



Projeto Credibilidade

Capítulo brasileiro **The Trust Project**
credibilidade.org | thetrustproject.org

Desinformação e credibilidade jornalística

ECA/USP
28/04/2020

Quem somos

Projeto Credibilidade - Capítulo brasileiro [The Trust Project](#)

Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia da Unesp

- Interdisciplinar, interfaces em jornalismo, computação, gestão, design e educação
- Cursos de doutorado e mestrado profissional (Capes/MEC)

Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor)

- Entidade sem fins lucrativos que edita o [Observatório da Imprensa](#) desde 1996
- Executor do [Atlas da Notícia](#)

Coordenação: Francisco Rolfsen Belda (Unesp/Projor) e Angela Pimenta (Projor)

PARCERIA



PATROCÍNIO
CONSÓRCIO DE MÍDIA



PATROCÍNIO
EDUCAÇÃO MIDIÁTICA



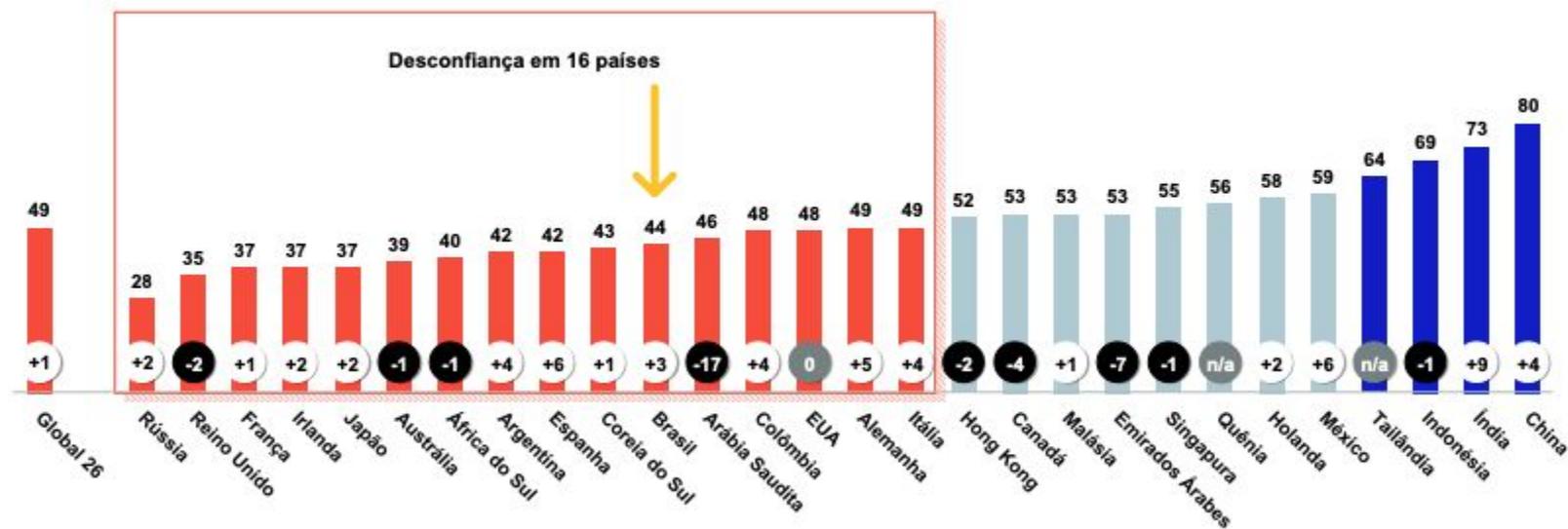
A erosão da credibilidade jornalística

Menos da metade dos brasileiros confia

Fonte: [Edelman Trust Barometer 2020](#)

CONFIANÇA NA MÍDIA SOBE EM 16 DE 26 PAÍSES

Porcentagem de confiança na mídia



Edelman Trust Barometer 2020. TRU_INS. [Mídia em geral] Segue abaixo uma lista de instituições. Indique o quanto você confia que cada uma dessas instituições atue corretamente. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Público total, média de 26 países.

