

## **A transparência como legi-signo na “semiose da notícia”: proposta teórico- metodológica para o enfrentamento da crise de credibilidade no jornalismo**

La transparencia como legi-signo en la  
“semiosis de la noticia”: propuesta teórico-  
metodológica para enfrentar la crisis de  
credibilidad en el periodismo

Transparency as a Legi-Sign in the “Semiosis  
of News”: A Theoretical-Methodological  
Proposal to Address Journalism’s Credibility  
Crisis

---

FELIPE MOURA DE OLIVEIRA<sup>1</sup>,  
CAROLINA MONEGO LINS PASTL<sup>2</sup>

---

**Resumo:** O artigo propõe uma abordagem teórico-metodológica para o enfrentamento da crise de credibilidade do jornalismo, tomando a transparência como legi-signo na “semiose da notícia” e visando justificá-la e operacionalizá-la como preceito deontológico do campo. O objeto empírico é o Projeto Credibilidade e o Programa de Indicadores de Compromissos com o Público, do Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor). A metodologia articula a semiótica peirceana à concepção weberiana de “tipo ideal”, redundando em 11 indicadores de transparência. Os resultados apontam para a viabilidade de pensar a transparência como espécie de “guia de sentido” na “mediação qualificada” exercida pelo jornalismo entre os acontecimentos e a sociedade. Essa hipótese sustenta que, ao explicitar o método, a transparência restabeleceria o

---

<sup>1</sup> Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (RS). Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do curso de graduação em Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Email: felipecomunica@gmail.com.

<sup>2</sup> Mestre e doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Repórter do jornal Zero Hora (RS). carolinamlpastl@gmail.com.

contrato de comunicação com o público no contexto de desinformação e negacionismo que marcam o ambiente digital.

**Palavras-chave:** Teoria Geral dos Signos; contrato de comunicação; tipo ideal.

**Resumen:** Este artículo propone un enfoque teórico y metodológico para abordar la crisis de credibilidad en el periodismo, tomando la transparencia como signo legi en la "semiosis de la noticia" y buscando justificarla y operacionalizarla como un precepto deontológico del campo. El objeto empírico es el Proyecto de Credibilidad y el Programa de Indicadores de Compromiso con el Público, del Instituto para el Desarrollo del Periodismo (Projor). La metodología articula la semiótica peirceana con la concepción weberiana de "tipo ideal", dando como resultado 11 indicadores de transparencia. Los resultados apuntan a la viabilidad de pensar la transparencia como una especie de "guía de significado" en la "mediación cualificada" que ejerce el periodismo entre los acontecimientos y la sociedad. Esta hipótesis sostiene que, al explicitar el método, la transparencia restablecería el contrato de comunicación con el público en el contexto de desinformación y negacionismo que caracterizan el entorno digital.

**Palabras clave:** Teoría General de los Signos; contrato de comunicación; tipo ideal.

**Abstract:** This article proposes a theoretical and methodological approach to address the crisis of credibility in journalism, taking transparency as a legi-sign in the "semiosis of news" and aiming to justify and operationalize it as a deontological precept of the field. The empirical object is the Credibility Project and the Program of Indicators of Commitment to the Public, from the Institute for the Development of Journalism (Projor). The methodology articulates Peircean semiotics with the Weberian conception of "ideal type," resulting in 11 transparency indicators. The results point to the viability of thinking about transparency as a kind of "guide to meaning" in the "qualified mediation" exercised by journalism between events and society. This hypothesis argues that, by making the method explicit, transparency would re-establish the communication contract with the public in the context of disinformation and denialism that characterize the digital environment.

**Keywords:** General Theory of Signs; communication contract; ideal type.

## Introdução

Uma breve consulta a um dicionário de Língua Portuguesa resulta em significado representativo do percurso de sentido que traçamos ao refletir sobre

a “transparência” no jornalismo: “Característica de quem age de modo franco e sem subterfúgios” (Michaelis, 2025, acesso online). Embora vaga, a definição aponta para práticas jornalísticas capazes de restabelecer um contrato de comunicação com o público que supere a desconfiança que paira em tempos de negacionismo e desinformação (Oliveira; Pastl, 2023) - ressalvado, claro, o caráter semântico típico desse tipo de definição.

Mais do que um significado definitivo para transparência, interessa-nos postulá-la como um dos preceitos deontológicos do jornalismo; farol para o exercício de uma “mediação qualificada” entre a realidade caótica dos acontecimentos e a sociedade - tarefa que consideramos prioritária na contemporaneidade, metabolizada na linguagem como território epistemológico (Oliveira, 2018).

O debate é permeado pelas contribuições de pesquisa de mestrado recentemente concluída (Pastl, 2025), dedicada à construção de uma proposta teórico-metodológica voltada ao recurso à transparência e, posteriormente, à sua operacionalização no âmbito das práticas jornalísticas. No esteio da Teoria Geral dos Signos de C. S. Peirce, as inferências apontam para a constituição da transparência como legi-signo na “semiose da notícia” (Henn, 1996; Oliveira, 2018), em elaboração eminentemente teórica, mas que não prescinde de propor um “tipo ideal” (no sentido weberiano) baseado na observação de experiências praticadas no jornalismo profissional.

Antes de avançar à proposta, porém, impõe-se contextualizá-la, de modo a localizá-la na evolução do debate sobre a transparência. Trata-se de um contexto de crise enfrentada pelo jornalismo ante ao ambiente digital: sistêmica, inédita na história porque, diferentemente das anteriores, põe em xeque o poder de intermediação (Henn; Oliveira, 2015) que exerce historicamente na esfera pública. Com a emergência de outros agentes significando os acontecimentos nas redes sociais digitais, as representações que o jornalismo faz da realidade são questionadas, quando não refutadas, expondo compulsoriamente parte do seu método: apuração, enquadramento, edição, distribuição, etc. (Oliveira, 2018). A credibilidade é questionada, seja a percebida, seja a constituída, de que falam Lisboa e Benetti (2017).

