
O ‘caso K’: Análise da ética jornalística na reportagem da Agência Pública¹

Carla Magiero Sacconi²
João Henrique Guimarães da Cruz³
Lorena Soneghetti Lyra⁴
Pablo Henrique da Silva Rocha⁵
Raíssa Cruz Barbosa⁶
Rayla Córrea Santos⁷
Amanda Laís Pereira Noletto⁸
Universidade Federal do Espírito Santo - Ufes

Resumo

O presente artigo foi produzido para a disciplina de Legislação e Deontologia do Jornalismo, na Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), e tem por finalidade analisar e compreender o ‘Caso K’ a partir do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, evidenciando o jornalismo investigativo ético construído pela Agência Pública em toda a cobertura do caso. Busca-se também como objetivo refletir acerca do impedimento da publicação da notícia em determinados veículos de comunicação, que, devido à influência do empresário acusado, optaram por não noticiar as denúncias e se abster diante do dever jornalístico pautado no Código de Ética - o que evidencia o comprometimento e a importância do jornalismo investigativo independente da Agência Pública. A metodologia utilizada foi a análise de conteúdo aplicada aos produtos produzidos pela Agência Pública sobre o tema.

Palavras-chave: Caso K; Agência Pública; Samuel Klein; jornalismo investigativo; ética jornalística.

Introdução

O jornalismo moderno no Ocidente surge em meio a conflitos e divisões políticas na monarquia absolutista na Europa. Com o aumento gradativo da alfabetização e a

¹ Trabalho apresentado na IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – 19ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação, 3º Semestre, do Curso de Jornalismo do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo – Ufes, e-mail: carla.sacconi@edu.ufes.br.

³ Estudante de Graduação, 3º Semestre, do Curso de Jornalismo do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo – Ufes, e-mail: joao.h.cruz@edu.ufes.br.

⁴ Estudante de Graduação, 3º Semestre, do Curso de Jornalismo do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo – Ufes, e-mail: lorenna.lyra@edu.ufes.br.

⁵ Estudante de Graduação, 3º Semestre, do Curso de Jornalismo do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo – Ufes, e-mail: pablo.h.rocha@edu.ufes.br.

⁶ Estudante de Graduação, 3º Semestre, do Curso de Jornalismo do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo – Ufes, e-mail: rayla.santos@edu.ufes.br.

⁷ Estudante de Graduação, 3º Semestre, do Curso de Jornalismo do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo – Ufes, e-mail: raissa.barbosa@edu.ufes.br.

⁸ Orientadora do trabalho e professora do Curso de Jornalismo do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo – Ufes, e-mail: amanda.noletto@ufes.br.

expansão do comércio, emergiu a necessidade do acesso à informação na sociedade, dando origem aos primeiros jornais da época. Segundo Jorge Pedro Sousa (2008), no livro “Uma história breve do jornalismo no Ocidente”, havia uma grande receptividade da população para as notícias, criando um ambiente propício para a disseminação de informações, o que sucedeu o aparecimento dos primeiros jornais.

Assim, surgiram as gazetas que se espalharam rapidamente, levando publicações com periodicidade ao público, com o objetivo de garantir o acesso à informação de forma simples e correta, geralmente datadas e localizadas geograficamente, com narrativas cronológicas e menção às fontes. De acordo com Sousa (2008), esse processo corresponde a uma evolução do conceito de "livro noticioso", com mais frequência, menor custo e notícias mais atuais, dando início ao jornalismo que conhecemos hoje.

Com o desenvolvimento da sociedade e a entrada na contemporaneidade, o jornalista, hoje, se reconhece enquanto representante de uma atividade de natureza social, pautado na verdade e subordinado a ética necessária para o exercício da profissão. Guilherme Carvalho (2018), em seu livro “A Ética do Jornalismo Brasileiro: conceitos, práticas e normas”, sintetiza a importância do jornalismo para que exista uma sociedade democrática, pautado no Art. 1 do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros:

O direito que o jornalista tem de buscar informações, de acessá-las sem restrições ou embaraços, de transitar por espaços públicos, de solicitar e receber informações públicas, de acessar fontes, de ouvir opiniões diferentes e de publicá-las só existe porque não pode haver sociedade moderna sem cidadãos livremente informados, capazes de compreender e debater temas de interesse coletivo [...] (Carvalho, 2019, p. 323).

