

Os fundamentos do jornalismo



- ✓ O que é jornalismo? Uma breve história
- ✓ O imediatismo digital e a (des)informação
- ✓ Os princípios do jornalismo
- ✓ Verdade x Mentira
- ✓ Fato é diferente de opinião e jornalismo é diferente de publicidade
- ✓ Jornalista não pode ser influencer
- ✓ Formando a equipe de um jornal escolar
- ✓ Objetivos e pautas de um jornal escolar
- ✓ e muito mais!



O objetivo principal do jornalismo é fornecer aos cidadãos as informações de que necessitam para serem livres e autônomos.

Bill Kovach e Tom Rosenstiel, em *Os Elementos do Jornalismo*



O que é jornalismo? Uma breve história

Antes de partir para a prática da construção de um jornal escolar, neste primeiro fascículo, investigamos o mundo do jornalismo e de como as fontes e os canais de informação mudaram a partir da revolução digital, com todos os seus avanços e desafios tecnológicos. Então, indo direto ao ponto: o que é jornalismo?

Recorrendo à definição mais usada, jornalismo é a atividade de reunir, verificar e publicar informações atuais e de interesse público através de suas diversas mídias, podendo ser texto, áudio ou vídeo. O jornalismo, quando bem executado, ajuda a fiscalizar governos e promover maior transparência sobre suas ações, além de propor debates e contribuir para um melhor entendimento da sociedade.

O jornalismo passou por diversas transformações ao longo do tempo, acompanhando as novas plataformas e tecnologias que foram surgindo. O primeiro “jornal” do mundo foi o *Acta Diurna*, surgido em 69 a.C. a partir do desejo de Júlio Cesar de divulgar os principais acontecimentos da então República, como campanhas militares, julgamentos e execuções.



Reprodução

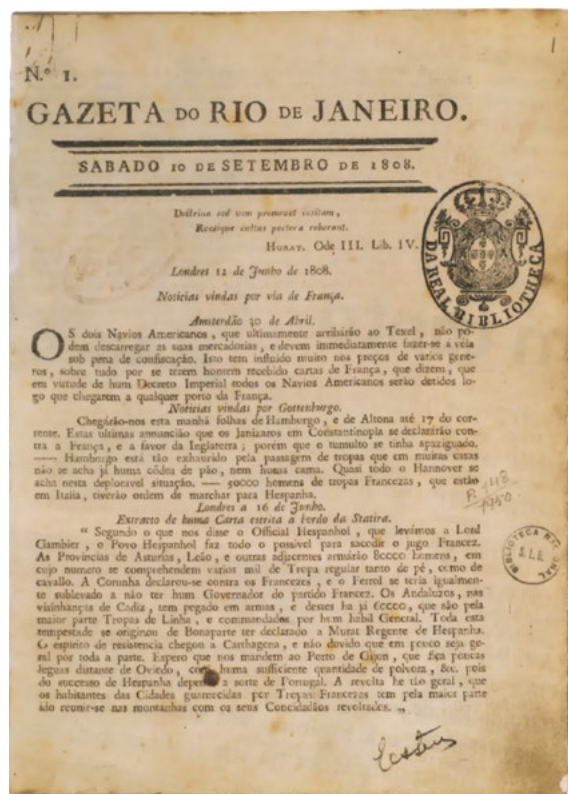
Em 1447, Johannes Gutenberg conseguiu transformar a prensa móvel numa máquina de impressão, o que permitiu a produção em massa de diversos materiais impressos. Um desses meios foi o jornal, que teria grande circulação entre comerciantes, para a divulgação de notícias mercantis.



Para se aprofundar das técnicas de impressão, conheça o curso de [Xilogravura do nosso EaD!](#)

A publicação periódica iniciou-se na Europa no século XVII – sendo que na Alemanha ocorreu em 1609 e em Londres em 1665. Com a invenção do telégrafo, em 1844, as notícias passaram a circular mais rápido e, já no final do século, os jornais se estabeleceram de vez em todo o mundo.

O primeiro jornal impresso no Brasil foi a *Gazeta do Rio de Janeiro* em 1808, fruto da transferência da corte portuguesa para o país. Restrito aos interesses da Coroa, o jornal consistia em comunicados do governo e era voltado para a vida cortesã. Esta era a única publicação permitida na época. Outras publicações eram terminantemente proibidas.



Reprodução

Acima, a *Gazeta do Rio de Janeiro*.
Ao lado, Johannes Gutenberg.