A reação do chamado jornalismo profissional - notadamente aquele mantido por empresas de comunicação, mas não só - é, inicialmente, instintiva, visando ao embate com outras formas de circulação de informação (Oliveira, 2021). Cronologicamente, remonta ao início dos anos 2000 e à profusão de blogs

mantidos por jornalistas fora das redações tradicionais (Oliveira *et al.*, 2020), subvertendo valores canônicos e/ou expondo-os.

No Brasil, uma primeira reação mais reflexiva, mesmo que tímida, surge em 2008, quando a *TV Globo* estreia o programa *Profissão Repórter*, objeto de investigação de Klein (2012), que argumenta que, ao mostrar como a notícia é construída, incluindo dilemas éticos, erros e escolhas de repórteres, o programa semanal, mantido até hoje na grade, ensina o público sobre o funcionamento do jornalismo. A prática converter-se-ia em ato pedagógico: o método de apuração (investigação, verificação, escuta, deslocamento, confronto de versões) deixa de ser invisível e vira parte do enunciado; o telespectador é convidado a acompanhar a lógica interna, potencialmente desenvolvendo a compreensão sobre os critérios de seleção da informação; o trabalho é exposto no seu aspecto processual.

Maia (2008) antecipara tal perspectiva. Já discutindo a transparência como ferramenta para assentar a credibilidade, o autor propõe que, diante de uma crise de confiança em ascensão vertiginosa à época, tornar visíveis os bastidores da produção da notícia seria essencial para restabelecer vínculos com o público, chamando à conversa, em especial, Kovach e Rosenstiel (2014) e a “disciplina da verificação” para propor a “regra da transparência”. Na prática, ela se processaria a partir de diferentes instrumentos: *making of*; reportagens autorreferenciadas a partir de elementos, como a política editorial do veículo; blogs e bastidores, dúvidas, limites e decisões editoriais; e a inclusão do cidadão como fonte e produtor de informação - realçando o caráter dialógico do fazer jornalístico.

Do ruidoso cenário político brasileiro da última década decorre manifestação concreta do recurso à transparência como “cláusula” no contrato de comunicação (Charaudeau, 2010) em revisão por força de fenômenos que marcam o ambiente digital. Mais especificamente na série de reportagens #VazaJato, de 2019, desencadeada pelo site *The Intercept Brasil* (TIB), o qual denunciou a transgressão do devido processo legal na condenação do presidente Luiz Inácio Lula da Silva na “Operação Lava Jato” - objeto de reflexão em trabalho anterior (Oliveira, 2021).

Tomada como ciberacontecimento (Henn, 2014), o processo acontecimental da #VazaJato leva o jornal *Folha de S. Paulo* a encampar a investigação cujo ponto de partida é um arquivo com trocas de mensagens entre o ex-juíz Sergio Moro, responsável pela condenação de Lula, e membros do Ministério Público que acusavam o presidente, obtido pelo TIB por meio de fonte anônima. Na

capa de 23 de junho de 2019, a *Folha* mancheteia: “Lava Jato articulou apoio a Moro em momento crítico”. A reportagem interna, disponibilizada também no digital, leva o título “Lava Jato articulou apoio a Moro diante de tensão com STF, mostram mensagens”, é assinada por “Folha e The Intercept Brasil” e tem o entretítulo dedicado a justificar a adesão – “Série de reportagens explora mensagens obtidas por site” –, com texto que revela os bastidores:

*Nos últimos dias, repórteres do jornal e do site trabalharam lado a lado, pesquisando as mensagens e analisando seu conteúdo. Como o material é muito vasto, os jornalistas têm dedicado bastante tempo para analisar os diálogos, examinar o contexto das discussões nos vários grupos de mensagens e checar as informações encontradas para verificar a consistência do material obtido pelo Intercept.*

[...]

*Ao examinar o material, a reportagem da Folha não detectou nenhum indício de que ele possa ter sido adulterado. Os repórteres [...] buscaram nomes de jornalistas da Folha e encontraram diversas mensagens que de fato esses profissionais trocaram com integrantes da força-tarefa nos últimos anos, obtendo assim um forte indício da integridade do material (Folha, 2019, acesso online) .*

Tanto a *TV Globo* (com o “Profissão Repórter”) quanto a *Folha de S. Paulo* (na #VazaJato) - além de outros veículos que aderem à investigação liderada pelo TIB - respondem, mais ou menos conscientemente, aos movimentos de questionamento da sua credibilidade, progressivos no primeiro quarto do Século XXI, acionando a transparência nos seus processos.

Chega-se, então, às experiências que dão base empírica à proposta teórico-metodológica ora em curso.

Primeiro, o Projeto Credibilidade , divisão brasileira do *The Trust Project*, de 2017. No Brasil desde 2019, trata-se de um manual com padrões de transparência adotado por 126 veículos de diferentes países. Ele propõe indicadores de credibilidade que abrangem princípios éticos e de conduta, protocolos de apuração, edição e publicação. A ideia é que jornalistas o utilizem como balizador do recurso à transparência.

