



Ferramentas de apoio ao
desenvolvimento de conhecimentos
para académicos e profissionais

Série de Módulos sobre Integridade e Ética

Módulo 10
Integridade e Ética da Mídia

Ferramentas de apoio ao desenvolvimento de conhecimentos para académicos e profissionais

UNODC Série de Módulos sobre Integridade e Ética

MÓDULO 10

INTEGRIDADE E ÉTICA DA MÍDIA

Enquadramento

A Série de Módulos UNODC sobre Integridade e Ética oferece 14 Módulos focados numa série de questões centrais dentro destas duas áreas. Isto inclui valores universais; ética e sociedade; a importância da ética nos sectores público e privado; diversidade e pluralismo, ética comportamental; e integração da ética e do género. Os Módulos também ilustram como a integridade e a ética se relacionam com áreas críticas tais como os meios de comunicação social, as empresas, o direito, o serviço público, e várias profissões.

Os Módulos são concebidos para utilização tanto por instituições académicas como por academias profissionais em todo o mundo. Os Módulos foram desenvolvidos para ajudar os docentes e formadores a ministrar educação ética, incluindo aqueles que não são docentes e formadores dedicados a estas áreas, mas que gostariam de incorporar estas componentes nos seus cursos. Os docentes são encorajados a personalizar os Módulos antes de os integrarem nas suas aulas e cursos. Os Módulos incluem discussões sobre questões relevantes, sugestões para atividades e exercícios, recomendações para a estruturação de uma aula, propostas para avaliação dos alunos e formandos, listas de leitura recomendada (com ênfase em materiais de acesso aberto), slides em PowerPoint, materiais em vídeo e outras ferramentas de ensino. Cada Módulo fornece um esboço para uma aula de três horas, bem como orientações sobre como desenvolver um curso completo.

Os Módulos concentram-se em valores e problemas universais e podem facilmente ser adaptados a diferentes contextos locais e culturais, incluindo uma variedade de programas de graduação, uma vez que são multidisciplinares. Os Módulos procuram reforçar a consciência ética e o empenho dos formandos e estudantes em agir com integridade e equipá-los com as competências necessárias para aplicar e difundir estas normas nas suas vidas, no trabalho e na sociedade. Para aumentar a sua eficácia, os Módulos cobrem tanto perspetivas teóricas como práticas, e utilizam métodos de ensino interativos tais como a aprendizagem experimental e o trabalho em grupo. Estes métodos mantêm estudantes e formandos empenhados e ajudam-nos a desenvolver o pensamento crítico, a resolução de problemas e as capacidades de comunicação, todos eles importantes para a educação ética.

Os tópicos dos Módulos foram escolhidos após consultas a nível global com peritos académicos que participaram, em março de 2017, numa reunião de peritos convocada pelo UNODC em Viena, e em três workshops regionais realizados em diferentes partes do mundo, em Abril de 2017. Os peritos enfatizaram a necessidade de uma maior educação sobre integridade e ética a nível global e aconselharam sobre áreas centrais a serem abordadas através dos Módulos. Foi ainda considerado fundamental que os Módulos possam preparar estudantes e formandos para uma ação eficaz orientada por valores, mantenham os estudantes envolvidos, se prestem à adaptação a diferentes contextos regionais e disciplinares, e permitam aos professores e formadores incorporá-los em vários outros cursos.

Para atingir estes objetivos, os peritos recomendaram que os Módulos tenham uma série de características, podendo, em última análise, ser capazes de:

- » Ligar a teoria à prática
- » Enfatizar a importância da integridade e da ética na vida quotidiana
- » Encorajar o pensamento crítico
- » Sublinhar não só a importância de tomar decisões éticas, mas também demonstrar como as implementar
- » Utilizar métodos inovadores de ensino interativo
- » Equilibrar a ética geral com a ética aplicada
- » Aproveitar as boas práticas dos estudantes e formandos
- » Ligar a integridade e a ética a outras questões globais e aos ODS
- » Adotar uma abordagem multidisciplinar e multinível
- » Focar na ética global e nos valores universais, deixando espaço para diversas perspetivas regionais e culturais
- » Empregar terminologia não técnica e clara
- » Ser de fácil utilização

Com base nestas recomendações, o UNODC trabalhou durante mais de um ano com mais de 70 peritos académicos de mais de 30 países para desenvolver os 14 Módulos Universitários sobre Integridade e Ética. Cada Módulo foi elaborado por uma equipa central de académicos e peritos do UNODC, e depois revisto por um grupo maior de académicos de diferentes disciplinas e regiões para assegurar uma cobertura multidisciplinar e universal. Os Módulos passaram por um meticoloso processo de aprovação na sede do UNODC antes de serem finalmente publicados online como materiais de fonte aberta. Além disso, foi acordado que o conteúdo dos Módulos seria regularmente atualizado para assegurar que estão em conformidade com os estudos contemporâneos e correspondem às necessidades atuais dos educadores.

O presente instrumento de conhecimento foi desenvolvido pela Seção de Corrupção e Crime Económico do UNODC (CEB), como parte da iniciativa Educação para a Justiça no âmbito do Programa Global para a Implementação da Declaração de Doha.

Termos de Responsabilidade

O conteúdo da Série de Módulos UNODC sobre Integridade e Ética não reflete necessariamente as opiniões ou políticas do Escritório das Nações Unidas sobre Drogas e Crime (UNODC), Estados Membros ou organizações contribuintes, e também não implica qualquer endosso. As designações utilizadas e a apresentação de material nestes módulos não implicam a expressão de qualquer opinião por parte do UNODC relativamente ao estatuto jurídico ou de desenvolvimento de qualquer país, território, cidade ou área, ou das suas autoridades, ou relativamente à delimitação das suas fronteiras ou limites. O UNODC encoraja a utilização, reprodução e disseminação destes módulos. Salvo indicação em contrário, o conteúdo pode ser copiado, descarregado e impresso para estudo privado, investigação e ensino, ou para utilização em produtos ou serviços não comerciais, desde que seja dado o devido reconhecimento ao UNODC como fonte e detentor dos direitos de autor e que o aval do UNODC às opiniões, produtos ou serviços dos utilizadores não esteja de forma alguma implícito.

As informações disponibilizadas neste documento são fornecidas “tal como estão”, sem qualquer tipo de garantia, expressa ou implícita, incluindo, sem limitação, garantias de comerciabilidade, adequação a um determinado fim e não-infração. Especificamente, O UNODC, não oferece quaisquer garantias ou declarações quanto à exatidão ou integridade destes Materiais. O UNODC poderá, periodicamente e sem aviso prévio, adicionar, alterar, melhorar ou atualizar os Módulos.

Em nenhuma circunstância o UNODC será responsável por qualquer perda, dano ou despesa incorrida ou sofrida que se alegue ter resultado da utilização deste módulo, incluindo, sem limitação, qualquer falha, erro, omissão, interrupção ou atraso em relação ao mesmo. A utilização deste módulo é da exclusiva responsabilidade do Utilizador. Em nenhuma circunstância, incluindo, mas não se limitando, à negligência, o UNODC será responsável por quaisquer danos diretos, indiretos, acidentais, especiais ou consequentes, mesmo que o UNODC tenha sido avisado da possibilidade de tais danos.

As ligações aos sítios da Internet contidos nos presentes módulos são fornecidas para conveniência do leitor e são precisas no momento da publicação (última revisão a 19 de maio de 2022). As Nações Unidas não se responsabilizam pela sua precisão contínua após a publicação deste Módulo ou pelo conteúdo de qualquer website externo.

Reserva de imunidades

Nada neste documento constituirá ou será considerado como uma limitação ou uma renúncia aos privilégios e imunidades das Nações Unidas, que são especificamente reservados.

As Nações Unidas reservam o seu direito exclusivo, a seu exclusivo critério, de alterar, limitar ou descontinuar a página web ou quaisquer Materiais em relação a qualquer aspecto. As Nações Unidas não têm a obrigação de ter em consideração as necessidades de qualquer Utilizador em relação com o mesmo.

As Nações Unidas reservam o direito de negar, a seu exclusivo critério, o acesso de qualquer Utilizador a esta página web ou a qualquer parte da mesma sem aviso prévio.

Nenhuma renúncia por parte das Nações Unidas a qualquer disposição dos presentes Termos de Responsabilidade será vinculativa, exceto conforme estabelecido por escrito e assinado pelo seu representante devidamente autorizado.

Estes módulos não foram formalmente editados.

A versão em língua portuguesa é fruto da colaboração voluntária de professores e alunos de várias universidades dos países de língua portuguesa e reflete o carácter pluricêntrico da língua, sendo possível encontrar textos e palavras com diferentes sintaxes e grafias.

Índice

Introdução	07
Objetivos da Aprendizagem	07
Questões Chave	08
Termos e Conceitos	08
Princípios éticos para jornalistas e outros provedores de mídia	09
Princípios éticos para jornalistas civis e consumidores de mídia	13
Referências	14
Exercícios	15
Exercícios pré-aula: O que sabemos sobre a ética dos mídia?	15
Exercício 1: Como escolher a sua notícia	16
Exercício 2: A ascensão das fake news	17
Exercício 3 - Dinâmica: a mídia tem um “dever de cuidado”?	18
Exercício 4: Estudos de caso: Potter Box e a ética da mídia	19
Exercício 5: Astroturfing e a manipulação das mensagens da mídia	21
Exercício 6: Jornalismo do Cidadão	22
Estrutura recomendada para as aulas	23
Leitura essencial	25
Leituras Avançadas	27
Avaliação dos Estudantes	29
Materiais de ensino adicionais	30
Apresentação em PowerPoint	30
Material em Vídeo	30
Blogs	30
Guia para desenvolver uma disciplina autônoma	31

Introdução

Este Módulo oferece uma discussão sobre a relação entre os conceitos de ética e os mídia. O objetivo é facilitar uma reflexão introspectiva sobre as maneiras como todos nós, como indivíduos, temos um papel na criação e disseminação dos mídia. O Módulo explora a importância crítica da ética para ambas as formas de mídia; a tradicional, como o jornalismo; e as formas de mídia mais moderna, como as redes sociais. O advento das redes sociais e dos meios de comunicação digitais tem aumentado a responsabilidade ética dos indivíduos nesse campo, especialmente considerando o alcance global e o poderoso impacto destas novas formas de mídia. Essas mudanças, juntamente com as fake news e as crescentes restrições midiáticas, em todo o mundo, tornam este Módulo importante e relevante para estudantes de todas as disciplinas.