A tecnologia e as mídias sociais na sociedade contemporânea avançam e crescem a cada dia, fazendo com que os meios de comunicação se tornem muito mais frenéticos na produção de notícias. Em decorrência desses fatos, o jornalismo tem buscado formas de produção que condizem com o presente momento, muitas vezes “quebrando” as normas propostas pelo Código de Ética do Jornalismo. Porém, alguns veículos

noticiosos, em especial os independentes, buscam por uma forma de produção mais ética e respeitosa, tanto com o público quanto com o próprio modo de produção jornalístico, visando trabalhar a apuração de forma mais prolongada para se obter uma notícia mais precisa.

A Agência Pública é um exemplo de jornalismo independente pautado na ética jornalística: “Todas as nossas reportagens são feitas com base na rigorosa apuração dos fatos e têm como princípio a defesa intransigente dos direitos humanos” (Agência Pública, 2025). Assim, se chega a pergunta que norteou este artigo, “Como a atuação da Agência Pública no Caso K evidencia o compromisso do jornalismo independente com a ética e o interesse público?”. Em 2021, a Agência conduziu uma investigação em torno de Samuel Klein, fundador das Casas Bahia. Esse caso ficou conhecido como “Caso K” e refere-se a acusações de exploração sexual de crianças e adolescentes atribuídas a Klein, que teria mantido, durante décadas, um esquema de aliciamento e exploração sexual de meninas e mulheres utilizando a estrutura da própria empresa.

Esta análise tem como objetivo dissertar sobre o ‘Caso K’, a partir de uma observação de notícias a respeito da problemática e o estudo em cima de um podcast produzido pela Agência Pública, com o intuito de compreender a ética jornalística exercida pela Agência, assim como as estratégias e normas exercidas por eles. Buscando explorar os princípios éticos, de acordo com o código de ética dos jornalistas, quando é implementada nos produtos de jornalismo da sociedade e entendendo a mídia como papel fundamental da propagação de informações de forma correta.

Agência Pública e o Caso K

Em dezembro de 2020, o editor e também diretor da Agência Pública, Thiago Domenici, sentiu a necessidade de realizar um encontro presencial com alguns dos repórteres da agência para discutir uma pauta importante. O material separado pelo editor para a reunião possuía fotos, processos judiciais e depoimentos que indicavam a possibilidade de crimes sexuais, inclusive contra menores de idade, terem sido cometidos pelo grande empresário Samuel Klein, o então dono da varejista Casas Bahia, e seu filho Saul Klein (Caso K, 2024).

A investigação realizada pelos repórteres Andrea Dip, Ciro Barros, Clarissa Levy, Mariama Correia, Rute Pina e também pelo próprio Thiago Domenici resultou, anos mais tarde, no podcast ‘Caso K – A História Oculta do Fundador da Casas Bahia’.

Figura 1 - Podcast ‘Caso K’



Fonte: Captura de tela da interface do podcast ‘Caso K’ no Spotify⁹

O caso chega à Agência Pública por meio de relatos de jornalistas de outros veículos, que teriam tentado publicar a história anteriormente. No entanto, essas tentativas não avançaram, possivelmente em razão da gravidade das acusações e da notoriedade dos envolvidos. Considerando que a rede Casas Bahia é uma das principais anunciantes do país, é plausível supor que a relação comercial com grandes veículos tenha influenciado na decisão editorial dessas empresas. A partir da análise obtida, é destacado no podcast, com base na biografia oficial de Samuel Klein, que a empresa se tornou a maior anunciante do país no início dos anos 2000. Desde o início da Casas Bahia, 3% de seu faturamento era destinado a ações de marketing, e a presença dessa marca possuía um tamanho significativo na mídia, tanto que ela logo passou a aparecer em listas de “Empresas Mais Admiradas do Brasil”. Esse contexto pode ajudar a explicar o receio de alguns grandes veículos de comunicação em publicar a história. Devido a possibilidade de interferência comercial ou autocensura editorial, mesmo que não declarada, aponta para um viés de censura presente nesse comportamento, que vai contra o que determina o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros no segundo artigo do Capítulo I:

⁹ Disponível em:

<https://open.spotify.com/show/4LV5U3cYMI4CFOWttF4uw7?si=ichHT9tbR5yWLNfOjGSnsA&nd=1&dlsi=9838fae471bb4874>. Acesso em: 13 mar. 2025

Art. 2º Como o acesso à informação de relevante interesse público é um direito fundamental, os jornalistas não podem admitir que ele seja impedido por nenhum tipo de interesse, razão por que:

[...] V - a obstrução direta ou indireta à livre divulgação da informação, a aplicação de censura e a indução à autocensura são delitos contra a sociedade, devendo ser denunciadas à comissão de ética competente, garantido o sigilo do denunciante (Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, 2007, p. 1).

