



## Ética e credibilidade no jornalismo: uma breve revisão dos conceitos na literatura internacional

Raphaelle Batista<sup>1</sup>

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

**Resumo:** Primeira etapa de uma revisão da literatura internacional sobre ética e credibilidade no jornalismo, este artigo discute como os conceitos aparecem em produções recentes da área em periódicos de referência: *Journalism*, *Journalism Studies*, *Journalism Practice*, *Digital Journalism* e *Journal of Mass Media Ethics*. Partimos da noção de que ética e credibilidade devem estar associadas na busca pela qualidade do jornalismo, especialmente num contexto de transformações e de crise, agravado por desinformação, precarização do trabalho dos jornalistas e ataques políticos à instituição jornalística. A partir do levantamento de 92 artigos publicados entre 2012-2022, destacamos, com base em análise hermenêutica de títulos, palavras-chave e resumos, a presença de múltiplas abordagens teóricas e metodológicas, emergência de questões relacionadas às novas tecnologias e poucos trabalhos sobre a realidade brasileira.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Ética; Credibilidade; Teorias do Jornalismo; Revisão de Literatura.

### 1. Introdução

Um dos principais desafios para os estudos do jornalismo é compreender as implicações de um objeto de pesquisa em estado fluido. Como postulam Deuze e Witschge (2016, p. 13), “o jornalismo não é algo que ‘é’, mas, sim, algo que ‘se torna’, ‘que vem a ser’, ‘que está se tornando’, por meio de uma diversificação de práticas e um subsequente trabalho de fronteiras”. Partir desse princípio significa considerar que as mudanças do jornalismo não estão reduzidas aos tipos de mídia, gêneros ou formatos. É

---

<sup>1</sup> Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (PPGJor/UFSC) e pesquisadora no Grupo de Pesquisa Observatório da Ética Jornalística (objETHOS). E-mail: [raphaellebatista@gmail.com](mailto:raphaellebatista@gmail.com).

preciso atentar para o caráter estrutural e paradigmático das transformações (PEREIRA, ADGHIRNI, 2011; CHARRON, DE BONVILLE, 2016), percebendo as alterações no conjunto de valores e regras deontológicas da profissão, que vem sendo afetada por um contexto de crise política e existencial, de governança e de gestão, mas também de ética e credibilidade (CHRISTOFOLETTI, 2019).

Segundo Cornu (1999), a adoção de normas para as práticas jornalísticas e seus valores referenciais aparecem nas mais remotas origens da imprensa na Europa Ocidental, tomando corpo ainda na segunda metade do século XIX, conforme o jornalismo ascende à condição de profissão. Deuze (2005) afirma que a história da profissionalização do jornalismo no século seguinte pode ser tipificada pela consolidação de uma “ideologia ocupacional consensual” entre jornalistas, entendendo o termo ideologia como “uma coleção de valores, estratégias e códigos formais que caracterizam o jornalismo profissional e que são compartilhados mais amplamente por seus membros” (DEUZE, 2005, p. 445, tradução nossa)<sup>2</sup>. Entre esses conceitos, valores e elementos considerados parte da ideologia do jornalismo, segundo o autor, está um senso de ética compartilhado pelos profissionais.

Para Guerra (2008), há mesmo um “imperativo ético fundante do jornalismo”, produzido por meio de procedimentos associados à competência técnica profissional. “A ética que estabelece as condutas desejadas pelos jornalistas é respaldada por condições efetivas de realização, caso contrário, não teria sentido tê-las como parâmetro de conduta” (GUERRA, 2008, p. 40). Quando faltam essas condições, tem-se o que Lelo (2019) chama de sofrimento ético, “experiência de assédio moral persistente na história do jornalismo brasileiro” (p. 3). Segundo o autor, além do contexto de forte concentração de mídia no Brasil, transformações estruturais como a intensificação do tempo de produção, a convergência, o cenário multimídia e o enxugamento dos quadros profissionais “fomentariam um terreno fértil para a violação da ética jornalística” (p. 6).

---

<sup>2</sup> Aqui não estamos tentando reduzir a aplicação de ideologia ao jornalismo, visto que o conceito tem abordagem multidisciplinar, mas destacamos uma visão específica, indo ao encontro de Van Dijk (2009, p. 193, tradução nossa) quando diz que “ideologias não são apenas qualquer tipo de crenças sociais, mas as crenças axiomáticas fundamentais subjacentes às representações sociais compartilhadas por um grupo, apresentando normas e valores fundamentais (como os de liberdade, justiça, igualdade, etc.) que podem ser usados ou abusados por cada grupo social para impor, defender ou lutar por seus próprios interesses (por exemplo, liberdade de imprensa, liberdade de mercado, liberdade de discriminação, etc.).”

