



Projeto Credibilidade

Capítulo brasileiro **The Trust Project**

credibilidade.org | thetrustproject.org

Desinformação, Liberdade de Imprensa e Credibilidade Jornalística

Audiência Pública - Conselho de Comunicação Social do Senado Federal
2/9/2019

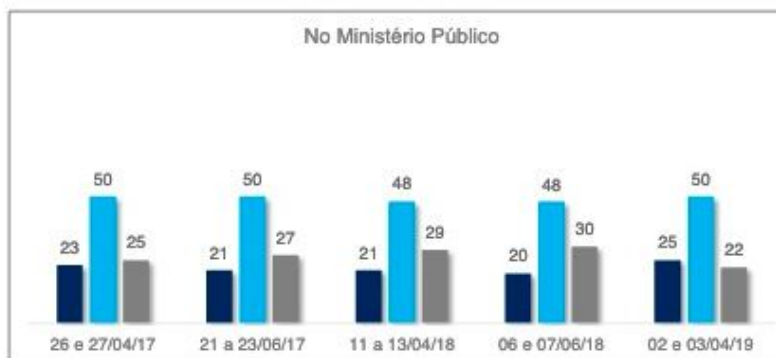
Projor | Instituto para
o Desenvolvimento
do Jornalismo

A desconfiança em alta

Fonte: Datafolha - [Pesquisa sobre confiança nas instituições](#) Abril de 2019

Grau de confiança nas instituições

Resposta estimulada e única, em %



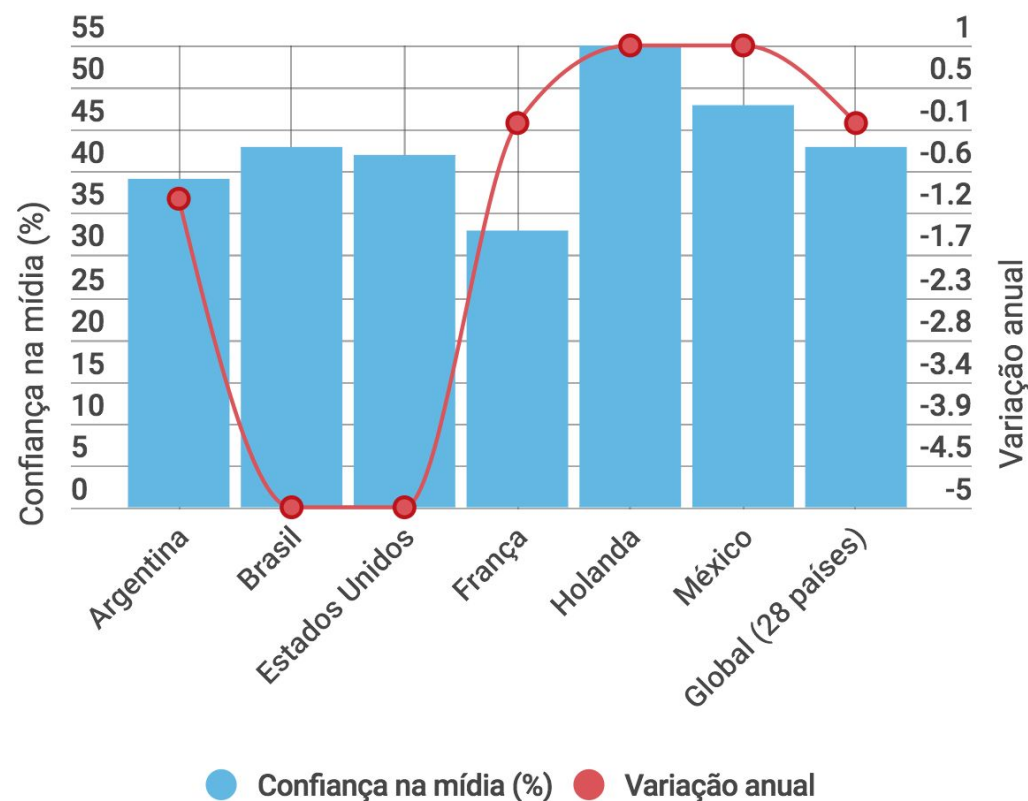
Fonte: Você diria que confia muito, confia um pouco ou não confia:
Base: Total da amostra - Brasil

■ CONFIA MUITO ■ CONFIA UM POUCO ■ NÃO CONFIA

Desconfiança em alta

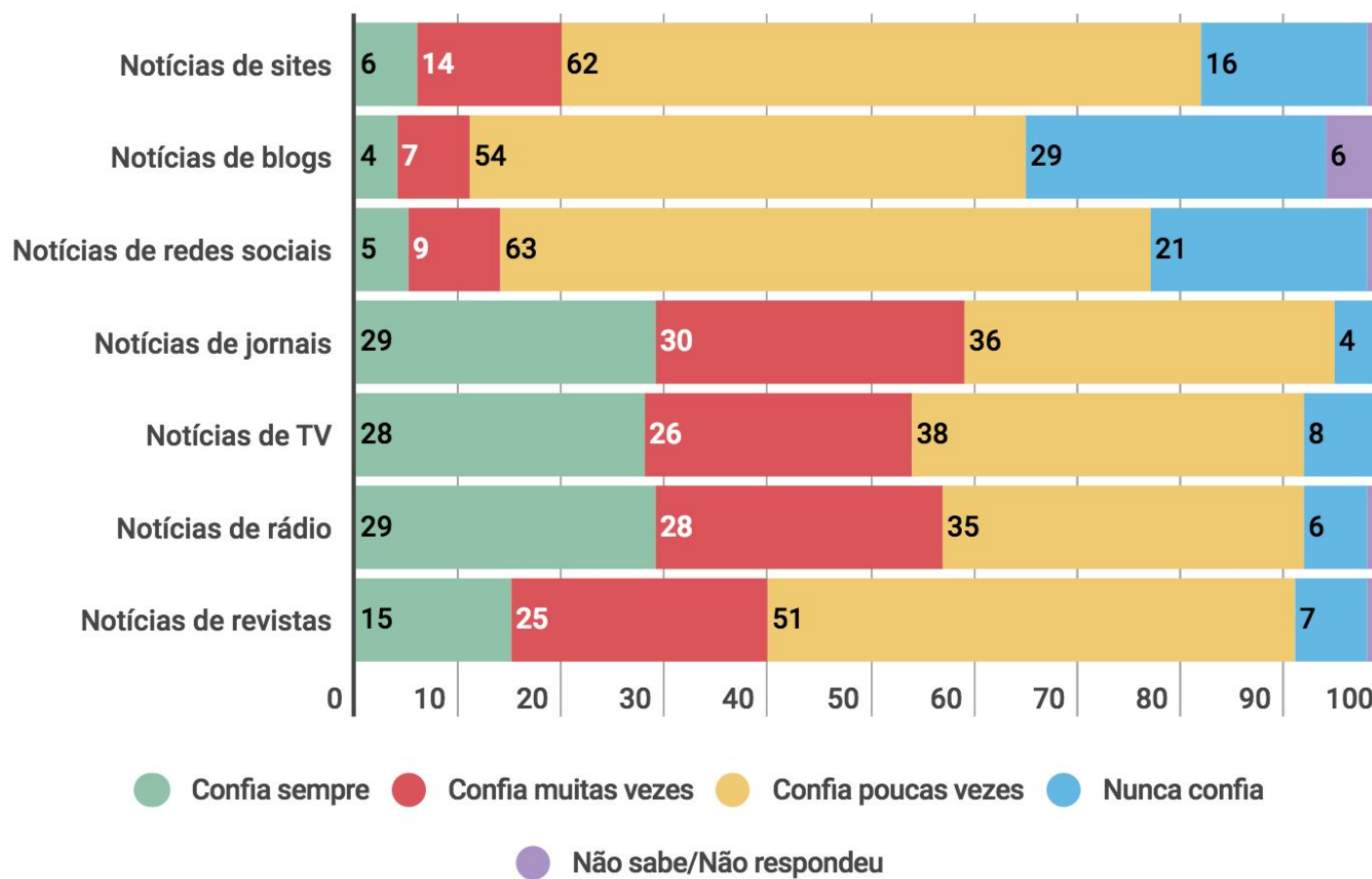
Fonte: [Edelman Trust Barometer 2018](#)