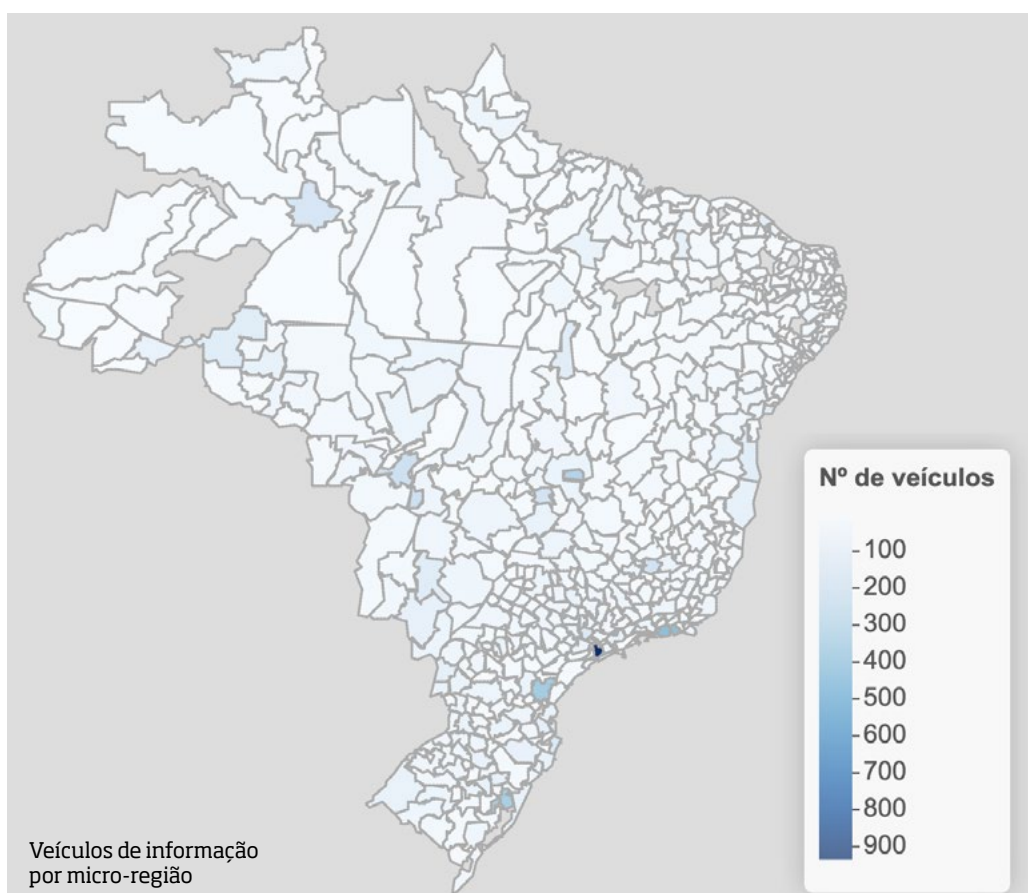
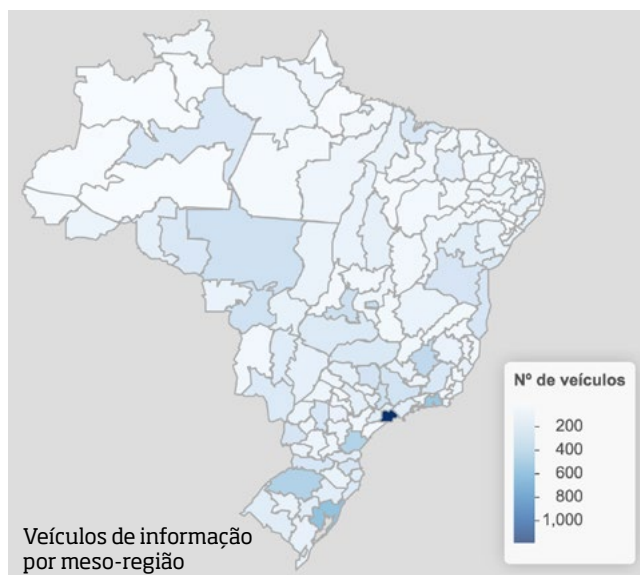
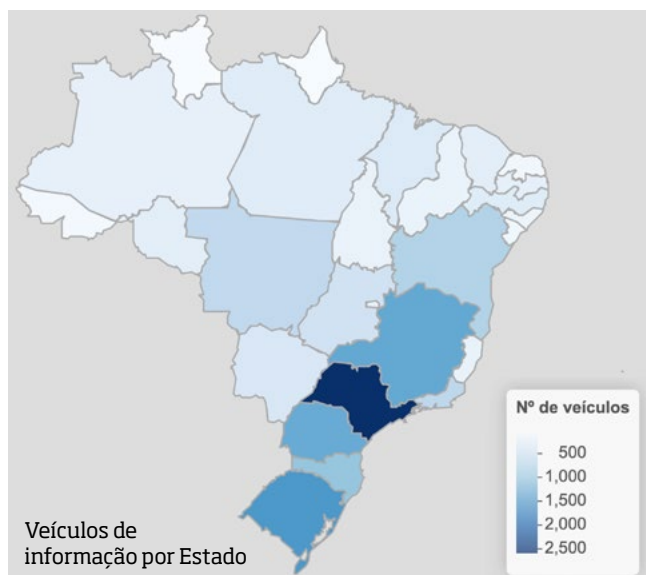
No final do século XIX houve uma explosão de novas publicações, que seguiram se expandindo durante todo o século XX. Porém muitas dessas publicações tiveram vida curta, algumas delas foram fechadas por governos em períodos menos democráticos de nossa história.

Independente disso, a ascensão do jornalismo a partir do final do século XIX tem relação direta com a ascensão das sociedades abertas e livres. Foi através do jornal que os princípios democráticos e republicanos foram defendidos, o que ajudou a formar gerações de leitores mais informados e reflexivos sobre o debate público.

O jornal seguiu reinando absoluto até o final do século XX, andando junto com o jornalismo

televisivo, que se popularizou a partir dos anos 1960. Mas na virada do século, essa situação mudaria de forma significativa, o que abordaremos no próximo tópico.

Mas, mesmo hoje, o [Atlas da Notícia](#), um site que mapeia veículos por todo o nosso território, informa que ainda somos carentes de informação de qualidade, seja ela pelas vias impressas ou digitais.



O imediatismo digital e a (des)informação

Com a chegada da cultura digital, era certo que as maneiras de se informar mudariam de forma significativa. Na década de 2000, com a popularização da internet de banda larga, os conteúdos de jornais e revistas foram reproduzidos em seus respectivos sites e podiam ser acessados por computadores. A partir da década de 2010, com a massificação dos *smartphones*, as pessoas passaram a consumir informação em tempo real através de seus celulares, o que acelerou ainda mais a migração do analógico para o digital.

No início deste século, na crescente conectividade das sociedades, o grande debate era sobre a “democratização da informação”, que trazia a promessa de uma nova era. Com a informação chegando a um público muito mais amplo, imaginou-se que um novo público-leitor ganharia voz e poderia contribuir para o debate público.

Na década de 2020, ficou demonstrado que estes sonhos não só não se realizaram, como criaram um abalo civilizacional. Saímos de uma situação em que a informação não era acessível para todos, para uma situação em que a desinformação passou a pautar o debate público.

Segundo o historiador Yuval Noah Harari:

“No passado, a censura funcionava bloqueando o fluxo de informação. No Século XXI, ela o faz inundando as pessoas de informação irrelevante. Não sabemos mais a que prestar atenção e frequentemente passamos o tempo investigando e debatendo questões secundárias. Em tempos antigos, ter poder significava ter acesso a dados. Atualmente ter poder significa saber o que ignorar.”

Portanto, a maneira de manter o público engajado e, ao mesmo tempo, alienado passou a ser plantando notícias falsas (*fake news*) e levantando suspeitas sobre questões antes indis-

tíveis. Outro ponto relevante é que as notícias deixaram de circular através da imprensa e passaram a circular através de interações em redes sociais, onde não há qualquer controle editorial e não há qualquer diferenciação clara entre texto factual e texto de opinião.