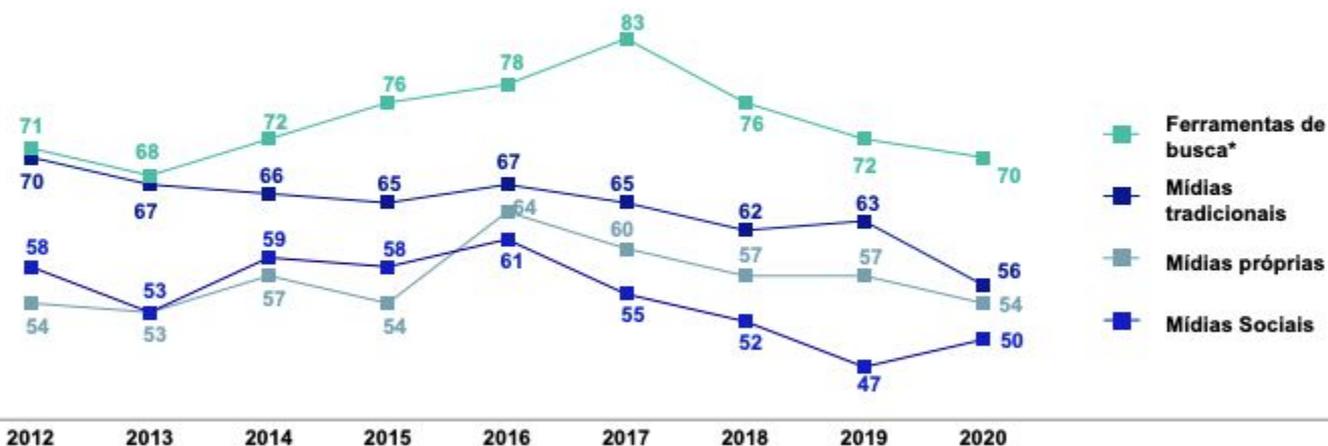


Queda em vários tipos de mídia

Fonte: [Edelman Trust Barometer 2020](#)

MÍDIAS TRADICIONAIS E FERRAMENTAS DE BUSCA SÃO AS MAIS CONFIÁVEIS

Porcentagem de confiança em cada fonte de notícias e informações gerais no Brasil



2020 Edelman Trust Barometer. COM_MCL. COM_MCL. Ao buscar notícias e informações gerais, quanto você confia em cada tipo de fonte para notícias e informações gerais? Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Pergunta feita a metade da amostra. População geral, Brasil.

*De 2012 a 2015, "Ferramentas de Busca On-line" eram um tipo de mídia. Em 2016, alterou-se para "Ferramentas de Busca".



As causas da descrença

Fonte: [Manual da Credibilidade](#)

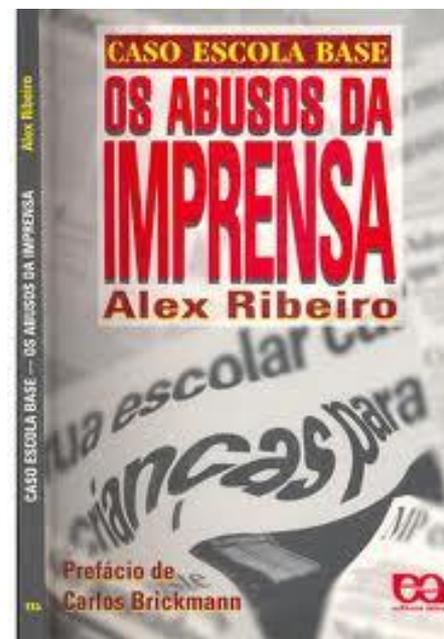
- A **fragmentação da notícia** no meio digital
- A **desintermediação da notícia** no meio digital
- As chamadas “**notícias falsas**”
- **Polarização política**
- Os chamados **filtros bolhas** em redes sociais e apps de mensagem
- O **viés de confirmação**



As causas da descrença (2)

Fonte: [Manual da Credibilidade](#)

- **Apuração enviesada de informações** – Quando se trata da produção de notícias, o viés da confirmação e os filtros bolhas também podem causar sérios prejuízos para a integridade do conteúdo produzido
- **Outras deficiências no fazer jornalístico** – Ausência de princípios éticos, o não cumprimento desses princípios por veículos que afirmam adotá-los e a falta de transparência em comunicá-los



O espectro da desinformação

Sete tipos de mal ou desinformação no ecossistema da mídia digital

Falsa Conexão
Quando manchetes, ilustrações ou legendas não confirmam o conteúdo

Falso Contexto
Quando o conteúdo genuíno é compartilhado com informação contextual falsa

Manipulação do Conteúdo
Quando a informação ou imagem genuína é manipulada para enganar



