

Dolors Palau-Sampio: “Precisamos entender como as pessoas obtêm informações, por que o fazem e com qual propósito.”

Dolors Palau-Sampio: “We need to understand how people obtain information, why they do it, and for what purpose.”

Rogério Christofoletti¹

Resumo

O conceito de qualidade jornalística é dinâmico e acompanha os movimentos do setor produtivo, as tendências culturais e as expectativas do público consumidor de informação. Para além disso, atualmente, as organizações de notícia precisam considerar também outros aspectos exteriores ao mercado, como os produtores não-profissionalizados de conteúdo, por exemplo. Essa reconfiguração altera os parâmetros e o próprio debate sobre qualidade, alerta nesta entrevista a professora Dolors Palau-Sampio, catedrática de Jornalismo na Universitat de València, na Espanha, e uma autoridade nos estudos da área.

Palavras-chave: Qualidade. Jornalismo. Desinformação. Ética Jornalística.

Abstract

The concept of journalistic quality is dynamic and follows the movements of the production sector, cultural trends, and the expectations of the information-consuming public. Furthermore, news organizations now need to consider aspects external to the market, such as non-professional content producers, for example. This reconfiguration alters the parameters and the debate itself about quality, warns Professor Dolors Palau-Sampio, Chair of Journalism at the Universitat de València, Spain, and an authority in the field, in this interview.

Keywords: Quality. Journalism. Misinformation. Media Ethics.

¹ Rogério Christofoletti é professor do Departamento e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Pesquisador do CNPq, é líder do Laboratório de Qualidade Informativa (Qual-i). E-mail: rogeriochristofoletti@gmail.com.

Introdução

“Qualidade jornalística” é uma moeda comum entre jornalistas, gestores de mídia e publicitários. Os primeiros têm na expressão uma bússola técnica e ética; os segundos, um horizonte para a continuidade de seus negócios; já os publicitários veem no conceito uma forma de convencer o público a escolher um meio em detrimento de outro, diante de tantas ofertas no mercado. Essa ideia onipresente é também uma preocupação de acadêmicos, e a professora Dolors Palau-Sampio é uma das vozes mais constantes nos debates europeus sobre o tema. Catedrática da Universitat de València, na Espanha, ela pesquisa padrões de aferição de qualidade no jornalismo e suas interfaces com a ética profissional e a credibilidade. Entre suas principais publicações, estão *“La calidad periodística: teorías, investigaciones y sugerencias profesionales”* (Universitat Autònoma de Barcelona, 2013), organizado com Josep Gómez Mompart e Juan Gutiérrez Lozano, e *“Calidad periodística: retos en tiempos de desinformación, precariedad y polarización”* (Comunicación Social, 2023), editado com Juan Gutiérrez Lozano e Mar García-Gordillo.

Em quase duas décadas de estudo sobre o tema, Dolors Palau-Sampio observou também as muitas transformações que têm obrigado o jornalismo a se reinventar. Mudanças nas expectativas dos públicos, crises de audiência e de confiança, derrocada econômica e precarização dos trabalhadores inevitavelmente estremeceram os parâmetros de qualidade de jornalistas e meios de comunicação. Esses atravessamentos preocupam a professora, como se percebe na entrevista a seguir, concedida numa manhã fria de novembro de 2025 em seu gabinete, no quinto andar do prédio da Facultad de Filología, Traducción e Comunicación, em Valência.

Atualmente, como podemos conceitualizar qualidade jornalística?

O conceito de qualidade é muito difícil de definir, especialmente devido à sua natureza multidimensional. Não é algo que vemos de um único ângulo; tem múltiplas facetas. Relaciona-se não apenas com o processo de produção, com a seleção de temas e a preparação da informação — que, por sua vez, envolve múltiplos aspectos, como a verificação de fatos e a própria redação — ou à relevância social desses temas. Além disso, há outra dimensão que muitas vezes é negligenciada: para quem essa informação se destina? Quais são os públicos-alvo? Quais são as necessidades desses públicos? Qual é o foco do veículo de comunicação? É um foco local em uma área onde não há

Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo, Ponta Grossa, v.13, n. 1, e26414, p.1-9, 2026.