Percentual de confiança na mídia e sua oscilação entre 2017 e 2018



Desconfiança maior no meio digital

Fonte: Pesquisa Brasileira de Mídia / Secom-Ibope 2016



As causas da descrença

Fonte: [Manual da Credibilidade](#)

1. A **fragmentação da notícia** no meio digital. Ao migrar das páginas impressas de jornais e revistas para as timelines das redes sociais, o conteúdo noticioso se mistura — e é frequentemente confundido — com o ruído digital
2. A **desintermediação da notícia** no meio digital: possibilidade que fontes, sobretudo governamentais e/ou políticas, têm de evitar o escrutínio jornalístico através de seus canais diretos de comunicação, como perfis em mídias sociais
3. As chamadas "**notícias falsas**", um termo impreciso para tratar das informações deliberadamente fraudulentas, entre outros tipos de desinformação

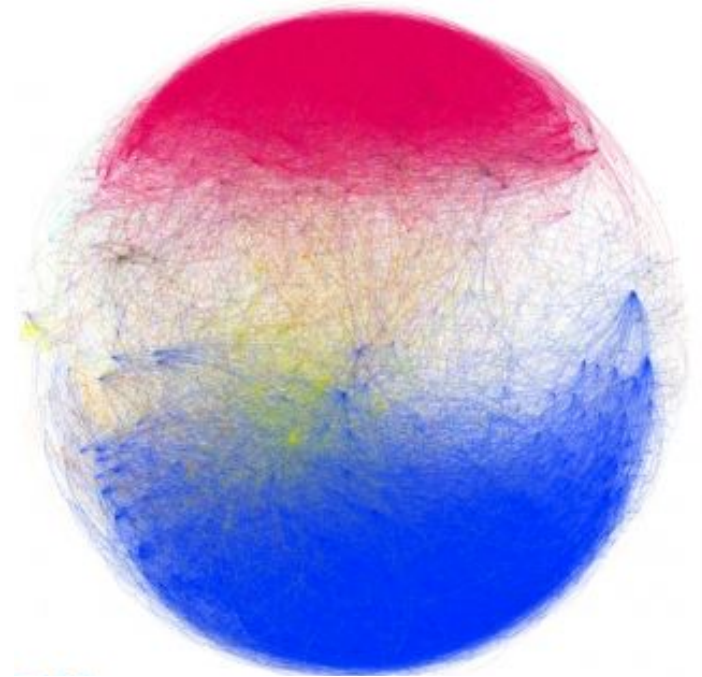


As causas da descrença

Fonte: Manual da Credibilidade

4. **Polarização política** – Situada em campos ideológicos opostos e antagônicos, parte substancial do eleitorado tende a desacreditar de informações verdadeiras que prejudiquem aliados e/ou candidatos ou que favoreçam oponentes

5. **Viés de confirmação** – Tendência natural de se lembrar, interpretar ou pesquisar informações para confirmar crenças ou hipóteses iniciais. Uma das causas da polarização, o conceito foi cunhado pelos psicólogos Daniel Kahneman e Amos Tversky



Polarização no Twitter entre grupos
pró e contra Dilma Rousseff em
março de 2016

Fonte: FGV/ DAPP



As causas da descrença

Fonte: [Manual da Credibilidade](#)

6. Os chamados **filtros bolhas** no WhatsApp e redes sociais. Confinadas às suas bolhas, as pessoas tendem a só se relacionar com quem pensa como elas, ignorando o discurso contraditório e a realidade fora de seu ambiente.
7. **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
8. **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



As causas da descrença

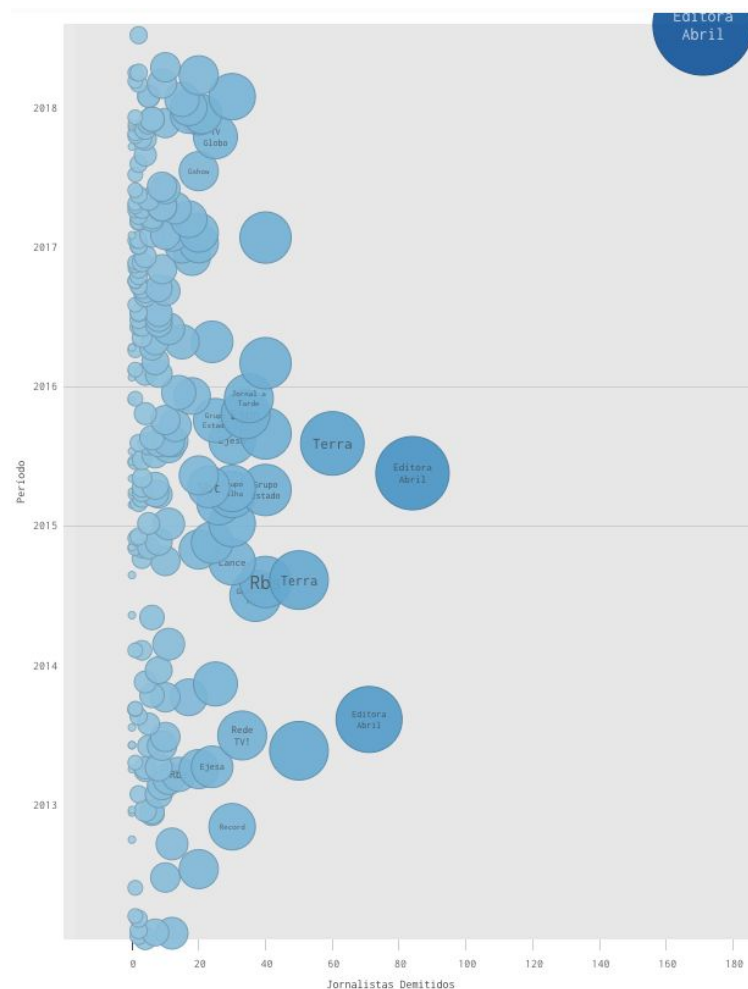
Fonte: [Manual da Credibilidade](#)

9. A **precarização da profissão jornalística.**

Em grande medida resultante do avanço da publicidade digital, a contínua crise financeira dos veículos jornalísticos impressos têm causado cortes de vagas, achatamento salarial e a substituição nas redações de jornalistas mais velhos e melhor pagos por repórteres mais jovens e inexperientes

A Conta dos Passaralhos: um panorama sobre demissões de jornalistas nas redações do Brasil desde 2012

Fonte: Volt Data Lab



O espectro da desinformação

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

Será que essa história é verdadeira ou falsa?



Fonte: E-farsas/ Facebook

**Falso
Contexto**

Quando o conteúdo genuíno é compartilhado com informação contextual falsa



Fonte: Monkey Paw Productions / BuzzFeed

**Manipulação
do Contexto**

Quando a informação ou imagem genuína é manipulada para enganar

Fonte: Claire Wardle/ First Draft News



O espectro da desinformação

Sete tipos de má ou desinformação no ecossistema da mídia digital

The piauí Herald



Fonte: revista Piauí



Virus H2N3 está matando dezenas de pessoas no Brasil e vacina não protege #boato

Fonte: Boatos.org



Foto: Reprodução Facebook



Fonte: First Draft News/ WTOE News

**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

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 Contexto
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

