



A credibilidade que está nos manuais de jornalismo: orientações profissionais na literatura técnica

Rogério Christofolletti¹

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Resumo: A credibilidade jornalística é muito evocada em debates sobre conduta e qualidade editorial. Apesar disso, observa-se pouco aprofundamento e rigor conceitual na bibliografia especializada. Não são raras as menções que fazem acreditar na credibilidade como condição apriorística. Para compreender o fenômeno, analisei dez manuais de treinamento e capacitação de jornalistas, lançados no Brasil e no exterior entre 2012 e 2022. Para interpretar a amostra, recorri à análise de conteúdo, observando três dimensões: visibilidade, conceituação e recomendações práticas. Resultados mostram que a credibilidade é mencionada com frequência nos manuais, quase sempre de forma superficial e com tímidas instruções práticas para o resgate, restauração, ganho ou manutenção dos graus de confiança de jornalistas e meios.

Palavras-chave: credibilidade; manuais; valores; ética jornalística; boas práticas.

1. Introdução

A confiança é um elemento de base de diversas atividades sociais, entre elas o jornalismo. Para organizações de notícia e seus profissionais, esta é um diferencial competitivo, forma de reconhecimento público e atestado de autoridade social no tumultuado mercado de produção e difusão de informações.

¹ Pesquisador do Departamento de Jornalismo (JOR/UFSC), atua no Observatório da Ética Jornalística (objETHOS). Coordena os projetos “Credibilidade jornalística em contexto de desinformação massiva e desconfiança generalizada” e “Índice de Credibilidade Jornalística: formulação de indicadores de fortalecimento do jornalismo para o combate aos ecossistemas de desinformação”, financiados pelo CNPq. E-mail: rogerio.christofolletti@ufsc.br

.....

Ser um jornalista de credibilidade ou atuar num meio confiável aglutina condições díspares, mas complementares e altamente desejáveis: competência técnica, prestígio coletivo e certificação ética. Ainda mais nos tempos atuais, diante da erosão da verdade como correspondência factual e da crescente desconfiança às instituições (BLÖBAUM, 2016; VALLIER, 2021).

O ato de confiar envolve expectativas sobre o cumprimento de compromissos publicamente firmados. Hawley (2012) afirma que a confiança está associada à competência e à honestidade. Desta forma, estão embutidos nos sistemas de confiança o conhecimento e capacidade de realização e a disposição para atender ao que se prometeu. Quando se consulta um médico, por exemplo, acredita-se que ele tenha competência para curar, e que se mova para promover o bem-estar dos pacientes. Essas expectativas alimentam um sistema de crença, de partilha de um entendimento daquilo que nos afeta coletivamente. A credibilidade é, portanto, uma imagem construída individual e socialmente, e ela materializa o julgamento sobre o bom funcionamento de algo ou do atendimento de expectativas cultivadas.

Confiabilidade, credibilidade, honestidade e franqueza pertencem à mesma órbita conceitual e esse domínio atravessa o jornalismo como prática profissional. Para Bucci (2000), a credibilidade é o maior patrimônio que jornalistas e empresas do ramo podem acumular. Afinal, ser credível não significa apenas ser levado em consideração, mas tornar-se referência de consumo, garantindo sustentabilidade do jornalismo como negócio e finalidade pública. A credibilidade é frágil e sensível, podendo sofrer abalos que aceleram sua deterioração. Como o resultado do trabalho jornalístico é imaterial – a notícia, a reportagem, o artigo -, a avaliação da sua qualidade depende também da fiabilidade que transmite, do quanto nele se acredita (MEIER, 2009).

No léxico jornalístico, credibilidade é um termo de grande circulação, acionado com frequência por profissionais e acadêmicos em debates sobre qualidade editorial, domínio técnico, reconhecimento público e aceitação social (CARLSON, 2017; LISBOA; BENETTI, 2017; OTTO; KÖHLER, 2018). Apesar disso, não se pode dizer que seja um tema suficientemente enfrentado pela bibliografia especializada, que se mostra tanto reflexiva e problematizadora (BAKIR; BARLOW, 2007) quanto preocupada com estratégias de construção e manutenção (MASULLO et al, 2019;

MORAN, 2020) e com a medição de taxas de reputação e acompanhamento de sua evolução (DANILLER et al, 2017; PROCHAZKA; SCHWEIGER, 2018).

Credibilidade jornalística é um conceito cujos limites parecem porosos, já que a bibliografia não oferece uma teoria unificada sobre o tema. Ela é apresentada ora como resultado de um contínuo processo de produção, ora como valor atribuído, e até mesmo como condição apriorística. A ausência de uma definição única e consolidada impele pesquisadores e profissionais a trabalhar numa possível convergência. Este artigo objetiva contribuir revisitando parte da literatura – a técnico-instrucional - para detectar sentidos e apropriações do tema credibilidade jornalística em manuais jornalísticos.