O Módulo, em reconhecimento a tal cenário de mudanças, estende a discussão das responsabilidades éticas para além dos jornalistas profissionais, envolvendo os consumidores de notícias, os usuários das redes sociais e os conhecidos “jornalistas cidadãos”. O Módulo foi projetado para ajudar os professores a aumentar o entendimento por parte dos estudantes de quem é exatamente um fornecedor ou consumidor de mídia e qual o tipo de considerações técnicas que precisam de ser feitas por aqueles que ocupam estes papéis. O Módulo também busca oferecer aos estudantes um entendimento do efeito danoso que pode ter a falta de integridade e ética na oferta e consumo dos mídia.

O Módulo é um recurso para os professores. Oferece um plano para uma aula com três horas de duração, mas pode ser utilizado em sessões mais curtas ou mais longas, ou ainda, ser estendido em um curso completo (vide oGuia para desenvolver uma disciplina autônoma).

Objetivos da Aprendizagem

- Reconhecer as responsabilidades dos mídia e as dimensões éticas da criação, fornecimento e consumo dos mesmos.
- Entender as obrigações éticas que os provedores de mídia têm em relação à sociedade.
- Tomar decisões éticas relacionadas aos mídia, seja como provedores ou consumidores, profissionais ou não profissionais, ou como meros usuários das redes sociais.
- Analisar os casos e questões éticas dos mídia, usando o modelo de tomada de decisão Potter Box.

Questões Chave

Desde há muito tempo que o jornalismo é considerado um pilar da democracia, considerando-se a sua função de comunicar ao público as informações vitais, relacionadas às instituições e aos indivíduos nos cargos de poder. É fundamental que os cidadãos estejam informados, para que exista um bom governo e essenciais para a exposição e o combate à corrupção. Isto pressupõe que a informação é precisa, verdadeira e não tendenciosa. Neste sentido, essas são algumas das responsabilidades éticas dos profissionais dos mídia exploradas neste Módulo. As discussões são relevantes para todos os estudantes que sejam consumidores de mídia e queiram entender quais obrigações éticas que devem ser esperadas dos profissionais da comunicação. Além do consumo de mídia, muitos estudantes têm um papel ativo na produção de mídia, especialmente nas redes sociais. O Módulo, após discutir as obrigações técnicas dos profissionais da comunicação, aborda a responsabilidade de todos os indivíduos na prática de comportamentos éticos na criação e disseminação de informações nas redes sociais. Primeiramente, o Módulo examina termos e conceitos chave.

› Termos e Conceitos

Dois conceitos chave usados neste Módulo são “mídia” e “ética”. A palavra ética tem origem no grego ethos, que significa caráter ou o que uma boa pessoa é ou faz para ter um bom caráter. O conceito de ética é explorado em detalhes no Módulo 1 Integridade e Ética (Introdução e Estrutura Conceitual), que apresenta ao estudante a definição de ética de Richard Norman: “a tentativa de chegar a um entendimento da natureza dos valores humanos, de como devemos viver e do que constitui uma conduta correta” (Norman, 1988, p. 1). O dicionário Merriam-Webster¹ define mídia como “o sistema e as organizações de comunicação através dos quais a informação é difundida para um grande número de pessoas”. Uma definição mais atual e familiar para os estudantes é oferecida pelo Dictionary.com², que define os mídia como “os meios de comunicação, [como] rádio e televisão, jornais, revistas e a Internet, que alcançam ou influenciam amplamente as pessoas”.

O conceito de “ética dos mídia” refere-se sobretudo aos padrões apropriados de conduta que os provedores e disseminadores de mídia devem estar atentos em seguir. Com a tecnologia moderna e o aumento da globalização no mundo atual, há muito mais ramos de mídia agora do que no passado. Estas novas formas de mídia trazem à tona novas questões éticas. Por exemplo, atualmente, muitas questões éticas surgem em relação à internet, questões que não existiam há 40 anos. Como resultado da ampla gama de plataformas de mídia e da vasta acessibilidade, dependendo do meio de comunicação em questão, podem surgir diferentes problemas éticos.

A tecnologia também levou ao surgimento do chamado “jornalista-cidadão”, já que as pessoas estão gravando e fotografando acontecimentos dignos de notícia no exato momento em que estes acontecem (Bulkley, 2012). Os jornalistas-cidadão também integram as questões de ética nos mídia e serão discutidos em um dos exercícios. Um tema subjacente ao tópico da ética dos mídia, em seus diferentes ramos, é o potencial conflito entre os padrões de comportamento ético e o desejo das empresas pelo lucro.

¹ Website “Merriam-Webster”. Conteúdo disponível em língua inglesa em: www.dictionary.com/browse/media.

² Website “Dictionary”. Conteúdo em língua inglesa, disponível em: <http://www.dictionary.com/browse/media>

Estas e outras questões similares são discutidas no Módulo 11 (Integridade e Ética dos Negócios), que se aprofunda nas questões de ética enfrentadas pelos agentes do setor privado e no Módulo 14 (Ética Profissional), que analisa os problemas dos códigos profissionais de ética e da moralidade no exercício de funções.

É importante que os estudantes compreendam que há conflitos de interesse em vários domínios dentro dos mídia e avaliem quais os padrões éticos necessários para os jornalistas, consumidores e empresas ou pessoas que atuem na provisão e disseminação da informação para o público. Como todas as partes envolvidas devem aderir aos padrões éticos, este Módulo considera os princípios éticos para ambos os profissionais e não profissionais dos mídia, envolvidos na criação e disseminação da informação. Desta forma, o módulo permite que os estudantes se envolvam de maneira completa com o material, por meio dos exercícios.

> Princípios éticos para jornalistas e outros provedores de mídia

Embora o Módulo considere as obrigações éticas de ambos os profissionais e não profissionais, deve ser observado que os profissionais dos mídia devem ter padrões mais elevados de ética, pois têm o dever de prover a sociedade com informações precisas, verdadeiras e não tendenciosas, além das obrigações éticas para com a sociedade, derivadas das suas atividades como jornalistas, repórteres, âncoras ou como donos das empresas de comunicação. O papel dos mídia na atualidade é afetado pela comercialização e diversidade dos seus agentes, que incluem os mídia espontâneos e independentes, os mídia empresariais, os grupos de pressão (advocacy), as empresas de comunicação consolidadas, os grupos de mídia privados e estatais. As obrigações éticas dos mídia aplicam-se a todos estes.

Muitas agências de comunicação, plataformas online, associações profissionais e outras organizações têm desenvolvido códigos de ética para jornalistas. Foram adotados em todo o mundo mais de 400 códigos de ética profissional para jornalistas, muitos desses podem ser acessados na base de dados³ do site Accountable Journalism. O Código de Princípios adotado pela Federação Internacional de Jornalistas (IFJ), em 1954, foi considerado uma declaração universal sobre a ética no jornalismo. Segundo o Código da IFJ⁴, os valores centrais do jornalismo são a verdade, a independência e a necessidade de minimizar os danos. Outro código de ética influente para jornalistas é o adotado em 2014 pela Sociedade dos Jornalistas Profissionais (SPJ), nos Estados Unidos. O Código de Ética da SPJ⁵ está disponível em diversos idiomas incluindo em árabe, chinês, francês, alemão, persa, português, russo e espanhol. O seu preâmbulo estabelece que “o jornalista ético age com integridade” e o código possui quatro princípios fundamentais que convoca os jornalistas a: (1) buscarem a verdade e reportá-la; (2) minimizarem os danos; (3) agirem de forma independente; e (4) serem responsáveis e transparentes. Em cada princípio, o Código de Ética da SPJ contém outras diretrizes e convida os jornalistas a abordarem seu trabalho tendo em mente os mais elevados padrões de ética.

³ Website “Accountable Journalism”. Conteúdo em língua inglesa, disponível em: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes>

⁴ Website da International Federation of Journalists. Conteúdo em língua inglesa, disponível em www.ifj.org/about-ifj/ifj-code-of-principles/.

⁵ Website da “Society of Professional Journalists”. Conteúdo em língua inglesa, disponível em: www.spj.org/ethicscode.asp.

Esses princípios, que são discutidos em mais detalhe em baixo, aplicam-se tanto ao jornalismo profissional quanto às formas modernas de mídia, como o Facebook, YouTube, Instagram, Twitter e Linkedin. Apesar de alguns exemplos a seguir serem do Código da SPJ, estes se aplicam de forma universal, uma vez que princípios e valores similares estão incluídos em outros códigos de jornalismo no mundo.

(1) “Busque a verdade e reporte-a”

Com relação ao primeiro princípio (busque a verdade e reporte-a), segundo o Código da SPJ, o jornalista devem assumir a responsabilidade pela precisão do seu trabalho, confirmar as informações antes de divulgá-las e basear-se em fontes originais, sempre que possível. O Código promove e incentiva os jornalistas a usarem o seu trabalho para aferirem da transparência por parte daqueles que estão no poder. Por exemplo, o Código exige que os jornalistas sejam persistentes e corajosos em seus constantes esforços para responsabilizar aqueles que estão no poder. Os Jornalistas, segundo o Código da SPJ, devem oferecer uma plataforma aos indivíduos que não tenham voz na sociedade. O Código também estabelece que os jornalistas devem apoiar o diálogo aberto e civilizado, em que diferentes pontos de vista sejam trocados, ainda que o próprio jornalista considere tais pontos de vista questionáveis. Os jornalistas carregam uma responsabilidade especial de serem vigilantes do governo e dos assuntos públicos. Além disso, os jornalistas devem se empenhar para garantir a transparência dos registros e negócios públicos. Neste sentido, o Código da SPJ, aparentemente, promove a ideia de que os jornalistas têm o dever de fornecer informações precisas ao público, facilitar o acesso livre e transparente ao governo e a outros indivíduos em posições de autoridade, oferecer para aqueles não tem voz na sociedade uma oportunidade de falar e compartilhar as suas crenças, perspectivas e experiências.