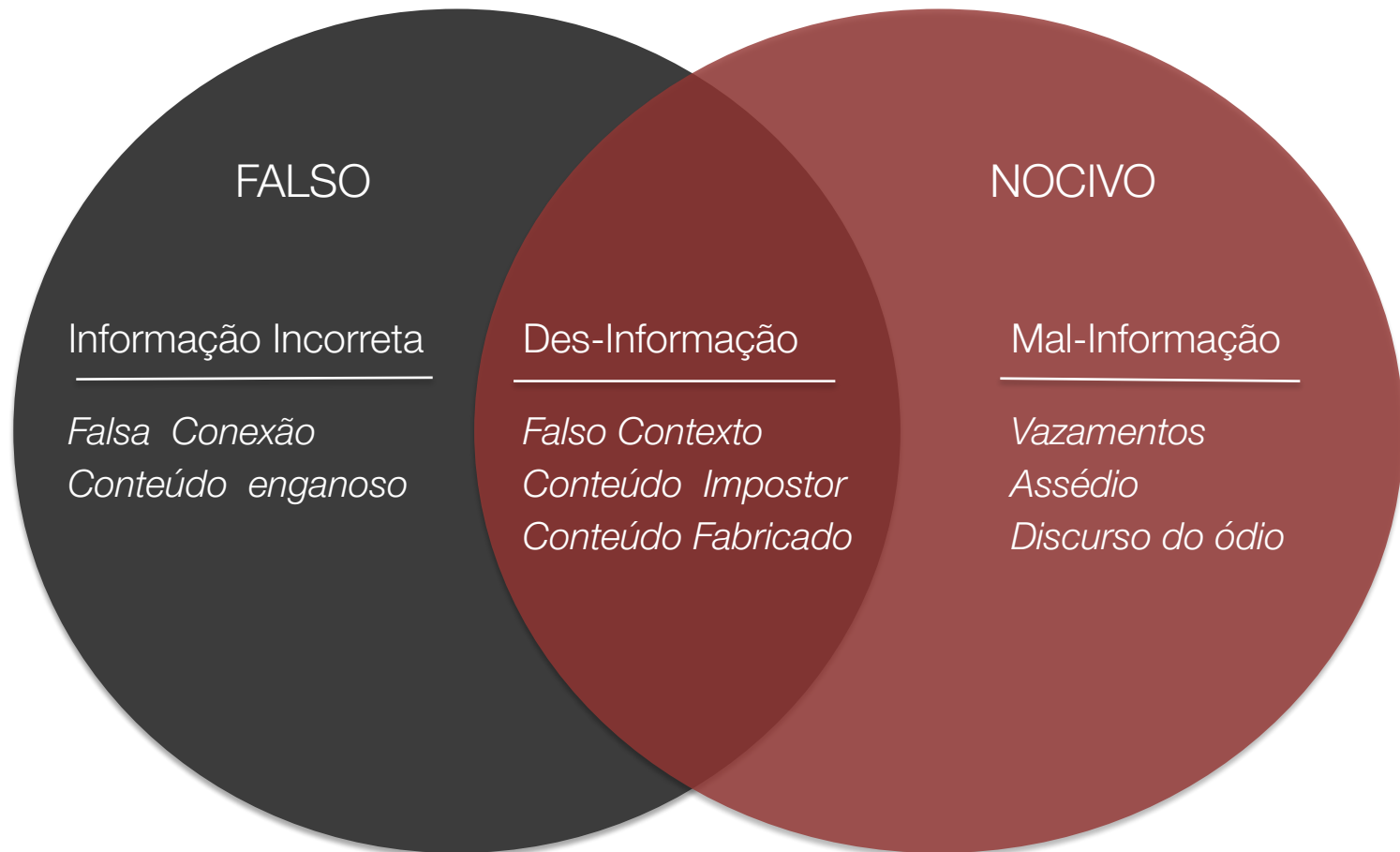
Conteúdo Fabricado
Conteúdo novo, que é 100% falso, criado para ludibriar e prejudicar

Fonte: Claire Wardle/ First Draft News



Desordem da informação

As motivações de quem produz desinformação no ambiente digital



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

Elementos do processo da desinformação

As questões necessárias para indicar cada elemento



Ameaças à liberdade de imprensa

Posturas e medidas autoritárias em relação a jornalistas e veículos de imprensa

Ataques ao jornalismo e à liberdade de informar

- Projetos de lei que tentem tipificar a desinformação
- Declarações oficiais deliberadamente mentirosas
- Tentativas de desacreditar relatos objetivos dos fatos
- Desconfiança em relação à apuração científica de dados públicos oficiais
- Constrangimento do exercício do jornalismo crítico e independente, incluindo vazamento de e-mails de jornalistas e ataques em redes sociais
- Naturalização da violência e da truculência no discurso de agentes políticos
- Asfixia no financiamento dos órgãos de informação, com cortes seletivos

Auto-censura nas redações: jornalistas intimidados pelo assédio e ameaças de maus atores nos extremos do campo político



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

Responsabilidades da imprensa

A liberdade da imprensa de informar pressupõe uma enorme responsabilidade

Compromisso fundamental do jornalismo com o interesse público, com fundamentos sólidos na técnica e na ética profissional

- Prevenir e coibir o **conflito de interesse** nas empresas e entre profissionais
- Manter o máximo **rigor na apuração** dos fatos através de protocolos jornalísticos
- Creditar de forma clara e inequívoca a **procedência da informação**
- Perseguir a **pluralidade e a diversidade** de vozes em relatos e análises
- Manter **canais abertos** para o relacionamento entre a redação e o público
- Garantir a **autonomia econômica** e a **independência ideológica** de suas organizações em relação a poderes políticos e econômicos



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

Em busca de soluções

Combate à desinformação e às ameaças à liberdade de imprensa

- Fortalecer a qualidade e **credibilidade do jornalismo**
- Apoiar iniciativas de **checagem e verificação**
- Promover ações de **educação para as mídias**



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

Contribuição do Projeto Credibilidade

Quem somos

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

Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia da Unesp

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

Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor)

- Entidade sem fins lucrativos, edita o [Observatório da Imprensa](#) desde 1996
- Executor do [Atlas da Notícia](#) e gestor do [Impacto.jor](#)

Coordenação: Francisco Rolfsen Belda e Angela Pimenta

PARCERIA

PATROCÍNIO
CONSÓRCIO DE MÍDIA

PATROCÍNIO
EDUCAÇÃO MIDIÁTICA

Objetivos

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



Projeto Credibilidade

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

Pesquisa com jornalistas

314 jornalistas de 38 diferentes veículos, em 15 localidades, sobretudo em SP e RJ

Temas abordados no questionário online

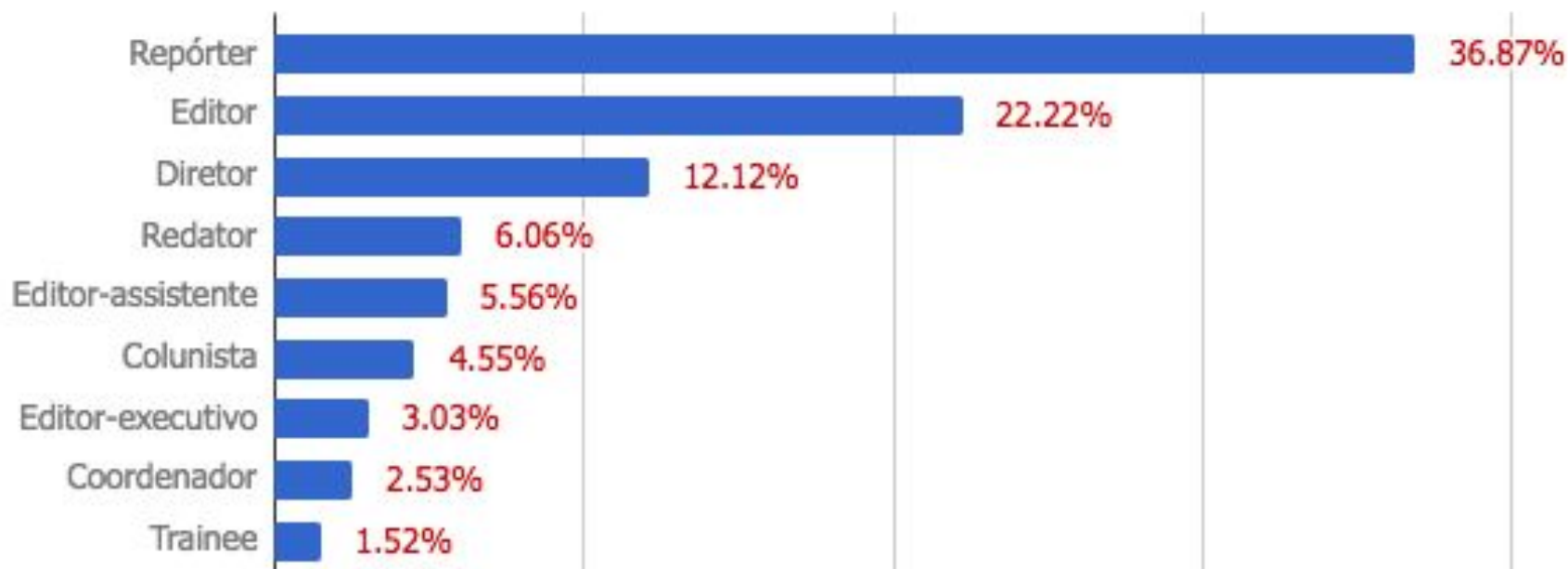
- Perfil dos jornalistas participantes
- Papel do jornalismo na sociedade
- Visão da empresa jornalísticas
- Políticas de ética e diversidade
- Indicadores de qualidade da notícias
- Práticas de edição do produto digital



Pesquisa com jornalistas

Perfil profissional dos participantes

Cargo ou função



Sobre o papel do jornalismo na sociedade

Grau de concordância

O jornalismo é crucial para a democracia

■ Concordo completamente ■ Concordo parcialmente ■ Não concordo nem discordo
■ Discordo parcialmente ■ Discordo completamente



A atividade jornalística não teme ao cobrar responsabilidades de quem exerce o poder

■ Concordo completamente ■ Concordo parcialmente ■ Não concordo nem discordo
■ Discordo parcialmente ■ Discordo completamente



Políticas de ética e diversidade

Perspectiva dos jornalistas em relação às empresas em que atuam

Sua empresa jornalística tem uma missão oficial expressa em algum tipo de comunicado?