Um dos resultados diretos dessa máquina de desinformação ficou evidente durante a pandemia da Covid-19, quando médicos, especialistas e infectologistas precisaram vir a público defender a eficácia das vacinas pela primeira vez em 100 anos. Desafios dessa ordem se tornaram comuns desde então e o jornalismo tem tido dificuldades em combater essas estruturas.



Reprodução

A nova cultura digital e a hiperconectividade trouxeram consigo outra armadilha perigosa: o imediatismo. Quem nunca se viu numa situação de não poder responder a uma mensagem instantaneamente por estar ocupado, para só depois descobrir que a pessoa do outro lado aguardava ansiosamente a resposta?

A velocidade de propagação de mensagens, *links*, memes e *posts* em redes sociais criaram uma sensação de urgência constante nos usuários. O filme *O Dilema das Redes* ironiza o fato de essas pessoas serem chamadas de “usuários”, afinal, o vício é semelhante ao dos usuários de drogas. As drogas produzidas pelos nossos celulares são processadas exatamente da mesma forma em nosso cérebro: a serotonina (responsável pela regulação do humor) e a dopamina (que atua no sistema de recompensa cerebral).



Reprodução

Editoriais, matérias investigativas e artigos exigem do público um tempo para reflexão – tempo que o público não está disposto a “gastar”, sob a justificativa de “não ter tempo para isso”. Nesse sentido a sociedade hiperconectada recorre às simplificações, mesmo em questões complexas. Segundo Han (2017),

“Hoje a comunicação visual se realiza como contágio, ab-reação ou reflexo. Falta-lhe qualquer reflexão estética. Sua estetização é, em última instância, anestésica. Por exemplo, para o julgamento de gostar – I like (eu gosto) – não se faz necessário qualquer consideração mais vagarosa. As imagens preenchidas pelo valor expositivo não demonstram qualquer complexidade; são inequivocamente claras. Falta-lhes qualquer tipo de fragilidade que pudesse desencadear uma reflexão, em reconsiderar, um repensar. A complexidade retarda a velocidade da comunicação, e a hipercomunicação anestésica, para acelerar-se, reduz a complexidade.”

Dessa forma, tudo o que os produtores de conteúdos das mídias digitais não querem é que você reflita antes de clicar no botão “curtir” ou “comprar”. Não querem que você repense antes de soltar aquela postagem raivosa e ofensiva sobre algo ou alguém que odeia. Não querem que você vá apurar melhor se essa “informação bombástica” é realmente verdadeira. Só querem que você reaja instintivamente e pré-reflexivamente.

Sobre este tema, o editorial da última edição do *Jornal da Tarde*, em 31/10/2012 foi profético:

“Desenhado para chegar às bancas no início da tarde, o JT pôde, na primeira metade de sua vida, dar-se ao luxo de funcionar na velocidade das ideias e concentrar-se com o necessário vagar no tratamento dos fatos, na avaliação do seu significado e na sua apresentação em imagens e palavras nunca antes tão cuidadosa e competentemente trabalhadas na história da imprensa brasileira. [...] No momento em que não só o jornalismo, ferramenta essencial da democracia, mas o pensamento escrito como um todo se debatem novamente numa crise que é, essencialmente, uma crise universal de desajuste de velocidades, vale a pena nos determos mais uma vez nesse aspecto que, para o bem e para o mal (quando a vantagem do tempo de processamento lhe foi suprimida), definiu a história e a trajetória do Jornal da Tarde. [...] A submissão acrítica ao fascínio da velocidade sem rumo devolve a humanidade a uma crescente incapacidade de pensar e vai reduzindo a vida a uma sucessão de reações automatizadas de sobrevivência onde somos nós que, em bando, servimos às máquinas e não elas que nos acrescentam à individualidade, à segurança e ao conforto material ou espiritual. Superar a barbárie e dar a cada homem as rédeas do seu próprio destino é o objetivo da democracia.”



Reprodução

O grande questionamento dos dias atuais é: precisamos mesmo ficar *on-line* 24 horas por dia, 7 dias por semana, buscando curtidas e engajamentos e interagindo em tempo real? Já existe um movimento contrário a essa lógica, que começou a se disseminar entre os jovens, que passaram a não postar mais sobre suas vidas.

Motivos para isso não faltam. As redes sociais viraram sinônimo de cobrança, julgamento e vigilância emocional. Soma-se a isso a lógica perversa do algoritmo (que premia conteúdos escandalosos e sensacionalistas) e o medo de cancelamento e temos um quadro mais completo.

Não se trata de demonizar as redes sociais e as plataformas, mas sim de compreender que o uso

excessivo (e até abusivo) delas traz prejuízos para todos: para quem posta, para quem curte, para quem comenta. Para todo mundo, menos, claro, para os donos desses aplicativos e para os propagadores de engajamento através de conteúdos violentos, escandalosos e sensacionalistas.

Aqui no nosso curso, o celular não é um fim, e sim um meio. Um meio para gravar áudios com nossos entrevistados para o jornal, um meio para fotografar nossas matérias e um meio para que a equipe do jornal se comunique através do grupo de WhatsApp.



Para saber mais sobre a questão da Cidadania digital, conheça o curso de [Cidadania e Políticas Públicas](#)!

Os princípios do jornalismo

Diante dos desafios que a era digital nos impõe, surgem muitas dúvidas sobre o futuro. Para enfrentar melhor essas questões, é preciso, primeiro de tudo, resgatar alguns princípios básicos do jornalismo, e entendê-los melhor, antes de avançarmos para a busca por soluções.

Todo mundo já ouviu que a premissa do jornalismo é sempre ouvir os dois lados – ou mais, se existirem. É através desses diferentes ângulos que o bom jornalismo monta o quebra-cabeça que irá compor o que chamamos de “fatos”. Porém, a questão é um pouco mais complexa.

Quando se fala em jornalismo, cobra-se muito a imparcialidade dos veículos – imparcialidade aqui entendida como distanciamento, no sentido de compreender que os fatos não estão a favor ou contra nada, nem ninguém. São apenas fatos, que podem ser incômodos, mas, na maioria das vezes, não são excitantes e muito menos devem ser usados como gatilho para “engajar” o público.