O relatório brasileiro da pesquisa *Worlds of Journalism*, que ouviu 376 jornalistas entre 2014 e 2016, aponta que os padrões éticos estão entre os fatores que mais perderam influência na profissão ao longo dos anos, na visão de 31,8% dos entrevistados, enquanto mídias sociais, conteúdos gerados pelo usuário, envolvimento do público, pressões para obter lucro e considerações publicitárias estão entre os que mais aumentaram sua influência no jornalismo (MOREIRA, 2017). E, apesar de 89,6% dos entrevistados considerarem que os jornalistas devem sempre aderir aos códigos de ética profissional, o mais recente Perfil do Jornalista Brasileiro, de 2021, aponta que para 67% dos profissionais o documento é “insuficiente e incompleto” (LIMA; MICK; NICOLETTI, 2022, p. 179). Já sobre os valores necessários para se trabalhar com ética, 99% dos (as) jornalistas ouvidos nesta última pesquisa acreditam que a credibilidade é importante.

Para Serra (2014), o sucesso do jornalismo depende, antes de tudo, do respeito aos valores morais embutidos nas práticas discursivas da atividade. Mas a ética sozinha não basta para sustentar o pacto do jornalismo com seus públicos. É preciso, também, credibilidade. Categoria social difícil de definir, ela é fruto de uma reputação específica conquistada pelo jornalismo através de sua história: a de instituição confiável para a divulgação de notícias (BLÖBAUM, 2014). É também, segundo Lisboa (2012), “um predicado que está amparado em valores éticos e morais” (p. 9) construído num processo entre interlocutores, a partir de uma promessa dialógica. Assim, mesmo que a *práxis* de determinada organização de mídia (com ou sem fins lucrativos) seja contraditória, ela está sempre buscando credibilidade, ainda que despreze a ética.

No entanto, quando o público não confia nos jornalistas, ou seja, não enxerga sua ética, a confiança no papel social do jornalismo como um todo cai (WARD, 2005). Afinal, o pacto de confiança estabelecido entre a instituição jornalística e o público passa pela ética. Como lembram Lee e Coleman (2018, p. 3, tradução nossa<sup>3</sup>), “as escolhas éticas que os jornalistas fazem são cruciais para sua credibilidade profissional; portanto, o que influencia essas escolhas também é crucial”. Assim chegamos ao

---

<sup>3</sup> Todas as citações de trechos em inglês serão de tradução própria.

pressuposto de que ética e credibilidade devem estar associadas na busca pela qualidade do jornalismo.

A questão que nos instiga é: como esses conceitos aparecem em trabalhos recentes da área de estudos do jornalismo? O objetivo é perceber de que forma ética e credibilidade vêm sendo relacionadas ou não. Este é um movimento inicial de revisão da literatura dentro de um esforço de pesquisa mais amplo que, posteriormente, deverá incluir outras etapas para verificar as percepções acerca dessa relação.

Por meio de revisão bibliográfica (STUMPF, 2015), fizemos um levantamento inicial de 92 artigos publicados entre 2012 e 2022<sup>4</sup> em cinco periódicos internacionais — *Journalism*, *Journalism Studies*, *Journalism Practice*, *Digital Journalism* e *Journal of Mass Media Ethics* — examinando títulos, palavras-chave e resumos a partir de uma análise hermenêutica (GADAMER, 2015). Entre os achados, destacamos a presença de múltiplas abordagens teóricas e metodológicas; a emergência de questões relacionadas às novas tecnologias; outros conceitos associados à discussão sobre ética e credibilidade, como transparência; além da pouca inserção de trabalhos sobre a realidade brasileira.

## 2. Ética e credibilidade no jornalismo

A discussão sobre ética e credibilidade é tão relevante quanto complexa. Embora estejam nas bases do jornalismo, a associação entre os conceitos não é exatamente uma operação fácil quando saímos da perspectiva normativa e olhamos para a *práxis* do jornalismo. Afinal, a lógica nos aponta que, quanto mais ético, mais credível; mas, no cotidiano da profissão, não basta ao jornalista professar os princípios do código de ética para ganhar a confiança do público. Tampouco é suficiente que esse profissional se esforce para seguir a deontologia se a organização em que trabalha mantém relações escusas com o poder, por exemplo. Ética e credibilidade devem caminhar juntas e em diálogo com o público (WARD, 2005), mas aparentemente uma não garante a outra.