Sátira ou Paródia
Nenhuma intenção de prejudicar, mas tem potencial para enganar

Conteúdo Enganoso
Uso enganoso de informações para enquadrar uma questão ou indivíduo

Conteúdo Impostor
Quando fontes genuínas são imitadas

Conteúdo Fabricado
Conteúdo novo, que é 100% falso, criado para ludibriar e prejudicar

Fonte: Claire Wardle/ First Draft News



O espectro da desinformação (2)

Sete tipos de má ou desinformação no ecossistema da mídia digital



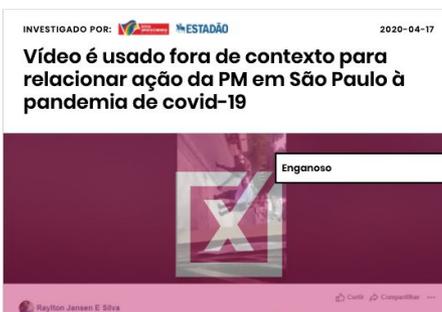
Donald Trump's Advice For Paying Off Mortgage (It's Genius!)

ONESMARTPENNY

Reprodução Wired.com

Falsa Conexão

Quando manchetes, ilustrações ou legendas não confirmam o conteúdo



Fonte: Projeto Comprova

Falso Contexto

Quando o conteúdo genuíno é compartilhado com informação contextual falsa



Fonte: Bruno Sartori/ Catraca Livre

Manipulação do Conteúdo

Quando a informação ou imagem genuína é manipulada para enganar

Fonte: Claire Wardle/ First Draft News



O espectro da desinformação (3)

Sete tipos de má ou desinformação no ecossistema da mídia digital



Sátira ou Paródia

Nenhuma intenção de prejudicar, mas tem potencial para enganar

Conteúdo Enganoso

Uso enganoso de informações para enquadrar uma questão ou indivíduo

Conteúdo Impostor

Quando fontes genuínas são imitadas

Conteúdo Fabricado

Conteúdo novo, que é 100% falso, criado para ludibriar e prejudicar

Fonte: Claire Wardle/ First Draft News e exemplos selecionados pelo Credibilidade



Desordem da Informação

As motivações de quem produz desinformação no ambiente digital

Desordem da Informação



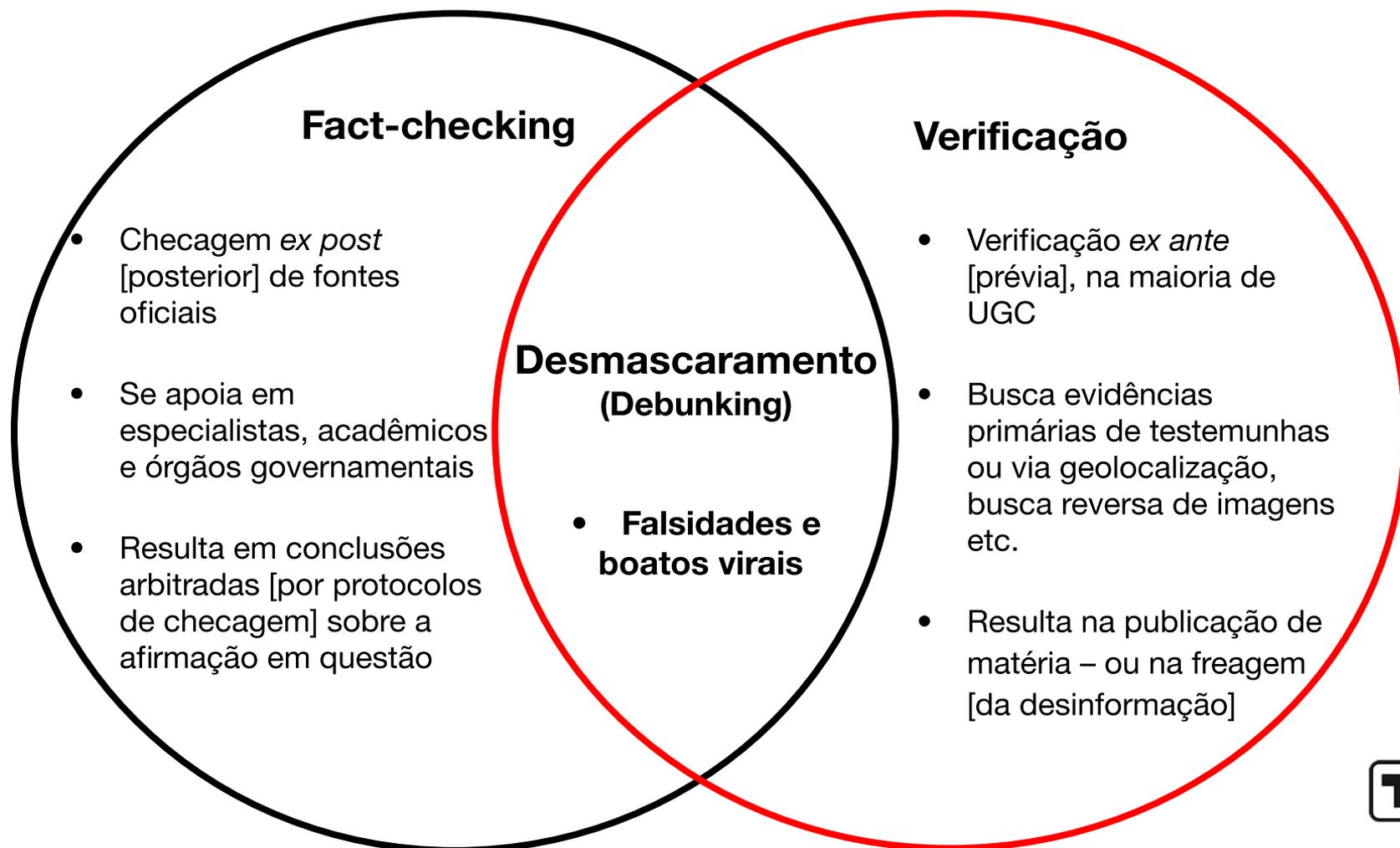
Fonte: *Information Disorder – Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, de Claire Wardle e Hossein Derakhshan © Council of Europe – Traduzido com autorização