Mais recentemente, em 2024, o Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor) lançou uma iniciativa semelhante que adiciona uma camada de verificação aos sites de organizações jornalísticas listadas no Atlas da Notícia. O objetivo é promover o compromisso com a precisão, a transparência e o interesse público. Chama-se Programa de Indicadores de Compromissos com o Público . São 11 indicadores que refletem as “melhores práticas” para envolver o público e demonstrar o comprometimento com a

integridade jornalística. Veículos que cumprem ao menos oito deles recebem um selo de "veículo comprometido com o público".

Dentre os objetivos da pesquisa-base (Pastl, 2025) aqui sintetizados, destacam-se: 1) argumentar teoricamente a transparência como legi-signo na "semiose da notícia" no sentido da fixação da crença (Peirce, 1877) e no assentamento da credibilidade jornalística; 2) identificar catalisadores de transparência no Projeto Credibilidade e no Projor; 3) e, em especial, propor um conjunto revisado de indicadores de transparência como "tipo ideal" (Weber, 2014).

O arranjo metodológico que combina a semiótica peirceana com o "tipo ideal" weberiano justifica-se pela centralidade da análise na ação de um indivíduo (o jornalista) ou um coletivo específico (o jornalismo) na relação com o outro - na nossa construção, ação representada pelo exercício da "mediação qualificada". Weber (2014, p. 3) explica que "Ação 'social' [...], quanto a seu sentido visado pelo agente ou os agentes, se refere ao comportamento de outros, orientando-se por este em seu curso".

A sociologia compreensiva weberiana e a semiótica pragmaticista peirceana, como argumentam Fonseca e Seibt (2015) e Kuschik (2006), intentam interpretar sentidos: Weber por meio da interpretação das ações sociais, classificadas por tipos ideais; Peirce, dos signos e seus interpretantes, pelos quais, exclusivamente, a realidade torna-se apreensível ao ser humano. A busca pela credibilidade junto ao público é o galvanizante da relação entre ambas as perspectivas.

O artigo começa com uma rápida definição do conceito de "semiose da notícia" e da compreensão das práticas jornalísticas como legi-signos. Na seção seguinte, a transparência é concebida como legi-signo. Finalmente, é apresentada a proposta teórico-metodológica, com lastro no "tipo ideal" como operador de sentidos, que intenta tanto perceber e analisar a transparência em processos jornalísticos quanto ofertar um aparato que permita exercê-la - embora não avancemos, por ora, a esse nível de desenvolvimento -: 11 indicadores, fruto do cotejamento da perspectiva teórica que sustenta a proposta com os projetos que a incitam na sua dimensão mais empírica.

Como hipótese preliminar, argumentamos que o exercício da transparência pode ser capaz de oferecer ao leitor clareza nas escolhas que orientam a produção da notícia (Gehrke, 2021), configurando-se como um mecanismo essencial para atestar a credibilidade ante ao ambiente digital, onde as dinâmicas de informação e desinformação impõem mais exposição e

verificação. Nesse sentido, ela não apenas contribuiria para o restabelecimento da confiança do público, mas também favoreceria a legitimação da "mediação qualificada" como propósito do jornalismo.

## **A “semiose da notícia”**

O processo jornalístico como semiose é um exercício de produção de signos (Henn, 1996; Oliveira, 2018). O projeto filosófico de C. S. Peirce (2002) propunha a compreensão dos fundamentos do conhecimento, porque todo o pensamento é processado por signos. Ele debate com Kant a primazia de um pragmatismo capaz de explicar como o conhecimento se estabelece e avança. A concepção muda em relação aos idealistas: o pensamento só é possível em signos que emergem em processo eminentemente fenomenológico de afetação da mente (Oliveira, 2018).

Ainda como premissa, é na linguagem que reside a materialidade do jornalismo: ocupar um lugar de "mediação qualificada" na esfera pública, como campo capaz de produzir certo tipo de conhecimento específico entre a realidade caótica dos acontecimentos e a sociedade no tempo presente.

O conceito de esfera pública é evocado, em Habermas (2003), na relação com Peirce. Quando Oehler (1987) retoma o percurso histórico da sua semiótica, ele aponta uma preocupação teleológica com o consenso (nos termos técnicos com os quais o semioticista trabalha) como conceito capaz de elevá-la a uma dimensão pragmática. Em Habermas, a ação comunicativa na direção do bem-comum é balizada por quatro premissas: compreensibilidade na expressão; verdade na mensagem; veracidade na enunciação; exatidão no discurso. Em Peirce (2002), uma representação da realidade capaz de produzir algum nível de consenso é calcada na escolha, pelo método adequado, dos signos mais precisos para representar os objetos da realidade (inapreensível ao ser humano senão pela linguagem).

A semiótica peirceana oferece, finalmente, uma relação lógica que tenta evitar o idealismo, privilegiando a fenomenologia. Eco (1976, p. 317) corrobora ao argumentar que ela pode permitir a percepção da intersubjetividade quando reconhece os sujeitos numa dada situação de comunicação “apenas enquanto eles se manifestam através de funções sígnicas, desempenhando funções [...], criticando [...] funções [...], e reestruturando as funções [...] preexistentes”.

O breve panorama teórico serve à introdução do conceito de “semiose da notícia”: processos pensados desde a pauta (Henn, 1996) à sua atualização

em meio ao ambiente digital e aos processos sociais difusos (Oliveira, 2018). Semiose é uma ação de significação da realidade que envolve a cooperação de três sujeitos – um signo, seu objeto e seu interpretante. Daí decorre a constituição do esquema lógico na “semiose da notícia”: objeto/acontecimento – mente interpretante/jornalismo – signo/notícia. É um fluxo submetido às etapas históricas do processo de produção da notícia.