2. Metodologia

O acervo de análise deste artigo é composto por livros técnicos, com linguagem própria e assertiva, dirigidos a um público específico: profissionais. São obras que compõem um segmento editorial dedicado ao treinamento e à capacitação de jornalistas. Servem de guias práticos para a qualificação do trabalho, ajudam a fixar procedimentos e ensinam a como fazer, enaltecendo boas práticas e sinalizando condutas consolidadas e bem-sucedidas no cotidiano laboral.

Como o jornalismo é uma atividade muito dinâmica, cuja prática está muito atrelada ao domínio de aparatos tecnológicos, adequação a sistemas de funcionamento e adaptação de linguagens, a bibliografia técnica se renova em ciclos curtos. As transições tecnológicas dos últimos trinta anos ainda provocam transformações culturais nas redações e reforçam uma rotina contínua de aprendizado de seus trabalhadores. Por isso, para compor a amostra de observação deste artigo, recorri a manuais editados na última década (2012-2022), adotando como critério a atualidade dos objetos. Considerando que o jornalismo é uma atividade adotada em todas as geografias no mundo, adicionei um segundo critério de inclusão de obras na amostra: amplitude. Assim, o grupo deveria conter títulos produzidos e em circulação no Brasil e no exterior, de modo a captar a presença e a visibilidade da credibilidade jornalística em manuais nacionais e internacionais, expressos em títulos editados em português e inglês. Um terceiro critério da amostra foi reputação. Com isso, os manuais a serem analisados deveriam ser

lançados pelas principais casas editoriais ou por reconhecidos veículos de comunicação, alcançando a condição de obras de referência. Desta forma, para este artigo, defini uma amostra por conveniência, sendo n=10.

Combinados os critérios de atualidade, amplitude e reputação, percorri cinco diferentes livrarias ou *marketplaces online* para a identificação de obras elegíveis para a amostra. Essas bases de busca pertencem a destacados serviços de comércio eletrônico especializado em livros ou com seções dedicadas: Amazon Books, Barnes & Noble, Livraria Leitura, Magalu, Americanas/Submarino. A varredura gerou uma lista de duas dezenas de obras enquadradas nos critérios. Escolhi um título de cada uma das principais casas editoriais com catálogo dedicado aos estudos de Jornalismo, de modo a garantir também o aspecto da diversidade mercadológica. Foram contempladas Routledge, Sage, Elsevier, Wiley Blackwell, Oxford, Palgrave Macmillan e Amsterdam University Press. Dentro e fora do período coberto por esta pesquisa – 2012-2022 -, são escassos os manuais jornalísticos brasileiros em circulação pública. Por isso, escolhi o mais notório deles, pioneiro na distribuição a um público não especializado e recentemente atualizado, o da Folha de S.Paulo. Para completar a amostra de dez títulos, adicionei mais um manual editado por cada uma das editoras mais influentes no campo dos estudos de jornalismo - Sage e Routledge (Tabela 1).

Tabela 1 - Amostra de análise

Título do Manual	Editora	Ano
The Handbook of Global Online Journalism	Wiley Blackwell	2012
Manual de Jornalismo para Rádio, TV e Novas mídias	Elsevier	2013
The 21st Century Journalism Handbook	Routledge	2013
The SAGE Handbook of Digital Journalism	Sage	2016
The News Media: what everyone needs to know	Oxford	2016
A handbook of journalism: media in the infomation age	Sage	2018
Manual da redação	Publifolha	2021 (1ª ed. 1987)
The Data Journalism Handbook	Amsterdam Univ. Press	2021
Mobile and Social Media Journalism: A Practical Guide for Multimedia Journalism	Routledge	2022 (1ª ed. 2017)
Online journalism: Copywriting and conception for the internet	Palgrave Macmillan	2022

Fonte: Elaboração do autor

Como o objetivo desta pesquisa é caracterizar como o tema da credibilidade jornalística está manifesto em manuais profissionais da área, defini três dimensões de análise: visibilidade (D1), definição (D2) e recomendações práticas (D3). A primeira dimensão permite observar de forma mais superficial como a credibilidade aparece ou é mencionada nas obras; num segundo nível, dimensão seguinte se concentra em apontar possíveis caracterizações ou definições de credibilidade, e como este conceito se relaciona a outros valores; a terceira e última dimensão se preocupa em identificar se os manuais oferecem orientações ou instruções para que os jornalistas resgatem, restaurem, retenham ou aumentem seus graus de credibilidade. Essas dimensões foram adaptadas de um protocolo aplicado em pesquisa anterior (CHRISTOFOLETTI; TORRES, 2017). Cada dimensão gerou um rol de perguntas que precisavam ser respondidas a partir da leitura dos manuais: D1, 5 questões; D2, 6; D3, 4, totalizando 15 perguntas.

