a ser acusada erroneamente na época, faleceu em 2007 na luta contra um câncer. Antes, ela teve que passar por tratamento psiquiátrico depois de ser acusada juntamente com o marido e os outros trabalhadores.

A atuação da mídia na cobertura do caso Escola Base foi muito criticada na época e é um assunto debatido até hoje. Segundo Paiero (2017) os veículos comunicativos condenaram os suspeitos, apesar de não ter sido provada a participação deles no crime. Souza e Tessarolo (2017) concordam com a opinião de Paiero (2017) e também dizem que “os jornalistas envolvidos não pensaram nas consequências que aquela acusação poderia causar”. (p. 10). Quando usaram manchetes sensacionalistas, os jornais causaram mais revolta ainda no público que reagiu de forma agressiva.

Figura 2: Manchete sensacionalista do antigo jornal “Notícias Populares” sobre o caso da Escola Base (1994)



Fonte: UFRGS.

Apesar de terem sido presos e de terem as imagens divulgadas e manchadas pela imprensa, os suspeitos foram compensados financeiramente através de indenizações, mas pelos danos sociais causados, há dúvidas de que a justiça tenha sido feita.

Alguns jornalistas acreditam que a mídia amadureceu após o erro na cobertura do caso da Escola Base. Uma delas é Paiero (2017), que afirma que “o caso, em razão da sua gravidade, se tornou emblemático nas discussões sobre ética no jornalismo e um exemplo de como a propagação irresponsável de notícias pode ter consequências muito sérias” (p. 1). Os profissionais buscaram usar esse episódio como um exemplo de como eles não devem agir nesses tipos de situações complexas e esse episódio é estudado em instituições de Ensino Superior, nos cursos de jornalismo e de direito.

Figura 3 - O SBT foi uma das empresas condenadas a pagar indenização aos inocentados no caso Escola Base (2014)

19/02/2014 22h11 - Atualizado em 19/02/2014 22h11

STJ condena SBT a pagar indenização no caso Escola Base

Em 1994, donos de escola foram alvos de acusações de abuso sexual. STJ mandou pagar R\$ 100 mil a cada um dos ex-donos e a ex-motorista.

Do G1, em Brasília

A Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça (STJ) condenou a emissora SBT a pagar indenização por danos morais a dois ex-donos da Escola Base e a um ex-motorista, no valor de R\$ 100 mil para cada um. A decisão foi publicada no dia 11 de fevereiro e divulgada nesta quarta-feira (19). Ao **G1**, o SBT disse que entrou com recurso.

O episódio ocorreu em 1994 em uma escola infantil no bairro da Aclimação, em **São Paulo**, e ficou conhecido como caso Escola Base. Após denúncia de duas mães sobre supostos abusos sexuais cometidos pelos donos da escola e funcionários contra seus filhos, que tinham à época 4 anos de idade, a imprensa passou a divulgar as acusações. O inquérito, entretanto, acabou arquivado por falta de provas.

Os ministros entenderam que os ex-donos da escola tiveram a honra atingida pelas reportagens que continham acusações sem provas. A escola teve instalações destruídas e fechou as portas - segundo o STJ, isso ocorreu em consequência das reportagens. Os acusados foram ameaçados de morte.

Fonte: G1.

Ainda sobre o caso do colégio, Fava (2005) concorda que através do sensacionalismo, a imprensa foi a responsável por ter provocado a reação social que gerou uma mudança na vida social dos acusados erroneamente:

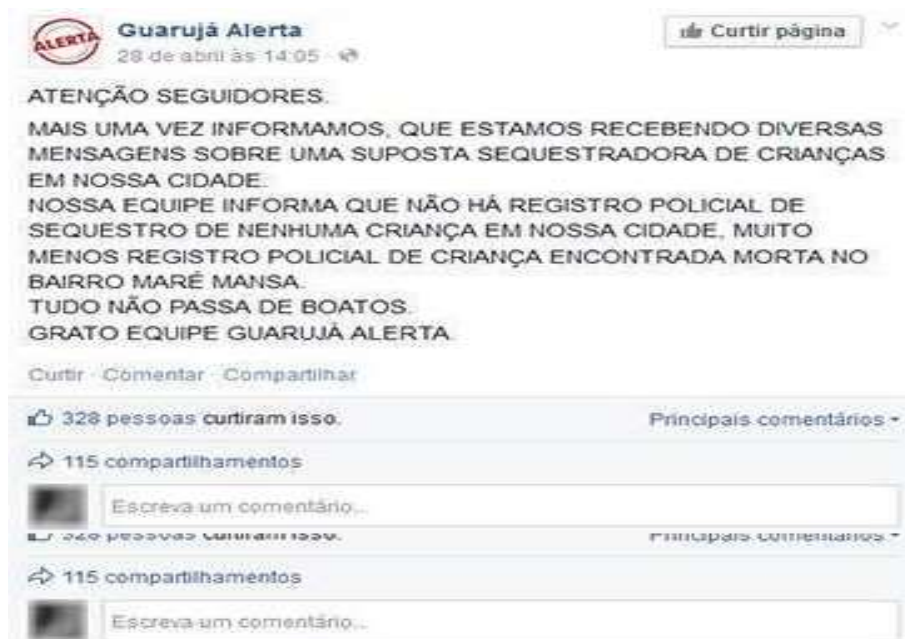
A mídia comandou e ditou o ritmo das investigações policiais, estigmatizando os indivíduos, identificando os desviantes, atribuindo o-