---

<sup>4</sup> O período delimitado para a busca foi de janeiro de 2012 a fevereiro de 2022, quando foi feito o levantamento, a fim de encontrarmos os artigos mais recentes.

Nesta seção vamos debater, de forma preliminar, os dois conceitos a fim de subsidiar a análise que faremos mais adiante. Partimos da noção de que o jornalismo é uma forma social de conhecimento (GENRO FILHO, 1987), “que exige o emprego de particularidades técnicas, ética universal, mas específica, e reflexão sistemática” (KARAM, 2014, posição 113, edição não paginada). Isto é, uma visão dialética da ética em que a atuação do jornalista considera a relação com o outro e está sempre em processo de construção. Tal como a sociedade, o próprio jornalismo e sua história de permanente transformação (HEINONEN, LUOSTARINEN, 2009; RINGOOT, RUELLAN, 2007), a ética não está cristalizada.

A reflexão ética, não redutível nem à moral vigente nem aos códigos formais, é essencialmente um momento em que nos perguntamos, radicalmente, qual o sentido de uma vida, de um indivíduo, de uma profissão e o que afinal estamos fazendo. A ampliação da possibilidade de escolha diante do mundo e dos valores que o formam pode ser a própria escolha de outro mundo e outros valores, permitidos pela existência da liberdade de escolha. A reflexão ética é também projeção para o futuro. É reflexo do existente, mas também sua negação, para afirmar novos valores com base em pressupostos para a consecução de algo que não está dado de antemão (KARAM, 2014, posição 432-435, edição não paginada).

Assim, a ética é desafiada na medida em que o jornalismo evolui historicamente. Como defende Ward (2009), “o raciocínio ético é sobre como as pessoas interpretam, equilibram e modificam seus princípios à luz de novos fatos, novas tecnologias e novas condições sociais (Ward, 2007). Os limites da ética mudam” (p. 295-296), alerta o autor. Nesse sentido, ele elenca pelo menos cinco etapas de desenvolvimento da ética jornalística.

A primeira tem início no século XVII e, conforme Ward (2009), constitui a invenção do discurso ético do jornalismo a partir da ideia de verdade. Ou, como diz Gomes (2009), a norma da veracidade estabelecida como uma obrigação suplementar da atividade jornalística. “O jornalismo, principalmente aquele inserido na indústria da informação, estabelece a estrutura paradigmática do discurso verdadeiro, ao mesmo tempo em que funda sobre a deontologia da fidelidade aos fatos toda a sua legitimidade” (GOMES, 2009, p. 14).

A segunda fase traz o conceito de uma ética pública como credo para a crescente imprensa jornalística, que passa a ser reconhecida como o Quarto Poder. “No final do século XVIII, a imprensa era uma instituição socialmente reconhecida, um poder a ser elogiado ou temido, com garantias de liberdade nas constituições pós-revolucionárias da América e da França” (WARD, 2009, p. 297).

Já a terceira etapa, durante o século XIX, vê surgir a teoria liberal da imprensa, a partir da premissa de que uma “imprensa livre e independente era necessária para a proteção das liberdades do público e a promoção da reforma liberal” (WARD, 2009, idem). Ao longo do século XX se dá a quarta fase, de desenvolvimento e crítica dessa doutrina liberal, resultando em uma ética profissional do jornalismo objetivo.

Conforme a classificação de Ward (2009), a quinta etapa é a da ética de “mídia mista”<sup>5</sup>, iniciada no final dos anos 1990 e que segue até os dias atuais. Segundo o autor, essa fase é marcada pelo número crescente de outros atores sociais engajados no jornalismo a partir do surgimento da internet e, também, pelos usos das mídias de forma a desafiar as ideias de verificação, controle e mediação jornalística. De acordo com o autor, quatro teorias normativas da imprensa influenciam o momento atual: (1) teoria liberal, (2) teoria da objetividade e responsabilidade social, (3) teoria interpretativa e ativista e (4) ética da comunidade e do cuidado. Em todas essas abordagens, o autor aponta um aumento significativo nas análises empíricas e teóricas da prática e da ética do jornalismo, com uma produção de estudos sem precedentes.