Os especialistas em ética dos mídia são unâimes quanto ao valor e a importância da busca da verdade por parte dos jornalistas. Os jornalistas e as empresas de jornalismo devem ser verdadeiros e as suas reportagens devem representar com precisão os problemas ou notícias apresentadas. No entanto, ainda com isso em mente, também é de importância fundamental que os jornalistas mantenham o respeito pela privacidade individual, na sua busca da verdade. Às vezes, o direito individual à privacidade pode colidir com a necessidade do público de conhecer a informação. Há obrigações éticas em ambos os lados de cada decisão e, portanto, os jornalistas enfrentam escolhas difíceis.

(2) “Minimize os danos”

Neste segundo princípio, os redatores do Código da SPJ enfatizam que os jornalistas também têm o dever de minimizar os danos que poderiam ser causados por suas reportagens. Além disso, o jornalismo ético demanda que as fontes, sujeitos de interesse (e.g. entrevistados), colegas e membros do público sejam tratados como seres humanos, com o devido respeito que merecem. Assim, os jornalistas devem considerar os direitos individuais de privacidade, bem como o impacto que as suas reportagens podem ter sobre as pessoas em geral. O Código estabelece que os jornalistas têm o dever de mostrar compaixão para com os indivíduos que possam ser afetados pela cobertura jornalística, que pode envolver crianças e adolescentes ou vítimas de crimes. Os jornalistas também devem ser atenciosos com as diferenças culturais, ao refletir sobre as formas que as notícias ou informações podem ser recebidas. O Código aconselha jornalistas a mostrarem uma “maior sensibilidade” nessas circunstâncias (Sociedade dos Jornalistas Profissionais, 2014).

A tensão entre os objetivos concorrentes de publicar informações para o bem maior do público e abster-se de compartilhar tais informações a fim de proteger os direitos individuais de privacidade, levanta questões éticas e exige que os jornalistas considerem e ponderem diversos fatores quando estando perante tais decisões estratégicas. Os danos ao indivíduo podem assumir a forma de invasão de privacidade ou disseminação de informações que ofendam ou prejudiquem este indivíduo de alguma maneira.

Nessas decisões, os jornalistas devem considerar as diversas escolas de pensamento, incluindo a ética da virtude, o utilitarismo e a deontologia (Ess, 2013, p. 262), que são discutidas no Modulo 1 da Série de Módulos da UNODC sobre Integridade e Ética. A premissa básica do utilitarismo é que a moralidade de uma ação depende de esta maximizar o 'bem-estar' (ou a felicidade) social geral. Mais especificamente, o utilitarismo é a ideia de que o objetivo de uma ação deve comportar o maior equilíbrio possível entre o prazer e a dor ou a maior felicidade para o maior número possível de pessoas (vide Módulo 1 para outras explicações e fontes).

O utilitarismo pode justificar a revelação da informação para o público, apesar de se cometer uma leve violação dos direitos de privacidade, ou pode justificar a retenção da informação, a fim de se proteger os direitos de privacidade, em certas circunstâncias. O utilitarismo pode justificar a privacidade individual e, de maneira correlata, os direitos de propriedade, à medida que tais coisas conduzam a uma maior felicidade para o maior número possível de pessoas, em oposição a ser somente aquele indivíduo. O utilitarismo pode ser usado para justificar o sacrifício da privacidade de alguns poucos indivíduos, caso este facilite o maior acesso às informações para o público geral.

Os deontologistas, por outro lado, apresentam uma perspectiva oposta: oferecem uma defesa mais direta aos direitos individuais de privacidade, pois estes direitos são indiscutivelmente necessários para nossa existência e práticas enquanto agentes morais autônomos. Assim, os deontologistas favoreceriam a proteção da privacidade individual, em vez da divulgação de informações que serviriam para o bem maior em detrimento do indivíduo. A deontologia também é definida no Módulo 1. A sua premissa básica, segundo o Módulo, é que a moralidade depende da conformidade com certos princípios ou deveres, independentemente das consequências. Portanto, a resposta dos deontologistas para a questão da ética dos mídia seria que não devemos violar os direitos à privacidade de terceiros, assim como não queremos ter os nossos próprios direitos à privacidade violados.

Tais perspectivas opostas apresentam diferentes abordagens às questões de ética dos mídia e são particularmente relevantes ao abordarem, por um lado, as questões de proteção à privacidade individual e de minimizarem o dano, enquanto, por outro, servem o bem público maior.

(3) “Aja de forma independente”

Os jornalistas também devem agir de forma independente, segundo o terceiro princípio delineado no Código da SPJ. Neste princípio, os redatores do Código enfatizam que a principal responsabilidade do jornalismo ético é servir o público (Sociedade dos Jornalistas Profissionais, 2014, nota de rodapé 6). Assim, os jornalistas devem colocar o público em primeiro lugar, negando qualquer tratamento especial para anunciantes, doadores ou quaisquer outros interesses especiais e resistir às pressões, interna e externa, para influenciar a cobertura, o que exige que os jornalistas recusem presentes e evitem quaisquer conflitos de interesse.

Em 2015, no Canadá, houve um exemplo de conduta que viola o princípio da ação independente. Leslie Roberts, âncora de noticiário da Global Toronto, uma agência de notícias no Canadá, pediu a demissão de seu cargo na rede, devido às graves alegações de conflitos de interesse (Global News, 2015). Roberts admitiu publicamente que era sócio de uma empresa de relações públicas cujos clientes apareciam nos programas da Global News. Ele nunca informou à direção da Global News sobre sua ligação com a empresa. Um conflito de interesses como este levanta graves questões éticas, uma vez que os mídia têm o dever de prestar informações independentes e não tendenciosas. Se um âncora de um jornal e uma agência de notícias estão apresentando informações tendenciosas ao trazerem determinados convidados que, de alguma forma, possam ter sido incentivados a passar uma mensagem específica ao público, o dever com a verdade foi violado. Esta conduta é contrária ao princípio de agir de forma independente, estabelecido no Código.

A entrega de “envelopes marrons,” contendo altas quantias de dinheiro para jornalistas, em troca da publicação de suas histórias é um outro exemplo de conduta que viola o terceiro princípio. Essa tendência de “troca de favores” é fundamentalmente oposta ao princípio da independência no jornalismo e permite que os mídia veiculem informações tendenciosas e manipuladas (Nwaubani, 2015).

(4) “Seja responsável e transparente”

Em seu quarto princípio, o Código da SPJ aconselha os jornalistas a serem responsáveis e transparentes. Estes profissionais devem explicar as suas escolhas e processos éticos para seus expectadores e devem reconhecer publicamente qualquer erro. Também devem corrigir tais erros de forma evidente e imediata. No exemplo dado acima, Leslie Roberts veio a público reconhecer que os jornalistas têm o dever de expor perante o público qualquer conduta antiética, incluindo ações dentro de suas próprias organizações, uma vez que o Código também estabelece que o jornalismo ético inclui “assumir responsabilidade pelo seu trabalho e explicar as suas decisões para com o público.” A Global News reconheceu a conduta antiética de Roberts e divulgou a seguinte declaração, após a sua demissão: “A Global News mantém o seu compromisso para com o jornalismo ético e equilibrado, produzido para servir ao interesse do público.” A rede também tornou pública a carta de demissão de Roberts, na qual admitia que sua própria conduta antiética era o motivo da sua demissão e pediu desculpas dizendo: “Arrependo-me das circunstâncias, especificamente a falha em revelar a informação, o que levou a este resultado” (Global News, 2015). A postura moralmente correta que a Global News adotou ao lidar com esse conflito de interesses, preserva os princípios estabelecidos no Código e mantém os altos padrões de comportamento dos jornalistas, que são parte fundamental de qualquer discussão sobre ética dos mídia.

Em resumo, os jornalistas têm o dever de (1) buscar a verdade e reportá-la; (2) disseminar as informações de forma a minimizar os danos para o público; (3) agir de forma independente na provisão dessas informações; e (4) ser responsável e transparente ao longo deste processo. Tais deveres éticos dos jornalistas são conceitos fundamentais da ética na mídia.

(5) Objetividade

Um quinto dever ou princípio que pode ser discutido em aula é o conceito de objetividade. Há muito tempo considerada uma norma no jornalismo, a objetividade é atualmente objeto de um significativo debate, que tende a reconhecer a transparência como um princípio preferível. Embora os seres humanos nunca sejam verdadeiramente objetivos, podemos ao menos revelar os nossos referenciais.

Em seu artigo *Objectivity and Journalism: Should We Be Skeptical?*⁶ [Objetividade e Jornalismo: Deveríamos ser céticos? – em tradução livre], Alexandra Kitty analisa mais profundamente esta ideia (2017).

> Princípios éticos para jornalistas civis e consumidores de mídia

Embora as obrigações éticas mais conhecidas no mundo dos mídia sejam aquelas devidas pelos jornalistas ao público, os indivíduos que não sejam profissionais dos mídia também têm a responsabilidade de agir com integridade, em seu uso e consumo dos mídia.