■ Sim ■ Não



Sua empresa segue alguma política já previamente existente sobre ética?

■ Sim ■ Não



Políticas de ética e diversidade

Perspectiva dos jornalistas em relação às empresas em que atuam

Sua empresa segue alguma política já previamente existente sobre privacidade?

■ Sim ■ Não



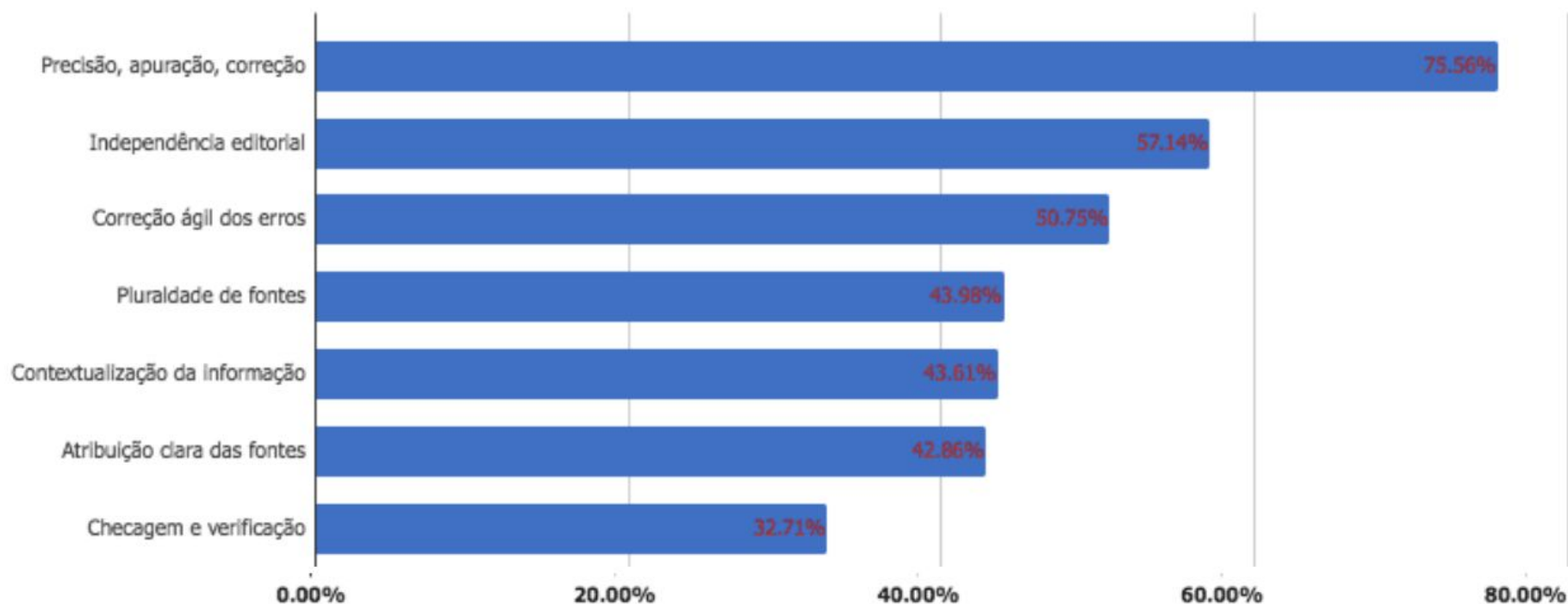
Você participa de algum censo sobre diversidade em sua redação, ou está envolvido com o seu próprio censo a respeito?

