

# Divulgação científica, desinformação e indicadores de credibilidade jornalística

Francisco Rolfsen Belda

# Agenda

- **Divulgação, jornalismo** e exemplos da cobertura de ciência
- **Crise de credibilidade** e o ecossistema da desinformação
- **Percepção de jornalistas** sobre indicadores de qualidade da notícia
- **Critérios de credibilidade** para conteúdos jornalísticos na internet
- **Contribuição do Projeto Credibilidade**, uma parceria entre Unesp e Projor

# Diferentes papéis

- Difusão, disseminação, divulgação
- Jornalismo como mediação crítica de fatos e ideias
- Selecionar, checar, informar, interpretar, analisar, contrapor, avaliar, opinar

Interesses/poderes públicos, do público, do povo, do publicador, do ente público, das publicações científicas, dos intelectuais, das empresas, dos reguladores, dos trabalhadores, dos intelectuais, das empresa, dos consumidores...

“Se a população não compreende ciência, será pouco capaz de participar dos debates relativos às decisões que lhes dizem respeito. “Se a divulgação científica der às pessoas conhecimentos para que elas possam ponderar sobre as decisões, ou pelo menos saber em que especialistas confiar, essa divulgação é uma transmissão de poder”

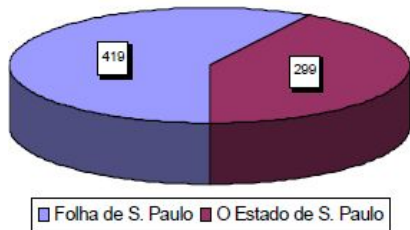
[Gerard Fourez. **A construção das ciências**: introdução à Filosofia e à Ética das ciências (Ed. Unesp, 1995. p.221-2)

# Jornalismo e qualidade da informação

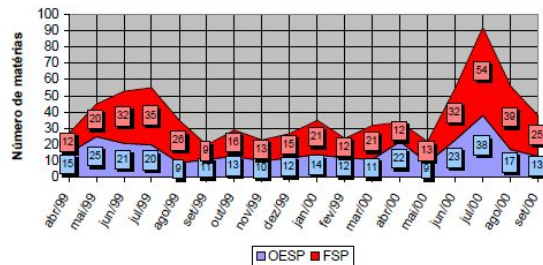
Estudo da cobertura de imprensa na regulamentação dos alimentos transgênicos  
 Folha e Estadão, 1999/2000, análise de 718 matérias de jornal

## 1. Agenda, pauta, temas e enfoques

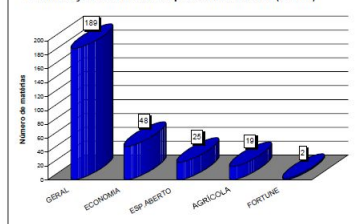
Número de matérias examinadas



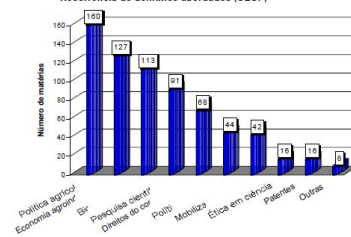
Frequência mensal de matérias sobre alimentos transgênicos nos jornais estudados



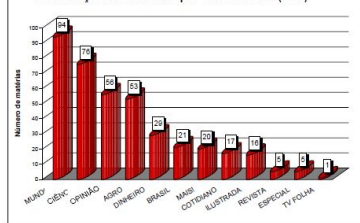
Distribuição das matérias por editoria/setor (OESP)



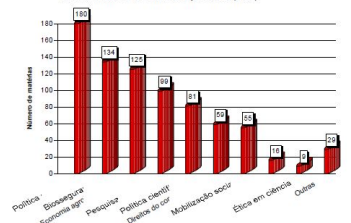
Recorrência de domínios abordados (OESP)



Distribuição das matérias por editoria/setor (FSP)



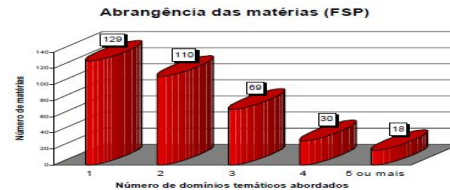
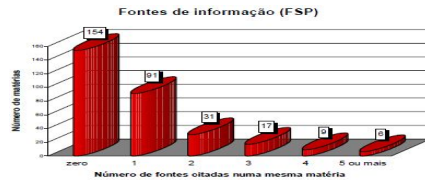
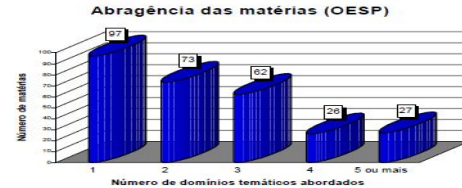
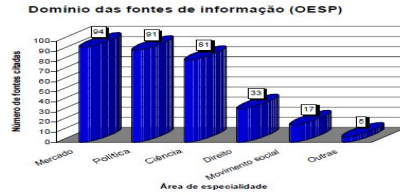
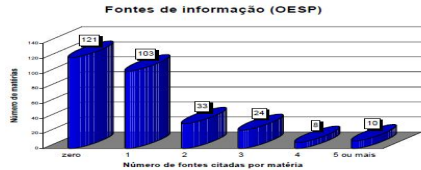
Recorrência de domínios implicados (FSP)