Assim, precisamos ter muito cuidado para não contaminar a publicação com versões enviesadas ou sensacionalistas dos fatos ou, no limite, até manipuladas, de forma a atender a objetivos comerciais ou, pior, a uma agenda política.

A questão é que a imparcialidade, no sentido purista do termo, não existe. Os veículos são feitos por pessoas e, independente da frieza dos fatos, existe um tratamento que se dá às notícias. Esse tratamento é o que chamamos de **linha editorial** – e neste particular, é salutar que os veículos sejam transparentes quanto a isso, publicando suas opiniões sobre os grandes temas do país.



Informativo IBS Notícias (clique na imagem para abrir)
Para matérias sobre Jornal Escolar, ver págs. 13 e 14

Ao contrário do que muita gente pensa, é perfeitamente aceitável que o jornal se posicione sobre um tema e até recomende seu voto em determinado candidato, mas desde que na seção certa: o editorial, que deve ficar na seção de opinião. Isso não apenas pode acompanhar a linha editorial do veículo, como também serve para dar mais transparência à publicação e esclarecer ao leitor sobre suas posições. Da mesma forma, o jornal também pode não recomendar voto em ninguém, se compreender que nenhum dos candidatos esteja à altura do cargo em disputa.

O que não pode haver é a distorção ou a manipulação dos fatos. Se alguma mentira for publicada, ou algum fato reportado não for bem apurado, o veículo deve ser responsabilizado por isso e sua credibilidade fica manchada. Um dos episódios mais tristes da história do nosso noticiário foi o do caso da “Escola Base” em 1994, até hoje uma ferida aberta do jornalismo brasileiro.



DOCUMENTÁRIO

Escola Base: um repórter enfrenta o passado

Direção: Caio Cavechini, Eliane Scardovelli

Globoplay, 2022.

Esse episódio acabou balizando o trabalho de jornalistas e redefinindo a forma como as notícias devem ser tratadas, sem se deixar levar pela denúncia inicial, por mais escandalosa que seja. Se esse suposto escândalo não se comprovar, injustiças terão sido cometidas e vidas podem ser destruídas.

Assim como o Estado, o jornalismo deve ser laico. Precisamos resgatar algumas separações entre conceitos que são diferentes em sua natureza e objetivos. Por exemplo: jornalismo é diferente de publicidade/*marketing*. O objetivo do primeiro é informar, o do segundo é o de vender/engajar o público. Vamos aprofundar melhor isso nos tópicos seguintes.

Outro ponto sensível na discussão é o dos jornais e veículos de informação sendo pautados pelas redes sociais, pois essa é a grande armadilha para que se caia no sensacionalismo, no *marketing* do escândalo e no radicalismo político.

O resgate do jornalismo hoje tem a ver com a retomada desse princípio de equilíbrio e de sociedade aberta, que se consolidou no século XX. Sendo assim, um dos pontos de partida para essa retomada é o seguinte: fato é diferente de opinião. É disso que falaremos a seguir.

Verdade x Mentira

Afinal, o que é verdade? Essa é uma das perguntas fundamentais que Yuval Noah Harari traz em seu livro *Nexus*. Numa pergunta sobre fatos históricos, as “verdades” podem variar.

O que existe, ele explica, são as verdades objetivas. Fatos que podem ser verificados e comprovados, sem qualquer contestação. Por exemplo, é verdade que você se matriculou neste curso e está seguindo o conteúdo. E é verdade também que nós, do Instituto, temos como comprovar se você seguiu a plataforma e compareceu às aulas interativas. Essa mesma precisão não pode ser verificada em questões mais subjetivas, que

trazem diferentes perspectivas, de acordo com o interlocutor.



Uma verdade objetiva é que, nas redes sociais, a mentira é muito mais sedutora e viral do que a verdade. Todas as métricas comprovam isso. Mas afinal, por que isso acontece? Harari explica:

“A verdade é muito complicada, porque a realidade é complicada. Se você quiser saber a verdade sobre a estrutura física do mundo ou sobre a causa de epidemias, é complicado. Já uma ficção pode ser tão simples quanto você quiser que seja, e as pessoas geralmente preferem as histórias mais simples, porque elas são mais fáceis. A verdade é geralmente dolorosa e pouco atraente. Você precisaria ir para a terapia e ficar lá por anos para perceber a dor que pode ter causado em entes queridos ou até a dor que causou a si mesmo. Não é fácil reconhecer verdades como essas. Já a ficção pode ser tão atraente e exótica quanto nós quisermos que seja, então nesse mercado de informação que se criou, a verdade está enterrada no fundo, longe da superfície.”

E o que é informação? Segundo filósofos, ela pode ser definida como um componente básico da realidade. Assim, o livro traz as três visões sobre a informação. Vamos começar pela visão ingênua:

1) VISÃO INGÊNUA DA INFORMAÇÃO



Segundo o autor, a visão ingênua da informação sustenta que, quanto maior a quantidade de informação acumulada, mais fácil chegamos à verdade e, portanto, maior será a nossa capacidade de transformá-la em sabedoria e conhecimento. Ele classifica essa visão como ingênua justamente por ela não considerar que a grande maioria da informação produzida é lixo e, ao invés de nos levar à verdade, nos leva à distopia. Vamos conhecer agora a visão populista da informação.

2) VISÃO POPULISTA DA INFORMAÇÃO



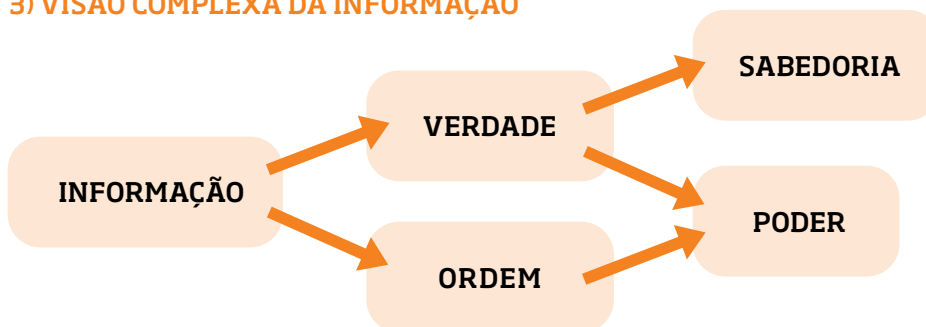
Já a visão populista tem como porta-vozes os líderes carismáticos, que acusam as instituições de mentirem para o público para se manterem no poder e garantir seus privilégios. Assim, juízes, médicos, jornalistas, acadêmicos, entre outros formam uma elite sem qualquer compromisso com a verdade e com o “povo” (e, claro, eles próprios seriam os detentores da verdade, pois eles são o povo). Vertentes mais radicais defendem que não existem verdades objetivas e que cada um pode ter a sua própria verdade. Essa é uma visão de mundo cuja única realidade é o poder e a desinformação é usada como arma.