Três pilares para resgatar a credibilidade jornalística

Checagem e verificação

Autor: Alexios Mantzaris / @alexios



Checagem e verificação

Exemplo: [Projeto Comprova](#)

Trabalho colaborativo de 24 redações

Princípios editoriais: rigor, integridade e imparcialidade, independência, transparência e responsabilidade ética

Fase 1: Eleições 2018

Fase 2: Políticas públicas (2019)

Fase 3: Covid-19 (2020)

Parceiros fundadores:

ABRAJI | Projor | Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo

ANJ ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNALIS

RODRIGUES BARBOSA, MAC DOWELL DE FIGUEIREDO, GASPARIAN - ADVOGADOS



DAVID ROCKEFELLER CENTER FOR LATIN AMERICAN STUDIES BRAZIL

com **prova**
jornalismo colaborativo
contra a desinformação



Educação midiática

Informar e treinar a população para diferenciar informação de ruído digital

Prioridades imediatas:

- **Congresso Nacional**

Debate sobre a mediação do discurso público no espaço digital

- **Engajar a sociedade civil**

Pais, mestres e alunos do ensino básico, médio e superior

- **Espaço extra-escolar**

Atender crescentemente demandas de EJAs, coletivos e bibliotecas públicas



Projeto Credibilidade

Sinalizar a qualidade jornalística para distingui-la do ruído digital

○ **Projeto Credibilidade** visa:

- **Refletir sobre a fragmentação** da narrativa noticiosa no ambiente digital
- **Desenvolver ferramentas e técnicas** para identificar e promover um jornalismo digital confiável e de qualidade

OS INDICADORES DE CREDIBILIDADE SÃO UM FAROL PARA OS USUÁRIOS



PÚBLICO



PLATAFORMAS



Exemplos de veículos adotantes estrangeiros

The Washington Post

The Economist

EL PAÍS

BBC

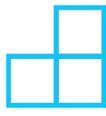
la Repubblica

FRONTLINE

LA STAMPA

THE GLOBE AND MAIL

CANADA'S NATIONAL OBSERVER

 Institute for Nonprofit News

dpa 

HEARST television

Veículos adotantes brasileiros

 **Lupa**



 **MURAL**
agência de jornalismo das periferias



FOLHA



NEXO



OPOV



**PODER
360**



Veículos em fase de adoção



GAÚCHAZH



JOTA



Indicadores de Credibilidade

1

Melhores práticas

Quem financia o veículo? Proprietários, sócios, patrocinadores?

Qual a missão do veículo?