lhes uma responsabilidade moral e desencadeando uma reação social indignada, agressiva e vingativa. Houve, como consequência desse processo, uma decisiva mudança na identidade social dos envolvidos; tudo catalisado por uma imprensa-espetáculo, que cospe concepções pré-fabricadas, nos retirando a consciência e nos empurrando a acreditarmos sem pensar (FAWA, 2005, p. 132).

Sobre esses episódios que envolvem crimes complexos, o professor Andral afirmou que nas reportagens, é importante que os profissionais de imprensa usem os depoimentos de fontes oficiais que divulgaram as informações e botem os nomes delas, para que os autores das matérias não sejam considerados culpados se o conteúdo for falso, e dessa forma, a culpa será das fontes com quem o material foi apurado. O professor também afirmou que no caso da Escola Base, os policiais envolvidos na investigação colocaram os acusados em situações de risco ao passarem os dados deles para a mídia.

4.3 – O CRUAL LINCHAMENTO DE FABIANE

Outro caso que chocou a população brasileira foi o linchamento de Fabiane Maria de Jesus, caso que aconteceu em Guarujá, no estado de São Paulo. Ela também foi alvo de um erro da imprensa, ao ser confundida depois da divulgação de uma notícia falsa. Após ser agredida pelos moradores, a moça ficou internada durante duas noites na Unidade de Terapia Intensiva (UTI) do Hospital Santo Amaro, em Guarujá, mas não resistiu aos ferimentos. Em 2014, quando o acontecimento foi registrado, o site de notícias “Guarujá Alerta” - através da rede social - divulgou a foto de uma mulher um pouco parecida com Fabiane dizendo que a moça da imagem sequestrava crianças para a realização de magia negra, porém a vítima acabou sendo confundida com a suposta sequestradora, quando andava por uma rua perto do local em que morava.

Figura 4 – Guarujá Alerta" desmente boato após grande repercussão

Fonte: R7/Facebook.

Esse acontecimento foi mais um que ficou marcado por erros da imprensa e esse fato é mais uma prova de que os veículos comunicativos também são capazes de gerar *fake news*. Independentemente do nível da gravidade do boato, qualquer informação falsa pode provocar sérios danos, e esse caso é um exemplo disso já que o autor havia espalhado a foto de outra mulher que na verdade, foi tirado de um retrato falado feito por policiais de uma criminosa que teria roubado um bebê do colo de uma mulher no Rio de Janeiro, em 2012. Esse caso já havia sido encerrado, mas o portal levantou informações desse episódio ao compartilhar novamente a foto e apontar que a acusada praticava sequestros na cidade de Guarujá, o que assustou os moradores do local. Fabiane foi confundida com essa outra moça pelos moradores, foi acusada injustamente e a história teve um fim trágico. Posteriormente, o próprio criador da notícia falou para a polícia não esperava que o caso fosse ter tanta repercussão e que também não imaginava que alguém seria agredido e que perderia a vida, em decorrência do conteúdo divulgado.

Martinuzzo e Bastos (2017) entendem que as notícias "(...) provocam comoção, preocupação e/ou podem ter consequências graves. Nota-se que, nesses casos, o administrador da página retira do ar o post inicial, mas mantém as

repercussões” (p. 16). No caso de Fabiane, é possível perceber que os moradores foram afetados emotivamente, já que eles ficaram comovidos porque achavam que crianças estavam sendo envolvidas na prática, e essa história indignou a população que resolveu linchar a vítima.

Figura 5 - **Folha de São Paulo faz reportagem falando como foi cada acontecimento relacionado ao caso de Fabiane**



Fonte: FSP.

É compreensível o fato de as *fake news* serem divulgadas com conteúdo apelativo para atrair o público já que geralmente, essas informações são divulgadas com o intuito de ganhar visibilidade. No caso da página do “Guarujá Alerta”, embora o criador do boato tenha dito que não aguardava que a postagem tivesse tanta repercussão, é possível que o autor tenha criado a publicação para conseguir mais audiência já que o conteúdo se tratava de um caso apelativo em que uma mulher estaria sequestrando crianças, o que preocupou as pessoas que têm filhos. Depois que a postagem sobre a informação do sequestro ganhou grande repercussão, o dono do “Guarujá Alerta” ainda fez uma nova publicação antes da desativação e foi feita novamente através do *Facebook*, para falar que várias pessoas estavam compartilhando a informação de que Fabiane sequestrou crianças, mas que o conteúdo era falso.