A Análise de Conteúdo de Krippendorff (1990) e Bardin (2011) foi utilizada para interpretar os manuais. Inicialmente, foram feitas leituras a partir de sumários e índices temáticos. Depois, foi elaborada uma lista de palavras-chaves ligadas ao tema para serem detectadas em busca eletrônica nos textos. Este procedimento foi escolhido para facilitar pontos de entrada que tratassem do tema nos manuais. Afinal, nem sempre o tema é visível em sumários, títulos ou subtítulos. Em português, a lista de palavras foi: “credibilidade”, “confiança”, “confiabilidade”, “desconfiança”, “credível”, “confiável”, “desconfiável”, “inconfiável”. Em inglês, a lista tinha “credibility”, “trust”, “reliability”, “distrust”, “credible”, “trustworthy”, “trustworthiness”, “untrustworthy” e “unreliable”.

O protocolo da pesquisa apresenta dimensões de análise, questões correspondentes e formas esperadas de resposta (Tabela 2).

Tabela 2 – Protocolo para a Coleta de Dados

D1: Presença e visibilidade da credibilidade jornalística nos manuais	
1. O tema é encontrado no manual na forma de um ou mais termos da lista de palavras?	Sim/Não
2. Quais termos da lista de palavras foram encontrados no manual? Com quais frequências?	Palavras e ocorrência
3. O manual reserva um capítulo ou seção para o tema?	Sim/Não
4. O manual reserva outros espaços para o tema?	Sim/Não
5. Em que outros espaços o tema é visível no manual?	Descrição da ocorrência

D2: Aprofundamento ou problematização do tema	
1. O manual define credibilidade ou conceito análogo?	Sim/Não
2. Que definição é expressa no manual?	Descrição da ocorrência
3. O manual relaciona credibilidade jornalística a outros valores?	Sim/Não
4. O manual relaciona a credibilidade a quais valores?	Descrição da ocorrência
5. O manual discute com profundidade o tema?	Sim/Não
6. Com qual profundidade o tema aparece?	Descrição da ocorrência
D3: Recomendações para incremento de credibilidade	
1. O manual relaciona credibilidade a procedimentos jornalísticos?	Sim/Não
2. A quais procedimentos ou práticas?	Descrição da ocorrência
3. O manual dá orientações para adoção de práticas que aumentem/preservem a credibilidade pessoal ou do meio?	Sim/Não
4. Que recomendações são dadas?	Descrição da ocorrência

Fonte: Elaboração do autor, adaptado de Christofoletti; Torres, 2017.

3. Resultados

Os manuais analisados totalizam 4072 páginas, e reúnem duas centenas de autores e/ou organizadores. Cobrem o período da última década e foram lançados, respectivamente, em 2012 (1), 2013 (2), 2016 (2), 2018 (1), 2021(2) e 2022 (2). Dois manuais são brasileiros (BARBEIRO; LIMA, 2013; FOLHA DE S.PAULO, 2021), e os demais, internacionais, sendo coletâneas da Índia (ANAND; JAYANTHICI, 2018) e Europa (BOUNEGRU; GRAY, 2021), e coletâneas globais (SIAPERÁ; VEGLIS, 2012; HOLMES et al, 2013; WITSCHÉ et al, 2016). Há também guias autorais (ANDERSON et al, 2016; ADORNATO, 2022; HOOFFACKER, 2022). De forma geral, são obras de caráter instrutivo/formativo e apresentam orientações práticas para jornalismo online, rádio e TV, meios impressos e conteúdo mobile. Na amostra, há também manuais que oferecem diagnósticos adicionais por países ou regiões.

3.1 D1: Visibilidade

A primeira dimensão de análise dá conta da presença da credibilidade nos manuais. O protocolo de coleta de dados se apoia em cinco perguntas para caracterizar esta visibilidade. A primeira questiona se o tema é mencionado na forma de uma ou

mais palavras-chaves da lista que compõe o domínio do conceito. Citações foram encontradas em todos os manuais da amostra, somando 772 ocorrências.