Uma série de “guias de sentido” atuam na significação do acontecimento. E é na terceira dimensão do signo que eles se manifestam, sob a designação técnica atribuída por Peirce (2002): legi-signos, signos que representam seu objeto por força de lei, diferentemente do quali-signo (pelas propriedades do próprio signo) e do sin-signo (pela referência indicial que o signo carrega). Pelo que tem de convenção, o legi-signo é capaz de representar objetos abstratos, sem materialidade. Uma ideia. Um valor. Não representa o singular, mas o geral: “[...] o objeto de uma palavra não é alguma coisa existente, mas uma ideia abstrata, lei armazenada na programação linguística de nossos cérebros”, ensina Santaella (1983, p. 14). Agem e interagem sistemas de produção de sentido, como o próprio jornalismo, e discursos que se valem de diferentes sistemas no espaço simbólico que Lotman (1996) denominou semiosfera – a Igreja, o Estado, a Escola... A ciência.

Na nossa perspectiva, os legi-signos orientam as práticas jornalísticas. São os valores, convenções históricas e socioculturais que guiam o jornalista da apuração à publicação, como as ideias de imparcialidade e objetividade, ou mesmo os valores-notícia, já que são critérios que orientam a seleção de acontecimentos. Berger (2003, p. 127) contribui para essa ideia ao refletir sobre a relação conflituosa entre texto e contexto, sublinhando o discurso jornalístico, no qual o “sujeito jornalista convive em tensão com suas fontes, com a empresa jornalística e com os leitores, confirmando que as condições incluem a produção, a circulação e o reconhecimento e que, estas, formatam e moldam o modo de dizer as coisas do mundo”.

Na produção da notícia, há, claro, a aplicação consciente das técnicas da linguagem jornalística, mas há também um processo social mais amplo, de compartilhamento de sentidos entre sujeitos com vistas à significação do mundo, que influenciam todo o processo e estabelecem enquadramentos.

## A transparência como legi-signo

A visada do jornalismo como "mediação qualificada" (Oliveira, 2018) passa pela revisão do seu estatuto filosófico, em que se localiza a discussão da transparência do método como espécie de nova “cláusula” do contrato de comunicação (Charaudeau, 2010) - ou uma nova justificação da credibilidade constituída (Lisboa; Benetti, 2017). Entendendo, então, a transparência como legi-signo que orienta a “semiose da notícia”, tratar-se-ia de incluí-la no conjunto de preceitos deontológicos do campo.

Peirce, em *A Fixação das Crenças* (1877), ajuda a justificar a pertinência da proposta. Quando versa sobre os métodos por meio dos quais uma crença é fixada, o autor afirma que os três primeiros - da tenacidade, da autoridade e a priori - são incapazes de fazer avançar o conhecimento. Seria necessário um quarto método, o qual chama de método da ciência. Se no jornalismo o método de fixação das crenças que guiava as semioses foi preponderantemente o da autoridade (Caldas, 2019) até o assentamento dos processos difusos de significação dos acontecimentos no ambiente digital — onde passam a prevalecer os métodos da tenacidade (Henn, 2022) — e, a priori, o campo poderia, por meio de uma virada metodológica processada no âmbito da sua epistemologia, calcar sua credibilidade inspirando-se no método da ciência; um método que, tal qual no científico stricto sensu, não pode prescindir da transparência dos seus processos. É preciso salientar, no entanto, que a defesa não é pela adoção do método científico. O conhecimento jornalístico não se confunde com ciência, mas, sim é uma forma de conhecimento específico, fruto de processos também específicos.

Em trabalho anterior, Pastl (2022) percebeu que o jornalismo tem tentado se aproximar do discurso científico. A partir de análises de conteúdos que explicavam a ineficácia do medicamento cloroquina contra a covid-19, identificamos tentativas de trazer a ciência para dentro das reportagens por entendermos ser uma fonte credível e praticamente unânime de confiança. Mas, afinal, por que a ciência? Justamente porque o convencimento se dá por meio da transparência intrínseca ao método. Em última análise, o método peirceano da ciência, entre outros fatores, é confiável por causa da sua replicabilidade - justamente pela sua transparência, em movimento retroalimentar.

Vislumbra-se, portanto, a possibilidade de enfrentamento da crise de credibilidade do jornalismo, não por meio da reiteração da sua autoridade na forma como fora constituída, no discurso de “verdade não mediada”, mas pela

transparência do método por meio do qual representa a realidade dos fatos. Como afirmam Franzoni e Lisboa (2018, p. 13): “o jornalismo toma seus métodos e motivações como auto-evidentes quando eles não o são. Esse talvez seja um dos aspectos mais geradores de desconfiança sobre a atividade”.

Importaria menos uma noção de totalidade da representação que o signo/notícia é capaz de representar, totalidade que pela semiótica é impossível, na medida em que há sempre “sobras”, nas palavras de Santaella (2008), que hoje resultam em significações difusas nas redes sociais digitais. Importaria mais a credibilidade da representação, independentemente das crenças em relação ao contexto em que aconteceu. Como escreveu Peirce (1877, p. 18), “o teste para saber se sigo verdadeiramente o método não é um apelo imediato aos meus sentimentos e objectivos, mas, pelo contrário, envolve ele próprio a aplicação do método”.