E os compromissos éticos: diversidade na equipe de reportagem/edição e de vozes, precisão e política para correções, entre outros padrões

Indicadores de Credibilidade

2

Jornalista

Detalhes sobre quem produziu a matéria, incluindo expertise e outras matérias em que atuou

Indicadores de Credibilidade

3

Tipo de matéria

Etiquetas para distinguir opinião, análise e publicidade (conteúdo patrocinado), por exemplo, de reportagens noticiosas

Indicadores de Credibilidade

4

Citações e referências

Para matérias investigativas ou em profundidade, maior acesso às fontes por trás dos fatos e afirmações

Ver também: Métodos

Indicadores de Credibilidade

5

Métodos

Informações sobre como os repórteres decidiram apurar a matéria e o que fizeram durante o processo

Ver também: Citações e referências

Indicadores de Credibilidade

6

Apuração local?

Permitir que as pessoas saibam quando a matéria tem origem ou expertise local

Indicadores de Credibilidade

7

Diversidade de vozes

Os esforços da redação para trazer perspectivas diversas para a reportagem

Indicadores de Credibilidade

8

Feedback acionável

Estimular a colaboração do público, estabelecendo prioridades para a cobertura, contribuindo para o processo de reportagem e garantindo a precisão

Manual da Credibilidade

URL: www.manualdacredibilidade.com.br

INTRODUÇÃO

Este manual se destina a um vasto público – jornalistas profissionais da imprensa local e regional e os da chamada grande imprensa, além de professores e estudantes.

LEIA MAIS

Causas principais da crise de credibilidade:

- Fragmentação noticiosa
- As chamadas "notícias-falsas"
- Polarização política
- Viés de confirmação
- Filtros bolhas e redes sociais
- Apuração enviesada de informação
- Outras deficiências no fazer jornalístico

CONCEITOS BÁSICOS

Aprendendo a viver num mundo pós-factual:

- Verdade
- Mentira
- Fato
- Pós-verdade

LEIA MAIS

JORNALISMO E DEMOCRACIA

De John Milton a Hannah Arendt e a Timothy Gash Arton, os princípios que ligam a liberdade na produção e circulação de ideias ao pleno exercício da cidadania

LEIA MAIS

A DESINFORMAÇÃO NA HISTÓRIA

Criar inverdades para ferir oponentes é uma arma política antiga. Um breve resumo, do império bizantino no século VI aos "fatos alternativos" da era Donald Trump

LEIA MAIS

PANORAMA ATUAL DA DESINFORMAÇÃO

A polarização política de usuários brasileiros, as causas, a natureza do fenômeno da desinformação e as recomendações da dupla Claire Wardle e Hossein Derakhshan

LEIA MAIS

Nossos canais

Conheça o [site](http://www.credibilidade.org) e assine nossa [newsletter](#)

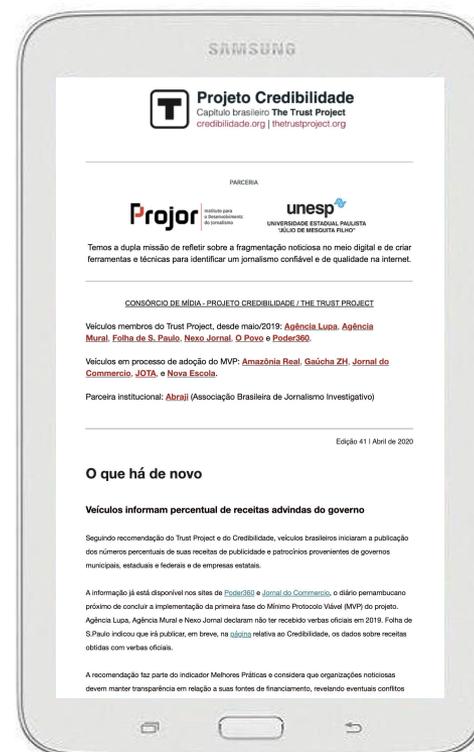
Site do projeto

www.credibilidade.org



Newsletter mensal

Desde 2016



Nossos contatos

Visite nosso site, envie comentários, críticas e sugestões: colabore com o projeto



Francisco Belda

Professor da Unesp
Presidente do Projor

francisco.belda@projor.org.br

Projeto Credibilidade

www.credibilidade.org



Angela Pimenta

Coordenadora-executiva do Credibilidade

angela.pimenta@projor.org.br

The Trust Project

www.thetrustproject.org