A segunda questão do protocolo buscava aferir os termos mais citados e suas frequências. “Trust” foi o mais encontrado (333), seguido de “credibility” (175), “credible” (67), “reliability” (61) e “credibilidade” (37). Depois, vieram “trusted” (32), “distrust” (17), “trustworthiness” (16) e “trustworthy” (11). As menores taxas de citação foram de “confiança” (09), “unreliable” (06), “distrusted” (04), “confiabilidade” (02), “confiável” e “untrustworthy” (01 menção cada). Era natural e esperado que as palavras mais diretamente associadas à credibilidade fossem as mais encontradas, e as duas primeiras efetivamente respondem por 65,8% das ocorrências, praticamente dois terços.

Da amostra, *The Handbook of Global Online Journalism* (SIAPER; VEGLIS, 2012) foi o título com mais termos localizados (165). A obra se apresenta como um manual global de jornalismo online, e embora palavras associadas à credibilidade apareçam com abundância nas 512 páginas da publicação, nenhum capítulo ou seção é dedicado ao tema. Esta mesma característica foi identificada em outros sete manuais.

A terceira questão do protocolo perguntava se os livros reservam partes específicas sobre credibilidade. Apenas *The News Media: what everyone needs to know* (ANDERSON et al, 2016) e *A handbook of journalism: media in the information age* (ANAND; JAYANTHI, 2018) cumpriram esse quesito. O primeiro dispõe de duas breves seções – “Did people ever trust the press? (p.56) e “Whatever became of objectivity in journalism? Is credibility a better goal?” (p. 110) – que, somadas, não chegam a três páginas. O segundo reserva um dos seus 28 capítulos ao tema – “Credibility is the key” (pp.13-16) -, mas é igualmente breve, apresentando quatro páginas dedicadas.

As questões 4 e 5 do protocolo de coleta de dados perguntavam se os manuais destinavam outros espaços para o tema e que partes eram essas. Não foi identificada na amostra nenhuma outra seção dedicada.

A busca por palavras-chaves associadas ao tema permitiu observar que os termos estão espalhados ao longo das páginas dos manuais, mas são raras as ocasiões em que exercem algum destaque ou ligeiro protagonismo nas obras.

3.2 D2: Definição

A segunda dimensão de análise possibilitou verificar se a presença nos manuais oferece maior aprofundamento e problematização do tema ou se está restrita a menções de fundo. Por meio de seis questões, a D2 buscou identificar se os manuais contribuem para avanços na compreensão do conceito.

A primeira pergunta indagava se os manuais analisados traziam definições de credibilidade. A intenção embutida era entrever se os títulos contêm ou se apoiam em uma noção com contornos mais nítidos. Após a análise, não se pode afirmar que haja nos manuais um esforço de sistematização ou formulação teórica. Entretanto, dois enunciados foram recorrentes: a) a credibilidade é algo de valor; b) é o maior bem dos jornalistas. Isso fica expresso em trechos como: “A credibilidade é o bem precioso de qualquer jornalista²”; “o maior patrimônio do jornalismo é a credibilidade³”; “é o que mais importa para indivíduos e organizações de notícias que buscam a verdade por meio do jornalismo⁴”. Assim, confiança é “a chave” para que os públicos retornem aos meios para mais informações, disponham-se a pagar por notícias, baixem seus aplicativos e compartilhem conteúdos com amigos. “As pessoas não vão investir seu tempo e dinheiro em um produto de notícias, a menos que encontrem valor consistente nele, o que acaba construindo sua confiança com os jornalistas⁵”. Essas afirmações acabam respondendo, indiretamente, a segunda questão desta dimensão que buscava saber que definições de credibilidade estavam nos manuais.

Por se tratar de uma literatura técnica de caráter aplicado, pode-se presumir que manuais sejam reticentes ou econômicos em conceituações teóricas. Tendo em vista esta possibilidade, imaginei uma alternativa para perscrutar outros meios que ajudassem a explicar com que noção de credibilidade os manuais trabalham. Por isso, a terceira e

2 Tradução nossa do original “Credibility is the prized possession of any journalist”, do *A handbook of journalism: media in the information age* (ANAND; JAYANTHI, 2018, p. 124).

3 Encontrado em Manual da Redação (FOLHA DE S.PAULO, 2021, p.43).

4 Tradução nossa de: “is what matters most for individuals and news organizations pursuing truth through journalism”, de *The News Media: what everyone needs to know* (ANDERSON et al (2016, p. 111).

5 Tradução do original “People aren’t going to invest their time and money in a news product unless they find consistent value in it, which ultimately builds their trust with journalists.”, do *Mobile and Social Media Journalism: A Practical Guide for Multimedia Journalism* (ADORNATO, 2022, p. 62).

quarta questões do protocolo perguntavam se os guias relacionavam o tema a outros valores, e quais eles eram.