# Jornalismo e qualidade da informação

Estudo da cobertura de imprensa na regulamentação dos alimentos transgênicos  
Folha e Estadão, 1999/2000, análise de 718 matérias de jornal

## 2. Uso de fontes, suas especialidades e abrangência temática das matérias



# Jornalismo e qualidade da informação

Estudo da cobertura de imprensa na regulamentação dos alimentos transgênicos  
Folha e Estadão, 1999/2000, análise de 718 matérias de jornal

## 3. Vocabulário, narrativa, discurso, argumentação, valores



Exemplo 44, Folha de S. Paulo. Ilustrada, p. 4-6, 04/06/1999



**Macaco transgênico**  
A próxima portaria que deverá ser assinada pelo ministro da Justiça, José Gregori, será uma que obrigue em toda emissão de documento de identidade pela Secretaria de

Existe temor de que 'comida Frankenstein' aumente as alergias e afete biodiversidade

free-lance para a Folha  
Uma engenhoca inventada no interior de São Paulo promete ser, segundo seus criadores, a alternativa para evitar o plantio de grãos transgênicos no Brasil.  
O cultivador químico, como é conhecido, parte do mesmo princípio das sementes mutantes desenvolvidas pelas multinacionais de biotecnologia.  
Ele evita o uso de agrotóxicos

**Transgênicos devem ajudar 3º Mundo**  
Alimentos geneticamente modificados podem revolucionar a saúde no Terceiro Mundo, ajudando no combate a deficiências vitamínicas. Foi o que afirmou Marc Weksler, da Universidade de Cornell, EUA, durante encontro em Edimburgo que reúne cientistas e consumidores.

**ARNALDO JABOR**  
Estava cozinhando um ovo transgênico quando a panela me avisou: "Você quer ovo mole ou duro? Tecla A ou B?". Apertei B. A panela se abriu suave e, de dentro, flutuou o ovo, sua casca alvissima, em que se lia: "Trans-egg Inc.". Lembrei-me, por segundos, de meu galinheiro da infância, cheio de táticas, de penugens, onde iamnos catar os ovos das poedeiras ainda quentes, e isso me deu uma saudade dolorosa. Meu Deus, onde estará meu galinheiro intemporal!

**POR STEVE STECKLOW E MATT MOFFETT**  
Repórteres do THE WALL STREET JOURNAL  
O agricultor e consultor Elgart Egon Renner argumenta que a ignorância científica está por trás do medo a soja alterada geneticamente. "Todos nós somos transgênicos", diz ele. "Depois que nascemos, tomamos vacinas contra doenças, então nós próprios nos tornamos transgênicos."

**MARIANA LACERDA**  
FREE-LANCE PARA A FOLHA  
Já é possível fazer uma refeição inteira só com base em alimentos transgênicos. Batatas fritas, peixes, queijos e morangos são alguns dos produtos "engenheirados" que podem ser encontrados no mercado (pelo menos no norte-americano).

# Jornalismo e qualidade da informação

Estudo da cobertura de imprensa na regulamentação dos alimentos transgênicos  
Folha e Estadão, 1999/2000, análise de 718 matérias de jornal