Resultante desse aumento nas pesquisas, ele aponta um clima de discordância fundamental sobre a natureza e o propósito da ética jornalística vista a partir da mídia tradicional. Começam a aparecer questionamentos sobre a objetividade e outros princípios clássicos, como neutralidade e imparcialidade, e a surgir abordagens fora do domínio ocidental, enfatizando bases mais inclusivas a partir de valores diferentes trazidos pelo novo cenário global em que se insere o jornalismo. Interessante observar que, mais de uma década depois do texto de Ward (2009), o relatório do Perfil do Jornalista Brasileiro vai ao encontro dessa tendência apontada pelo autor: entre os

---

<sup>5</sup> Aqui vale fazer uma ressalva sobre o que Stephen Ward chama de “mídia mista”: o autor não se refere apenas aos diferentes atores engajados no jornalismo, como os não profissionais, mas também aos comunicadores imersos na multimídia, que precisam se adaptar aos desafios de uma produção orientada para diferentes formatos eletrônicos e digitais.

valores considerados menos importantes para se trabalhar com ética, segundo os entrevistados, estão a imparcialidade e a objetividade. Já para 96% desses jornalistas, a diversidade aparece como um valor ético dos mais relevantes (LIMA, MICK, NICOLETTI, 2022).

Enquanto isso, a credibilidade jornalística vem sofrendo profundas variações de acordo com as realidades de diferentes países, conforme pesquisas realizadas periodicamente no mundo (EDELMAN TRUST BAROMETER, 2022; DIGITAL NEWS REPORT, 2022; LATINOBARÓMETRO, 2020). Uma crise de confiança que pode ser explicada por diversas razões, entre as quais a desinformação (WARDLE E DERAKHSHAN, 2017), disseminada especialmente nas plataformas de mídias sociais, e o aumento da desconfiança geral em torno de outras instituições sociais, como a Política (FLETCHER, 2020; NELSON E LEWIS, 2021) Além disso, os ataques promovidos por protagonistas do espectro político e os problemas internos ao próprio campo jornalístico — como os deslizes éticos — são fatores que não podem ser ignorados.

Em termos conceituais, a credibilidade é um dos pilares do jornalismo (KARAM, 2014; CHRISTOFOLETTI; LAUX, 2008) e está firmada em condições de veracidade e confiabilidade nos relatos noticiosos. Analisada sob diversas abordagens, em campos os mais distintos (da Filosofia à Administração, do Direito à Economia, etc.), nos interessa a dos estudos de linguagem, particularmente a do discurso, por entendermos o jornalismo também como um gênero discursivo (BENETTI, 2008). Berger (1996) chega a apontar a credibilidade como o capital simbólico do campo jornalístico, em diálogo com as noções de Pierre Bourdieu, lembrando que é da natureza do jornalismo fazer crer.

De acordo com Serra (2006), a credibilidade é produzida a partir de uma relação dinâmica, dialética e progressiva entre pelo menos dois pólos. Para que essa relação se efetive no jornalismo, segundo ele, é necessário um processo de credibilização que passa pela autossubordinação dos jornalistas e das organizações de mídia a princípios deontológicos e técnicos mais ou menos precisos e codificados ao longo do tempo.

Essa dimensão ética do jornalismo é muito bem identificada por Walter Lippmann quando acentua que exceto no que se refere a alguns poucos assuntos acerca dos quais o nosso conhecimento é grande, não podemos distinguir entre relatos verdadeiros e falsos. Escolhemos, assim, entre repórteres fiáveis e não fiáveis (Lippmann, 1922: 223). Na mesma direção, Robert Park (1940) sublinha, no seu famoso ensaio sobre o tema, que as notícias são a par da ciência e do senso comum – ‘uma forma de conhecimento’ de que depende a nossa orientação no mundo e na sociedade e a nossa participação política – pelo que, infere-se, é de fundamental importância que esse conhecimento seja o mais fiável possível. (SERRA, 2014, p. 291).

A importância de vincular ética e credibilidade no jornalismo é, portanto, bastante clara, embora não menos desafiadora do ponto de vista teórico e empírico. Identificar as relações que vêm sendo estabelecidas entre os conceitos, nas pesquisas do campo, é parte desse movimento.