Em todos os itens da amostra foi possível observar que a credibilidade é associada a outros valores jornalísticos. Essas balizas foram identificadas ao longo dos manuais, em trechos esparsos ou de forma mais precisa, como foi no Manual da Redação, que relaciona a confiança ao compromisso com os valores do que chama de jornalismo profissional. “Entende-se por jornalismo profissional aquele que segue regras técnicas e padrões de conduta que garantem relatos fidedignos de fatos relevantes” (FOLHA DE S.PAULO, 2021, p. 16).

O manual reconhece que a objetividade absoluta é inalcançável, mas defende que “procedimentos consagrados de apuração e redação ampliam o distanciamento crítico e tornam as descrições dos eventos tão exatas quanto possível” (idem). E avança: “procurando manter-se equidistante das diferentes forças em atuação num dado cenário e disposto a ouvi-las e expressá-las, o jornalista profissional confirma a veracidade dos fatos, aponta conexões entre eles e estabelece uma hierarquia noticiosa” (ibidem).

O levantamento nos manuais permitiu identificar menções reiteradas a valores tradicionais – ligados, sobretudo, às práticas de coleta e tratamento das informações –, a preocupações com a imagem do jornalista – e sua consonância com as exigências do público - e a aspirações específicas – como o didatismo e apuro estético na apresentação da informação em infográficos ou artes (Tabela 3).

Tabela 3 – Valores associados à credibilidade

Manual	Valores
The Handbook of Global Online Journalism	Accountability; transparência; respeito na relação entre jornalistas e empresas jornalísticas, entre blogs e plataformas que os hospedam
Manual de Jornalismo para Rádio, TV e Novas mídias	Transparência no relacionamento com as fontes; ação jornalística desinteressada; distinção entre vantagens comerciais e critérios editoriais; interesse público; correção; precisão
The 21st Century Journalism Handbook	Verificação das informações antes de sua publicação; preparo técnico; contextualização; precisão; senso de investigação jornalística
The SAGE Handbook of Digital Journalism	Separação entre interesses comerciais e critérios editoriais; cumprimento de pactos de off-the-record; transparência; accountability; verdade

The News Media: what everyone needs to know	Precisão; justiça; mente aberta; independência; não partidarismo; transparência sobre fontes e métodos; accountability
A handbook of journalism: media in the information age	Fair play; ética profissional; interesse público
Manual da Redação	Precisão; responsabilidade; independência; distanciamento crítico; pluralidade; diversidade; veracidade; contextualização; organização; padronização de procedimentos
The Data Journalism Handbook: Towards a Critical Data Practice	Padronização de procedimentos; transparência de dados e fontes; qualidade visual na apresentação dos dados
Mobile and Social Media Journalism: A Practical Guide for Multimedia Journalism	Conteúdo de qualidade; experiência positiva para a audiência; engajamento autêntico
Online journalism: Copywriting and conception for the internet	Transparência

Fonte: Elaboração do autor

As duas questões finais desta dimensão queriam saber se os manuais discutiam o tema da credibilidade com profundidade e em que medida. Isso não se verificou em nenhum item da amostra, o que significa dizer que os manuais não debateram detalhada e alentadamente os aspectos da confiança nos meios e em seus profissionais.

3.3 D3: Recomendações práticas

A terceira dimensão da pesquisa tentou encontrar vínculos entre a menção ao tema e sua aplicação prática nos moldes esperados de guias profissionais. Por isso, as quatro questões da D3 buscavam recomendações de condutas que levassem a ganho, manutenção ou conservação dos graus de confiança de jornalistas e meios.

A primeira questão perguntava se os manuais vinculavam credibilidade a procedimentos jornalísticos. Da amostra, apenas dois manuais não fizeram isso: *The News Media: what everyone needs to know* (ANDERSON et al, 2016) e *The SAGE Handbook of Digital Journalism* (WITSCHGE et al, 2016).

Os manuais associam a credibilidade a quais procedimentos, perguntava a segunda questão desta dimensão no protocolo. As respostas podem ser divididas em três grupos, atendendo às etapas da produção jornalística: coleta e apuração dos dados, organização das informações, e distribuição do material editado. É preciso notar, porém, que as preocupações abrangem tanto profissionais quanto amadores que colaboram com

as redações, enviando conteúdos ou materiais a serem aproveitados. Concessão de créditos, reconhecimento de direitos autorais, certificação e autenticação de informações também entram na complexa equação de cálculo da credibilidade jornalística (Tabela 4).