Harari lembra que, ao longo da história, informações foram usadas muito mais para preservar a ordem, e não para descobrir a verdade, sob o argumento de que a verdade seria insuportável para o povo. É aí que os populistas e especialistas em mitologia (que podem ser políticos, sacerdotes ou até CEOs) entram em cena, com o objetivo de estabelecer uma ordem social, contrariando a visão ingênua sobre a informação. Assim, ocorre um desequilíbrio em nossa busca pela verdade, pois é mais fácil manter a ordem por meio de ficções e narrativas.

"Quase sempre, as pessoas que conhecem os fatos - seja da física, biologia ou história - recebem ordens de especialistas em mitologia ou teologia. Esse é um desequilíbrio que observamos por toda a história. [...] Uma bomba construída sem o conhecimento de física não vai explodir. No entanto, uma ideologia construída sem levar em conta os fatos ainda pode se revelar explosiva."

Dessa forma, Harari propõe o que ele chama de visão complexa da informação.

3) VISÃO COMPLEXA DA INFORMAÇÃO



Na era da Inteligência Artificial, mais tecnologia, melhores conexões de internet, algoritmos mais sofisticados e mais canais de informação não só não garantem uma melhor apuração dos fatos, como favorecem a visão populista, uma vez que o objetivo das gigantes da tecnologia é "aumentar o engajamento dos usuários", e não contribuir com novos dados científicos e avanços da humanidade. Contribui para esse cenário o fato de que os mecanismos de autocorreção das instituições democráticas estão falhando, o que favorece a descrença na própria democracia.

Fato é diferente de opinião e jornalismo é diferente de publicidade

As redes sociais, a princípio, serviriam como plataformas em que as pessoas poderiam repercutir as notícias e, dessa forma, ajudar a ampliar os canais do debate público. A premissa era interessante, lá no início, porém, não foi isso que aconteceu. Vários pontos de conflito foram se introduzindo, um a um, de forma que o caos tomasse conta do ambiente.

Isso não foi um experimento que deu errado. Ao contrário: para os arquitetos da ideia, deu muito certo. A primeira questão foi derrubar as fronteiras que existiam - ou deveriam existir - entre jornalismo e publicidade e também entre fato e opinião. Misturar as estações certamente garantia lucros aos patrocinadores da ideia e aos produtores desses novos conteúdos.

A missão do jornalismo é informar, enquanto que a da publicidade é de vender produtos e serviços através de uma mensagem persuasiva e que ajude a construir a imagem da marca. Ambas as funções estão sob o guarda-chuva da comunicação, mas partem de premissas diferentes e qualquer confusão entre elas prestam um desserviço ao público.

Já a questão entre fato e opinião é um pouco mais complicada. A partir do momento em que permitimos que os fatos fossem revistos, manipulados ou até deformados por opiniões com o objetivo de “criar engajamento”, caíram as bases de um denominador mínimo comum, de onde deveriam partir os debates da sociedade. Não é coincidência que, a partir desse rompimento factual/histórico, passamos a permitir falsos debates sobre fatos cientificamente comprovados, como a eficácia das vacinas. Quando o contrato social é rasgado, quem perde é a sociedade.

Um fato que já foi comprovado e hoje é de conhecimento público é que os promotores das chamadas “verdades alternativas” – também conhecidas como “narrativas” – não estão numa cruzada ideológica. Ao contrário: eles nem sequer acreditam nas ideias que ajudam a impulsionar. O fazem por mera questão financeira, pois descobriram que havia um público ávido por consumir essas narrativas, por mais estapafúrdias que fossem.

Mas como eles conseguiram emplacar essas narrativas? Assim chegamos ao “X” da questão. Qualquer fato, antes compreendido e aceito como verdade, a partir daquele momento poderia ser distorcido por alguma opinião que, mesmo sem embasamento nenhum, já serviria de contraponto. Até mesmo fatos já cientificamente comprovados há séculos poderiam ser subvertidos pela opinião de qualquer usuário com uma narrativa bem construída e por um público disposto a acatar essa nova opinião.

De acordo com Cavalcanti (2025):

“Nos últimos anos, frente ao disseminado fenômeno social de confusão entre liberdade de opinião e rebeldia contra verdades factuais evidentes, foi preciso defender o valor dos fatos. Nessa empreitada, resgatou-se a célebre frase do senador americano Patrick Moynihan: ‘Todos têm direito à sua própria opinião, mas não aos seus próprios fatos’. Em defesa da coletividade – por exemplo, na pandemia de covid-19 –, foi preciso reafirmar a diferença entre fato e opinião. Tratou-se, por assim dizer, de uma medida de sobrevivência. No entanto, não basta defender o valor dos fatos. É preciso também resgatar o valor da opinião. São realidades distintas, mas não antagônicas. Fatos sem reflexão pouco contribuem. E, por óbvio, opiniões que negam fatos são inúteis e, às vezes, claramente prejudiciais. O ataque contra os fatos foi também uma ofensiva contra a opinião. Passou-se a entendê-la como ato de arbitrariedade individual. Eis o perigo. Ao ser encarada como simples manifestação da vontade, a opinião perde seu sentido mais genuíno, convertendo-se em mero elemento de afirmação individual, em instrumento de divisão e isolamento. A opinião é fundamental numa sociedade. Sem ela – sem reflexão, sem diálogo, não se pode compreender minimamente os fatos. Daí a razão pela qual o jornalismo nunca foi mera produção de fatos. Foi também produção de sentido [...] A combinação entre notícia e análise, tão presente no jornalismo, vale para todos os outros âmbitos da expressão da opinião.”