### 3. Revisão de literatura como método

Também chamada de “Revisão bibliográfica”, “Estado da arte” ou “Bibliografia comentada”, a revisão de literatura é definida por Stumpf (2015), em sentido restrito, como “um conjunto de procedimentos para identificar, selecionar, localizar e obter documentos de interesse para a realização de trabalhos acadêmicos e de pesquisa” (p. 54). De acordo com a autora, por vezes, essa técnica é a única utilizada na elaboração de um trabalho acadêmico, mas também pode ser a primeira e fundamental etapa de um estudo que utilize dados empíricos, situação da pesquisa que estamos desenvolvendo.

Movimento inicial de um esforço mais amplo, que prevê outras etapas metodológicas, esta revisão de literatura tem como objetivo compor o referencial teórico do estudo e responder à questão sobre a abordagem dos principais conceitos do trabalho: ética e credibilidade no jornalismo. Ainda assim, em consonância com Stumpf (2015), a revisão bibliográfica será contínua e acompanhará todas as fases da pesquisa. Portanto, não se encerra neste levantamento.

Entre os dias 30 de janeiro e 13 de fevereiro de 2022, buscamos trabalhos que contivessem nos títulos, nas palavras-chave<sup>6</sup> ou nos resumos os termos “ethics” “and”

---

<sup>6</sup> O periódico *Journal of Mass Media Ethics* não trabalha com palavras-chave.

“credibility”, bem como termos correlatos em inglês<sup>7</sup>, em cinco importantes periódicos da área de estudos do jornalismo: *Journalism*, *Journalism Studies*, *Journalism Practice*, *Digital Journalism* e *Journal of Mass Media Ethics*. Optamos por estas revistas científicas por se tratarem das cinco de maior referência e impacto na área, que recebem publicações de autores de todos os continentes e contam com edições frequentes sobre alguns dos temas mais diretamente relacionados aos interesses da pesquisa. Pontuamos, porém, que num segundo momento também revisaremos os periódicos nacionais.

O período delimitado para a procura foi de 2012 a 2022, intervalo temporal considerado relevante por abranger os trabalhos mais atualizados do campo e por atravessar algumas das transformações mais recentes e significativas do jornalismo. Em cada periódico, foram sugeridos centenas de trabalhos, totalizando 1.032 artigos encontrados. Destes, selecionamos 92 para leitura e fichamento; sendo 78 o número de trabalhos efetivamente disponíveis para *download*. Para este trabalho, porém, que analisa apenas títulos, palavras-chave e resumos, consideramos os mais de noventa trabalhos escolhidos (Figura 1).

**(Figura 1)** Relação entre artigos encontrados e selecionados para análise

---

<sup>7</sup> “Trust”, “trust in media”, “distrust”, “media ethics”, “journalistic ethics” e “media ethics”, para citar alguns exemplos.

## Artigos encontrados e Artigos selecionados



Fonte: Elaboração própria.

A partir da seleção, distribuimos em planilhas (uma para cada periódico) os dados básicos dos trabalhos, como título, ano, autor(es), palavras-chave, links, etc., e separamos em três categorias: os que estavam mais relacionados à discussão sobre credibilidade / confiança, aqueles sobre ética e credibilidade e os artigos específicos sobre ética. A ideia era organizar, de forma mais clara, os grupos de artigos conforme as discussões concernentes ao nosso estudo. Os resumos foram inseridos num documento de texto e analisados à parte, buscando interpretar os sentidos a partir da noção de compreensão trazida na análise hermenêutica (GADAMER, 2015).

## 4. Análise

A partir dos dados quantitativos que emergiram nessa etapa de busca, podemos destacar o número de trabalhos selecionados de acordo com os respectivos escopos dos periódicos. Os que renderam mais respostas aos termos buscados foram os de abordagem geral (*Journalism* e *Journalism Studies*), enquanto aqueles mais específicos (*Digital Journalism* e *Journal of Mass Media Ethics*) tiveram menor número de

respostas e de artigos selecionados, especialmente o periódico dedicado à discussão sobre estudos de jornalismo digital. Também é digno de nota, a partir das palavras-chave e títulos, a variedade de termos relacionados aos itens pesquisados, tanto sinônimos para os termos procurados, denotando que não há uma nomenclatura uniforme para essas abordagens, quanto a respeito dos conceitos relacionados às discussões sobre ética e credibilidade.