Tabela 4 – Recomendações práticas

Procedimentos	Manual
Cuidados para que o imediatismo não comprometa a qualidade da informação; preocupações com a transparência sobre as funções de provedor de notícias e fornecedor de produtos; atribuição de créditos a conteúdos fornecidos por terceiros; verificação ágil de conteúdos antes da publicação	The Handbook of Global Online Journalism
Coleta de dados; cuidados para uma postura ética, desinteressada e transparente; domínio técnico; verificação de informações antes de sua divulgação; escolha das fontes; correção e precisão	Manual de Jornalismo para Rádio, TV e Novas mídias
Citações; atribuição de créditos; verificação	The 21st Century Journalism Handbook
Perseguição da verdade; distinção clara entre interesse público dos privados	A handbook of journalism: media in the information age
Correção de erros; coleta e verificação de informações; técnicas apropriadas de redação; esforços para projetar imagem ética do profissional e jornal	Manual da redação
Didatismo e cuidados estéticos na apresentação dos dados; abertura e manutenção de canais de diálogo com o público; permanente atualização dos dados	The Data Journalism Handbook: Towards a Critical Data Practice
Tenta aproximar a criação da marca pessoal de um blogueiro ou comunicador pessoal a práticas consolidadas no jornalismo profissional	Mobile and Social Media Journalism: A Practical Guide for Multimedia Journalism
Citação de fontes; distinção de conteúdos editoriais e comerciais	Online journalism: Copywriting and conception for the internet. A handbook for training and practice

Fonte: Elaboração do autor

As duas últimas questões indagaram se os manuais davam orientações explícitas para a adoção de práticas de aumento, manutenção ou retenção da credibilidade. A análise mostrou que a maior parte dos manuais – oito em dez - instrui os jornalistas.

The Handbook of Global Online Journalism, por exemplo, faz indicações sobre o conteúdo gerado pelo usuário, que, diante do aumento da participação popular, chega às redações com frequência maior a cada dia. O manual recomenda verificar autenticidade, precisão e legitimidade de material recebido, e em caso de necessidade, revisar, acrescer e adaptar o conteúdo bruto às linguagens jornalísticas. Para ampliar o

relacionamento com o público e possibilitar aumento de credibilidade, o manual exorta a “criar espaços de testemunho cidadão com capacidade de fomentar pontos de conexão humana e, ao fazê-lo, afirmar princípios de confiança, responsabilidade e engajamento enfático para combater as formas de exclusão social endêmicas às dicotomias ‘nós’ e ‘eles’ que de outra forma permeiam tantas notícias de crise, dor e sofrimento”⁶.

Na mesma direção, *The Data Journalism Handbook* incentiva a criação de comunidades virtuais e grupos de usuários para o fortalecimento da confiança entre jornalistas e públicos. Para aprimorar a interação mútua, sugere a manutenção de canais de contato. Para intensificar a contextualização das informações, incentiva a produção e uso de infográficos, considerando que recursos visuais ajudam os públicos a compreender temas complexos.

No *Mobile and Social Media Journalism*, as recomendações práticas assumem contornos de comandos: persiga a verdade e a reportagem; reduza danos com sua reportagem; aja de forma independente; preste contas e seja transparente.

Para o *Manual da Redação*, “conflitos de interesses, militância política e ideológica, falta de transparência na apuração, relações pouco profissionais com fontes, uso de expressões incorretas ou imprecisas e abordagens equivocadas, lenientes ou sensacionalistas solapam a confiança no veículo” (FOLHA DE S.PAULO, 2021, p. 43). Por isso, precisam ser evitados. Já as correções, devem ser rápidas e explícitas. A exatidão tem que ser buscada em textos, vídeos ou infográficos, e jornalistas devem zelar por boas descrições em seus textos, pois isso “confere confiabilidade à apuração e ajuda o leitor a imaginar a cena” (*op.cit.*, p. 142). O manual também se preocupa com a conduta dos jornalistas nas redes sociais. “Revelar preferências partidárias e futebolísticas ou adotar um lado em controvérsias tende a reduzir a credibilidade do jornalista (...) Qualquer publicação, pessoal ou não, pode ser disseminada por interessados em desacreditar ou depreciar o profissional ou o veículo” (p. 51).

The 21st Century Journalism Handbook se preocupa com citações e falas dos personagens retratados nas histórias. Elas devem ser exatas e sintéticas. “Citações

6 Tradução nossa do original “create spaces for citizen witnessing with the capacity to foster points of human connection, and in so doing affirm principles of trust, responsibility, and emphatic engagement to counter the forms of social exclusion endemic to the “us” and “them” dichotomies otherwise permeating so much news reporting of crisis, pain, and suffering” (SIAPERA; VEGLIS, 2012, p. 349).

.....

diretas conferem autenticidade, credibilidade e cor a uma história, e permitem que os leitores se conectem diretamente com as fontes”⁷. Outro manual que reforça a importância da exatidão das citações é *Online journalism: Copywriting and conception for the internet*. O guia ainda frisa a necessidade de demarcar claramente os limites entre material jornalístico e conteúdo patrocinado e que vise ao estímulo do consumo.

