

## No Dia do Jornalista, Grupo RBS, de Eduardo Sirotsky Melzer, valoriza a informação verdadeira

Com o conceito “A realidade é incrível demais para se ler notícia falsa”, empresa de comunicação lançou um vídeo-manifesto para o público interno e também nas redes sociais

**04/05/2017 13:21:36**

O Dia do Jornalista foi celebrado no último dia 7 de abril. A data foi instituída em 1931 pela Associação Brasileira de Imprensa (ABI) para homenagear o médico e jornalista Giovanni Battista Líbero Badaró, morto por inimigos políticos no ano de 1830. O Grupo RBS - uma das principais redes de Comunicação do País - não poderia ficar de fora das homenagens aos jornalistas.

“Hoje é Dia do Jornalista. Profissional que admiro e respeito. Busca pela verdade, sempre. Formam a alma da RBS! Minha homenagem e gratidão”, publicou o chairman e presidente do Grupo RBS, Eduardo Sirotsky Melzer. Além disso, a empresa lançou uma série de ações valorizando o jornalismo de credibilidade.

Foi lançado um vídeo-manifesto para o público interno e também nas redes sociais, marcando a ocasião e valorizando o papel desse profissional na busca pela verdade. As marcas do Grupo de Eduardo Sirotsky Melzer também se posicionaram a favor da luta pelo conteúdo verdadeiro. O editorial de Zero Hora (ZH), no mesmo dia, reforçou a mensagem da campanha.

“(…) A celebração de mais um Dia do Jornalista nesta sexta-feira é uma ótima oportunidade para a renovação do compromisso dos profissionais de imprensa e das empresas de comunicação com o direito dos cidadãos de receberem informações corretas, imparciais e verdadeiras (...)”, registrou a Zero Hora.

Ainda, ao longo do mês de abril, outros vídeos sustentaram o conceito, confrontando o que é fake news e o que é notícia real.

O selo editorial “Notícia falsa na rede” identifica, em Zero Hora, Rádio Gaúcha e RBS TV, marcas do Grupo RBS, de Eduardo Sirotsky Melzer, todo boato que é esclarecido pela reportagem, ajudando a impedir a propagação de informações incorretas. A iniciativa é liderada pelo produtor da Rádio Gaúcha Tiago Boff.

“O antídoto contra a onda de desinformação é o jornalismo profissional, com responsabilidade, técnica e pluralidade”, destaca o vice-presidente Editorial do Grupo RBS, Marcelo Rech. “Todos nós da RBS nos esmeramos em levar ao público um artigo cada vez mais escasso: confiança na informação, um bem essencial para a democracia e a vida em sociedade”, acrescenta.

A mobilização contra fake news não é uma ação isolada no Brasil – esta é uma causa que tem sido levantada por veículos do mundo inteira, como por exemplo, os jornais americanos The New York Times e The Washington Post.