Para ilustrar essa obrigação, primeiramente, este Módulo abordará o caso das pessoas que são frequentemente referidas como “jornalistas-cidadãos”. Estas pessoas não são profissionais dos mídia. Geralmente, são apenas passantes com um smartphone em mãos. No entanto, estas pessoas, às vezes, têm acesso aos acontecimentos, no exato momento em que estão acontecendo, o que não é sempre possível para os jornalistas. Devido à natureza global das redes sociais, os jornalistas-cidadãos têm o poder de compartilhar os seus registros e fotos com um número quase ilimitado de pessoas. Alguns exemplos deste fenômeno foram vistos quando milhares de pessoas postaram suas experiências durante o Furacão Sandy, em 2012, o terremoto de Fukushima, em 2011, o bombardeamento da Maratona de Boston, em 2013, os ataques terroristas em Paris, em 2015, além de vários outros conflitos globais. Apesar de isso ser bastante útil em muitos casos, também pode levar à disseminação de boatos perigosos e declarações falsas.

Os cidadãos comuns nunca devem ser desencorajados a compartilhar o que veem. No entanto, o crescente poder da sua posição, devido às redes sociais, cria um dever ético de agir com cuidado. Os jornalistas-cidadãos devem se esforçar para ter a mesma integridade esperada dos mídia profissional de notícias. Isto significa fazer perguntas antes de compartilhar o material online, tais como:

- O que eu estou postando é uma informação precisa?
- Minhas fontes de informação foram verificadas?
- Alguém será prejudicado pelo compartilhamento desta informação?

Afinal de contas, o objetivo dos jornalistas-cidadãos deve ser contribuir para um melhor entendimento, por parte da sociedade, sobre o que está sendo reportado. Este padrão não se aplica somente às pessoas que estão postando os acontecimentos, mas também àqueles que criam conteúdos de alguma maneira.

As obrigações éticas dos usuários das redes sociais também merecem atenção. Embora os usuários das redes sociais não estejam sempre criando novos conteúdos, eles tomam decisões sobre qual o conteúdo que compartilham com os outros. Grande parte dos mídia sendo atualmente publicada online não é muito claramente identificada, como notícia ou opinião, o que não acontecia com os mídia impressos do passado. As propagandas são, frequentemente, muito parecidas com declarações e os artigos não mencionam o nome do autor ou das fontes. Esta confusão pode ser vista globalmente nas discussões sobre o problema das “fake news”.

⁶ Website da revista “Skeptic”. Conteúdo em língua inglesa, disponível em: https://www.skeptic.com/reading_room/objectivity-in-journalism-should-we-be-skeptical/

Nos Estados Unidos, uma pesquisa publicada pelo Pew Research Center, em 16 de dezembro de 2016, logo após as eleições americanas, mostrou que 23% dos entrevistados compartilharam notícias inventadas nas redes sociais, seja de forma consciente ou inconsciente. Segundo esta mesma pesquisa, 64% dos entrevistados disseram que o fenômeno das fake news causou uma confusão significativa nos atuais acontecimentos.

A partilha e a promoção destas histórias nas redes sociais, pode não apenas causar confusão, mas também ser danoso. Os boatos e mentiras podem prejudicar reputações e, até mesmo, colocar outras pessoas em perigo. Embora uma pessoa compartilhando uma história falsa possa passar despercebida, geralmente há um impacto coletivo.

O curso ético da ação por parte dos usuários das redes sociais é parar de contribuir com a dispersão de informações erradas. A fim de evitar este problema, os usuários das redes sociais devem avaliar criticamente o conteúdo antes de compartilhá-lo.

Para avaliar a credibilidade de um artigo ou reportagem, os usuários das redes sociais devem fazer perguntas similares a estas:

- Quem é a fonte? O autor?
- O autor está estabelecendo um fato ou dando uma opinião?
- A notícia contém fontes ou citações que possam ser verificadas?
- A notícia usa linguagem destinada a provocar reações emocionais?

Estudos mostram que alguns membros do público têm uma grande dificuldade em avaliar a credibilidade dos conteúdos nas redes sociais. Sabendo disso, é ainda mais importante pensar nas implicações éticas do que compartilhamos online.

Em conclusão, este Módulo ilustra que a ética dos mídia se aplica a todos nós, independentemente da pretensão de cada um de se tornar profissional dos mídia ou não. Em vista disso, a seção a seguir sugere atividades de aula por meio das quais os estudantes podem desenvolver as questões discutidas acima.

> Referências

Barthel, Michael, Amy Mitchell and Jesse Holcomb (2016). Many Americans believe fake news is sowing confusion. Pew Research Center: Journalism and Media, 15 de dezembro.

Bulkley, Kate (2012). The rise of citizen journalism. *The Guardian*, 10 de junho.

Ess, Charles M. (2013). Global media ethics? Issues, requirements, challenges, resolutions. Stephen J.A. Ward, In *Global Media Ethics: Problems and Perspectives*, Stephen J.A.Ward, ed. Chichester, Sussex, United Kingdom: John Wiley & Sons.

Global News (2015). Leslie Roberts resigns from Global News in wake of internal investigation, 15 de janeiro.

Kitty, Alexandra (2017). Objectivity and Journalism: Should We Be Skeptical?

» Disponível em https://www.skeptic.com/reading_room/objectivity-in-journalism-should-we-be-skeptical/.

Norman, Richard (1998). *The Moral Philosophers*. Oxford: Oxford University Press.

Nwaubani, Adaobi Tricia (2015). Nigeria's 'brown envelope' journalism. *BBC News*, 5 de março.

Society of Professional Journalists (2014). SPJ code of ethics, 6 de setembro.

Exercícios

Esta seção contém sugestões de exercícios educacionais para desenvolvimento antes e durante as aulas. Em outra seção, é sugerida uma tarefa pós-aula, para avaliar o entendimento do estudante sobre o módulo.

Os exercícios desta seção são mais apropriados para turmas com o máximo de 50 estudantes, podendo ser facilmente organizadas em pequenos grupos, para discutir casos ou conduzir atividades, antes que os representantes dos grupos apresentem os seus resultados a toda a turma. Embora seja possível usar a mesma estrutura de grupos pequenos em salas maiores, compostas por centenas de estudantes, a situação é mais desafiadora e o professor pode querer adaptar técnicas de facilitação para garantir que haja tempo suficiente para as discussões em grupo, assim como para fornecer os seus comentários para toda a turma. O jeito mais fácil de tratar a discussão com uma sala maior tão seriamente como em grupos pequenos, é de pedir aos estudantes que discutam as questões com os quatro ou cinco estudantes que estejam sentados próximos a eles. Dadas as limitações de tempo, nem todos os grupos serão capazes de apresentar as suas discussões em cada exercício. Recomenda-se que o professor faça seleções aleatórias e tente se certificar que todos os grupos tenham a oportunidade de se manifestar, pelo menos uma vez durante a aula. Se o tempo permitir, o professor pode promover um debate entre todos, depois da apresentação de cada grupo.

Todos os exercícios nesta seção são apropriados para estudantes de graduação ou pós-graduação. No entanto, como o conhecimento prévio dos estudantes e exposição aos temas varia bastante, as decisões sobre a adequação dos exercícios devem ser baseadas em seus contextos educacional e social. O professor é incentivado a relacionar e conectar cada exercício às questões principais do Módulo.

Alguns exercícios incluem uma TED Talk recomendada que o professor pode exibir durante a aula para inspirar o debate. As TED Talks são conferências gratuitas disponíveis na Internet. São informativas e realizadas por pessoas com conhecimento direto do assunto. Os professores podem usar as TED Talks que considerarem mais adequadas para seus estudantes ou conduzir exercícios sem as utilizarem.

Exercícios pré-aula: O que sabemos sobre a ética dos mídia?

Peça aos estudantes para preparar em casa, antes da aula, um relatório, de uma página, sobre seu uso dos mídia e das redes sociais e visão deles sobre estas. Peça para que respondam a perguntas como: Qual é o papel dos mídia de notícia e das redes sociais? Qual é a sua principal prioridade: entretenimento, notícias, lucro, verdade, serviço público ou uma combinação destes elementos? Os estudantes devem descrever por que escolheram uma das opções de cima e o que eles veem como seu próprio papel no ambiente midiático e nas redes sociais, na atualidade. A atividade deve ser entregue no início da aula.

Orientações para o palestrante

Este exercício pré-aula pode ser útil para expandir as perspectivas dos estudantes, sobre os tópicos do Módulo. Os professores devem pedir, com bastante antecedência, aos estudantes que preparem esta atividade antes da aula.

> Exercício 1: Como escolher a sua notícia

Peça aos estudantes que escrevam as suas atuais fontes de notícias, tanto nos mídias tradicionais, quanto nas redes sociais.

Peça aos estudantes que leiam as suas escolhas e façam a seguinte pergunta:

- Por que você escolheu esta(s) fonte(s)?
- Por que você acha que são fontes confiáveis?
- Você consegue identificar quem é o autor da reportagem?
- Quais outras investigações eles fazem para confirmar uma narrativa?
- Quantas vezes eles já compartilharam, “retuitaram” ou postaram uma notícia sem investigar a sua autenticidade ou credibilidade?
- Alguma vez aconteceu descobrir, depois de postar, que a notícia compartilhada não era verdadeira? Se sim, o que fez depois?

Conclua a discussão fazendo a seguinte pergunta para os estudantes: Qual é a nossa responsabilidade ética como cidadãos, estudantes e participantes das redes sociais de pensar de forma independente e resguardar a verdade do que lemos e reportamos?

O professor pode finalizar ou iniciar este exercício com a exibição da TED Talk: How to Choose Your News⁷ (Como Escolher suas Notícias - em tradução livre). Trata-se de uma TED Talk curta e concisa sobre a mídia moderna. A conferência aborda questões de controle da mídia, como identificar o viés da mídia considerando o momento e a escolha de palavras, como verificar ou contestar uma notícia da mídia ou das redes sociais por sua verdade ou profundidade e como ser um consumidor inteligente de mídia.