O item da amostra com mais diretrizes para acréscimo ou manutenção da credibilidade é o *Manual de Jornalismo para Rádio, TV e Novas Mídias*. Ao longo de suas 214 páginas foram encontradas mais de vinte recomendações diretamente vinculadas ao tema. Por exemplo, o jornalista não deve

fazer propaganda política ou declarações de apoio a líderes ou grupos partidários e religiosos. Ele deve recusar funções incompatíveis com o código de ética da profissão, bem como ligações com o governo, empresários, publicidade, assessoria de imprensa, relações públicas e vínculos com poderes privados e oficiais que provoquem conflitos de interesse. (BARBEIRO; LIMA, 2013, p.10).

não deve participar de comerciais nem empenhar sua credibilidade ou opinião para vender determinado produto, quer seja publicidade privada, quer seja governamental, mas isso não o impede de participar de campanhas de interesse social e comunitário sem fins lucrativos. (p.12).

O manual adverte que “não basta ter credibilidade, é preciso também aparentá-la. A aparência de conflito de interesses deve ser evitada” (p.12). Não é recomendável, portanto, que repórteres mantenham amizades com seus entrevistados, “pois quem se envolve com suas fontes corre o risco de ficar limitado ou de ser influenciado por ela. O uso de fonte identificada, desde que não haja necessidade de protegê-la, é fundamental para a credibilidade da imprensa” (p.18). “Publicar sem apurar é agir sem ética, e isso derruba a credibilidade”, alerta (p.30). “A sociedade espera que a ação jornalística não se vincule a nenhum interesse especial e pune com a perda da credibilidade os veículos que se distanciam do interesse público e se atrelam a este ou aquele particularismo”, chama a atenção (p.69).

Segundo o manual, “a conquista da audiência exige o esforço de todos, mas não é sacrificando o conteúdo do noticiário e os limites éticos do jornalismo que a emissora

7 Tradução nossa do original “Direct quotes lend authenticity, credibility and colour to a story and allow readers to connect directly with the journalist’s source” (HOLMES et al, 2013, p.161)

adquire credibilidade. Se houver confronto entre audiência e credibilidade, deve-se optar pela credibilidade” (p.114).

4. Considerações finais

Uma revisão de literatura nunca é um empreendimento capaz de esgotar um assunto. É uma escolha metodológica com reconhecidas limitações, mas também um exercício privilegiado de aproximação das ideias que ajudam a estruturar um fenômeno. Neste artigo, a abordagem foi deliberadamente parcial e incompleta, e me detive a um único segmento editorial – livros técnicos – para observar como um conceito central do jornalismo – a credibilidade – era tratado. As decisões metodológicas e os recortes que ajudaram a esculpir a amostra permitiram extrair conclusões sobre como o tema aparece nos manuais, em que medida é apresentado, e como contagia a literatura técnica a fazer recomendações para aumento ou preservação da confiança nos meios e jornalistas.

A primeira dimensão de análise se preocupou com a visibilidade do conceito. Os resultados mostraram que não se pode dizer que a credibilidade seja ignorada nos principais manuais jornalísticos da atualidade. O tema é vocalizado com alguma frequência e repetição, mas fica diluído nos conteúdos que compõem as obras. É muito baixa a oferta de seções ou capítulos dedicados ao tema, o que não surpreende, tendo em vista a natureza dos títulos analisados.

A segunda dimensão de análise pretendia apontar graus de aprofundamento da ideia de credibilidade nos manuais ou apresentações mais nítidas e formais do conceito. Os resultados colhidos não permitem identificar empenho ou prioridade dos autores para formulações deste tipo. Parece haver um conhecimento tácito sobre o que significa a credibilidade no jornalismo, e a inexistência de definições que circunscrevam os contornos do conceito permite interpretar que não é importante fazê-lo, bastando apenas compreendê-la intuitivamente. Talvez seja demais esperar que manuais práticos também devam se preocupar com formulações teóricas. O fato é que, ao fazerem isso, os livros técnicos reforçam a ideia de que a vocação para problematizar seja uma função exclusiva de obras reflexivas ou analíticas, e que manuais não podem contribuir para a crítica e o avanço do conhecimento na área.

Apesar do que se colheu na segunda dimensão de análise, a impressão de que a credibilidade era uma espécie de pano de fundo dos manuais se diluiu ligeiramente na terceira. Ela tentou identificar se os manuais sugeriam ações para manutenção ou ganho de confiança para profissionais e meios. Os resultados capturaram os mais diretos esforços para aproximar a prática jornalística da desejada credibilidade. Não foram muitas as recomendações explícitas encontradas, mas sua existência possibilita perceber como este valor - dinâmico, idealizado e inconstante - ganha concretude nos fazeres mais cotidianos da profissão.