DOI: 10.5212/RevistaPautaGeral.v.13.26414.

outras informações disponíveis ou onde já existem outros veículos de comunicação? É um foco local especializado em um tópico específico? Penso que há tantos elementos em jogo que definir qualidade em abstrato é muito complexo. Muitos fatores devem ser considerados, bem como a capacidade de explicar a complexidade do mundo moderno. Devemos também examinar as condições em que o jornalismo é praticado hoje. Acredito que esta seja uma das limitações, um dos verdadeiros obstáculos para alcançar a qualidade.

O que impede os meios de comunicação ou jornalistas de atingirem esse nível de qualidade?

Por um lado, devemos considerar o contexto atual, influenciado pela tecnologia e pela necessidade de imediatismo. Embora a capacidade de se informar rapidamente sobre os acontecimentos atuais deva ser um valor positivo, deixa de sê-lo quando se torna a prioridade, em detrimento do tempo necessário para fornecer informações de qualidade. A qualidade exige tempo; exige verificação. Isso implica um compromisso de tempo que vai além de simplesmente saber algo e publicá-lo imediatamente. São processos que, por vezes, levam horas e não podem ser resolvidos em praticamente 15 minutos. Isso, por si só, é uma limitação à qualidade. E embora os meios de comunicação digitais ofereçam a possibilidade de incorporar atualizações, estas são frequentemente limitadas. O imediatismo é exigido, mas, ao mesmo tempo, contribui para a sensação de saturação vivenciada pelo público, o efeito de ser constantemente bombardeado. Essa sensação de estresse, essa ansiedade na mídia em publicar, pensando que o público precisa saber de todas as últimas notícias o tempo todo, por sua vez, impede que os meios de comunicação trabalhem e apresentem assuntos verdadeiramente importantes de forma útil e acessível ao público. Os meios de comunicação e os jornalistas são incentivados e arrastados por um turbilhão imparável, muitas vezes sem explicar adequadamente alguns tópicos que são realmente necessários. Essa dinâmica significa que o que é publicado e noticiado não pode ter qualidade suficiente porque não teve tempo suficiente para se desenvolver. Um segundo elemento está relacionado às condições em que o jornalismo é praticado. Precisamos identificar um modelo de negócios viável que permita que o jornalismo seja praticado nas melhores condições. Porque acho que, se olharmos para as coisas com um pouco de perspectiva, não sei se já

Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo, Ponta Grossa, v.13, n. 1, e26414, p.1-9, 2026.
DOI: 10.5212/RevistaPautaGeral.v.13.26414.

houve um tempo em que os jornalistas pudessem trabalhar em condições ideais, mas as atuais certamente não as oferecem.

Como os médicos. Nunca há condições privilegiadas, certo?

Exatamente! As organizações de notícias foram lucrativas durante grande parte do século XX, mas esse não é mais o caso. Isso impacta a forma como essas organizações são administradas, o que, por sua vez, tem um efeito direto nas condições de trabalho oferecidas aos funcionários. Esse contexto tecnológico exerce uma pressão inegável sobre eles, e isso está tendo um impacto claro na saúde dos próprios jornalistas. O jornalismo é praticado em condições insalubres, com restrições de tempo, cargas de trabalho excessivas, falta de descanso e pouca consideração pelo fato de que os jornalistas precisam de apoio e também estão sujeitos a assédio online. Há uma falta de respeito social pela profissão e um alto grau de polarização da mídia. Acho que tudo isso também afeta a base, os próprios jornalistas. Se você não está bem, nunca conseguirá fazer um bom trabalho. Se você não tem a paz e o silêncio para investigar os assuntos, se não lhe dão tempo para produzir uma boa reportagem, você acaba produzindo conteúdo superficial, apenas para se manter à tona, porque algo precisa ser publicado, mas não informação de qualidade.