Orientações para o palestrante

A orientação dos estudantes à reflexão destas questões pode ser baseada em suas próprias experiências com a mídia tradicional e as redes sociais. O objetivo deste exercício é fazer com que os estudantes percebam que essas questões têm um impacto pessoal sobre eles e não são somente responsabilidades ou problemas de outras pessoas. O professor pode usar esse exercício para conscientizar os estudantes de que, no mundo de hoje, todos participam da coleta e disseminação de notícias e reportagens. Tal exige que todos tenhamos responsabilidade com a verdade do que produzimos, distribuímos, redistribuímos ou lemos.

Também pode ser útil usar como referência o artigo “Visiting the House of Rumor” (vide leituras Principais), para dar uma perspectiva histórica e destacar que as preocupações com as fake news não são novas ou apenas um problema das redes sociais.

⁷ Vídeo publicado na plataforma YouTube. Conteúdo em língua inglesa, disponível em: www.youtube.com/watch?v=q-Y-z6HmRgl.

> Exercício 2: A ascensão das fake news

Mostre aos estudantes este⁸ documentário que aborda as “fábricas” de fake news na Antiga República Jugoslava da Macedônia. Após uma breve discussão sobre o documentário, peça aos estudantes para criar uma fake news e mostrá-la à turma, junto a outra notícia que seja verdadeira. Peça a alguns estudantes que apresentem as suas histórias e peça aos colegas para distinguir entre a notícia verdadeira e a falsa e conduza a discussão em torno deste exercício.

Após os estudantes terminarem a atividade, exiba a TED Talk: Think like a Journalist⁹, que tem uma história inicial engraçada e se relaciona bem com o tema principal do jornalismo ético e confiável, além de trazer o argumento de que o reenvio de notícias pelas redes sociais faz com que todos nós vejamos repórteres instantâneos. Esta é uma excelente transição, de uma perspectiva mais ampla da ética da mídia para a ética da mídia a partir de uma perspectiva individual. Como repórter do jornal *Plano Star Journal*, Samuels apresenta uma palestra sobre fake news, desinformação, perigos das bolhas nas redes sociais e o papel da mídia, bem como o papel do consumidor de mídia em nossa era da Internet. A palestrante usa suas experiências pessoais do ensino médio, como estudante universitária e, posteriormente, como uma jovem jornalista, o que fará com que as questões pareçam ainda mais relevantes para os estudantes.

Orientações para o palestrante

Este exercício auxiliará os estudantes no entendimento das complexidades envolvidas na ascensão das fake news, um problema persistente que transcende políticas e fronteiras.

⁸ Website da revista *Wired*. Conteúdo em língua inglesa, disponível em: www.wired.com/2017/02/veles-macedonia-fake-news/.

⁹ Vídeo publicado na plataforma YouTube. Conteúdo em língua inglesa, disponível em: www.youtube.com/watch?v=o9rBZ5FwFjw.

> Exercício 3: Dinâmica: a mídia tem um “dever de cuidado”?

O professor divide a turma em quatro grupos, representando diferentes segmentos: o consumidor de mídia, o jornalista, o produtor de mídia (proprietário) e o órgão regulamentador do governo. O professor pede que os estudantes interpretem um diálogo ou discutam os seguintes temas: A mídia tem o dever de cuidado de ser precisa? A mídia tem esse dever em relação a quem?

Outras possíveis perguntas a serem exploradas:

- Qual é o dever de cuidado da mídia com o consumidor?
- O dever de cuidado da mídia pode ser dirigido, regulado ou orientado por decisões legais sobre o dever de cuidado em outras circunstâncias?
- O dever de cuidado se aplica de forma diferente aos tabloides vs. meios de comunicação tradicionais, mídias abertamente tendenciosas vs. mídias comercializadas ou a qualquer rede social individual?
- É papel da mídia inflamar, informar ou vender mídia por qualquer meio escolhido e, assim, afetando o dever de cuidado?

Os estudantes devem enfatizar o foco ético principal ou as expectativas do grupo ao qual foram atribuídos.

O professor pode finalizar ou iniciar este exercício com a exibição da TED Talk: Does the media have a “duty of care”?¹⁰ Esta conferência aborda as obrigações da mídia de ser correta e verdadeira, além do dever de cuidado da mídia com os consumidores.

Orientações para o palestrante

O professor pode abrir a discussão com as perguntas acima e, então, cuidadosamente guiar os grupos para mantê-los no foco. É especialmente importante que os estudantes mantenham o foco no grupo ao qual foram atribuídos e que não deixem uma crença pessoal distraí-los. O importante é o aprendizado proporcionado pelo exercício e não que o estudante acredite na posição que lhe foi atribuída.

Isto ensina a importância do desacordo entre pares como metodologia de apuramento dos factos para a verdade ou para uma melhor decisão sobre a verdade e como através de uma prática crítica se chega a uma tomada de decisão ética. Um colega capaz de interpretar o papel de advogado do diabo é o melhor amigo de um jornalista ou de um blogueiro.

¹⁰ Website da plataforma TED. Conteúdo em língua inglesa, disponível em https://www.ted.com/talks/david_putnam_what_happens_when_the_media_s_priority_is_profit/up-next

> Exercício 4: Estudos de caso: Potter Box e a ética da mídia

O objetivo deste exercício é apresentar aos estudantes o modelo de tomada de decisão ética conhecido como “Potter Box” (batizado em homenagem ao seu criador, o professor da Universidade de Harvard, Ralph Potter), e explorar sua aplicação aos estudos de caso de ética da mídia. O método Potter Box exige que: (1) definamos com precisão a situação ou dilema e depois pensemos (2) nos valores subjacentes em cada caso, (3) nos princípios que são mais importantes a serem aplicados, e (4) nas lealdades em conflito que podem existir, por parte de vários intervenientes no caso. Esta abordagem, em quatro etapas, foi concebida para abrir o pensamento e promover discussões sobre um processo sistemático para a tomada de decisões éticas.

O palestrante apresenta o método Potter Box e demonstra cada uma das quatro etapas do método por meio de uma discussão com os estudantes.

Então deve pedir que apliquem o método Potter Box aos estudos de caso selecionados do site Society of Professional Journalists <https://www.spj.org/ethicscasestudies.asp>¹¹. Os estudos de caso disponíveis no site da SPJ abordam uma gama de questões, como expressam os seus títulos:¹²

- Using the ‘Holocaust’ Metaphor
- Aaargh! Pirates! (and the Press)
- Reigning on the Parade
- Controversy over a Concert
- Deep Throat, and His Motive
- When Sources Won’t Talk
- A Suspect “Confession”
- Who’s the “Predator”?
- The Media’s Foul Ball
- Publishing Drunk Drivers’ Photos
- Naming Victims of Sex Crimes
- A Self-Serving Leak
- The Times and Jayson Blair
- Cooperating with the Government
- Offensive Images
- The Sting
- A Media-Savvy Killer
- A Congressman’s Past
- Crafting a Policy

¹¹ Website da Society of Professional Journalists. Conteúdo em língua inglesa, disponível em: www.spj.org/ethicscasestudies.asp.

¹² Os estudos de caso estão disponíveis apenas em inglês.

Após selecionar o estudo de caso, o professor pede aos estudantes para criar o seu Potter Box individualmente e anotar as suas ideias. Então, o professor pede aos estudantes que compartilhem suas análises com a turma e refletem sobre as seguintes perguntas:

- Que valores, princípios e lealdades são opostos? Use a palavra “versus”, através do indicador “vs.”, entre eles, tal como, por exemplo, “verdade vs. inocência” ou “segurança vs. responsabilidade”.
- Você consegue usar o Potter Box para te fazer pensar de uma forma nova, para além das respostas óbvias? Após enumerar as “oposições”, você consegue enumerar mais valores, princípios e lealdades conflitantes que te ajudarão a entender melhor o caso e a solucioná-lo?
- Quais são as possíveis limitações ao Potter Box? Que possíveis falhas de lógica ou de solução de problemas podem surgir ao basear-se apenas neste método?
- Você acha que seu uso do método está produzindo uma resposta melhor que o seu próprio pensamento intuitivo? Qual é o valor real do método e da sua solução para os problemas?

Orientações para o palestrante

Nunca é demais salientar a importância de introduzir os estudantes a uma ferramenta sistemática real para a tomada de decisões morais. O método Potter Box, apesar de aberto às críticas como qualquer outra ferramenta como essa, tem sido empregue há décadas em muitos tipos de trabalho e formações sobre ética. O método Potter Box foi planejado para expandir as perspectivas de pensamento e promover discussões sobre um processo sistemático para a tomada de decisões éticas. Pode servir como um microscópio que ajuda a enxergar o que está por baixo da questão ética, ao invés de uma calculadora que dá respostas precisas.

O método Potter Box é bem apresentado, ilustrado e explicado no capítulo de abertura do livro *Media Ethics: Cases in Moral Reasoning*, mencionado na lista de Leitura Avançada abaixo. Caso você não tenha acesso ao livro, você pode saber mais sobre o método lendo o artigo “*Beyond the Potter Box: A Decision Model Based on Moral Development Theory*”¹³ ou o blog “*Media Ethics in the Morning*”¹⁴. Se você não conhece o Potter Box, será muito útil ler sobre ele, bem como pegar num ou dois estudos de caso de sua escolha e aplicar você mesmo o método. Estudos de caso relevantes podem ser encontrados na literatura ou no site da Sociedade de Jornalistas Profissionais¹⁵.

Em sala de aula, os estudantes não terão tempo para desenvolver totalmente o pensamento por trás de cada etapa do Potter Box. Contudo, o exercício treinará os estudantes a fazerem questionamentos importantes como: Quem mais seria impactado? Que precedente devo estabelecer? Que interesse pessoal, profissional e social impactará sobre a minha decisão? O quanto irei lesar ou auxiliar terceiros inocentes? Em geral, o estudante deverá aprender a fazer perguntas chave e usar a análise sistemática, não apenas fazer julgamentos instantâneos sem uma lógica moral.