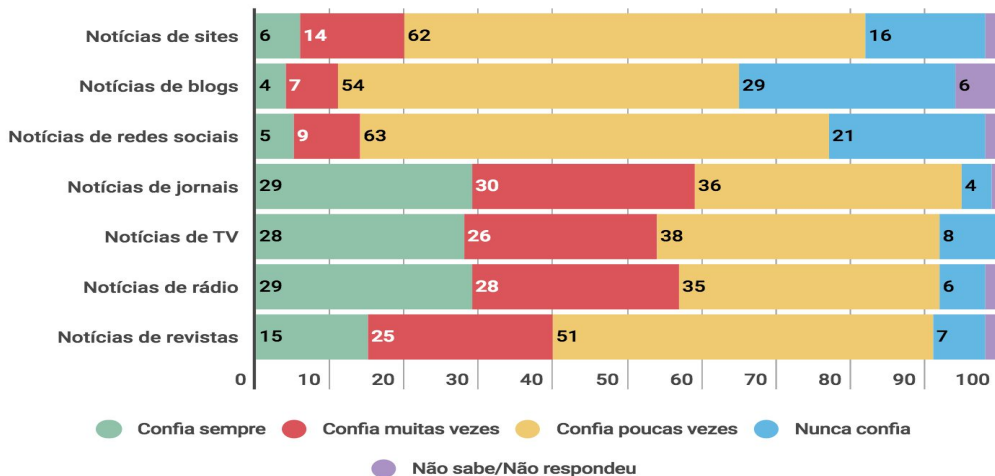
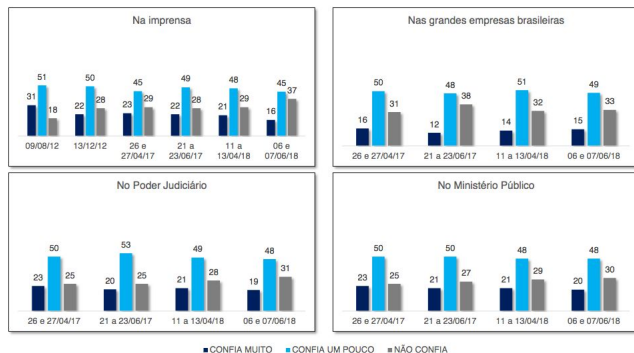
## Resultados:

- Elevado número de matérias com **apenas uma ou nenhuma fonte citada**
- Vocabulário impreciso, contraditório ou **até francamente enganoso**
- Falta de referência a métodos e **condições de confiabilidade científica**
- Noticiário de ciência **sem contextualização sócio-política** (e vice-versa)
- Polemização argumentativa **sem a crítica dos interesses envolvidos**

# Erosão da credibilidade e meios digitais

- **Desconfiança crescente** em relação à imprensa e a outras instituições
- Confiança ainda menor em notícias de **blogs, websites e redes sociais**

**Grau de confiança nas instituições**  
(estimulada e única, em %)



Fonte: Datafolha - Pesquisa sobre confiança nas instituições Junho de 2018

Fonte: Pesquisa Brasileira de Mídia / Secom-Ibope 2016

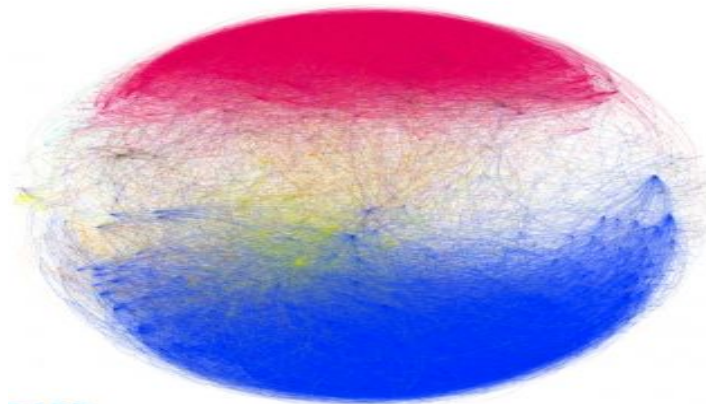


# Algumas causas da crise de credibilidade

- **Fragmentação** da notícia no meio digital: notícia misturada com ruído
- **Desintermediação** da notícia: fontes com canal direto de comunicação
- **Desinformação** e as chamadas "notícias falsas" -- termo, aliás, impreciso
- **Polarização** política: descrédito a informações que favoreçam o polo oposto



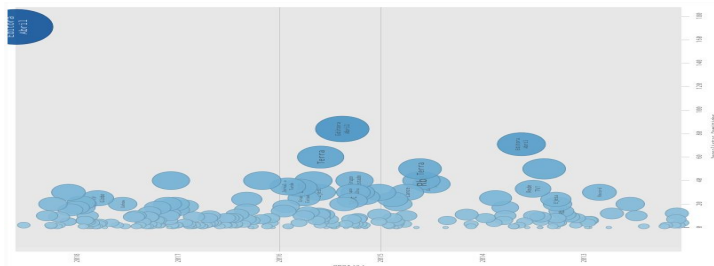
Reprodução do Twitter



Fonte: FGV/ DAPP:  
Polarização no Twitter entre  
grupos pró e contra Dilma  
Rousseff em março de 2016