Esse cenário que você está apresentando também é insustentável, não porque seja uma máquina de esmagar pessoas, certo?

Eu vejo dessa forma. Com base em pesquisas que estamos realizando, com entrevistas com jornalistas, a conclusão é que eles estão no limite, sobrecarregados. Há também insegurança e uma falsa sensação de complacência: "Sim, tenho muito trabalho, estou sobrecarregado, mas pelo menos tenho um emprego estável. Consigo pagar minhas contas." Na maioria dos casos, são jornalistas que nem sequer conseguem se tornar independentes. Não conseguem morar sozinhos, não conseguem iniciar um projeto de vida. Nem sequer conseguem pensar em ter uma família porque seus horários são incompatíveis, e não têm condições de pagar alguém para substituí-los quando estão trabalhando. As condições estão longe do ideal.

Essas condições contradizem os tempos em que vivemos, porque as pessoas precisam de informação para entender o mundo. O jornalismo é um espaço privilegiado e adequado para fornecer essa informação. Na sua opinião, qual é o melhor jornalismo praticado no mundo hoje, na Europa ou na Espanha?

Obviamente, precisamos analisar quem tem os recursos para fazê-lo e qual o seu alcance. É claro que não podemos comparar um jornal local de uma cidade com um jornal como o The New York Times ou o The Guardian, que têm recursos e esse tipo de cobertura. Acho que, em termos de comparação, precisamos ser muito claros sobre quem estamos comparando, porque, embora o The Guardian seja uma referência para a imprensa internacional na Europa, se pensarmos em um jornal de uma cidade pequena que não tem nenhuma outra fonte de informação local, ele pode estar oferecendo um serviço de qualidade naquele contexto local. Acho, como disse no início, que precisamos considerar a perspectiva quando falamos de qualidade. Penso que, de uma perspectiva de pesquisa em comunicação, precisamos entender melhor quem são os cidadãos que precisam da informação e, por outro lado, respondendo de certa forma, mesmo que transversalmente, ao que você me perguntou. É verdade que, agora, a informação é mais necessária do que nunca, porque as incertezas são maiores. Historicamente, os meios de comunicação têm a função de tentar explicar ou nos dar uma bússola para ver para onde as coisas estão caminhando, onde estão os conflitos, onde estão os problemas potenciais e suas soluções. Mas acho que ainda há muitas coisas a serem definidas, por exemplo, em relação ao seu papel em comparação com outros provedores de informação. Na Espanha, temos vários casos de pseudo-veículos de mídia ou pseudo-jornalistas com milhares de seguidores nas redes sociais. Pseudo-jornalistas que, teoricamente, cumprem o papel de informantes, mas que, na realidade, estão a serviço de uma ideologia e de um desejo de polarização. Para grande parte do público, eles são como heróis, aqueles que informam. Penso que também é muito importante reforçar, aos olhos da sociedade, a importância dos veículos de comunicação que realizam um trabalho informativo legítimo, baseado em ética profissional, integridade e profissionalismo.

E como fazemos isso?

Uma das chaves é a transparência. Não se trata apenas de fazer nosso trabalho de acordo com a ortodoxia jornalística, com checagem de fatos e verificação de fontes, mas, cada vez mais, também precisamos demonstrar isso e ser capazes de conquistar o público. Estou ciente de que isso implica trabalho extra e o envolvimento de diferentes partes interessadas. Mas, se não o fizermos, estaremos dando carta branca a todos esses pseudojornalistas, que não têm vocação para informar nem qualquer vocação democrática, nenhum desejo de fazer um trabalho a serviço da sociedade, mas sim de desinformar. Precisamos, de alguma forma, reconquistar essa credibilidade. Acho que é um desafio enorme, porque talvez tenhamos nos dado conta de que "fazemos nosso trabalho, reportamos"... Embora eu saiba que isso exige muito mais dos jornalistas, talvez tenhamos perdido de vista o fato de que existem outros que estão persuadindo as pessoas com métodos ilegítimos e, no fim das contas, estão atingindo esses públicos com mais eficácia. Portanto, podemos dizer que o contexto é diabólico. Porque aqueles que estão fazendo o trabalho certo, ou o fazendo democraticamente, a serviço da sociedade, estão sendo deixados para trás por práticas ilegítimas.