¹³ Website da plataforma Academia. Conteúdo em língua inglesa, disponível em www.researchgate.net/publication/235782971_Beyond_the_Potter_Box_A_Decision_Model_Based_on_Moral_Development_Theory.

¹⁴ Website “Media Ethics Morning”. Conteúdo em língua inglesa, disponível em <https://mediaethicsmorning.wordpress.com/2015/02/13/ralph-benajah-potter-jr/>

¹⁵ Website: Ethics Case Studies. Conteúdo em língua inglesa, disponível em <https://www.spj.org/ethicscasestudies.asp>

› Exercício 5: Astroturfing¹⁶ e a manipulação das mensagens da mídia

O professor começa o exercício com a exibição da TED Talk “Astroturf and manipulation of media messages”¹⁷. Esta TED Talk é uma excelente continuação para o Potter Box, uma vez que demonstra a necessidade de uma investigação ética das notícias e o dano que pode causar para o consumidor, repórter e para a credibilidade da empresa de comunicação não fazer tais investigações. A palestra destaca o crescente fenômeno em que grupos políticos, empresariais e de outros interesses se disfarçam de mídia espontânea do público, institutos de pesquisas ou testemunhos pessoais bem fundamentados. A conferência discute as motivações por trás disso, tais como o controle do discurso das redes sociais, envolvendo uma questão específica ou um produto, a sobrepor-se às investigações independentes, ou a informações contrárias, usando uma enxurrada de dados confusos, pareceres e informações de supostos especialistas no assunto. Não é incomum que grandes corporações ou políticos utilizem os seus recursos e poder para criar, em todas as formas de mídia, reportagens coerentes, porém falsas, para o seu próprio benefício. A discussão sobre a Wikipedia será surpreendente para os estudantes. A TED Talk termina com dicas muito úteis sobre como reconhecer se o “astroturfing” está por trás da reportagem.

A TED Talk expõe que grande parte da mídia moderna é conduzida por avaliações e propagandas que frequentemente ignoram seu dever ético de investigar a autenticidade da história antes de distribuí-la como notícia. Esta Ted Talk também aborda estratégias úteis para se reconhecer o “astroturfing,” para que se aplique o dever ético à verdade na mídia e nas redes sociais; estes tópicos poderão conduzir a turma a discussões importantes.

Após a TED Talk e uma breve discussão, indique histórias do site Fake News, para que sejam analisadas e discutidas em pequenos grupos. Os estudantes devem considerar se houve “astroturfing” por detrás da fake news. Vide: iMediaEthics, <https://www.imediaethics.org/topics/fabrication>¹⁸ Este site apresenta uma lista de reportagens atuais, publicadas sem checagem ou investigação da verdade ou autenticidade dos fatos. Muitas delas foram seguidas por nota de retratação, no entanto, o site oferece histórias contemporâneas para criar discussões interessantes em sala de aula sobre como tais reportagens foram publicadas, mesmo sendo falsas. Negligência? Por engano? Astroturfing?

Orientações para o palestrante

A TED Talk é bastante envolvente e interessante, mas ainda assim é uma breve visão geral de uma questão muito complexa. Os estudantes precisarão de entender a dificuldade em se detectar o “astroturfing” e, além disso, se descobrir os fatos por detrás dele. Será importante reconhecer esta complexidade, e, por isso, deve encorajar os estudantes a fazer um esforço para entender as questões. Este objetivo é melhor alcançado ao conversar com cada um dos grupos durante o desenvolvimento do exercício e incentivar a investigação e a preparação para o momento da discussão com a turma.

¹⁶ Astroturfing é a prática de mascarar os patrocinadores de uma mensagem ou organização (ex.: política, publicitária, religiosa ou de relações públicas) com o intuito de fazer parecer que ela tenha se originado de ou fosse apoiada por membros de movimentos populares espontâneos da sociedade. É uma ação que visa dar credibilidade a declarações ou organizações sem, no entanto, fornecer informações a respeito da conexão financeira de sua fonte. (Fonte: Wikipedia)

¹⁷ Vídeo publicado na plataforma YouTube. Conteúdo em língua inglesa, disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=bYAO-ZZtEU&feature=emb_title

¹⁸ Website “IMediaEthics”. Conteúdo em língua inglesa, disponível em www.imediaethics.org/topics/fabrication/.

> Exercício 6: Jornalismo do Cidadão

O professor começa o exercício exibindo a TED Talk Citizen Journalism¹⁹. Esta conferência introduz a ideia de um “novo jornalismo”, isto é, o jornalismo cidadão ou colaborativo. Quais são as possibilidades e os perigos associados ao jornalismo do cidadão moderno? Usando dois exemplos reais, de meios de comunicação bastante diferentes exibindo notícias que estão longe de serem verdadeiras, a palestra explica como um grupo interessado manipulou cada uma das histórias. Ambas as notícias são posteriormente contestadas, com a ajuda do jornalismo do cidadão, que expôs os fatos como realmente aconteceram. A TED Talk demonstra, de forma poderosa, a importância do jornalismo do cidadão.

A TED Talk oferece um excelente ponto de partida para a introdução do Código de Ética para Jornalistas da Sociedade dos Jornalistas Profissionais: <https://www.spj.org/ethicscode.asp>²⁰: As histórias dão margem para uma discussão final bastante inspiradora e engajada, com a cautela de que erros, manipulação ou fake news são sempre prováveis de acontecer, exigindo a utilização dos princípios encontrados no código de ética. A aula deve terminar como começou, com uma discussão em grupo aberta e centralizada no estudante.

Orientações para o palestrante

Um objetivo do Exercício 6 é deixar os estudantes com uma impressão positiva e proporcionar a automotivação, para que pesquisem e estudem mais sobre o assunto. Como este módulo possui um cronograma apertado, o professor pode optar por eliminar a TED Talk ou a discussão sobre o Código de Ética. A TED Talk pode ser indicada aos estudantes como uma atividade posterior, para estudos individuais ou para estudantes que tenham interesse específico no assunto. Caso o Código de Ética não seja abordado, ele pode ser copiado e entregue aos estudantes no final da aula, para uma futura referência.

¹⁹ Vídeo publicado na plataforma YouTube. Conteúdo em língua inglesa, disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=9AP09_yNbcg&feature=emb_title.

²⁰ Website “IMediaEthics”. Conteúdo em língua inglesa, disponível em <https://www.spj.org/ethicscode.asp>

Estrutura recomendada para as aulas

Esta seção contém recomendações para uma sequência de ensino e o tempo previsto para alcançar resultados de aprendizagem em uma aula com três horas de duração. O professor pode desconsiderar ou encurtar alguns dos segmentos abaixo, a fim de deixar mais tempo para outros elementos incluindo para a introdução, dinâmica para quebrar o gelo, conclusão ou para pequenos intervalos. A estrutura também pode ser adaptada para aulas mais longas ou mais curtas, considerando que a duração das aulas varia entre os países.

Introdução (10 minutos)

- É recomendável começar a aula com perguntas, como uma forma de envolver os estudantes e incentivá-los a pensar de forma crítica, sobre o papel da ética na provisão e consumo de mídia. O professor pode iniciar a aula com estas perguntas: Quem controla a narrativa da mídia nas questões importantes? Se os provedores de mídia não investigarem eticamente suas fontes e não reportarem as informações com honestidade, quem saberá se uma reportagem é verdadeira e como testamos a sua veracidade?
- Depois de uma breve discussão, o professor apresenta o Módulo e enfatiza a importância da ética na mídia.
- O professor pode observar que a ética da mídia cobre uma gama mais ampla de questões midiáticas/jornalísticas que aquelas incluída neste curto Módulo, incluindo as questões da liberdade de imprensa, liberdade e acesso à informação, fontes, confidencialidade, responsabilidade, conflitos de interesse, fraude, hacking, sensacionalismo e deturpação. O professor não terá tempo para abordar todas estas questões de forma completa, mas pode oferecer explicações rápidas com exemplos atuais, conforme o tempo o permitir.

Como escolher sua notícia - Exercício 1 (20 min)

- Exibir a TED Talk How to Choose your news (5 min)
- Faça o Exercício 1 - peça aos estudantes para escreverem opções de notícias atuais (5 min.)
- Conduza uma discussão em que os estudantes expliquem suas escolhas (10 min.)

A ascensão das fake news - Exercício 2 (30 min)

- Exibir o breve documentário sobre as fake news (3 min)
- Faça o Exercício 2 - peça aos estudantes para criarem uma fake news (15 min)
- Discuta a ascensão das fake news e as questões éticas envolvidas (12 min)

A mídia tem um “dever de cuidado”? - Exercício 3 (30 min)

- Exibir a TED Talk Does the media have a “duty of care”? (11 min)
- Conduza o Exercício 3 - organize os estudantes em consumidor, jornalista, produtor de mídia (dono) e órgão regulador do governo (4 min)
- Os estudantes devem interpretar os papéis/debater, enfatizando o principal foco ético ou as expectativas de cada grupo (15 min).

O método Potter Box - Exercício 4 (30 min)

- Explique o método Potter Box, demonstrando cada quadrante com perguntas e respostas (15 min)
- Conduza o Exercício 4 - Os estudantes aplicam o Potter Box a um estudo de caso e discutem o caso e as suas próprias “caixas” (15 min).

Astroturfing e a manipulação das mensagens da mídia - Exercício 5 (30 min)

- Exiba a TED Talk Astroturf and manipulation of media messages (15 min) ou, alternativamente, a TED Talk Think Like A Journalist (15 min)
- Faça o Exercício 5 - conduza uma discussão em grupo sobre reportagens “astroturfing” das fake news do site iMediaEthics (15 min)

Jornalismo Cidadão e Conclusão - Exercício 6 (30 min)

- Exiba a TED Talk Citizen Journalism (20 min)
- Conduza o Exercício 6, usando o Código de Ética para Jornalistas e o jornalismo cidadão (mencionado nas leitura essencial) (10 min)

Leitura essencial

Esta seção traz uma lista de materiais de livre acesso (em sua maioria) que o professor pode pedir aos estudantes que leiam antes da aula baseada neste Módulo.