Kovach e Rosenstiel (2014) colaboram ao sustentar que a era do “confie em mim” da imprensa acabou. Agora, as audiências inauguraram a era do “mostre-me” e exigem que os veículos sejam transparentes nos métodos e motivações. A credibilidade pressuposta da imprensa não seria mais uma fonte inesgotável. Ela cada vez mais se estabelece e é negociada em um processo dinâmico e intersubjetivo no contrato de comunicação jornalístico (Deuze; Witschge, 2015; Benetti, 2008; Charaudeau, 2010). Como perceberam Uth, Badura e Blöbaum (2021, p. 77, tradução nossa), uma vez que a transparência permite um melhor julgamento de produtos e processos jornalísticos, “os destinatários estão em uma posição melhor tanto para julgar a confiança no jornalismo quanto os riscos associados ao uso das informações veiculadas como base de suas ações”.

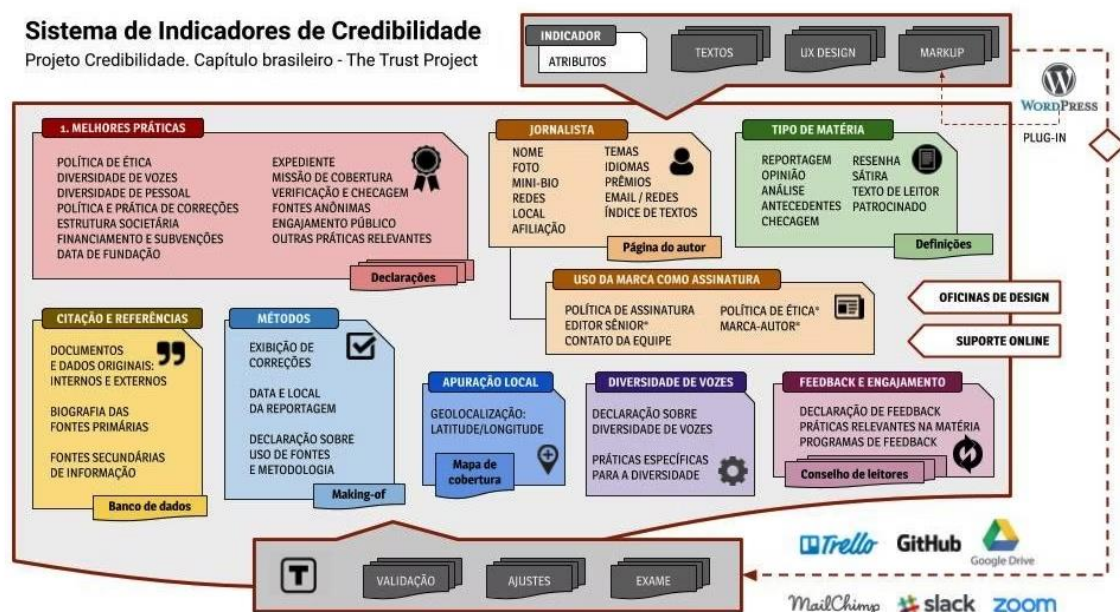
### **O recurso à transparência: proposta teórico-metodológica**

Parece-nos, a essa altura, que a inscrição teórica do recurso à transparência resta justificada, assim como a defesa da sua inclusão nos preceitos deontológicos do jornalismo. É, por um lado, nosso propósito oferecer uma perspectiva teórico-metodológica que permita analisar a transparência no contexto da crise de credibilidade. Por outro lado, dedicamo-nos a propor que o arranjo avance à possibilidade de exercê-la no processo jornalístico. Cumpre chamar a atenção, contudo, à natureza experimental, ensaística, da proposta:

a entendemos como ponto de partida, longe de dotar jornalistas de técnicas para traduzi-la nas práticas.

Algumas ponderações sobre o percurso metodológico que nos permitiu chegar ao que poderíamos chamar de “tipo ideal” conceitual (Weber, 2014) são imperativas. A primeira diz respeito ao espaço que temos para detalhá-lo: restrito em relação à dissertação que nos empresta inferências (Pastl 2, 2025), não nos possibilita aprofundar. A segunda contextualiza brevemente o percurso: além do *Projeto Credibilidade* e do *Programa de Indicadores de Compromissos com o Público do Projo*, compõem o material empírico da pesquisa de mestrado reportagens de veículos que aderem às iniciativas, além de revisão bibliográfica sobre os conceitos de método e transparência no jornalismo. Percebemos regularidades, dissonâncias e ausências nos indicadores, o que, junto de uma análise crítica, nos leva a inferir o “tipo ideal”.

**Imagem 1:** Indicadores do Projeto Credibilidade



Fonte: Projeto Credibilidade

**Imagem 2:** Indicadores do Projor

| <b>Programa de Indicadores de Compromissos com o Público (Projor)</b> |                                               |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| +                                                                     | EXPEDIENTE                                    |
| +                                                                     | PRINCÍPIOS EDITORIAIS                         |
| +                                                                     | POLÍTICA DE CORREÇÃO                          |
| +                                                                     | AFILIAÇÃO A ASSOCIAÇÕES                       |
| +                                                                     | ACESSO AOS PROFISSIONAIS DA REDAÇÃO           |
| +                                                                     | PROPRIEDADE DO VEÍCULO                        |
| +                                                                     | AFILIAÇÃO A ASSOCIAÇÕES                       |
| +                                                                     | IDENTIFICAÇÃO CLARA DE CONTEÚDOS PATROCINADOS |
| +                                                                     | TRANSPARÊNCIA DE FINANCIAMENTO                |
| +                                                                     | IDENTIFICAÇÃO DE AUTORIA                      |
| +                                                                     | POLÍTICA DE PRIVACIDADE                       |
| +                                                                     | ACESSIBILIDADE                                |

**Fonte:** Projor

Se lembrarmos da matriz teórica que nos orienta, é possível compreender os indicadores como subcategorias de legi-signos, de natureza mais pragmática, dando lastro à própria transparência como legi-signo orientador da “semiose da notícia”. Isso porque operam - ou propõem-se a operar - como normas interpretativas na produção, na forma e no conteúdo de veículos filiados. Essa função torna-se evidente, por exemplo, no quarto indicador do Projeto Credibilidade, “citações e referências” (indicação da origem das informações). O mesmo é observado no Projor, no terceiro indicador: “política de correção de erros”, que estabelece diretrizes sobre como fazer correções, como identificar o erro sem reforçá-lo, apresentar a versão correta e informar data e hora da correção.