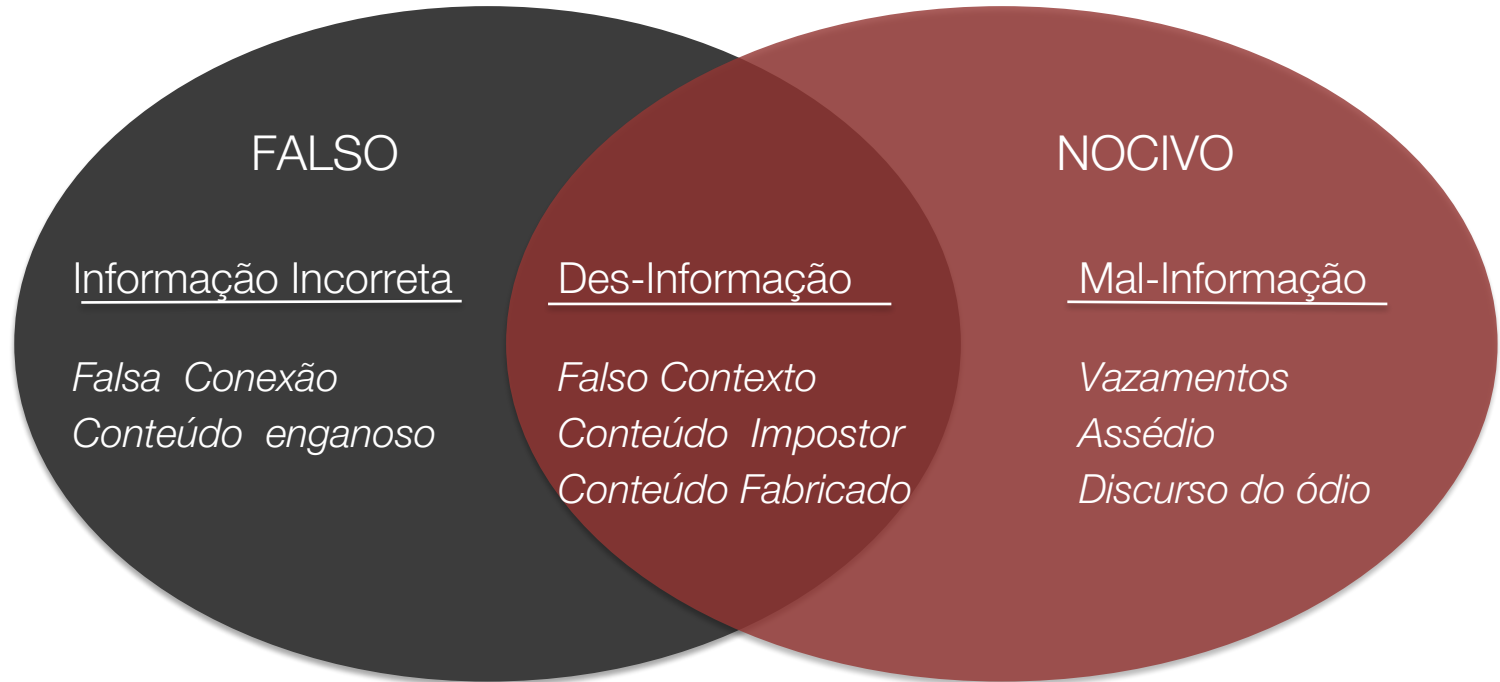
# Algumas causas da crise de credibilidade

- **Viés de confirmação:** tendência em prol de crenças e hipóteses iniciais
- **Filtros bolhas:** redes favorecem relacionamento com quem pensa como nós
- **Apuração enviesada:** vieses e filtros prejudicam a integridade da notícia
- **Outras deficiências no jornalismo:** princípios éticos e transparência
- **Precarização da profissão de jornalista:** salários e condições de trabalho