Como visto, fato e opinião não são a mesma coisa, mas andam juntos e podem se inter-relacionar na construção do diálogo. Uma opinião pode ser dada em cima de determinado fato, porém a opinião jamais deve substituir o fato. No entanto, é exatamente isso o que vem acontecendo na era das redes sociais.

O resultado não poderia ser outro: polarização política, epidemia de crises de ansiedade e relações sociais rompidas. Neste momento vale reestabelecermos alguns parâmetros, para que fiquem claras as linhas que separam o fato da opinião:

MATÉRIA (FACTUAL)

- 1) se restringe aos fatos checados
- 2) não precisa ser assinado pelo repórter
- 3) não pode ter opiniões e adjetivos
- 4) é preciso ouvir os dois lados

ARTIGO (OPINATIVO)

- 1) expõe um ponto de vista
- 2) precisa ser assinado pelo colunista
- 3) pode conter opiniões e adjetivos
- 4) não é preciso ouvir os dois lados



Mas, afinal, por que somos tão resistentes a mudar de opinião? Por que algumas de nossas crenças parecem ser imunes à crítica, ao questionamento, às evidências contrárias? Daniel Gontijo, doutor em Neurociências, se debruçou sobre o tema:

“Fatores intelectuais, sociais e emocionais estão por trás dessa inflexibilidade cognitiva. Em primeiro lugar, alguém pode perseverar em suas crenças ou opiniões por não compreender bem ideias concorrentes, alternativas. Por exemplo, uma pesquisa australiana verificou que, quanto menos os participantes compreendiam o aquecimento global, menos eles acreditavam em sua ocorrência. Mesmo que crenças e valores políticos também expliquem esse tipo de resistência, dados como esse ilustram que a educação científica não pode ser negligenciada. Em segundo lugar, nossas opiniões são consideravelmente moldadas por interações sociais que estabelecemos no cotidiano – e boa parte disso não tem nada a ver com uma busca coletiva e desinteressada pela verdade. Pelo contrário, se você tem familiares mergulhados em grupos virtuais politicamente polarizados, é possível que eles confiem mais nas alegações conspiratórias de seus líderes do que em dados empíricos de pesquisas. De acordo com os resultados de uma revisão sistemática sobre fake news, essa polarização enfraquece as estratégias de convencimento baseadas exclusivamente na racionalidade. Nesse cenário, o “quem está falando” conta mais do que o conteúdo da mensagem, e um argumento factual pode deixar seu interlocutor ainda mais resistente. Diante disso, ficamos inclinados a jogar a toalha, sucumbir ao ditado de que política não se discute e, com isso, salvar o Natal em família. Em terceiro lugar, as emoções estão sempre orquestrando a dinâmica das crenças – mesmo que silenciosamente. Quando avaliamos ideias que conflitam com nossas convicções, somos atravessados por um desconforto capaz de enviesar nosso discernimento. É como se nosso cérebro estivesse sendo ameaçado por corpos estranhos, antígenos, os quais soariam um alarme emocional que nos motivaria a combatê-los para assegurar o equilíbrio interno. Ou, para falar em “psicologuês”, nosso sistema imune psicológico, como alguns autores o nomeiam, se encarregaria de proteger nossas crenças mais valiosas, ou seja, aquelas que definem quem somos nós. As pessoas não brigam por discordâncias triviais como sobre o valor do café ou a previsão de chuva, mas podem se armar contra quem questiona sua centralidade no plano divino ou a relevância de suas lutas sociais. Em suma, quanto mais uma crença integra nossa identidade, mais nos dispomos a defendê-la – mesmo que isso vá contra as evidências.”

Outra questão complexa e que exige atenção está num estudo divulgado pelo Reuters Institute e a Universidade de Oxford sobre o protagonismo dos influenciadores digitais como fontes de notícias e informação no Brasil. O texto diz que influenciadores de notícias têm um papel muito maior aqui do que na maioria dos outros países do estudo e que comentaristas políticos que frequentemente combinam mídias sociais com TV e *podcasts* recebem enorme volume de seguidores. Outro dado preocupante é que o Instagram é mais importante aqui do que em outros países para a disseminação de notícias, misturando conteúdo político e de entretenimento para gerar maior engajamento.

Como vimos, ao misturar conteúdo noticioso com entretenimento, não apenas estamos diante de um conflito de interesses (visto que fatos não podem ser “personalizáveis” com o objetivo de enganar), como também podem representar distorções da realidade com o objetivo de potencializar os números da audiência. É justamente nessa zona cinzenta que operam os influenciadores digitais, apagando as linhas entre fato e opinião.



Os dilemas da Inteligência Artificial na educação e na vida

Quando pensamos em Inteligência Artificial, os clichês dos filmes de ficção científica mostram um exército de robôs dominando a humanidade. Em seu livro *Nexus*, Yuval Noah Harari explica que a "IA", como é conhecida, é a invenção mais perigosa já feita pela humanidade, pois ela pode ser um agente que pode tomar suas próprias decisões. "Juntos, os seres humanos podem controlar a IA. Mas se continuarem brigando entre si, a IA nos controlará", ele avisa.

Embora ainda pouco compreendida, a IA já está dentro de nossas casas, nas empresas e já começa a aparecer também das escolas, seja auxiliando um professor a identificar as necessidades específicas de cada aluno, seja na palma da mão do estudante que realiza uma pesquisa.

Já existem estudos apontando que o uso excessivo de IA para escrever textos pode afetar a memória, o pensamento crítico e a criatividade, como as pesquisas realizadas pelas Universidades de Toronto, de Washington, Harvard e MIT. Sendo assim, é necessário que pais, professores e gestores escolares estejam cientes de que essa ferramenta é capaz de transformar a sala de aula, tanto para o bem quanto para o mal.

Por exemplo: o aluno deve ser instigado e orientado a desenvolver atividades que fomentem o uso da criatividade e o senso crítico. A IA pode entrar para criar exercícios focados na necessidade do aluno ou mesmo como um *chatbot* capaz de de-

bater com o estudante sobre suas ideias, questionando-o e trazendo informações adicionais.

É preciso deixar claro que a IA usa dados existentes na internet sem muitos filtros e que nem sempre podem estar corretos ou atualizados. Portanto, é fundamental que haja um conhecimento prévio mínimo sobre os temas tratados e levados em questionamentos para que usemos as informações mais atualizadas e que possam ser verificadas. Além disso, os cuidados com o tratamento de dados e a privacidade dos estudantes deve ser pensada e cuidadosamente trabalhada.