Os conceitos de qualidade defendidos por jornalistas e consumidores nem sempre coincidem. Por quê? Isso é ruim?

As mudanças ocorridas nas últimas duas décadas, particularmente nos últimos 10 ou 15 anos, têm um impacto real. Onde as pessoas obtêm suas informações? As gerações mais jovens, em especial, obtêm informações por meio das redes sociais. Precisamos considerar que o cenário mudou e agora é mais diversificado. Isso também exige maior visibilidade da nossa parte, para saber onde esses públicos estão e compreendê-los. Penso que, de certa forma, e embora não todos os meios de comunicação, é claro, ficamos para trás. Mas também é necessário oferecer informações nas redes sociais, estar presente nelas.

Podemos dizer que fatores externos afetam a qualidade? A polarização política, por exemplo, tem algum impacto? A desinformação tem algum impacto?

Em muitos níveis, essa situação de polarização e exposição limitada a um tipo de informação que seja consistente com as próprias crenças, mas que também não tenha muito peso online além dos algoritmos, tem um impacto. Isso incentiva ou, em certa medida, exacerba essa polarização, levando-nos a dinâmicas que dificultam cada vez mais qualquer debate genuíno. Isso também é influenciado pela desinformação que recebemos pelos canais que utilizamos. A possibilidade é muito maior quando recebemos desinformação que não conflita com nossas próprias crenças, mas sim as reforça. Como pesquisadores, precisamos entender melhor como as pessoas obtêm informações e por que o fazem, por meio de quais fontes e com qual propósito. Perdemos de vista o fato de que as pessoas nas redes sociais não apenas obtêm informações; elas fazem outras coisas: expressam-se, reafirmam sua identidade em vários níveis. Também pensamos que essa conexão com a informação não se encaixa bem com todas as suas buscas, porque estar nas redes sociais pode ser simplesmente uma forma de entretenimento, uma maneira de passar o tempo. "Estou sozinho, e isso me conecta com pessoas da minha geração que estão fazendo coisas, que estão em outros lugares, então talvez esses canais que víamos apenas como fonte de informação sejam canais para muito mais do que isso." Ao mesmo tempo, as redes sociais servem para fornecer informações a muitas pessoas. Vejo isso como um grande desafio para a qualidade, porque os parâmetros de partida entram em conflito com o comportamento do público.

Há um elemento cada vez mais influente agora. Não é novo, mas está se tornando cada vez mais relevante: a inteligência artificial.

Não estudei diretamente o aspecto da inteligência artificial relacionado à qualidade, mas ela gera inúmeros conflitos. Posso falar a partir de uma suposição sobre os possíveis problemas que ela pode suscitar. Perdemos o controle das fontes, a conexão com elas, o que é um elemento fundamental. Desde o início, não sabemos, não nos é oferecido ou não temos a possibilidade de verificar. Isso também levanta a questão de até que ponto essa IA está, de alguma forma, alimentando o ciclo de produção. Temos conteúdo para oferecer indefinidamente, mas não sabemos de onde ele vem ou quais são

as fontes. Ele foi coletado de muitos lugares. A inteligência artificial tem muitas dimensões, inclusive positivas, como facilitar o trabalho mais rotineiro.

Trabalhar com grandes quantidades de dados, por exemplo...