Hargraves, Ian (2014). Journalism: A Very Short Introduction. Oxford: Oxford University Press. Ver Capítulo 7, *Murder is my meat: the ethics of journalism* (p. 109-125).

» As páginas mencionadas abrangem a ética dos jornalistas e os conflitos morais que podem surgir, mesmo que eticamente corretos. Muitas vezes, as fotos mais agressivas não são publicadas, no entanto, fatos extremamente pessoais (que podem conduzir a danos ou suicídio) são publicados fundamentados no direito à informação. A liberdade de imprensa exige uma abordagem autorreguladora quanto ao que é a coisa certa a se fazer quando a decisão não envolve claramente a dualidade entre correta vs. errada. Apresentar aos estudantes a ética situacional e o relativismo moral nas decisões jornalísticas.

Harwood, Kenneth (2017). Visiting the house of rumor. *Media Ethics*, vol. 28, No. 2 (Edição de Primavera).

» Oferece uma perspectiva histórica e destaca que a preocupação com as fake news e os boatos não é recente ou apenas um problema das redes sociais. Pode criar uma discussão dinâmica com a turma sobre como solucionar um problema moderno com raízes antigas. Disponível em http://www.mediaethicsmagazine.com/index.php?option=com_content&view=article&id=3999146:visiting-the-house-of-rumor&catid=205&Itemid=486.

Russell, Frank (2016). Beyond rock bottom: will the news media learn any lessons from coverage of the 2016 election? *Media Ethics*, vol 28, No.1 (Edição de Outono).

» Discuta o conflito entre a mídia, enquanto um sistema de reportagem neutro, um verificador da verdade dos fatos ou apenas um grande negócio. Os estudantes podem se focar nesta citação do artigo: "Entre as falas que não serão esquecidas em breve deste ciclo da eleição [presidencial de 2016 nos Estados Unidos] está a declaração do Presidente da CBS, Leslie Moonves: 'Pode não ser bom para a América' - disse sobre a campanha - 'mas é bom demais para a CBS.'" Disponível em http://www.mediaethicsmagazine.com/index.php?option=com_content&view=article&id=3999128:beyond-rock-bottom-will-the-news-media-learn-any-lessons-from-coverage-of-the-2016-election&catid=204&Itemid=486.

O professor pode usar estes dois artigos recomendados da Media Ethics ou pode escolher artigos alternativos com base na ênfase regional e nível/idade dos estudantes. Os artigos na revista Media Ethics são geralmente curtos e adoptam o estilo de artigo de opinião ou comentário, de modo que o estudante possa querer apoiar ou debater a posição do autor.

Site Society of Professional Journalists (2018).

» Embora este site tenha foco no jornalismo, no seu código de ética, em artigos e blogs abrange todos os espectros da mídia e redes sociais. Também é um site útil para os estudantes interessados em conhecer mais profundamente o tema e explorá-lo nos tempos livres. As duas seções que se seguem do site serão particularmente úteis para este Módulo:

Código de Ética (2014).

» Regras éticas para jornalistas, com ampla aplicação em toda a mídia e redes sociais. Disponível no site acima, em PDF, com versões em língua árabe, chinês, francês, alemão, persa, português, russo e espanhol. Disponível em <http://www.spj.org/ethicscode.asp>.

Estudos de Caso de Ética (2018).

» Oferece estudos de caso de ética para discussão em classe. Disponível em: <https://www.spj.org/ethicscasestudies.asp>.

Swain, Kristen Alley (1994). Beyond the Potter Box: a decision model based on moral development theory.

» Este ensaio propõe um modelo de justificativo detalhado que inclui critérios de decisão além daqueles do método Potter Box, amplamente utilizado. As etapas do modelo, que correspondem aos estágios de Kohlberg do desenvolvimento moral, incentivam os jornalistas a examinar a moralidade relativa das suas decisões, em múltiplos níveis. Disponível em https://www.academia.edu/2766204/Beyond_the_Potter_Box_A_Decision_Model_Based_on_Moral_Development_Theory.

Escritório das Nações Unidas sobre Drogas e Crime (2013). Report on Corruption: A Resource Tool for Governments and Journalists. Nova York, Vide Capítulo V, Integrity and Accountability (p. 73-83).

» O capítulo 5 discute o papel que a mídia tem na exposição da corrupção pública e na informação do público, e levanta questionamentos sobre quais medidas a mídia deve adotar para lidar com a transparência, integridade e responsabilidade nos seus próprios negócios, incluindo a propriedade e as operações dos meios de comunicação do setor privado. Disponível em <https://www.unodc.org/lpo-brazil/en/frontpage/2013/12/06-reporting-on-corruption-a-resource-tool-for-governments-and-journalists.html>.

Veeneman, Alex (2018). The power of words.

» Este blog analisa o debate sobre a repetição, em reportagens, de palavras vulgares ou inflamatórias que fazem parte de eventos noticiáveis. Desde quando (se é que em algum momento) o uso de palavras vulgares, inflamatórias, degradantes ou discriminatórias é um elemento necessário para o entendimento da história? Qual é a responsabilidade ética do jornalista e da mídia com a precisão versus a exclusão de palavras ou fatos que fazem parte da história, mas que não são necessários para contá-la? Disponível em <https://blogs.spjnetwork.org/ethics/2018/01/>.

Leituras Avançadas

As leituras a seguir são recomendadas para estudantes interessados em explorar os tópicos deste Módulo mais detalhadamente e para professores lecionando o Módulo:

Allan, Stuart and Einar Thorsen, eds. (2009). *Citizen Journalism: Global Perspectives*. New York: Peter Lang Publishing, Inc.

Attkisson, Sharyl (2017). *The Smear: How Shady Political Operatives and Fake News Control What You See, What You Think, and How You Vote*. New York: HarperCollins Publishers.

Bresnan, Patrick S. (2018). *Awakening. An Introduction to Eastern Thought*. 2018. 6th ed. New York: Taylor and Francis.

Christians, Clifford G. (2016) *Ethics of Human Dignity In The World Of New Media*.

» Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=8kXSZ_ziZrY.

Christians, Clifford and others (2017). *Media Ethics: Cases in Moral Reasoning*. 10th ed. New York: Routledge.

Cooper, Thomas (2011), *Fast Media / Media Fast*. Boulder, CO: Gaeta Press.

Dreher, Tanja (2009). Listening across difference: media and multiculturalism beyond the politics of voice. Continuum vol. 23, No. 4, pp.445-458.

Escritório das Nações Unidas sobre Drogas e Crime (2013). Relatório sobre Corrupção: Uma Ferramenta para Governos e Jornalistas. Nova York: Disponível em <https://www.unodc.org/lpo-brazil/en/frontpage/2013/12/06-reporting-on-corruption-a-resource-tool-for-governments-and-journalists.html>

Ethical Journalism Network (n.d.) The 5 principles of ethical journalism. Disponível em <https://www.ethicaljournalismnetwork.org/who-we-are/5-principles-of-journalism>

Hargraves, Ian (2014). *Journalism: A Very Short Introduction*, Oxford University Press.

Hyde-Clarke, Nathalie (2011). *Communication and Media Ethics in South Africa*, Juta.

International Federation of Journalists (1986). Declaration of principles on the conduct of journalists. Bruxelas, Bélgica. Disponível em <http://www.ifj.org/en/about-ifj/ifj-code-of-principles/>.

Kayode, Olujimi and Adeyemi Ridwan (n.d.). Ethical challenges of tabloidization and trivialization in the Nigerian media space.

» Disponível em https://www.academia.edu/4629275/ethical_challenges_of_tabloidization_and_trivialization_in_the_nigerian_media_space.

Keeble, Richard, ed. (2000-present). *Ethical Space: International Journal of Media Ethics*. London: Taylor and Francis.

» Disponível em <http://www.communicationethics.net/espace/>.

Kittriss, J. Michael, ed. (1987-present). *Media Ethics Magazine*. *Start with most current 2016-8 issues.

» Disponível em <http://www.mediaethicsmagazine.com>.

Kovach, Bill and Tom Rosenstiel (2010). *Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload*. New York: Bloomsbury.

Kovach, Bill and Tom Rosenstiel (2014). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. 3rd ed. New York: Three Rivers Press.

Luther, Catherine A., Caroline Ringer Lepre, and Naeemah Clark (2018). *Diversity in US Mass Media*. 2nd edition. Oxford: Wiley-Blackwell.

Norderstreng, Kaarle (2000). The Structural context of media ethics: how media are regulated in democratic society. In *Media Ethics: Opening Social Dialogue*, B. Pattyn, ed. pp. 69-86 Peeters Press.

Ward, Stephen J.A. (2013). *Global Media Ethics, Problems and Perspectives*. Chichester, West Sussex, United Kingdom: John Wiley & Sons.

Ward, Stephen J.A. (2016) Digital Media Ethics. School of Journalism and Mass Communication, University of Wisconsin – Madison.

» Disponível em <https://ethics.journalism.wisc.edu/resources/digital-media-ethics/>

Ward, Stephen J.A. & Wasserman, Herman, eds. (2008). *Media Ethics Beyond Borders: A Global Perspective*. London: Routledge.

Wasserman, Herman (2013). Journalism in a new democracy: the ethics of listening.

» Disponível em <https://core.ac.uk/download/pdf/11984982.pdf>

Wasserman, H. 2010. *Tabloid Journalism in South Africa: True Story!* Bloomington: Indiana University Press.

Weisenhaus, Doreen and Simon N.M. Young, eds. (2017). *Media Law and Policy in the Internet Age*. Oxford: Bloomsbury.