Outra questão a ser analisada com calma: se há 20 anos, professores mostravam preocupação com o uso excessivo do Google nas pesquisas dos alunos, resultando em cópias e falta de originalidade nos trabalhos, agora, a preocupação é outra, pois a IA pode entregar trabalhos inteiramente prontos, sem que o aluno sequer tenha lido e compreendido o tema.

Em suma, o uso da ferramenta requer estudo, planejamento e orientação. Se bem usada, a IA pode ser promotora do crescimento. Mas, se mal-usada, pode causar o declínio cognitivo dos estudantes. Em outras palavras - e aqui vale para crianças e adultos - precisamos definir qual o papel que a IA terá em nossas vidas. Ela vai pensar, analisar e articular todos os pensamentos para nós? Ou ela vai ser apenas uma ferramenta a nos auxiliar para que possamos atingir todo o nosso potencial?





Reprodução

Após sair do Jornal Nacional e migrar para o entretenimento, Fátima Bernardes estava liberada para fazer publicidade

O título deste tópico pode causar estranhamento para quem viveu a era analógica, mas, para os nativos digitais, é preciso afirmar e reafirmar este conceito pois, para muitos, é perfeitamente razoável que uma pessoa que se diz jornalista possa fazer publicidade (que chamam de “publi”) em suas próprias redes sociais.

Quando confrontados com esse flagrante conflito de interesses, eles afirmam que, em suas próprias redes sociais, a pessoa é livre para anunciar o que ela quiser. Mas não é tão simples assim. Dentro do jornalismo, existe um código de conduta, adotado pelos veículos de comunicação que diz que, se a pessoa exerce jornalismo, ela não pode fazer publicidade, sob o risco de comprometer a credibilidade.

Como exemplo, podemos citar Fátima Bernardes e Patricia Poeta, da Rede Globo. Ambas fizeram parte da bancada do Jornal Nacional

da emissora. Durante esse período, estavam proibidas de fazer qualquer publicidade. Quando encerraram seus ciclos no JN para se tornar apresentadoras de programas de variedades, a publicidade estava liberada, pois, a partir daquele momento, o dever delas na emissora não era mais de informar, e sim produzir entretenimento.

Nas redes sociais, essas linhas que separam jornalismo de publicidade e jornalistas de *influencers* ficaram borradas. As novas gerações têm mais dificuldade em enxergar as contradições e misturar as estações, pois todas essas atividades entram no caldeirão da comunicação, e fica mais fácil simplificar e enxergar a comunicação como uma coisa só.

Agora que todos os fundamentos do bom jornalismo estão devidamente checados, é hora de entender quem é que faz um jornal escolar.

Formando a equipe de um jornal escolar

Para início de conversa, um jornal escolar precisa ter uma equipe, formada por repórteres, fotógrafos, editores e diagramadores. Como os recursos de um jornal escolar costumam ser escassos, é certo que as pessoas acabam assumindo mais de uma função ao mesmo tempo.

Por exemplo, o repórter de um jornal pode apurar a notícia em campo e usar o celular não só para captar os áudios com os depoimentos, mas também fotografar o ambiente e os personagens da matéria. Se for uma pessoa polivalente – com múltiplas habilidades – ela própria pode ser a diagramadora do jornal (sim, no jornalismo a gente aprende a se desdobrar em vários papéis).

Mas existe uma função que, no contexto do jornal escolar, é sempre muito bem definida: o papel do editor deve ser sempre do professor. E aqui devemos entender esse editor muito mais como um mediador. É ele quem deve não apenas mediar eventuais conflitos ou divergências dentro da equipe, mas também agendar, organizar e presidir as reuniões de pauta, sabendo dar os devidos direcionamentos e distribuir tarefas.



Pergunta incômoda: cadê o professor/mediador nessas equipes?

Já tivemos diversos exemplos de como um jornal escolar não pode prescindir desse editor/professor/mediador. O melhor exemplo disso é o jornal Zélia News, da Escola Zélia Coutinho, em Iraquara (BA).

Criado durante a Oficina de Jornal Escolar na ação presencial do IBS em Iraquara em abril de 2024, a publicação sofreu com a falta de um professor que fizesse o papel de editor/mediador. Determinadas em seguir com o jornal sozinhas, as alunas fizeram algumas tentativas de levar as pautas da escola para as redes sociais em formato de vídeo, mas essas iniciativas também não foram adiante, pois esbarraram no uso de imagem dos alunos sem a permissão dos pais.

O ano passou e, a partir do início do ano letivo de 2025, o jornal finalmente encontrou a professora que assumiu esse papel de editora/mediadora. Desde então, a equipe tem se organizado melhor e já conseguiram produzir outras edições do jornal.

“No fim, foi só seguir com os combinados e cumprir os horários. Não precisei fazer nada mais. Os alunos são capazes! É só acreditar na capacidade deles e dar a oportunidade de exercer o seu protagonismo”, afirmou a professora Simone Neves. Diante deste e de outros exemplos, chegamos à conclusão de que a edição mais difícil de publicar não é a primeira, mas a segunda.



Da edição #0 (abril de 2024) à edição #1 (julho de 2025): o longo caminho de um jornal sem professor/mediador

Os objetivos e as pautas de um jornal escolar

Eis mais uma questão que parece simples, mas que acaba não sendo. Claro que o objetivo principal de um jornal escolar deve ser informar sobre os principais fatos relativos à escola e que sejam de interesse da comunidade escolar.

Por mais óbvio que essa premissa pareça, é preciso primeiro explicar aos alunos que fofocas amorosas e boatos que circulam nos corredores da escola não são pauta para o jornal. Esses assuntos, além de não representarem o interesse coletivo, tampouco podem ser comprovados sem que envolvam diretamente alunos e alunas, que podem ficar expostos a situações de humilhação ou até *bullying* – algo que o jornal deve combater, e não promover.

Esclarecido este ponto, cabe também uma explicação sobre um tema que deixa muitos professores confusos: afinal, um jornal escolar deve ter linha editorial? Respondendo da forma mais direta e simples: NÃO.