Sempre que a história testemunhou um avanço tecnológico, houve resistência. Isso não significa que não veremos coisas positivas. Ao mesmo tempo, acredito que também é nossa responsabilidade e nosso desafio — da mídia, dos jornalistas e da academia de comunicação — sermos capazes de identificar ou articular claramente o que podemos fazer que as máquinas não podem e com o que elas nos substituirão. Porque se for simplesmente uma questão de reproduzir informações acriticamente, não estaremos contribuindo para a democracia. É crucial que sejamos capazes de demonstrar isso. É importante que a mídia defenda essa perspectiva e alcance e convença o público. Obviamente, todos têm a liberdade de acessar informações. Além disso, em termos de saúde democrática, assim como não comemos qualquer coisa, devemos estar cientes de que não devemos consumir informações de forma descuidada, especialmente quando isso impactará as decisões que tomamos como cidadãos. Alfabetização midiática é essencial. Precisamos nos posicionar sobre essa questão e destacar o valor do trabalho de qualidade, que tenha rastreabilidade completa, assim como na indústria alimentícia. Precisamos saber como a informação foi obtida, como foi apresentada, por que foi apresentada e qual o objetivo por trás dela. Acredito que precisamos enfatizar ainda mais esse profissionalismo para ressaltar a importância do trabalho dos jornalistas e que este não deve ser substituído por uma máquina que simplesmente coleta dados daqui, dali e de todo lugar sem saber como ou de onde vieram, sem verificá-los. Penso que também é necessário um esforço, primeiro, para entender o público, mas, uma vez que o entendamos, também para convencê-lo de que o que fazemos não é em vão. Acho que, de certa forma, perdemos uma batalha, e alguns, com sua habilidade de navegar nas redes sociais com mais eficácia, a venceram por enquanto.

Para concluir: Quais aspectos da qualidade da informação ainda desconhecemos e precisamos investigar?

O que me interessa cada vez mais é aprofundar o que os cidadãos consideram qualidade, porque, de uma perspectiva acadêmica, podemos falar de qualidade em termos de um texto ter isso ou aquilo. Mas não podemos perder de vista como as pessoas valorizam esses elementos. Não vamos dismantlar toda a tradição da qual viemos, porque ela nos fornece uma base sólida. Mas precisamos estar cientes e compreender, ou pelo menos ficar de olho, no que os cidadãos valorizam e como. Acho que é assim que podemos superar essa lacuna. É importante encontrar esses pontos de convergência. Afinal, não podemos trabalhar sem conhecer a mídia e os jornalistas, e tampouco sem conhecer o público. Mas a mídia não pode sobreviver sem conhecer o público, ou permanecendo desconectada. São três mundos que precisam buscar sinergias e conhecimento. Da nossa perspectiva, não podemos viver em uma torre de marfim sem saber o que está acontecendo na mídia. Seria desproporcional e injusto avaliar a qualidade sem esse conhecimento. Não se pode falar de qualidade sem considerar o que os jornalistas estão passando, sem ouvir o que eles têm a dizer. Como ter que cobrir quatro matérias em um único dia. Ou ter que ir cobrir a tempestade DANA. Sem equipamento, sem recursos, sem nem botas, com sapatos gastos, caminhando 20 quilômetros. Não é possível avaliar essa notícia sem levar isso em consideração, ou o fato de a empresa não ter fornecido equipamentos adequados, sem considerar os problemas de cobertura e acesso que ocorreram durante semanas. Penso que todos esses elementos, bem como os fatores organizacionais, devem ser levados em conta.

Referências

PALAU-SAMPIO, D.; MOMPART, J.G.; LOZANO, J.G. (eds.). **La calidad periodística:** teorías, investigaciones y sugerencias profesionales. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 2013.

PALAU-SAMPIO, D.; LOZANO, J.G.; GARCÍA-GORDILLO, M. (eds.). **Calidad periodística:** retos en tiempos de desinformación, precariedad y polarización. Madrid: Comunicación Social, 2023.

Submissão: 10 abr. 2026

Aceite: 17 ago. 2026

Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo, Ponta Grossa, v.13, n. 1, e26414, p.1-9, 2026.

DOI: 10.5212/RevistaPautaGeral.v.13.26414.