Há também diferenças. O indicador “Identificação de Autoria”, do Projor, por exemplo, pode ser associado com o “Jornalista”, do Projeto Credibilidade, mas os indicadores do Projeto Credibilidade “Apuração Local”, “Diversidade de Vozes”, “Citações e Referências” e “Método” não aparecem no Projor. Somente no Projor há os indicadores “Acessibilidade” e “Política de Privacidade”. Em

análise breve, depreende-se que, enquanto o Projor dá mais atenção à transparência do veículo, o Projeto Credibilidade busca desvelar o método em si - objetivos que, na avaliação deste trabalho, não são incompatíveis.

Quanto a novos indicadores, fruto da revisão bibliográfica que fizemos sobre a transparência, um deles é a disponibilização de um código de ética. Entre outras razões, destaca-se a presença da transparência no centro da versão de 2014 do Código de Ética da Sociedade de Jornalistas Profissionais dos Estados Unidos, como exemplo. Segundo o texto, um jornalismo ético pressupõe assumir responsabilidade pelos atos e explicar ao público as decisões tomadas (Society of Professional Journalists, 2014). Com Susanne Fengler e Dominik Speck (2019), propomos a visibilidade para potenciais vieses dos autores (como através de conexões pessoais a fontes ou eventos mencionados nela).

A necessidade de educação midiática aparece com frequência na literatura sobre transparência. Ainda que argumentemos que, com a adoção dos indicadores, o público tenha acesso à replicabilidade do método jornalístico, salienta-se, em novo indicador, esse aspecto. Christofletti (2021) defende uma educação midiática também para jornalistas, com investimento das empresas no seu treinamento.

Eis que chegamos ao “tipo ideal” conceitual (provisório e em desenvolvimento) que queremos defender como proposta teórico-metodológica para a compreensão e o exercício da transparência no jornalismo face à sua crise de credibilidade atual.

1. Identificação do jornalista: informações detalhadas sobre quem produziu o conteúdo, incluindo área de especialização. Um perfil: tempo de experiência, formação, áreas de cobertura recorrentes, prêmios e um link para uma página com o arquivo de sua produção. Ressalvam-se casos que envolvam a segurança dos jornalistas e a integridade das apurações.

2. Práticas editoriais e institucionais: adoção de processos transparentes.

2.1. Transparência de financiamento: informação destacada sobre fontes de financiamento: patrocinadores, apoiadores, eventuais doações e modelos de receita.

2.2. Propriedade do veículo: quem é o responsável legal e editorial, razão social, CNPJ, nomes dos proprietários, sócios ou acionistas, mesmo no caso de organizações sem fins lucrativos. Em associações, recomenda-se a identificação dos dirigentes e seus mandatos.

2.3. Política de correção de erros: descrição sobre como o veículo lida com erros em suas publicações; qual era a informação incorreta; apresentar a correção de forma clara; registrar a data e o horário da atualização.

2.4. Expediente editorial: disponibilização de expediente com nomes e funções dos profissionais responsáveis pelo conteúdo, com emails de contato e, quando possível, links para perfis profissionais.

2.5. Princípios editoriais: missão, valores e compromissos editoriais, com declaração que explique os cuidados adotados para assegurar apuração rigorosa, verificação das informações, correção de erros e independência editorial.

2.6. Afiliações institucionais: filiação a entidades representativas do setor jornalístico ou empresarial, publicada em páginas institucionais, com indicação do nome da entidade, link para o site oficial, logomarca (se possível) e data de filiação e sua justificativa.

2.7. Código de ética: disponibilização de código de ética jornalística, seja próprio ou adotado a partir de organizações externas.

3. Identificação do tipo de conteúdo: natureza, se reportagem noticiosa, análise, texto opinativo ou conteúdo publicitário, por exemplo.

3.1. Identificação de conteúdos patrocinados: todo conteúdo que tenha recebido qualquer forma de financiamento - por meio de anúncios, patrocínio direto, doações, apoios logísticos (como despesas de transporte) ou outro tipo - deve ser identificado; recomenda-se o uso da etiqueta “Conteúdo Patrocinado” ou equivalente.

3.2. Declaração de viés editorial: informar explicitamente, quando for o caso, se há um posicionamento editorial ou viés declarado no enquadramento da cobertura.

4. Participação e acesso ao jornalismo: estímulo à colaboração ativa da audiência, tanto o acolhimento de críticas e sugestões quanto o reconhecimento das contribuições do público na definição de pautas, no processo de apuração e na correção de imprecisões.

4.1. *Feedback* acionável e colaboração do público: estímulo à participação de leitores, convidando-os a enviar sugestões de pauta, comentar os conteúdos publicados, contribuir com informações relevantes e sinalizar eventuais erros.

4.2. Acesso aos profissionais da redação: o nome do profissional deve vir acompanhado de um endereço de e-mail funcional e individual ou outra forma de contato, segura, mas sem dificuldades técnicas ou burocráticas.

5. Citações e referências: identificação das fontes, com precisão, e de onde cada informação foi obtida, especialmente em reportagens investigativas, aprofundadas ou que envolvam temas controversos - resguardando o direito constitucional (no caso brasileiro) da preservação da fonte, quando a pauta exigir.