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

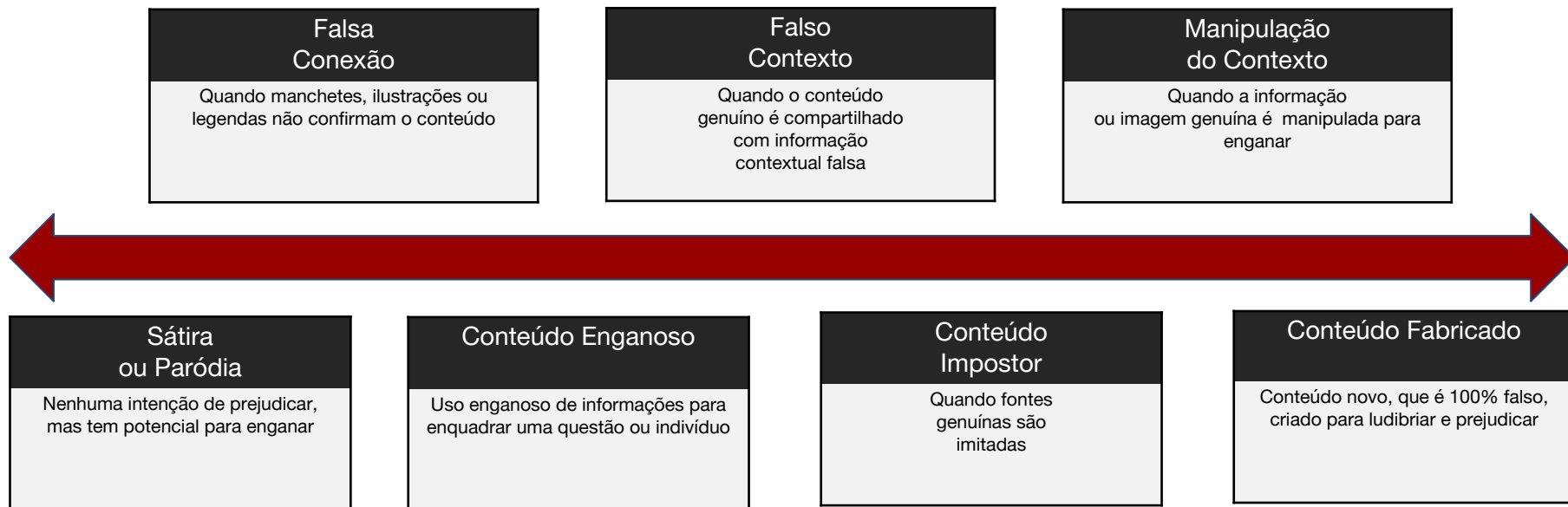
# Desordem da informação e suas motivações



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

# O espectro da desinformação

## Tipos de má ou desinformação no ecossistema digital



Fonte: Claire Wardle/ First Draft News

# O espectro da desinformação

## Tipos de má ou desinformação no ecossistema digital

### Falsa Conexão

Quando manchetes, ilustrações ou legendas não confirmam o conteúdo



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

ONESMARTPENNY

Reprodução Wired.com

# O espectro da desinformação

## Tipos de má ou desinformação no ecossistema digital

### Falso Contexto

Quando o conteúdo  
genuíno é compartilhado  
com informação  
contextual falsa

Será que essa história é verdadeira ou falsa?



Fonte: E-farsas/ Facebook

Fonte: Claire Wardle/ First Draft News

# O espectro da desinformação

## Tipos de má ou desinformação no ecossistema digital

### Manipulação do Contexto

Quando a informação  
ou imagem genuína é manipulada para  
enganar



Fonte: Monkey Paw Productions /  
Buzzfeed

Fonte: Claire Wardle/ First Draft News

# O espectro da desinformação

## Tipos de má ou desinformação no ecossistema digital

Sátira  
ou Paródia

Nenhuma intenção de prejudicar,  
mas tem potencial para enganar

### The piauí Herald

O DIÁRIO MAIS ELEGANTE DO BRASIL. NOTICIA O QUE ACONTECERÁ NO PRÓXIMO ANO  
DIRETOR DE REDAÇÃO ALFREDO HERBIBO  
DOMINGO, 21 DE DEZEMBRO DE 2009  
de R\$ 9,00 por R\$ 11,00



Pentágono suspeita de que bispa Sonia e rabino Sobel teriam convertido Bin Laden  
Indícios apontam crescimento de 73% no uso de gravatas sem nota fiscal nas mesquitas do Afeganistão *Fig. 77*

Fonte: revista Piauí

Fonte: Claire Wardle/ First Draft News



# O espectro da desinformação

## Tipos de má ou desinformação no ecossistema digital

### Conteúdo Enganoso

Uso enganoso de informações para enquadrar uma questão ou indivíduo



Saúde

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

06/04/2018 • Edgard Matsuki • 13 Comentários

Fonte: Boatos.org

Fonte: Claire Wardle/ First Draft News

# O espectro da desinformação

## Tipos de má ou desinformação no ecossistema digital

### Conteúdo Impostor

Quando fontes  
genuínas são  
imitadas



Foto: Reprodução Facebook

# O espectro da desinformação

## Tipos de má ou desinformação no ecossistema digital

### Conteúdo Fabricado

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



Fonte: First Draft News/ WTOE News

Fonte: Claire Wardle/ First Draft News

# Projeto Credibilidade: uma contribuição

Sally Lehrman, diretora de The Trust Project (Santa Clara University)