Entre os 92 trabalhos selecionados, foram contabilizadas 454 palavras-chave, com destaque para as mais recorrentes: “journalism” (20), “credibility” (15), “transparency” (12) e “ethics” (12). Mas também apareceram, às vezes de forma significativa e outras vezes não tanto, as palavras “trust”, “news”, “journalism ethics”, “media ethics”, “perceived credibility”, “media trust”, “accountability”, “bias”, “data journalism”, “objectivity”, “ideology”, “narrative”, “incivility”, “doxa”, “race”, “racism”, “quality”.

Analisando os resumos de forma qualitativa, pudemos chegar a alguns apontamentos a partir da interpretação dos dados que se mostraram mais importantes. Em termos metodológicos, percebemos diversos estudos com abordagens multimétodos. Entre as técnicas combinadas de forma recorrente, estão as entrevistas semiestruturadas e em profundidade com grupos focais, além da análise textual de reportagens, códigos de ética e documentos institucionais. Também é possível notar o uso de questionários online (*surveys*) e de experimentos.

Quanto às abordagens teórico-metodológicas, destaque para o uso da Análise de Conteúdo dos tipos qualitativa e quantitativa, adotada em pelo menos oito trabalhos. Já a Análise do Discurso de linha francesa se faz presente em apenas um artigo sobre ética e identidade profissional (“*Journalism ethics with Foucault: Casually employed journalists’ constructions of professional integrity*”, de 2021), assim como a análise crítica do discurso (“*Participation and the Blurring Values of Journalism*”, de 2019). A ética também é analisada em dois trabalhos por meio de conceitos como doxa e capital cultural do teórico francês Pierre Bourdieu. O conceito de *ethos* aparece em três artigos.

Outro dado que nos chamou atenção a partir dos títulos e resumos foi a inclusão do público nas pesquisas empíricas. Além de entrevistar jornalistas, editores e executivos das mídias, saltou aos olhos o interesse recorrente dos pesquisadores desses

periódicos, no período analisado, em observar as percepções do público, em especial sobre a credibilidade jornalística. Este é um indicativo importante no sentido de incentivar uma abordagem mais ampla das pesquisas.

Em relação à abordagem temática, observamos que a credibilidade é estudada quase sempre a partir da constatação de seu enfraquecimento, no contexto de crise e de transformações do jornalismo. Um dado interessante nos estudos sobre credibilidade selecionados da *Digital Journalism* é a preocupação crescente dos estudiosos acerca da percepção do público em relação às novas tecnologias, como o uso de robôs, algoritmos, a interação homem-máquina e a personalização de notícias. Já a ética aparece associada a diversos temas, como raça, etnia, novas tecnologias que influenciam as práticas, mídia alternativa *versus* mídia convencional, mas também em relação aos temas “tradicionais”, como códigos de ética, erros e correções, plágio, invenção de fontes, direito ao esquecimento, recebimento de verba e conflitos de interesse. Associados às discussões sobre ética e credibilidade, podemos indicar como emergentes os temas da transparência e dos conteúdos de marca (*branded content, marketing, publicidade nativa*), com destaque para o primeiro.

Por fim, também se fez notar a única aparição do Brasil entre os trabalhos, no artigo “*Recognizing the Importance of Alternative Media - Role perceptions and journalistic culture in Brazil*”, de 2017, assinado por Summer Harlow, pesquisadora americana interessada em América Latina. Neste recorte específico, importante frisar, não apareceram pesquisadores brasileiros nem outros trabalhos que analisassem a realidade nacional; assim como também não surgiram artigos a respeito de nenhum outro país latino-americano. Por outro lado, notamos a predominância de pesquisadores estadunidenses e europeus (especialmente de países como Dinamarca, Suécia, Noruega, Finlândia e Espanha), que em geral dirigiram estudos sobre suas realidades mais próximas. Importante destacar, ainda, a presença crescente de trabalhos sobre a ética e a credibilidade a partir da realidade de países asiáticos (China, Coreia, Bangladesh, Índia, por exemplo) e do continente africano (Guiné-Bissau, Tanzânia, Etiópia).

## 5. Considerações finais

Na fase incipiente de qualquer pesquisa, a revisão de literatura ajuda a mapear o terreno teórico e metodológico no qual se pretende pisar. Essa técnica, que deve ser aplicada ao longo de todo o período de um estudo, é útil para o(a) pesquisador(a) azeitar a questão de pesquisa, definir melhor os objetivos a partir das lacunas e das trilhas identificadas, além de contribuir para o desenho metodológico da pesquisa. Foi nesse sentido que empreendemos a presente revisão dos conceitos de ética e credibilidade no jornalismo.