6. Métodos: explicitar os métodos utilizados, descrevendo como os repórteres decidiram abordar o tema, quais etapas de apuração foram seguidas, quanto tempo foi dedicado à investigação e quem mais participou do processo (editores, especialistas consultados ou equipes de apoio e etc).

7. Apuração local: indicar quando uma reportagem é fruto de apuração feita *in loco* ou por profissionais com conhecimento aprofundado sobre a realidade local.

8. Diversidade de vozes: incluir diferentes perspectivas sociais, culturais, raciais, étnicas, de gênero, territoriais e ideológicas nos conteúdos, afastando a reprodução de estereótipos.

9. Política de privacidade: publicar uma política de privacidade que explique como obtém, processa e armazena dados pessoais de usuários.

10. Acessibilidade: recursos de acessibilidade que garantam acesso aos conteúdos também para pessoas com deficiência.

11. Educação midiática: promoção do entendimento crítico do público, explicando conceitos essenciais, processos de apuração e critérios editoriais, com a oferta de conteúdos educativos que ajudem na identificação de desinformação e negacionismo, no reconhecimento de fontes confiáveis e na compreensão do papel do jornalismo em democracias.

Tecnicamente, são elementos codificados em protocolos editoriais, políticas institucionais e diretrizes que normatizam tanto a construção quanto a leitura da notícia, sustentando valores como veracidade, clareza, contextualização e compromisso com o interesse público – valores que operariam, semioticamente, como legi-signos na prática jornalística. Reconhecemos, de antemão, um estágio ainda muito incipiente da proposta, por um lado, e, por outro, estimamos que, mesmo a partir do seu aperfeiçoamento, sua adoção, seja para fins de análise, seja para o exercício da transparência como prática, demanda ainda longo percurso teórico-conceitual e metodológico.

## Considerações finais

Intitular a seção final “considerações preliminares” não é mero recurso à retórica. Dá conta de significar a proposta que o artigo oferece no seu estágio preciso: inicial, experimental e ainda muito concentrada na dimensão conceitual. Decorre daí sua primeira limitação: falta testar a proposta teórico-metodológica calcada na transparência como legi-signo na “semiose da notícia” na análise de reportagens de veículos (filiados às iniciativas que dão base empírica à discussão ou não), movimento que pode resultar no pontapé inicial para o desenvolvimento de práticas concretas para o exercício do conceito.

São ponderações, contudo, que não impedem uma conclusão preliminar sobre a pertinência da hipótese que defendemos: a transparência pode, como preceito deontológico do jornalismo, favorecer a negociação do contrato de comunicação com o público, reassentado a credibilidade, em xeque ante aos processos difusos de significação dos acontecimentos no ambiente digital. Esperamos ter contribuído com essa conclusão ao cumprir, pelo menos parcialmente, os objetivos apresentados na introdução. Destacamos, sobretudo, o percurso que toma emprestado o método da ciência, em Peirce (1887), para a fixação da crença no jornalismo como campo legitimado ao exercício da “mediação qualificada”.

Conviria, a propósito, para o avanço à plena inteligibilidade da proposta, se pudéssemos adentrar mais a perspectiva do jornalismo como “mediação qualificada” entre a realidade caótica dos acontecimentos e a sociedade no âmbito da linguagem como lugar epistemológico, o que fica para trabalhos futuros, dado aqui o limite de espaço.

Também reconhecemos limites pragmáticos para a adesão ao “tipo ideal” conceitual que propomos por conta da natureza ainda abstrata dos indicadores, além do fato do público não conhecer as qualificações e os valores que orientam a prática jornalística, como revela estudo do *The Media Insigth Project* (2021), que recomenda que, antes de ensinar as pessoas a confiar no jornalismo, deve-se buscar saber como percebem os jornalistas. Resulta daí, portanto, um desafio para pesquisas que recorram aos estudos de recepção.

Os indícios colhidos tanto em experiências do chamado jornalismo profissional quanto nos projetos institucionais (Credibilidade e Programa de Indicadores de Compromissos com o Público do Projor) indicam uma reconfiguração da relação com a sociedade, não pela reafirmação de uma

autoridade opaca, mas, sim, pela explicitação dos métodos, critérios e motivações que orientam a atividade.

## Bibliografia

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

BERGER, Christa (Org.). **Campos em confronto**: a terra e o texto. 2. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.

CALDAS, Pedro Neris Luiz. Um breve olhar peirceano sobre as relações de crenças e dúvidas na experiência de recepção e difusão de informações nas mídias tradicionais e na internet. **Semeiosis**, ECA-USP, v. 10, n. 1, 2019. Disponível em: <<https://semeiosis.com.br>>. Acesso em: 10 jul. 2026.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2009.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. O que pensam os jornalistas brasileiros sobre a transparência das suas práticas? **Revista Famecos**, PUCRS, v. 28, 2021. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos>>. Acesso em: 10 jul. 2026.

DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. Entrepreneurship at work: Analyzing practice, labour, and creativity in journalism. **Sociologica**, Universidade de Bolonha, Bolonha, v. 9, n. 3, 2015, p. 1-28.

ECO, Umberto. **A Theory of Semiotics**. Bloomington: Indiana University Press, 1976.

FENGLER, Susanne; SPECK, Dennis. Journalism and transparency: A mass communications perspective. In: BERGER, Stefan; OWETSCHKIN, Dmitrij (Orgs.). **Contested Transparencies, Social Movements and the Public Sphere**. London: Palgrave Macmillan, 2019. p. 231-249.

FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira; SEIBT, Taís. A contribuição de Max Weber para os estudos do jornalismo: um ensaio teórico-metodológico. **InTexto**, UFRGS, Porto Alegre, n. 33, 2015. p. 142-160.

FRANZONI, Sabrina; LISBOA, Sílvia. Jornalismo e efeito de transparência: definições na teoria e na prática. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 16., 2018, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2018. Disponível em: <<http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2018/paper/viewFile/1507/908>>. Acesso em: 11 jul. 2026.

GEHRKE, Marília. **Os elementos de transparência no Jornalismo Guiado por Dados**. 2021. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HENN, Ronaldo. **Pauta e notícia**. Canoas: Ulbra, 1996.

\_\_\_\_\_. **El cibercontecimiento: producción y semiosis**. Barcelona: Editorial UOC, 2014.

\_\_\_\_\_. O problema semiótico da desinformação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 45., 2022, Porto Alegre. **Anais [...]**. João Pessoa: Intercom, 2022. Disponível em: <<https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0720202211023162d80af7814ba.pdf>>. Acesso em: 11 jul. 2026.

HENN, Ronaldo; OLIVEIRA, Felipe Moura de. Jornalismo e movimentos em rede: a emergência de uma crise sistêmica. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, PUCRS, Porto Alegre, v. 22, n.3, 2015, p. 77-95.

KLEIN, Eloisa. **Circuitos comunicacionais ativados pela autorreferência didática no jornalismo: o caso do Profissão Repórter**. 2012. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2012.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o que o público deve exigir**. 2. ed. São Paulo: Geração Editorial, 2014.

KUSCHIK, Murilo. Weber e a sua relação com a comunicação. In: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz (Orgs.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Porto Alegre: Sulina, 2006, p. 23-33.

LISBOA, Silvia; BENETTI, Marcia. Credibilidade no jornalismo: uma nova abordagem. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, UFSC, Florianópolis, v.14, n.1, 2017, p. 51-62.

LOTMAN, Yuri. **La semiosfera**. Madrid: Cátedra, 1996.

MAIA, Marta Regina. The rule of transparency: as an element of democratization in the journalism production process. **Brazilian Journalism Research**, SBPJor, Brasília, v. 4, n. 2, 2008. p. 58-69.

MICHAELIS. Transparência. **Michaelis: Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa**. São Paulo: Melhoramentos, 2025. Disponível em: <<https://encurtador.com.br/9VBD8>>. Acesso em: 4 ago. 2025.

OEHLER, Klaus. **An Outline of Peirce's Semiotics**. New York: Plenum Press, 1987.

OLIVEIRA, Felipe Moura de. **La semiosis de la noticia: movimientos sociales en red y crisis del periodismo**. Barcelona: Editorial UOC, 2018.

\_\_\_\_\_. Da crise à mediação qualificada: apontamentos a partir da #VazaJato como ciberacontecimento jornalístico. **Pauta Geral – Estudos em Jornalismo**, UEPG, Ponta Grossa, v. 8, n. 2, 2021, p. 1-19.

OLIVEIRA, Felipe Moura de; STEFENON, Eduarda; OZÓRIO, Julia. A crise em 20 anos: reflexões sobre a mediação qualificada como estratégia de enfrentamento à luz do GT Estudos de Jornalismo da Compós (2000-2019). In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 18., 2020. **Anais [...]** São Paulo: SBPJor, 2020. Disponível em: <<https://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2020/paper/view/2524>>. Acesso em: 4 ago. 2025.

OLIVEIRA, Felipe Moura de; PASTL, Carolina Monego Lins. Crise do jornalismo, transparência e fixação da crença em ambiente de negacionismo e desinformação. **Revista Eikon – Journal on Semiotics and Culture**, UBI, Covilhã, v. 1, 2023, p. 2-11.

PASTL, Carolina Monego Lins. **A ineficácia da (hidroxi)cloroquina contra a Covid-19 no jornalismo: uma análise semiótica do Projeto Credibilidade**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022.

\_\_\_\_\_. **A transparência enquanto legi-signo na semiose da notícia: uma proposta inicial de tipo ideal ao jornalismo em meio à crise de credibilidade**. 2025. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2025.

PEIRCE, Charles Sanders. A fixação da crença. Tradução de Anabela Gradim. **Popular Science Monthly**, Nova York, v. 12, n. 1, p. 1-15, 1877.

\_\_\_\_\_. **The Collected Papers of Charles Sanders Peirce**. EUA: IntelLex Corporation, 2002. CD-ROM.

SANTAELLA, Lucia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

\_\_\_\_\_. **A teoria geral dos signos: como as linguagens significam as coisas**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

SOCIETY OF PROFESSIONAL JOURNALISTS. **SPJ Code of Ethics**. Indianapolis: Society of Professional Journalists, 2014.

THE MEDIA INSIGHTS PROJECT. **A New Way of Looking at Trust in Media: Do Americans Share Journalism's Core Values?** [S. l.], 2021. Disponível em: <<https://tinyurl.com/kaw4ptay>>. Acesso em: maio 2025.

UTH, Bernadette; BADURA, Laura; BLÖBAUM, Bernd. Perceptions of trustworthiness and risk: how transparency can influence trust in journalism. In: BLÖBAUM, Bernd (Ed.). **Trust and Communication: Findings and Implications of Trust Research**. Cham: Springer Nature Switzerland, 2021. p. 61-81.

WEBER, Max. **Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. 4. ed. Brasília: Editora UnB, 2014.

Recebido em: 27/09/2025

Aceito em:13/07/2026