A veemência dos repórteres da Agência Pública em manter a investigação e lançar o podcast, apesar do histórico que o Caso K possui de ser ignorado pela grande mídia, mostra o compromisso da mesma com um jornalismo investigativo de qualidade. Ao publicar a reportagem, a Agência rompe com a lógica da autocensura e reafirma a autonomia como valor essencial para o exercício da profissão. Conforme os conceitos discutidos em aula, o jornalismo investigativo não se limita à produção de conteúdo “profundo”, mas implica resistência simbólica: a escolha de publicar aquilo que é de interesse público, mesmo quando há obstáculos financeiros, jurídicos ou institucionais.

Ainda pautados pelo interesse público, esses repórteres buscaram conversar com Kathia Lemos, que atuava como “secretária” de Samuel Klein. De acordo com vítimas e outras testemunhas dos abusos, era Kathia quem levava as meninas para os encontros privados com Samuel Klein, e é apontada como uma parte fundamental dentro do esquema dos abusos. Thiago Domenici, no segundo episódio do podcast, fala sobre a importância de ouvir a versão de Kathia para esclarecer o caso e auxiliar na composição da história.

Por esse motivo, a equipe utilizou o áudio de Kathia gravado em 2021 durante as investigações, até então algo inédito embora ela sequer soubesse que estava sendo gravada. O motivo da gravação, à época, foi de caráter investigativo: os repórteres precisavam das falas de Kathia para as comparar com as acusações e checar a veracidade delas. O próprio Domenici reitera que essa é uma prática incomum dentro da Agência Pública, porém, levando em conta a natureza do Caso K e do que foi revelado por Kathia nesse áudio, a publicação da conversa não viola o Código de Ética dos

Jornalistas Brasileiros, que reprova o uso de microfones ocultos a menos em casos cujo interesse público seja incontestável:

Art. 11. O jornalista não pode divulgar informações:

[...] III - obtidas de maneira inadequada, por exemplo, com o uso de identidades falsas, câmeras escondidas ou microfones ocultos, salvo em casos de incontestável interesse público e quando esgotadas todas as outras possibilidades de apuração (Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, 2007, p. 2-3).

Também, graças a essa conversa com Kathia, a repórter Mariama Correia obteve mais detalhes a respeito da maneira como Samuel Klein controlava suas vítimas e conseguia mais delas. Além disso, é por esse áudio que os ouvintes do podcast começam a entender melhor a participação de Saul Klein, o filho de Samuel, nos abusos.

Outro ponto positivo a ser abordado da investigação é o cuidado da Agência Pública na preservação da identidade das vítimas. Todas elas tiveram suas vozes distorcidas e nomes alterados ou omitidos, de maneira a tentar garantir sua segurança e evitar quaisquer riscos a sua integridade. Segundo análise de Luis Mauro Sá Martino e Lídia Rogatto e Silva (2013) em seu artigo ‘Paradoxos e fronteiras éticas do jornalismo investigativo na doutrina jornalística brasileira’, o “bom jornalismo” costuma estar relacionado ao jornalismo investigativo. Entretanto, um jornalismo investigativo só pode ser considerado, de fato, ‘bom’ caso seja feito de maneira responsável e ética. Por este motivo, a forma como a Agência Pública conduziu o Caso K, desde a apuração até a publicação, merece ser destacada como um exemplo do bom jornalismo.

Repercussão do caso e consequências

A denúncia investigativa publicada pela Agência Pública não se limitou à esfera jornalística, uma vez que, ela provocou desdobramentos políticos e institucionais significativos. A repercussão pública do Caso K foi um dos fatores que impulsionaram a aprovação, em 2023, de um Projeto de Lei (PL) que ampliou o prazo para a reparação das vítimas. Ao dar visibilidade a denúncias silenciadas por anos, o trabalho jornalístico atuou como catalisador de mudanças legislativas. Trata-se de um exemplo concreto de

como o jornalismo investigativo cumpre sua função de interesse público, conforme previsto no Código de Ética dos Jornalistas. Mais do que informar, a atuação da Agência contribuiu para gerar pressão social e institucional, permitindo que vítimas historicamente invisibilizadas tivessem acesso a mecanismos reais de reparação. Sendo assim, o trabalho da mídia, ao expor a gravidade dos abusos, foi fundamental para garantir que as vítimas tivessem acesso à Justiça, mesmo após o ocorrido.

Desde o movimento *Me Too*, iniciado nos Estados Unidos em 2017, histórias de abuso por parte de homens, sejam eles poderosos ou não, têm sido cada vez mais reveladas ao público. Muitos desses casos envolvem o uso de poder, dinheiro e influência para explorar mulheres, criando redes de exploração sexual que perduram por décadas (CISNE, 2020). Contudo, no Brasil, um dos maiores escândalos, envolvendo o empresário Samuel Klein, continua negligenciado pela mídia *mainstream*, o que impede boa parte da população de ter acesso à informação de interesse público.