Angela Pimenta (Projor) e Francisco Belda (Unesp), coordenadores no Brasil

- Refletir sobre a **fragmentação noticiosa** no meio digital
- Desenvolver técnicas para identificar e promover **jornalismo confiável**



PARCERIA



PATROCÍNIO  
CONSÓRCIO DE MÍDIA



PATROCÍNIO  
EDUCAÇÃO MUDIÁTICA

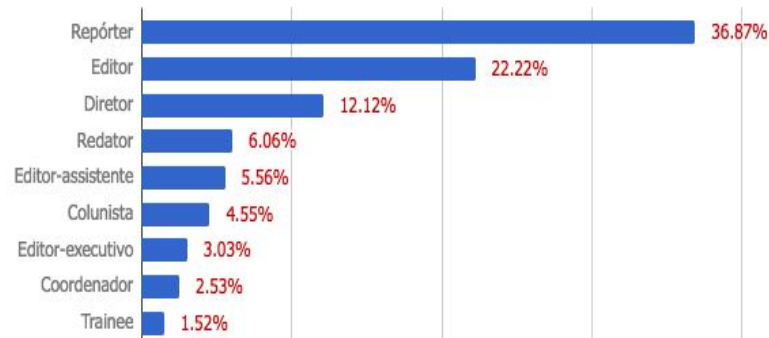


# Projeto Credibilidade

Pesquisa com 314 jornalistas brasileiros, de 38 diferentes veículos

- 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

Cargo ou função



# Projeto Credibilidade

- **Maior concordância:** o jornalismo é crucial para a democracia e capaz de promover uma sociedade melhor
- **Maior discordância:** o jornalismo fornece narrativas verdadeiras e contextualizadas dos fatos e retrata a diversidade dos grupos sociais

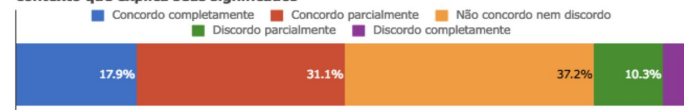
## O jornalismo é crucial para a democracia



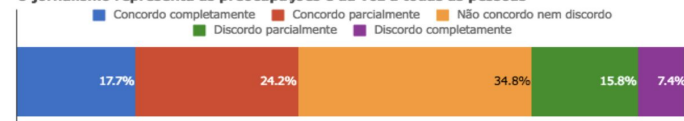
## A atividade jornalística não teme ao cobrar responsabilidades de quem exerce o poder



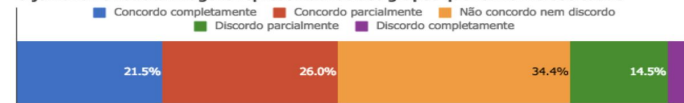
## O jornalismo fornece uma narrativa verdadeira dos eventos e questões diárias num contexto que explica seus significados