■ Sim ■ Não



Indicadores de qualidade da notícia

Na perspectiva dos jornalistas

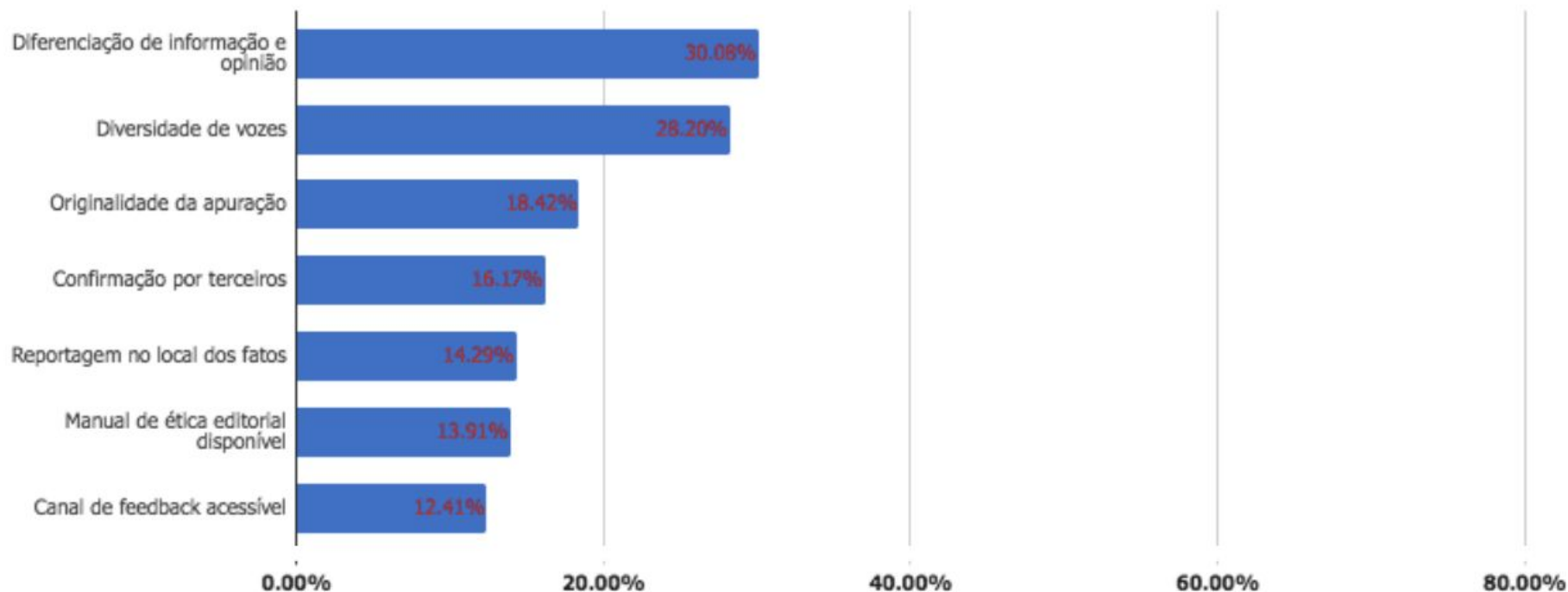


continua



Indicadores de qualidade da notícia

Na perspectiva dos jornalistas



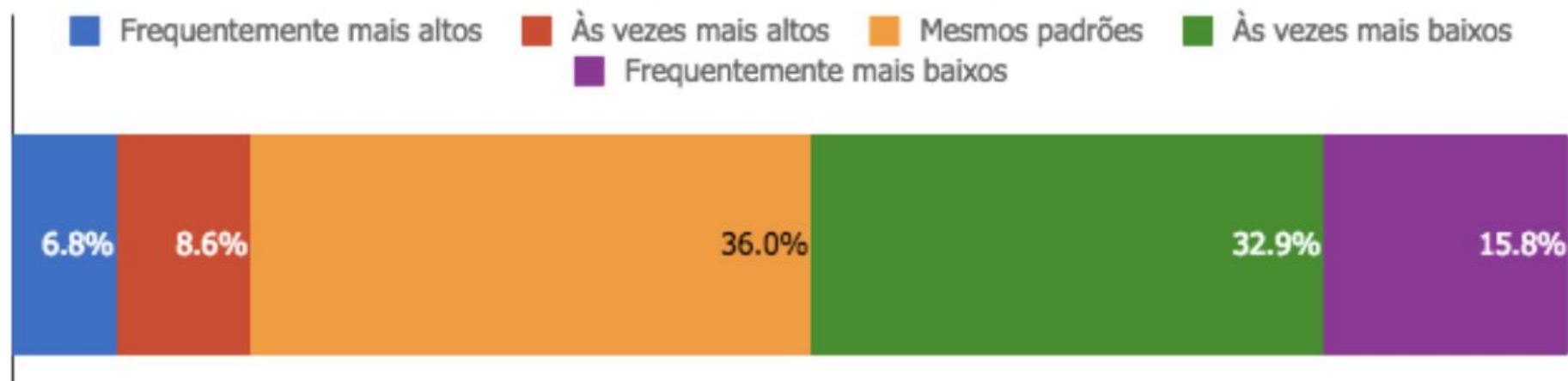
continua



Práticas de edição do produto digital

Padrões de qualidade adotados em relação a outros tipos de conteúdos (impressos, p.e.)

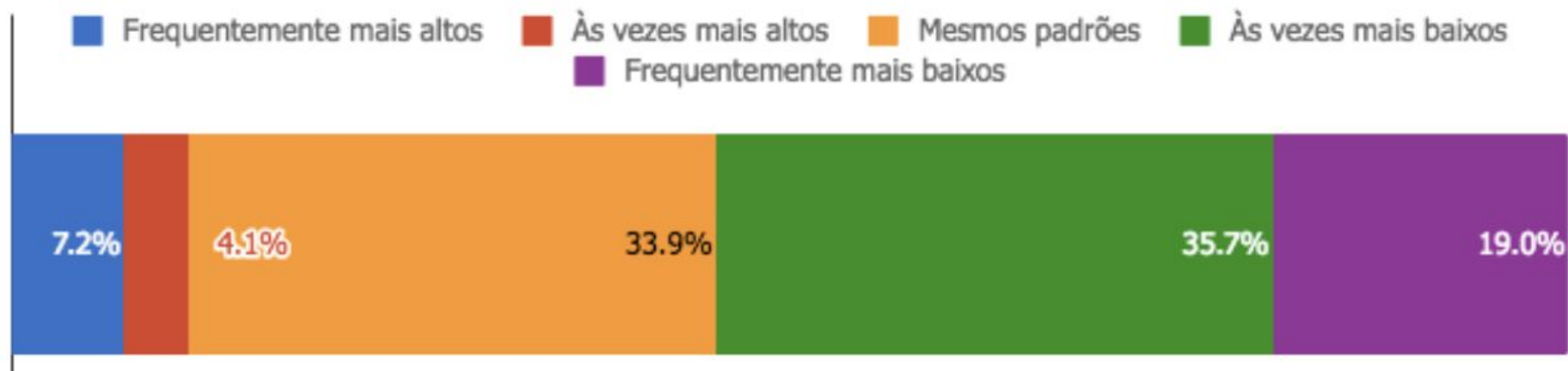
Como os padrões de qualidade que sua empresa aplica ao conteúdo exclusivamente digital podem ser comparados aos aplicados a outros tipos de conteúdo?



Práticas de edição do produto digital

Padrões de qualidade adotados em relação a outros tipos de conteúdos (impressos, p.e.)

Como o rigor da edição que sua empresa aplica ao conteúdo exclusivamente digital pode ser comparado ao aplicado a outros tipos de conteúdo?



Sistema de indicadores de credibilidade

Os "dados nutricionais" da notícia

Método para a **expressão de sinais indicativos** de credibilidade jornalística legíveis por máquinas (**metadados, XML**) e por humanos (**UX, design**)



Sistema de indicadores de credibilidade

Os "dados nutricionais" da notícia

Melhores práticas

Quem financia o veículo? Proprietários, sócios, patrocinadores?

Qual a missão do veículo?

Qual a data de fundação?

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

Expertise do autor / repórter

Detalhes sobre o jornalista que escreveu a matéria, incluindo expertise e outras matérias em que atuou

Tipo de matéria

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



Sistema de indicadores de credibilidade

Os "dados nutricionais" da notícia

Citações e referências

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

Métodos

Informações sobre como os repórteres decidiram apurar a matéria e o que fizeram durante o processo
Ver também: Citações e referências

Apuração local?

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



Sistema de indicadores de credibilidade

Os "dados nutricionais" da notícia

Diversidade de vozes

Os esforços da redação para trazer perspectivas diversas para a reportagem

Feedback acionável

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

- Meta é facilitar a adoção padronizada dos indicadores por diferente veículos, **inclusive jornalistas cidadãos e “jornalistas ativistas”** comprometidos com a expressão dos “dados nutricionais da notícia”

Lançamento The Trust Project

Evento no Newseum, em Washington DC, apresentou o sistema de indicadores (16/11/2017)



Sally Lehrman, Richard Gingras e plateia do evento no Newseum / Fotos: reprodução da página do Trust Project no Facebook

“ Um público cada vez mais cético quer conhecer a **expertise**, o **veículo** e a **ética por trás de uma notícia**. Os indicadores de credibilidade colocam ferramentas nas mãos das pessoas, dando-lhes os meios para avaliar se as notícias provêm de uma fonte confiável de que possam depender

Sally Lehrman

Diretora do Trust Project



MARKKULA CENTER
FOR APPLIED ETHICS



Adotantes iniciais e consórcio internacional

Nove veículos americanos e europeus da coalizão de mais de 75 organizações

LA STAMPA

Trinity Mirror plc

The
Washington
Post

dpa

The
Economist

THE
GLOBE
AND
MAIL

IJR.
INDEPENDENT
JOURNAL REVIEW

Mic

la Repubblica

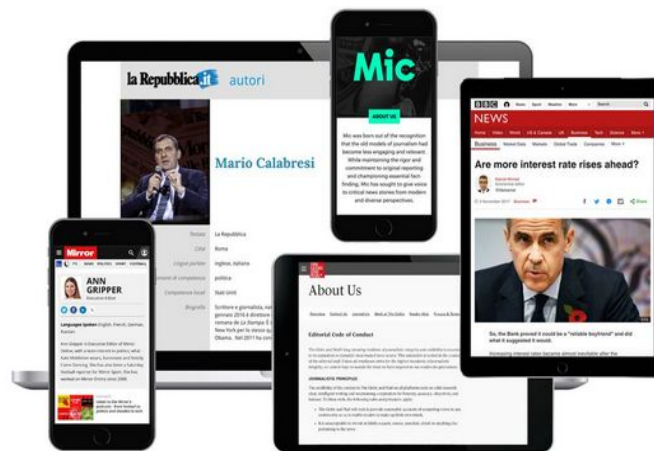


Foto: reprodução The Trust Project

 Trust Project Working Groups



Expansão do consórcio internacional

Adesão de 20 organizações noticiosas na América do Norte e Europa

Alguns novos veículos associados:

- [Corriere della Sera](#) (Itália)
- [CBC News](#) (Canadá)
- [El País](#) (Espanha)
- [Frontline PBS](#) (EUA)

Alguns veículos adotantes em 2017:

- [BBC](#) (Reino Unido)
- [The Economist](#) (Reino Unido)
- [The Washington Post](#) (EUA)

T The Trust Project
@_trustproject Seguindo

Big news: 217 million people can now easily identify trustworthy **#journalism** online with our **#TrustIndicators** - a major expansion of our global movement for **#transparency** in news. bit.ly/2xWmuJZ **#TheTrustProject**