Avaliação dos Estudantes

Esta seção oferece uma sugestão de atividade pós-aula, com o propósito de avaliar os conhecimentos do estudante sobre o Módulo. Na seção Exercícios são oferecidas tarefas, a serem feitas antes e durante a aula.

Para avaliar o entendimento dos estudantes sobre o Módulo, é proposta a atividade pós-aula que se segue:

O que você acha dos seus próprios hábitos de mídia antes da aula e após a aprendizagem do conteúdo em aula? Que impacto você acredita que terá sobre os outros e sobre o meio ambiente aplicando o que aprendeu? Caso você pretenda se tornar um profissional da mídia, onde você traçará limites com relação às práticas que não adotará independentemente de quanto dinheiro for oferecido? Onde você traçará o limite com relação ao que é uma postura profissional aceitável em situações éticas extremas? Caso pretenda ser somente um consumidor de mídia, como avaliará a precisão desta? Fundamente estas questões com argumentos razoáveis, com o uso de uma análise Potter Box e o Código de Ética da Sociedade dos Jornalistas Profissionais.

Materiais de ensino adicionais

Esta seção inclui links para materiais de apoio relevantes, como apresentações em PowerPoint e material em vídeo que podem auxiliar o professor com as questões abrangidas pelo Módulo, de forma interativa e envolvente. Os professores podem adaptar as apresentações em PowerPoint e em outros recursos, de acordo com suas necessidades.

› Apresentação em PowerPoint

PowerPoint Módulo 10: Ética dos Mídia disponível em <https://grace.unodc.org>

› Material em Vídeo

How to choose your news, Damon Brown, 6/3/2014 TED-Ed (4:48)

» Disponível em www.youtube.com/watch?v=q-Y-z6HmRgl.

Does the media have a “duty of care”? David Puttnam, 2/10/2014 (10:37)

» Disponível em www.youtube.com/watch?v=TcBDb_761VY.

Think Like A Journalist, Kelsey Samuels, TEDxPlano4/25/2017 TEDx Talks (13:05)

» Disponível em www.youtube.com/watch?v=o9rBZ5FwFjw.

Astroturf and manipulation of media messages, Sharyl Attkisson, TEDxUniversityofNevada 2/6/2015 TEDx Talks (10:36)

» Disponível em www.youtube.com/watch?v=-bYAO-ZZtEU.

Citizen journalism | Paul Lewis | TEDxThessaloniki (16:55)

» Disponível em www.youtube.com/watch?v=9AP09_yNbcg.

The Potter Box method in a media ethics context, Charles Cameron, YouTube (10:47)

» Disponível em www.youtube.com/watch?v=BqbGf0VBWJ0.

Christians, Clifford G. (2016) Ethics of Human Dignity In The World Of New Media.

» Disponível em www.youtube.com/watch?v=8kXSZ_ziZrY.

› Blogs

The Potter Box, (<https://mediaethicsmorning.wordpress.com/2015/02/13/ralph-benajah-potter-jr>) em Media Ethics in the Morning (descreve de forma suscinta o método Potter Box e inclui gráfico bastante útil do fluxograma da “Caixa”)./

Guia para desenvolver uma disciplina autônoma

Este Módulo oferece um roteiro para uma aula de três horas de duração, contudo, o material tem potencial para ser ainda mais desenvolvido em um curso independente. O escopo e a estrutura de um curso como este serão determinados pelas necessidades específicas de cada contexto, mas uma possível estrutura é apresentada aqui como sugestão. As Listas de Leituras Essenciais e Avançadas, incluídas neste Módulo, oferecem uma ampla gama de materiais para desenvolvimento de um curso completo. As TED Talks referidas no Módulo podem ser usadas em aulas relevantes para promover discussões e debates.

Sessão	Tópico	Breve Descrição
1	O papel do jornalismo na sociedade	<p>Deve abranger a história do jornalismo e reportagens jornalísticas relevantes para a cultura do local e eventos jornalísticos universalmente compreendidos. Use as discussões em grupo e debates sobre jornalismo e o Estado, bem como o que é o jornalismo atualmente; privado, público, de entretenimento, social/cidadão/público (Facebook, Twitter, YouTube, Google+, etc.), para envolver os estudantes no significado do jornalismo e do seu papel com a mídia e nesta aula.</p> <p>Análises sugeridas para ideias e materiais de ensino: Journalism: A Very Short Introduction.</p>
2	Introdução e entendimento éticos	<p>Esta aula introdutória deve focar nos entendimentos básicos sobre a ética e nas breves visões gerais históricas sobre as principais teorias éticas (por exemplo, o utilitarismo, a deontologia e a ética da virtude) e em filósofos (por exemplo, Platão, Aristóteles, Hume, Mill, Hegel, Kant, Marx, Rawls, Rorty, etc.).</p> <p>Esta aula e a seguinte se sobrepõem em vários aspectos e estabelecem as expectativas intelectuais/cognitivas para o restante das aulas sobre as questões éticas da mídia.</p> <p>Fontes Sugeridas:</p> <p>Integridade e Ética Module 1 e Media Ethics: Cases in Moral Reasoning Cases in Moral Reasoning. 10^a ed.</p>
3	The Potter Box and how to use it	<p>Introdução ao método Potter Box, enquanto uma ferramenta de consideração ética. Utilizando os estudos de caso, esta aula é usada para exercícios individuais e estudos em aula sobre o uso do método. O seu objetivo é envolver os estudantes no pensamento ético e preparar o cenário para a reflexão, à medida que as questões de ética da mídia forem discutidas nas aulas posteriores. O objetivo será utilizar o método Potter em vários momentos nas aulas posteriores e então, novamente, ao final do curso, para um exercício de reflexão e um relatório final.</p>

Sessão	Tópico	Breve Descrição
		<p>Fontes Sugeridas:</p> <p>Media Ethics: Cases in Moral Reasoning; Ethics Dilemma: Use Potter Box; Beyond the Potter Box: A Decision Model Based on Moral Development Theory</p>
4	Código de ética e estudos de caso ético	<p>A turma lê e discute o Código de Ética da Sociedade dos Jornalistas Profissionais. O professor utiliza o material e os estudos de caso para explorar o significado prático de um código de ética, a quem e como se aplica e auxilia em algumas circunstâncias, como o compartilhamento de informações, fontes anônimas ou desconhecidas, reportagens de cidadãos e uso de fontes online sem acesso às fontes originais. Fonte Sugerida:</p> <p>https://www.spj.org/ethics.asp</p>
5	Qual notícia é confiável e como escolher?	<p>Discussão e debate em sala de aula sobre em quais notícias confiar e qual é a fonte confiável.</p> <p>Fontes Sugeridas:</p> <p>Use a TED Talk How to choose your news como abertura do tema. O professor seleciona páginas da Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload.</p>
6	A mídia tem o dever de cuidado de evitar danos? Com quem tem este dever?	<p>Discussão e debate em sala de aula sobre qual é o dever de cuidado e se ele se aplica à mídia. Explore essa questão quanto à fonte original de publicação, republicação e retransmissão pela mídia ou pelos cidadãos. Exemplos análogos podem ser retirados da republicação dos segredos de estado ou de pornografia, ambos carregam responsabilidade sobre publicações subsequentes.</p> <p>Fontes Sugeridas:</p> <p>Use a TED Talk Does the media have a “duty of care”? E a leitura selecionada do Media Law and Policy in the Internet Age</p>
7	Vocês são editores, jornalistas ou retransmissores. Como você age sobre o que acha que sabe?	<p>Discussão em classe sobre como um jornalista deve pensar e dissecar os fatos e possíveis histórias advindas destes fatos antes de decidir o que tais fatos são e se deveriam ser publicados ou republicados. Permita que os estudantes interpretem um jornalista, um editor, donos ou consumidores da mídia.</p> <p>Fontes Sugeridas:</p> <p>Use a TED Talk Think Like A Journalist e leituras selecionadas a partir do The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect.</p>

Sessão	Tópico	Breve Descrição
8	Quem controla o discurso da mídia e qual a extensão da manipulação por partes ou grupos interessados?	<p>Discussão em classe, pesquisa e interpretação de papéis usando materiais e reportagens contemporâneas da mídia para exploração de preconceitos, ganhos e interesses especiais. A TED Talk desafia e expõe a falácia das crenças comuns na mídia de hoje.</p> <p>Fontes Sugeridas:</p> <p>Use a TED-Talk Astroturf and manipulation of media messages e a Introdução e Capítulo 1 de The Smear: How Shady Political Operatives and Fake News Control What You See, What You Think, and How You Vote.</p>
9	O que é o “novo jornalismo”? Jornalismo do cidadão, do consumidor ou colaborativo e seu papel.	<p>Comece com o TED Talk Citizen Journalism, que apresenta duas histórias verdadeiras muito poderosas, para levantar as questões e suas respectivas complicações para desencadear discussões e debates em classe. A leitura sugerida também apresenta ao estudantes o fotojornalismo como uma poderosa ferramenta do cidadão, com exemplos de diferentes partes do mundo. Este material pode ser expandido com exemplos dos estudantes e pesquisando na Internet para criar um conteúdo local.</p> <p>Fontes Sugeridas:</p> <p>Use a TED Talk Citizen Journalism e as leituras selecionadas de Citizen Journalism: Global Perspectives, Volume 1.</p>
10	Questões midiáticas e sociais: um estudo sobre uma questão e como solucioná-la	<p>Usando o Reporting on Corruption, a aula abordará os tópicos do relatório e os estudantes aplicarão o que aprenderam sobre mídia e ética, aplicados às reportagens sobre corrupção. Cada capítulo apresenta exemplos de casos, para escolher e envolver os estudantes no seu papel na abordagem da corrupção como jornalistas, participantes ou consumidores de mídia.</p> <p>UNODC, Reporting on Corruption: A Resource Tool for Governments and Journalists.</p>



Vienna International Centre, P.O. Box 500, 1400 Vienna, Austria
Tel.: +43-1-26060-0, Fax: +43-1-26060-5866, www.unodc.org