## O jornalismo representa as preocupações e dá voz a todas as pessoas



## O jornalismo retrata imagens representativas dos grupos que formam a sociedade

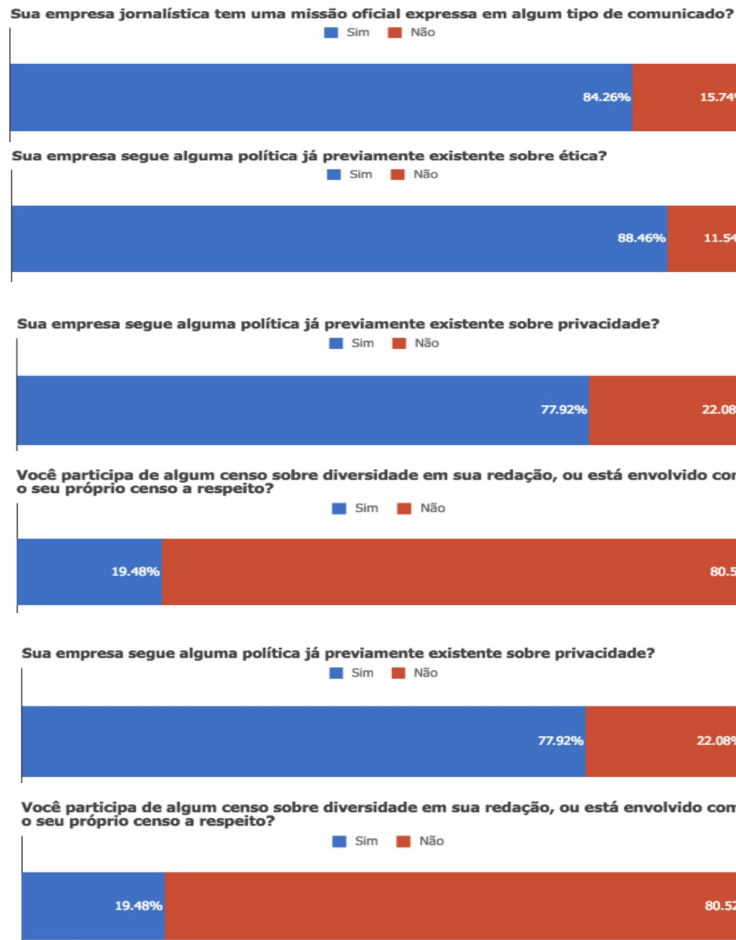


## O jornalismo serve como um fórum para troca de ideias



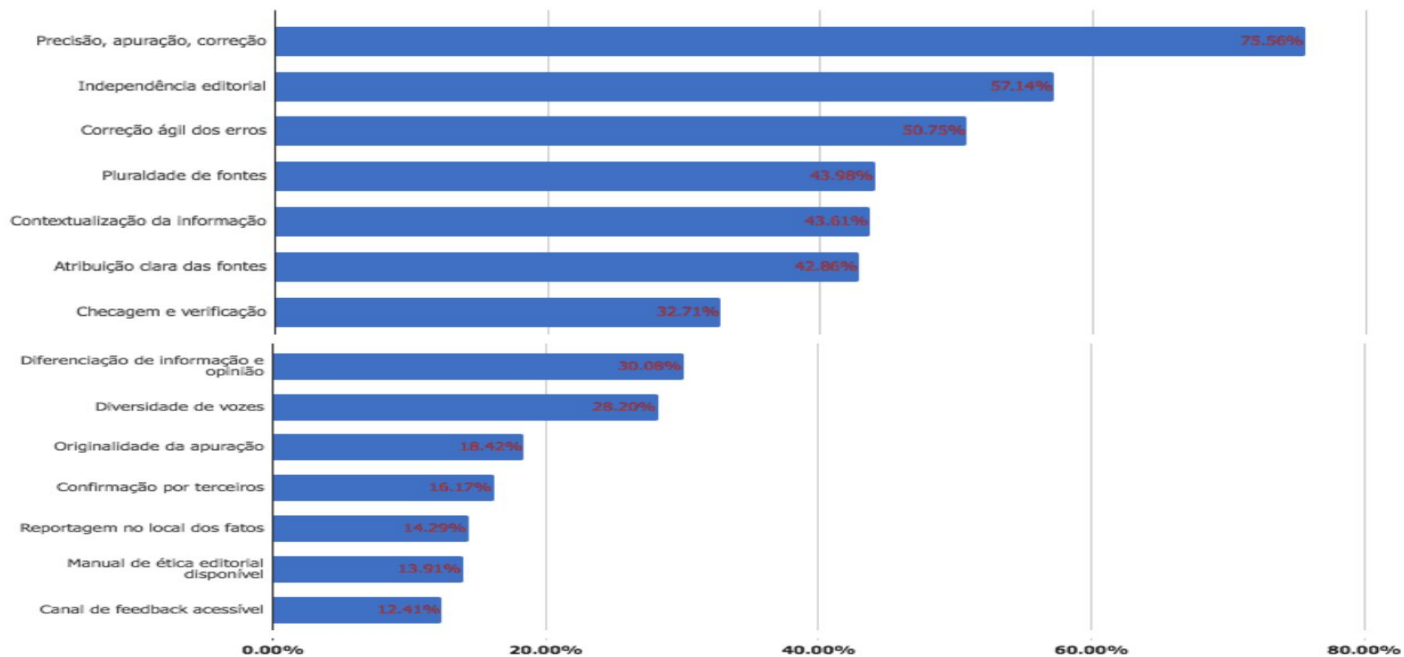
# Projeto Credibilidade

- Acreditam que suas empresas apoiem afirmações que refletem **princípios** éticos (91%) e **valores** qualitativos do jornalismo (79%).
- Comentários textuais revelam certo distanciamento entre afirmações formais das empresas e **sua prática**



# Projeto Credibilidade

## Indicadores de credibilidade da notícia, na visão de seus produtores





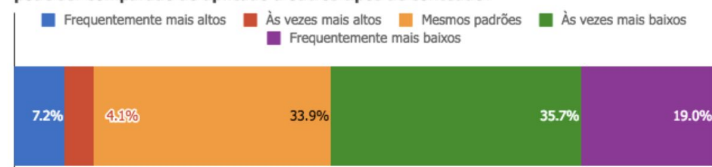
# Projeto Credibilidade

- Nem sempre conteúdos digitais são produzidos conforme **padrões de qualidade e rigores de edição** utilizados para o impresso
- **Princípios éticos** para conteúdos digitais são considerados os mesmos em relação a outros conteúdos pela maior parte dos entrevistados (69%)

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



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



Como os padrões éticos que sua empresa aplica ao conteúdo exclusivamente digital pode ser comparado aos aplicados a outros tipos de conteúdo?