Traduzir Tweet

**120 news sites.
217 million readers.
A global movement.**

T The Trust Project

03:00 - 9 de out de 2018

Reprodução do Twitter



Formação do consórcio de mídia no país

Critérios para participação no consórcio de mídia projeto, em expansão

NOVOS PARTICIPANTES

 LIVRE

 **JC** Jornal do Commercio

 **MURAL**
agência de jornalismo das periferias

EPOCA

 **GAZETA DO POVO**

PODER 360

Valor ECONÔMICO

ADOTANTES INICIAIS

 **Lupa**

 **FOLHA**

NEXO

nova escola

O POVO

revista **piauí**

DEMAIS PARTICIPANTES

 **ESTADÃO**

 **Jornal da Cidade**

 **Jornal de Jundiá**

 **O GLOBO**

 **UOL**
O MELHOR CONTEÚDO

 **ZH**
ZERO HORA

PARCERIA INSTITUCIONAL

ABR AJI



Foco em veículos que tenham uma **política de ética** (mesmo que ainda não esteja publicada em seu website), que produzam **conteúdo jornalístico original** (reportagem baseada em fatos) e tenham um **compromisso claro com o interesse público**

Veículos adotantes brasileiros

Critérios para participação no consórcio de mídia projeto, em expansão



PARCERIA INSTITUCIONAL



Implementação do MVP

Detalhamento dos indicadores, modos de aplicação e especificação de metadados

Implementação do MVP do Projeto Credibilidade / Trust Project ☆

Arquivo Editar Ver Inserir Formatar Dados Ferramentas Complementos Ajuda A última edição foi feita em 19 de outubro

100% R\$ % 0.00 123 - Tahoma 10 B I U A

Implementação do MVP								
Indicadores e atributos		Aplicação		Sinalização		Especificação		
Melhores práticas		Tipo de dado	Onde se aplica	UX (usuário)	MR (máquina)	Nomenclatura	Código	Exemplo de interface do usuário
<i>Diretrizes editoriais do indicador 'Melhores Práticas'</i>								
1	Política de ética	URL	Site	O	O	<code>ethicsPolicy</code>	<code></></code>	Chalkbeat BBC
2	Declaração de diversidade de vozes	URL	Site	O	O	<code>diversityPolicy</code>	<code></></code>	
2a	Relatório de diversidade de pessoal	URL	Site	O	O	<code>diversityStaffingReport</code>	<code></></code>	
3	Política e prática de correções	URL	Site	O	O	<code>correctionsPolicy</code>	<code></></code>	Chicago Tribune - Corrections Chicago Tribune - Report an Error Form
3a	Exibir correções		Matéria	O	O		-	
3b	Matéria corrigida		Matéria	O	O		-	
4	Estrutura de propriedade, financiamento e subvenções	URL	Site	O	O	<code>ownershipFundingInfo</code>	<code></></code>	SBN Network disclosure
4a	Data de fundação	ISO 8601 Date	Site	O	O	<code>foundingDate</code>	<code></></code>	
5	Expediente (lista dos principais gestores)	URL	Site	O	O	<code>masthead</code>	<code></></code>	NYT masthead FT Management
6	Missão / prioridades de cobertura	URL	Site	O	O	<code>missionCoveragePrioritiesPolicy</code>	<code></></code>	ProPublica
7	Normas de verificação e checagem	URL	Site	O	O	<code>verificationFactCheckingPolicy</code>	<code></></code>	BBC accuracy guidelines statement
8	Política para fontes anônimas	URL	Site	O	O	<code>unamedSourcesPolicy</code>	<code></></code>	USA Today - Editorial Policy
9	Feedback acionável: atividades de engajamento público	URL	Site	O	O	<code>actionableFeedbackPolicy</code>	<code></></code>	
9a	Informações de contato de feedback acionável	URL	Site	O	O	<code>contactPoint</code>	<code></></code>	
10	Informações de contato da redação	URL	Site	O	O	<code>contactPoint</code>	<code></></code>	
11	Link para política de melhores práticas recomendadas	URL	Matéria	O	O	<code>publishingPrinciples</code>	<code></></code>	
12	Polícias especialmente relevantes para a matéria	URL	Matéria	O	N	-		
13	Referência à participação do veículo no Projeto Credibilidade	URL	Site	O	N	-		
Autor/repórter		Tipo de dado	Onde se aplica	UX (usuário)	MR (máquina)	Nomenclatura	Código	Exemplo de interface do usuário
<i>Diretrizes editoriais deste indicador</i>								
1	Nome do autor (com link para a página do autor)	Texto	Site	O*	O*	<code>name</code>	<code></></code>	
2	Foto do autor	Imagem	Site	R	R	<code>image</code>	<code></></code>	
3	Localização	Cidade, Estado, País	Site	O	O	<code>workLocation</code>	<code></></code>	



Implementação de

Detalhamento dos indicadores, mo

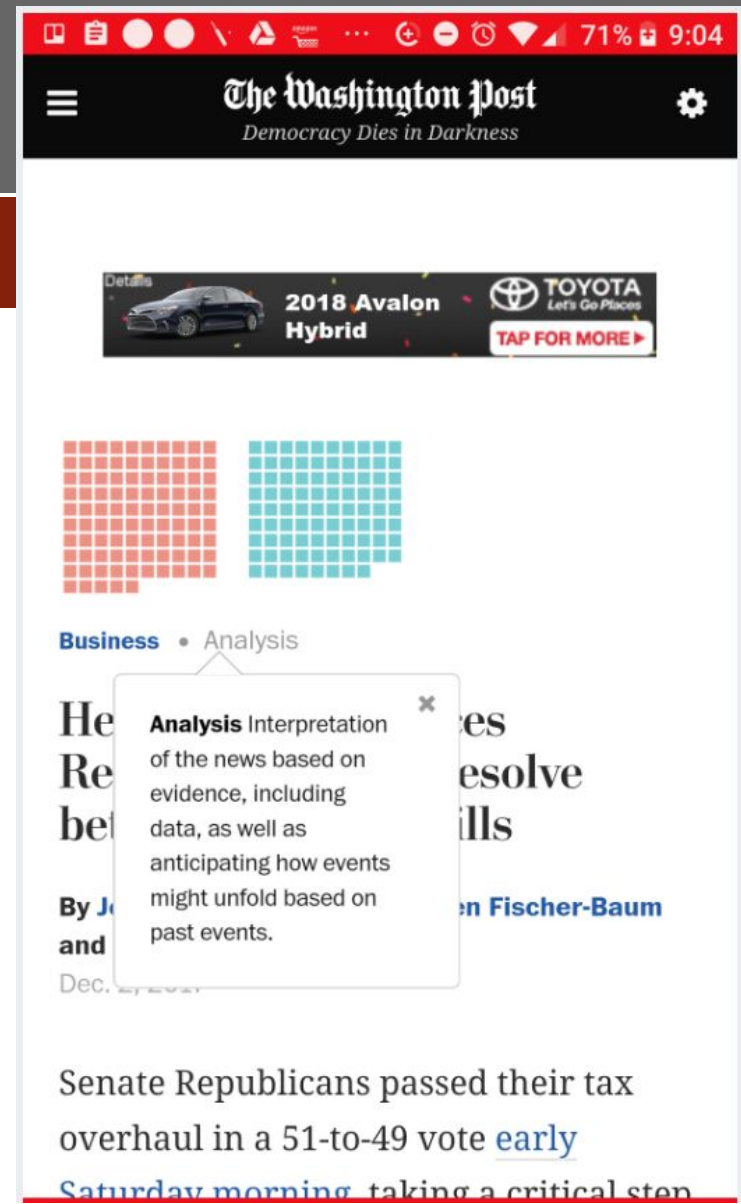
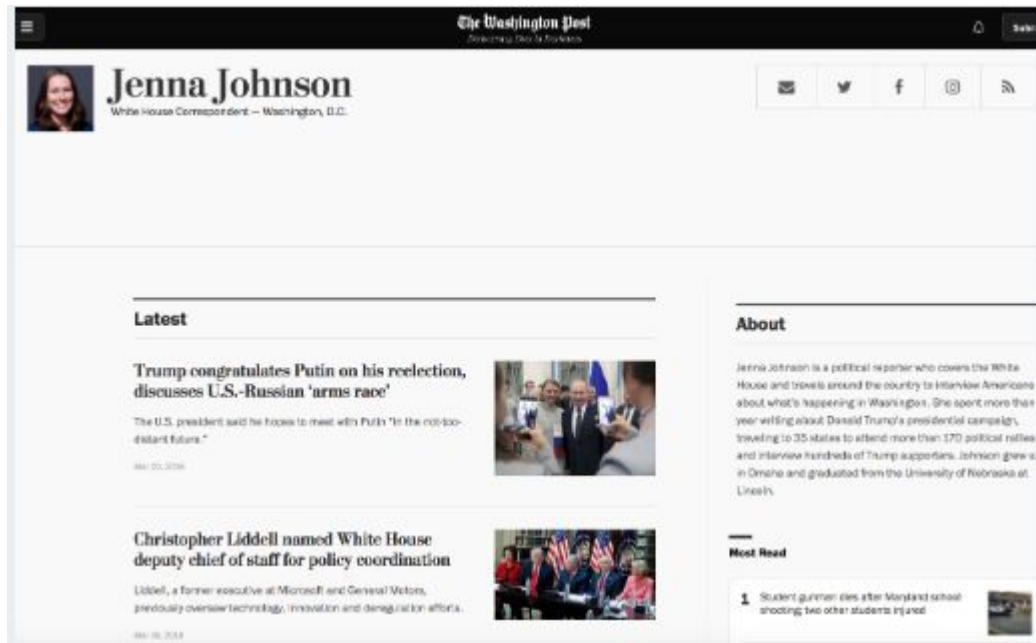
Implementação do MVP do Projeto Credibilidade / Trust Project			
Arquivo Editar Ver Inserir Formatar Dados Ferramentas Complementos Ajuda			
A	B	C	
1	Implementação do MVP		
2	Indicadores e atributos	Aplicação	
3	Melhores práticas	Tipo de dado	Ond
4	<u>Diretrizes editoriais do indicador 'Melhores Práticas'</u>		
6	1 Política de ética	URL	
8	2 Declaração de diversidade de vozes	URL	
9	2a Relatório de diversidade de pessoal	URL	
10	3 Política e prática de correções	URL	
12	3a Exibir correções		
13	3b Matéria corrigida		
14	4 Estrutura de propriedade, financiamento e subvenções	URL	
15	4a Data de fundação	ISO 8601 Date	
16	5 Expediente (lista dos principais gestores)	URL	
18	6 Missão / prioridades de cobertura	URL	
19	7 Normas de verificação e checagem	URL	
20	8 Política para fontes anônimas	URL	
21	9 Feedback acionável: atividades de engajamento público	URL	
22	9a Informações de contato de feedback acionável	URL	
23	10 Informações de contato da redação	URL	
24	11 Link para política de melhores práticas recomendadas	URL	
25	12 Policías especialmente relevantes para a matéria	URL	
26	13 Referência à participação do veículo no Projeto Credibilidade	URL	
28	Autor/repórter	Tipo de dado	Onde se aplica
29	<u>Diretrizes editoriais deste indicador</u>		
30	1 Nome do autor (com link para a página do autor)	Texto	Site
31	2 Foto do autor	Imagem	Site
32	3 Localização	Cidade, Estado, País	Site