A partir do que encontramos em títulos, resumos e palavras-chave, pudemos verificar que a abordagem do tema por meio dos estudos de linguagem se mostra adequada, seja por meio de uma Análise de Conteúdo Qualitativa, seja por meio da Análise do Discurso (AD). Observamos que a AD de linha francesa não foi ainda tão explorada quanto poderia nesses periódicos internacionais, lacuna que pode indicar uma possibilidade de contribuição futura, em especial a partir da mobilização de conceitos como *ethos*, interdiscurso e formação discursiva, além do diálogo com autores como Dominique Maingueneau e Patrick Charaudeau, que não foram citados nos trabalhos selecionados e que já são referência no Brasil quando falamos em análise discursiva da mídia.

A grande quantidade de trabalhos com abordagens multimétodos também encoraja a trabalhar o tema da percepção da ética e da credibilidade com uma composição metodológica unindo diversas técnicas qualitativas e, até, quantitativas, como os *surveys* online. Os trabalhos empíricos envolvendo públicos e jornalistas reforçam a necessidade de incluir as audiências na discussão sobre a percepção da ética e da credibilidade no jornalismo, de forma relacional, indo além dos profissionais. Repetir esse movimento de revisão sistemática em periódicos brasileiros se mostra importante para percebermos como esses atores externos à deontologia profissional têm sido chamados a contribuir com suas visões sobre a ética e a credibilidade no jornalismo.

Destacamos, ainda, a tendência indicada na discussão teórica acerca da abordagem da ética na atual etapa de desenvolvimento do jornalismo: uma análise que propõe observar novos valores jornalísticos, para além das perspectivas da mídia convencional, trazendo questões relacionadas às transformações e crises do jornalismo.

Por isso mesmo, vemos reforçada a importância de trabalhar o tema com uma base conceitual mais ampla, incluindo aspectos como transparência, raça, etnia, ética comunitária e do cuidado.

Por fim, reconhecemos as limitações de uma revisão que não foi capaz de mergulhar nas discussões de cada artigo selecionado. Títulos, palavras-chave e resumos revelam indícios importantes, mas podem levar a inferências precipitadas que só um exame detido de cada trabalho poderá sanar. É o que faremos nas etapas seguintes da pesquisa.

## Referências

BENETTI, Marcia. O jornalismo como gênero discursivo. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 15, p. 13-28, jun. 2008.

BERGER, Christa. Em torno do discurso jornalístico. In: NETO, Antonio Fausto; PINTO, Milton José (Org.). **O indivíduo e as mídias**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996.

BLÖBAUM, Bernd. **Trust and Journalism in a Digital Environment**. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2014.

CORNU, Daniel. **Jornalismo e verdade: para uma ética da informação**. Lisboa: Instituto Piaget, 468p. 1999.

CHARRON, Jean. DE BONVILLE, Jean. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis: Insular; Brasília: FAC Livros, 2016.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **A crise do jornalismo tem solução?** Estação das Letras e Cores, 2019. 104 p. Edição Kindle, Não Paginada.

CHRISTOFOLETTI, Rogério; LAUX, Ana Paula França. Confiabilidade, credibilidade e reputação: no jornalismo e na blogosfera. **Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, São Paulo, v. 31, n. 1, p. 29-59, janeiro-junho 2008.

DEUZE, M. What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. **Journalism**. November 2005 vol. 6 no. 4 442-464.

DEUZE, M.; WITSCHGE, T. O que o jornalismo está se tornando. **Parágrafo**, [s.l.], v. 4, n. 2, p. 6-21, 2016.

DIGITAL NEWS REPORT, 2022. Reuters Institute for the Study of Journalism. Disponível em [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital\\_News-Report\\_2022.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf). Acesso em 18 jul. 2022.

EDELMAN TRUST BAROMETER, 2022. Relatório. Disponível em <https://www.edelman.com/trust/2022-trust-barometer>. Acesso em 20/02/2022. Acesso em 13 fev. 2022.

FLETCHER, R. 2020. **Trust Will Get Worse Before It Gets Better**. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <http://www.digitalnewsreport.org/publications/2020/trust-will-get-worse-getsbetter/>

GADAMER, H. G. **Verdade e método I: traços fundamentais de uma hermenêutica filosófica**. Petrópolis: Editora Vozes, 2015.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre: Editora Tchê, 1987.