# Projeto Credibilidade

## 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

### Diversidade de vozes

Os esforços da redação para trazer perspectivas diversas para a reportagem

### 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

### Feedback acionável

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

# Projeto Credibilidade

## Adotantes iniciais e consórcio de mídia

LA STAMPA

Trinity Mirror plc

The  
Washington  
Post



dpa

The  
Economist

THE  
GLOBE  
AND  
MAIL

IJR.  
INDEPENDENT  
JOURNAL REVIEW

.Mic

la Repubblica

**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](https://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

NOVOS PARTICIPANTES

LIVRE

JC  
Jornal do Commercio

MURAL  
Agência de Jornalismo em Rede



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 Fúndia

PARCERIA INSTITUCIONAL

O GLOBO

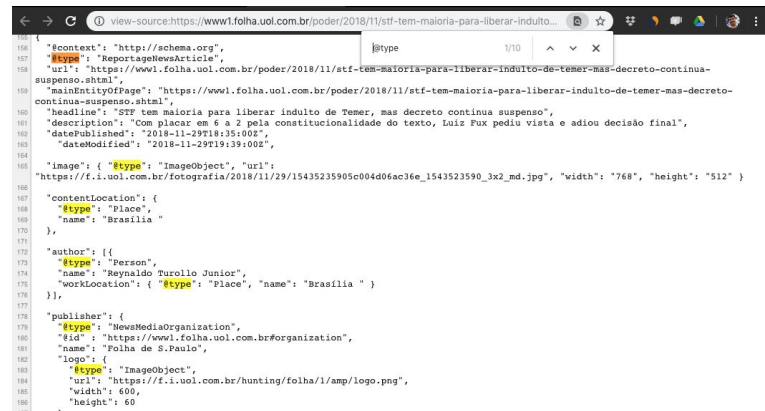
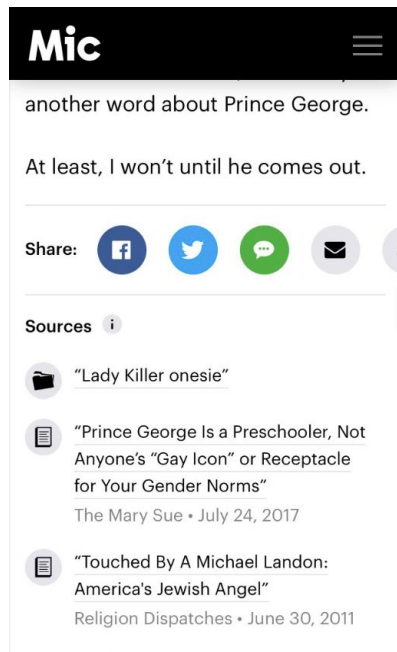
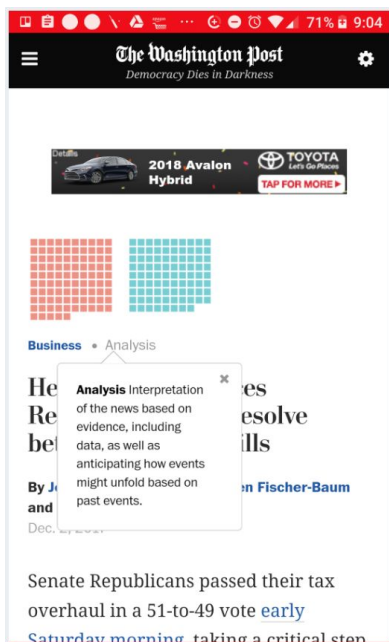
UOL  
O MELHOR CONTEÚDO

ZH  
ZINGALES

ABR AJI

# Projeto Credibilidade

## Exemplos de implementação do MVP de indicadores de credibilidade



Parceiros tecnológicos



# Projeto Credibilidade

Manual da Credibilidade: publicação para jornalistas, estudantes e interessados

## 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](#)

# Projeto Credibilidade

Manual da Credibilidade: publicação para jornalistas, estudantes e interessados

## 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](#)

# Mais informação

[www.credibilidade.org](http://www.credibilidade.org)

[www.manualdacredibilidade.com.br](http://www.manualdacredibilidade.com.br)

**Francisco Rolfsen Belda**

francisco.belda@unesp.br

**unesp**  UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA  
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"

**Projor** | Instituto para  
o Desenvolvimento  
do Jornalismo