The screenshot shows a GitHub repository for 'Trust-Project-Schema.org-Markup-Examples-2017'. The file 'BBC-BestPractices-example.html' is open, displaying HTML code. A red arrow points to the following meta tag: `<meta property="og:title" content="Amserlen yr etholiad - BBC Cymru Fyw" />`. The code also includes other Open Graph tags like 'og:type' and 'og:description'.



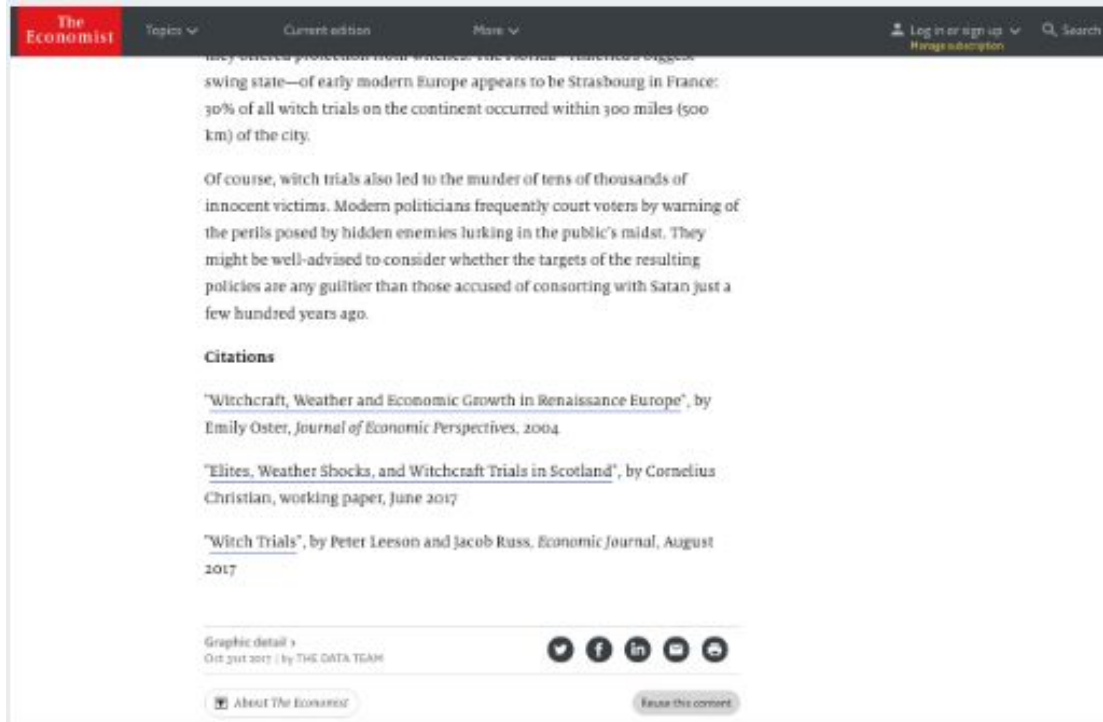
Implementação do MVP

Exemplos de UX: "autor" e "tipo de matéria"



Implementação do MVP

Exemplos de UX: "citações e referências"



Mic



another word about Prince George.

At least, I won't until he comes out.

Share:



Sources *i*



"Lady Killer onesie"



"Prince George Is a Preschooler, Not Anyone's 'Gay Icon' or Receptacle for Your Gender Norms"

The Mary Sue • July 24, 2017



"Touched By A Michael Landon: America's Jewish Angel"

Religion Dispatches • June 30, 2011



Implementação do MVP

Exemplo de markup para "Melhores práticas"

```
← → ↻ ⓘ view-source:https://www.folha.uol.com.br
155     "height": 60
156   },
157   "ethicsPolicy": "https://temas.folha.uol.com.br/projeto-editorial-da-folha/projeto-editorial-folha-de-s-paulo/principios-
editoriais.shtml",
158   "diversityPolicy": "https://temas.folha.uol.com.br/projeto-editorial-da-folha/projeto-editorial-folha-de-s-
paulo/principios-editoriais.shtml",
159   "correctionsPolicy": "https://ww1.folha.uol.com.br/erramos/",
160   "ownershipFundingInfo": "https://ww1.folha.uol.com.br/institucional/",
161   "foundingDate": "1921-02-19",
162   "masthead": "https://ww1.folha.uol.com.br/institucional/expediente.shtml",
163   "missionCoveragePrioritiesPolicy": "https://temas.folha.uol.com.br/projeto-editorial-da-folha/projeto-editorial-folha-de-
s-paulo/sua-excelencia-o-consumidor-de-noticias.shtml",
164   "verificationFactCheckingPolicy": "https://temas.folha.uol.com.br/projeto-editorial-da-folha/projeto-editorial-folha-de-
s-paulo/principios-editoriais.shtml",
165   "unnamedSourcesPolicy": "https://temas.folha.uol.com.br/projeto-editorial-da-folha/projeto-editorial-folha-de-s-
paulo/principios-editoriais.shtml",
166   "actionableFeedbackPolicy": "https://ww1.folha.uol.com.br/falecomafolha/",
167   "contactPoint": [{
168     "@type": "ContactPoint",
169     "contactType": "Newsroom Contact",
170     "url": "https://ww1.folha.uol.com.br/falecomafolha/"
171   }, {
172     "@type": "ContactPoint",
173     "contactType": "Public Engagement",
174     "url": "https://ww1.folha.uol.com.br/falecomafolha/"
175   }]
176 },
177 "publishingPrinciples": "http://temas.folha.uol.com.br/projeto-editorial-da-folha/projeto-editorial-folha-de-s-
paulo/principios-editoriais.shtml"
178 }
```