GOMES, Wilson. **Verdade e perspectiva: a questão da verdade e o fato jornalístico**. In: *Jornalismo, Fatos e Interesse: ensaios de teoria do jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2009.

GUERRA, Josenildo. A notícia como “reprodução da realidade”. In: **O Percorso Interpretativo da Produção da Notícia: Verdade e relevância como parâmetro de qualidade jornalística**. São Cristóvão: Editora UFS; Aracajú: Fundação Oviêdo Teixeira, 2008.

HEINONEN, Ari; LUOSTARINEN, Heikki. Re-Considering "Journalism" for Journalism Research. In: LÖFFELHOLZ, M; WEAVER, D. **Global Journalism Research: Theories, Methods, Findings, Future**. Wiley- Blackwell, 2009, p. 227-239.

KARAM, Francisco José Castilhos. **Jornalismo, ética e liberdade**. São Paulo: Summus, 2014, recurso digital.

LATINOBARÔMETRO, **Relatório**. 2020. <https://www.latinobarometro.org/lat.jsp>. Acesso em 20 fev. 2021.

LELO, Thales Vilela. O sofrimento ético no mundo do trabalho dos jornalistas. **E-Compós**, v. 23, p. 1-20, 2019.

LEE, Ângela M; COLEMAN, Renita (2018). ‘We’re more ethical than they are’: Third-person and first-person perceptions of the ethical climate of American journalists. **Journalism**, (), 146488491877824–. doi:10.1177/1464884918778249.

LIMA, S.; MICK, J.; NICOLETTI, J (Coord.). **Perfil do jornalista brasileiro 2021: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho**. Florianópolis: Quorum Comunicações, 2022. Disponível em: <https://perfildejornalista.paginas.ufsc.br/files/2022/06/RelatorioPesquisaPerfilJornalistas2022x2.pdf>. Acesso em 11 jul. 2022.

LISBOA, Sílvia Saraiva de Macedo. **Jornalismo e a credibilidade percebida pelo leitor: independência, imparcialidade, honestidade, objetividade e coerência**. 2012. Dissertação (Mestrado) — Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

MOREIRA, S.V. **Country Report Journalists in Brazil**, 2017. *In* Worlds of Journalism Study. Disponível em [https://epub.ub.uni-muenchen.de/32084/1/Country\\_report\\_Brazil.pdf](https://epub.ub.uni-muenchen.de/32084/1/Country_report_Brazil.pdf). Acesso em: 02 mar.2022.

NELSON, J. L., & LEWIS, S. C. (2021). Only “sheep” trust journalists? How citizens’ self-perceptions shape their approach to news. **New Media & Society**, 146144482110181. doi:10.1177/14614448211018160.

PEREIRA, F. H.; ADGHIRNI, Z. L. O jornalismo em tempos de mudanças estruturais. **Intexto**, Porto Alegre, v. 1, n. 24, p. 38-57, janeiro/junho 2011.

RINGOOT, Roselyne; RUELLAN, Denis. Journalism as permanent and collective invention. **Brazilian Journalism Research**, v. 3, n.2, jul/ dez 2007.

SERRA, Paulo. O princípio da credibilidade na selecção da informação mediática. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, [s.l.], 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-credibilidade-selecao-informacao.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2019.

SERRA, J. P. Para além da propaganda e da Internet: a ética do jornalismo. **Comunicação e Sociedade**, [s.l.], v. 25, p. 290-300, 2014. Disponível em: [https://doi.org/10.17231/c\\_omsoc.25](https://doi.org/10.17231/c_omsoc.25). Acesso em: 10 jan. 2019.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica [p. 51-61] In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. 8. Reimpr. São Paulo: Atlas, 2015.

VAN DIJK, Teun. News, Discourse and Ideology. In: WAHL-JORGENSEN, Karin; HANITZSCH, Thomas. **The Handbook of Journalism Studies**. New York: Routledge, 2009.

WARD, Stephen J. A. (2005) Journalism Ethics from the Public's Point of View, **Journalism Studies**, 6:3, 315-330, DOI: 10.1080/14616700500131901.

WARD, Stephen. Journalism ethics. In: WAHL-JORGENSEN, K.; HANITZSCH, T (eds). **The handbook of journalism studies**. Routledge: New York, pp. 3-16, 2009.

WARDLE, Claire; DERA KHSHAN, Hossein. **Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Council of Europe, 2017. Disponível em <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-forresearch/168076277c>. Acesso em 10 fev. 2020.