De acordo com uma reportagem que relembrou o caso e que foi divulgada pelo portal Folha de São Paulo, no dia 27 de setembro de 2018, cinco homens que participaram do linchamento contra Fabiane foram condenados à pena máxima de 30 anos de reclusão cada. Além disso, a Justiça também cobra que eles paguem uma indenização à família da vítima no valor de R\$ 550 mil, mas segundo o site, dificilmente será paga pela condição financeira dos acusados.

REFERÊNCIAS

ALDÉ, A. et. al. *Critérios jornalísticos de noticiabilidade: discurso ético e a rotina produtiva*. In Alceu, 2005 v.5 – n. 10. p. 186 a 200 – jan/jun. Disponível em http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/alceu_n10_alde.pdf. Acesso em: 15 dez. 2017.

BALEM, Isadora Forgiarini. *O impacto das fakenews e o fomento dos discursos de ódio na sociedade em rede: a contribuição da liberdade de expressão na consolidação democrática*. Universidade Federal de Santa Maria, 2017. Disponível em <http://coral.ufsm.br/congressodireito/anais/2017/1-12.pdf>. Acesso em: 1 dez. 2017.

BENETTI, Marcia; LISBOA, Silvia. *Credibilidade no jornalismo: uma nova abordagem*. Universidade Federal de Santa Catarina, 2017. Disponível em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2017v14n1p51/35053>. Acesso em: 28 set. 2018.

CÓDIGO DE ÉTICA DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE IMPRENSA. Disponível em <http://www.abi.org.br/institucional/legislacao/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros/>. Acesso em: 23 set. 2018.

FIGUEIREDO, Pedro de; SAUDINO, Fernanda. *Uso do WhatsApp na Construção das Notícias: Reflexões sobre as Teorias do Jornalismo na Era Digital*. Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom: Rio de Janeiro, 2015.

KARAM, F. J. *Jornalismo, ética e liberdade*. São Paulo: Summus, 1997.

KOSOVSKI, E. (Org.). *Ética na comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

LAGE, N. *Linguagem jornalística*. São Paulo: Editora Ática, 1985.

PEREIRA JÚNIOR, L.C. *A apuração da notícia: métodos de investigação na imprensa*. Petrópolis-RJ: Vozes, 2006.

PAIERO, Denise. *Escola Base: Um caso que não pode ser esquecido*. Mackenzie, 2017. Disponível em <https://www.mackenzie.br/fakenews/noticias/arquivo/n/a/i/escola-base-um-caso-que-nao-pode-ser-esquecido/>. Acesso em: 10 mai. 2018.

FAVA, Andréa de Penteado. *O poder punitivo da mídia e a ponderação de valores constitucionais: uma análise do caso escola base*. 2005. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade Cândido Mendes, Rio de Janeiro. Disponível em <http://www.dominiopublico.gov.br/download/teste/args/cp037871.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2018.

PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA 2015 - HÁBITOS DE CONSUMO DE MÍDIA PELA POPULAÇÃO BRASILEIRA. Disponível em [file:///C:/Users/Windows%2010%20PRO/Downloads/Pesquisa%20Brasileira%20de%20M%C3%ADdia%20-%20PBM%202015%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Windows%2010%20PRO/Downloads/Pesquisa%20Brasileira%20de%20M%C3%ADdia%20-%20PBM%202015%20(1).pdf). Acesso em: 1 nov. 2017.

SANCHOTENE, C., MACHADO DA SILVEIRA, A. C., DE LIMA LAVARDA, S. (2017). Quando as notícias mais compartilhadas são falsas: a circulação de boatos durante a semana do impeachment no Facebook. *Comunicação & Informação*, 20(3), 99-112.

SILVA, E. F. G.; SANTOS, S. E. B. *O impacto e a influência da mídia sobre a produção da subjetividade*. Abrapso, 2005. Disponível em http://abrapso.org.br/siteprincipal/images/Anais_XVENABRAPSO/447.%20o%20impacto%20e%20a%20influ%C3%Aancia%20da%20m%C3%ADdia.pdf. Acesso em: 12 mar. 2018.

SOUZA, K.A.C.; TESSAROLO, F.M. *Fake News: ética e credibilidade jornalística em risco*. 40º. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba: Intercom, 2017.

SOUZA, Rogério Martins. *Investigando as fake news: análise das as agências fiscalizadoras de notícias falsas no Brasil*. Anais do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Volta Redonda: Intercom, 2017.

TRAVASSOS, E. *O jornalismo e as novas tecnologias*. Revista eletrônica Temática, 2008. Disponível em <http://www.insite.pro.br/2008/24.pdf>. Acesso em: 24 jun. 2018.

ZILLER, J. *Velocidade e credibilidade: algumas consequências da atual estruturação do webjornalismo brasileiro*. Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte: Intercom, 2006.