Implementação do MVP

Exemplo de markup para "Tipo de matéria", "Autor" e "Apuração local"

```
155 {
156   "@context": "http://schema.org",
157   "@type": "ReportageNewsArticle",
158   "url": "https://ww1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/stf-tem-maioria-para-liberar-indulto-de-temer-mas-decreto-continua-suspensao.shtml",
159   "mainEntityOfPage": "https://ww1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/stf-tem-maioria-para-liberar-indulto-de-temer-mas-decreto-continua-suspensao.shtml",
160   "headline": "STF tem maioria para liberar indulto de Temer, mas decreto continua suspenso",
161   "description": "Com placar em 6 a 2 pela constitucionalidade do texto, Luiz Fux pediu vista e adiou decisão final",
162   "datePublished": "2018-11-29T18:35:00Z",
163   "dateModified": "2018-11-29T19:39:00Z",
164
165   "image": { "@type": "ImageObject", "url":
166     "https://f.i.uol.com.br/fotografia/2018/11/29/15435235905c004d06ac36e_1543523590_3x2_md.jpg", "width": "768", "height": "512" }
167
168   "contentLocation": {
169     "@type": "Place",
170     "name": "Brasília "
171   },
172
173   "author": [{
174     "@type": "Person",
175     "name": "Reynaldo Turollo Junior",
176     "workLocation": { "@type": "Place", "name": "Brasília " }
177   }],
178
179   "publisher": {
180     "@type": "NewsMediaOrganization",
181     "@id": "https://ww1.folha.uol.com.br#organization",
182     "name": "Folha de S.Paulo",
183     "logo": {
184       "@type": "ImageObject",
185       "url": "https://f.i.uol.com.br/hunting/folha/1/amp/logo.png",
186       "width": 600,
187       "height": 60
188     }
189   }
190 }
```

Parceiros tecnológicos

Plataformas de distribuição que pretendem adotar o sistema de atributos

The Google logo, featuring the word "Google" in its characteristic multi-colored font (blue, red, yellow, green, blue, red).The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a dark blue rectangular background.The Bing logo, featuring a green stylized "B" icon followed by the word "Bing" in a green sans-serif font.The Twitter logo, featuring the word "twitter" in a light blue, lowercase, rounded sans-serif font.

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

Manual da Credibilidade

URL: www.manualdacredibilidade.com.br

CREDIBILIDADE – O SISTEMA DE INDICADORES DO TRUST PROJECT

Princípios éticos fundamentais do bom jornalismo e a apresentação dos atributos e estratégias do Trust Project/Projeto Credibilidade:

LEIA MAIS

- Melhores práticas: quais são os seus padrões?
- Expertise do autor
- Tipo de trabalho: o que é isso?
- Citações e referências: maior acesso às fontes

- Métodos: o processo de apuração
- Apuração local?: expertise e geo-localização
- Diversidade de vozes
- Feedback acionável para o público e redação

COMO DETECTAR DESINFORMAÇÃO

A experiência do Cross Check na França. O trabalho da International Fact-Checking Network (IFCN) e das agências de checagem de fatos. Como atuam as agências de checagem brasileiras. Como se aplicam os métodos e processos de checagem

LEIA MAIS

MAU JORNALISMO

- Ausência de correções
- Ausência de sinalização entre notícia, análise e opinião
- Ausência do canal do leitor
- Plágio e falta de creditação
- Conflitos de interesse
- Dois chapéus: repórter e assessor de imprensa
- Ativistas que não respeitam protocolos jornalísticos

LEIA MAIS

INDO MAIS FUNDO

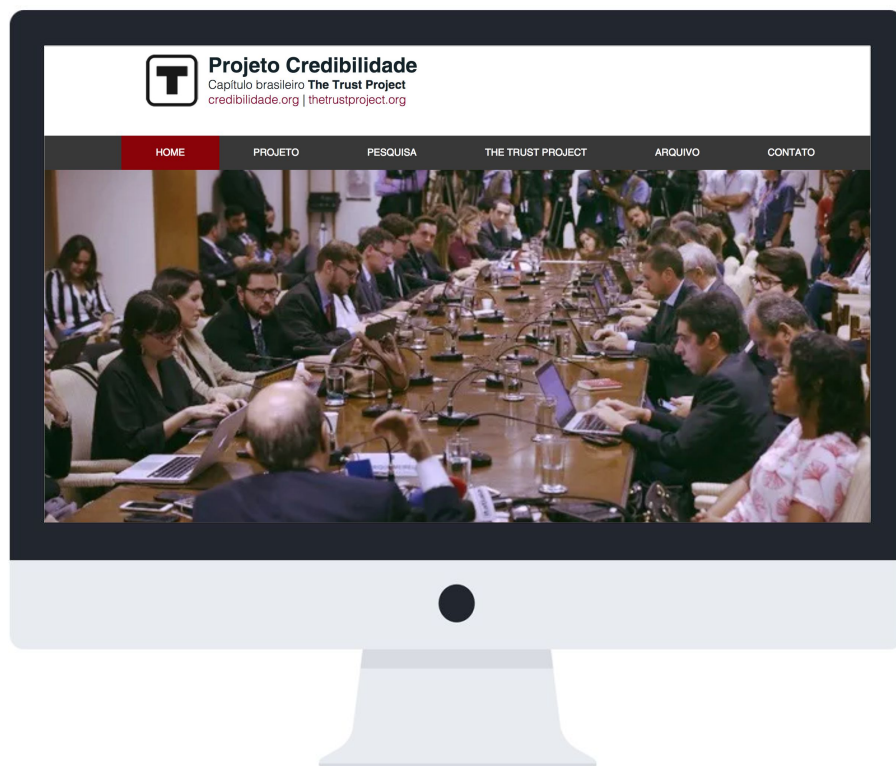
- The Trust Project e o Centro Markkula de Ética Aplicada da Universidade de Santa Clara, na Califórnia
- Outras instituições líderes em jornalismo digital e demais fontes on-line
- Bibliografia impressa

LEIA MAIS

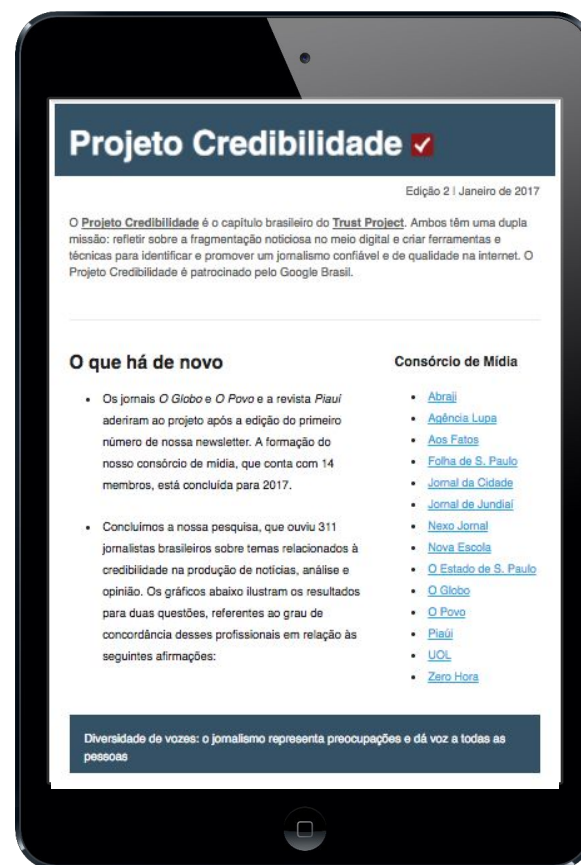
Nossos canais

Conheça o site e assine nossa newsletter

Site do projeto



Newsletter mensal



Projeto Credibilidade

www.credibilidade.org

The Trust Project

www.thetrustproject.org