No jornalismo, a literatura técnica ainda contribui pouco para a cristalização de um conceito prático de credibilidade. Mas esta mesma literatura se renova continuamente, acompanhando a necessidade de adaptação tecnológica e atualização de linguagens. Novas oportunidades podem propiciar esses avanços. Afinal, ainda não há manual que ensine isso.

Referências

- ADORNATO, A. **Mobile and Social Media Journalism: A Practical Guide for Multimedia Journalism**. London/New York: Routledge, 2ª ed., 2022.
- ANAND, V.E.; JAYANTHI, K. (Eds.) **A handbook of journalism: media in the information age**. Delhi: Sage, 2018.
- ANDERSON, C.W.; DOWNIE JR., L.; SCHUDSON, M. **The News Media: what everyone needs to know**. Oxford: Oxford University Press, 2016.
- BAKIR, V.; BARLOW, D.M.. **Communication in the Age of Suspicion: Trust and the Media**. New York: Palgrave-Macmillan, 2007.
- BARBEIRO, H.; LIMA, P.R. de. **Manual de Jornalismo para Rádio, TV e Novas Mídias**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Coimbra: Almedina/Edições 70, 2011.
- BOUNEGRU, L.; GRAY, J. (Eds.) **The Data Journalism Handbook: Towards a Critical Data Practice**. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2021.
- BLÖBAUM, B. (ed.). **Trust and Communication in a Digitized World: Models and Concepts of Trust Research**. Springer, 2016.

BUCCI, E.. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

CARLSON, M.. **Journalistic Authority**: Legitimizing News in the Digital Era. New York: Columbia University Press, 2017.

CHRISTOFOLETTI, R.; TORRES, R. J. Orientações e inflexões sobre privacidade em manuais internacionais de ética jornalística. IN: COSTA, M.C.C. (org.) **Privacidade, sigilo e compartilhamento**. São Paulo: ECA-USP, 2017.

DANILLER, A.; ALLEN, D.; TALLEVI, A.; MUTZ, D.C.. **Measuring Trust in the Press in a Changing Media Environment**. Communication Methods and Measures, 2017. DOI: 10.1080/19312458.2016.1271113

FOLHA DE S.PAULO. **Manual da redação**. São Paulo: Publifolha, 2021.

HAWLEY, K.. **Trust**: a very short introduction. Oxford: Oxford University Press, 2012.

HOLMES, T.; HADWIN, S.; MOTTERSHEAD, G. **The 21st Century Journalism Handbook**: Essential Skills for the modern journalist. London/New York: Routledge, 2013.

HOOFAKER, G. **Online journalism**: Copywriting and conception for the internet. A handbook for training and practice. Munich: Palgrave Macmillan, 2022.

KRIPPENDORFF, K. **Metodología de analisis del contenido**. Madrid, Paidós Ibérica, 1990.

LISBOA, S.; BENETTI, M.. **Credibilidade no jornalismo**: uma nova abordagem. Estudos em Jornalismo e Mídia, Vol. 14 Nº 1. Janeiro a Junho de 2017. DOI: 10.5007/1984-6924.2017v14n1p51

MASULLO, G. C.; CURRY, A.; KELSEY, W.. **Building trust**: What works for news organizations. Center for Media Engagement, 2019.

MEIER, K.. **Transparency in Journalism**: Credibility and Trustworthiness in the Digital Future. Paper presented at the conference “The Future of Journalism”, Cardiff, UK, sept, 2009.

MORAN, R.. **Subscribing to Transparency**: Trust-Building Within Virtual Newsrooms on Slack. Journalism Practice, 2020. DOI: 10.1080/17512786.2020.1778507

OTTO, K.; KÖHLER, A. (eds.). **Trust in Media and Journalism**: Empirical Perspectives on Ethics, Norms, Impacts and Populism in Europe. Springer: 2018.

PROCHAZKA, F.; SCHWEIGER, W.. **How to measure generalized trust in news media? An adaptation and test of scales**. Communication Methods and Measures, 2018. DOI: 10.1080/19312458.2018.1506021

SIAPER, E.; VEGLIS, A. (Eds.) **The Handbook of Global Online Journalism**. Oxford: Wiley Blackwell, 2012.

VALLIER, K.. **Trust in the polarized age**. Oxford: Oxford University Press, 2021

WITSCHGE, T.; ANDERSON, C.W.; DOMINGO, D.; HERMIDA, A. (Eds.) **The SAGE Handbook of Digital Journalism**. Los Angeles/London: Sage, 2016.