Linha editorial é imprescindível para um jornal que cobre o território – seja ele município, estado ou país – e, portanto, produz notícias sobre a atuação do poder público. Este não é o caso do

jornal escolar, que deve concentrar suas pautas ao ambiente escolar, não cabendo a ele opinar sobre a gestão da prefeitura ou da secretaria de educação.

Claro que algumas pautas podem envolver a prefeitura, mas não é dever do jornal se posicionar politicamente sobre o assunto. Por exemplo, se estiverem previstas obras ou reformas na escola, é possível ouvir o responsável por esta agenda na prefeitura, mas não cabendo à publicação opinar sobre as declarações dadas.

Sim, o jornal pode até publicar a opinião de alguém (algum professor ou diretor) sobre o assunto, mas estariam se desviando do objetivo principal do jornal e estariam expostos a eventuais represálias, caso os envolvidos não concordem com o que foi dito. Isso ainda criaria a situação em que seria preciso ouvir o “outro lado” – no caso, a parte diretamente envolvida na crítica.

Para mostrar como esse terreno é perigoso, vale citar o *blog Diário de Classe* (foto abaixo). Em 2012, Isadora Faber (na época com 13 anos) criou um *blog* que postava sobre os problemas de sua escola em SC, como banheiros que não funcionavam, carteiras quebradas, entre outros.



Reprodução

Não demorou muito para o *blog* chamar a atenção e ter repercussões. Diante dos constrangimentos gerados dentro da escola, Isadora passou a ser hostilizada por colegas, pais, professores e diretores, inclusive tendo a sua casa apedrejada. Mesmo assim, as críticas surtem efeito e acontecem melhorias na escola, mas não sem algumas lições amargas para todos os envolvidos - especialmente a própria Isadora.

Ok, já sabemos quais não devem ser os assuntos de um jornal escolar. Então, quais devem ser as principais pautas de um jornal escolar? Claro que as realidades e possibilidades variam de escola para escola, mas em geral, para além da divulgação do calendário de atividades, podemos pensar na cobertura de:

1) Eventos esportivos: olimpíadas, jogos inter-classes, treinos etc;



2) Eventos culturais: apresentações musicais, peças de teatro, exposições fotográficas etc;



3) Eventos comemorativos anuais: São João, desfile de 7 de Setembro, festa de fim de ano letivo etc.



E a partir de oficinas e formações do IBS, há projetos que podem ser desenvolvidos em diversas áreas como:

- Nas Artes e na Leitura, temos a contação de histórias, clubes de leitura, peças de teatro, projetos de dança etc;
- Na Educação Ambiental, com o LEVE (Local de Entrega Voluntária Escolar) e horta;
- Na Educação Financeira, temos rodadas de jogos, como Piquenique, PIC\$, PIC\$ City etc.



Bem, de posse de todas essas informações, vamos encerrar este fascículo com uma NOTÍCIA BOMBÁSTICA para você: produzir um jornal escolar é muito fácil e as ferramentas estão todas à mão! É isso que veremos no próximo fascículo.

Referências Bibliográficas

ATLAS DA NOTÍCIA. Disponível em: <<https://www.atlas.jor.br/>>. Acesso em: 22 de set. 2024.

BRASIL. Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Senado Federal, 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9394.htm>. Acesso: 22 set. 2024.

CAVALCANTI, Nicolau da Rocha. Resgatar o valor da opinião. O Estado de S. Paulo, 15 de jan. 2025. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/opinio/nicolau-da-rocha-cavalcanti/resgatar-o-valor-da-opinio/>>. Acesso em: 1 fev. 2025.

ESCOLA Base: um repórter enfrenta o passado. Direção de Caio Cavechini e Eliane Scardovelli. Globoplay, 2022.

GONTIJO, Daniel. Ser cabeça-dura é a sina de todo ser humano? Cientista conta por que é tão difícil mudar de opinião. O Estado de S. Paulo, 29 de nov. 2024. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/saude/ser-cabeca-dura-e-a-sina-de-todo-ser-humano-cientista-conta-por-que-e-tao-dificil-mudar-de-opinio/>>. Acesso em: 9 de dez. 2024.

HAN, Byung-Chul. Sociedade da Transparência. Editora Vozes, 2016.

HARARI, Yuval Noah. Nexus: Uma breve história das redes de informação, da Idade da Pedra à inteligência artificial. Companhia das Letras, 2024.

INSTITUTO BRASIL SOLIDÁRIO. IBS Notícias, edição de julho/agosto de 2025. Disponível em: <https://www.brasilsolidario.org.br/wp-content/uploads/IBSNoticias_2025_07_08.pdf>. Acesso em: 20 set. 2025.

INSTITUTO HUMANITAS UNISINOS. Tendência para o autoritarismo é alta no Brasil, diz estudo. Disponível em: <<https://www.ihu.unisinos.br/publicacoes/78-noticias/572424-tendencia-para-o-autoritarismo-e-alta-no-brasil-diz-estudo>>. Acesso em: 6 out. 2024.

JORNAL DA TARDE. Edição de 31 de outubro de 2012. Disponível em: <http://trilogiadecharges.com.br/wp-content/uploads/Jornal_da_Tarde_31_10_2012.pdf>. Acesso em: 22 de set. 2024.

KAY, Katty. Por que muita gente deixou de postar nas redes sociais. BBC News Brasil, 26 jul. 2025. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/articles/c93k3n891n9o>>. Acesso em: 20 set. 2025.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. Os Elementos do Jornalismo: O que os jornalistas devem saber e o público exigir. Geração Editorial, 2003.

OLIVEIRA, Filipe. Escolas usam jornais para ensinar senso crítico. Folha de S. Paulo, 21 abr. 2018. Disponível em: <https://andi.org.br/infancia_midia/escolas-usam-jornais-para-ensinar-senso-critico-as-criancas/>. Acesso em: 10 mar. 2024.

REUTERS INSTITUTE; UNIVERSITY OF OXFORD. Brazil report. Disponível em: <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news-creators-influencers/2025/Brazil>>. Acesso em: 10 nov. 2025.



Conteúdo protegido - Proibida a reprodução sem créditos ao Instituto Brasil Solidário
para fotos ou contextos de projetos apresentados



Instituto
**BRASIL
SOLIDÁRIO**

INSTITUTO BRASIL SOLIDÁRIO - IBS
www.brasilsolidario.org.br