No caso Klein, a ausência de uma cobertura contínua, por razões puramente comerciais, dificultou a conquista de medidas legais e a visibilidade necessária para que as vítimas fossem reconhecidas. No entanto, a persistência do jornalismo investigativo independente foi crucial para garantir que o caso não caísse no esquecimento e que os abusos continuassem sendo debatidos na esfera pública e legal. O jornalismo investigativo desempenha um papel fundamental na exposição de casos de abuso e na promoção de mudanças legislativas e sociais. No caso de Samuel Klein, esse trabalho não apenas revelou a magnitude do problema, mas também gerou debates sobre as falhas do sistema jurídico e a necessidade de reparação para as vítimas. A apuração rigorosa e o acompanhamento contínuo de tais casos contribuem para a visibilidade de questões que, muitas vezes, permanecem ocultas. Além disso, o formato investigativo permite que a sociedade tenha acesso a informações essenciais para a compreensão do impacto desses abusos e das falhas do sistema de justiça. A situação do Caso Klein é um reflexo de como a mídia tradicional, muitas vezes, falha em cobrir adequadamente escândalos envolvendo poderosos, enquanto o jornalismo investigativo é fundamental para revelar a verdade e provocar mudanças sociais e legais.

Considerações finais

Considerando os fatos mencionados, considerando o início do jornalismo, seu caráter de mudança social e a produção de notícias que serão lidas pelo público, pode-se concluir a suma importância da utilização de ferramentas de apuração e códigos de lei para que sejam construídas narrativas coesas com a realidade de maneira ética. A investigação jornalística conduzida pela Agência Pública no Caso K evidencia não apenas o compromisso da organização com os princípios éticos do jornalismo, mas também os desafios enfrentados por veículos independentes diante de pressões econômicas e institucionais.

Mais do que relatar denúncias de grande impacto, a atuação nesse caso evidencia a importância da autonomia editorial e da persistência investigativa em contextos marcados por silenciamentos e interesses corporativos. Em um cenário de constantes ameaças à liberdade de imprensa, o trabalho de profissionais comprometidos com a verdade é crucial para a manutenção de uma sociedade democrática e crítica. A Agência destaca-se não somente pelo uso de tais ferramentas, mas sobretudo pelo seu compromisso em divulgar informações de interesse público, que é o papel do jornalismo, e utilizar de sua plataforma para que as vítimas do caso não permaneçam desamparadas pelo poder midiático.

Referências

CARVALHO, Guilherme (org.). **A ética no jornalismo brasileiro**: conceitos, práticas e normas. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2019. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>.

CASO K: A história do fundador das Casas Bahia. [Locução de]: Clarissa Levy, Mariama Correia e Thiago Domenici. São Paulo: Agência Pública, 21 out. 2024. Podcast. Disponível em: <https://open.spotify.com/show/4LV5U3cYMI4CFOWttF4uw7?si=ichHT9tbR5yWLNfQjGSnsA&nd=1&dlsi=9838fae471bb4874>. Acesso em: 13 mar. 2025.

CASO K: As acusações não reveladas de crimes sexuais de Samuel Klein, fundador da Casas Bahia. **Agência Pública**, 2021. Disponível em: <https://apublica.org/especial/caso-k-as-acusacoes-nao-reveladas-de-crimes-sexuais-de-samuel-klein-fundador-da-casas-bahia/>. Acesso em: 15 mar. 2025.

CISNE, Mirla; MEDEIROS, Luana Gomes; CASTRO, Viviane Vaz. Por trás da tela de cinema, há violência contra as mulheres: uma análise da importância do movimento #MeToo. **O Público e o Privado**, v. 18, n. 37, 2020. Disponível em: <https://revistas.uece.br/index.php/opublicoeprivado/article/view/3861/4242>.

CÓDIGO de ética dos jornalistas brasileiros. **Federação Nacional dos Jornalistas**, 2014. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf.

MARTINO, Luis Mauro Sá; SILVA, Lídia Rogatto E. Paradoxos e fronteiras éticas do jornalismo investigativo na doutrina jornalística brasileira. **Revista Comunicação Midiática**, Bauru, v. 8, n. 1, p. 13–29, 2013. Disponível em: <https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/247>.

QUEM Somos. **Agência Pública**. Disponível em: <https://apublica.org/quem-somos/>. Acesso em: 15 mar. 2025.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história breve do jornalismo no Ocidente**. Disponível em: <https://www.bocc.ubi.pt/texts/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf>.