

Projeto Credibilidade e certificação de boas práticas em veículos jornalísticos: a formação do padrão de qualidade esperado

Certification of good practices in journalistic media: the formation of the expected quality standard

Ivan Paganotti¹

Resumo

Esta pesquisa avalia como o Projeto Credibilidade recomenda, avalia e certifica procedimentos jornalísticos de verificação e correção de informações. São analisados critérios procedimentais de qualidade jornalística (identificação de fontes verificáveis, transparência e reparação de erros) e seu potencial para aprimorar práticas jornalísticas, indicando ao público os procedimentos esperados de veículo com padrão de qualidade reconhecido. O artigo avalia como critérios e indicadores de qualidade do projeto registram, incentivam e destacam práticas sociais valorizadas, e como o próprio selo da iniciativa torna-se elemento de distinção. Esses critérios são elemento importante para a melhoria da apuração jornalística, e demanda um diálogo crítico por pesquisadores acadêmicos, que podem se apropriar desses indicadores em suas práticas docentes, na formação de futuros jornalistas, mas também posicionar-se criticamente perante eventuais lacunas ou aprimoramentos necessários no projeto.

Palavras-chave: Desinformação. Jornalismo. Qualidade.

Abstract

This research evaluates how the Brazilian Trust Project recommends, evaluates and certifies journalistic procedures of fact-checking. This paper evaluates procedural criteria that may assure journalistic quality (identification of verifiable sources, transparency and correction of errors) and their potential to improve journalistic practices, indicating to the public what practices are expected from a vehicle with a recognized quality standard. The article evaluates how the criteria and quality indicators register, encourage and highlight social practices which are seen as valuable, and how the initiative's seal becomes an element of distinction. These criteria are important elements for improving journalistic investigation, and demand critical dialogue by academic researchers, who can appropriate these indicators in their teaching practices, in the training of future journalists, but also critically position themselves in the face of any gaps or necessary improvements in the project.

Keywords: Disinformation. Journalism. Quality.

¹ Professor do curso de Jornalismo da Escola e Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) e pesquisador do CNPq (bolsista produtividade PQ-2). Doutor em Ciências da Comunicação pela USP, com doutorado-sanduíche na Universidade do Minho (Braga, Portugal), realizou pós-doutorado no TIDD/PUC-SP (2023-2024). Pesquisador do MidiAto/ECA-USP e coordenador da região sudeste da Rede Nacional de Combate à Desinformação (RNCD). E-mail: ipaganotti@usp.br

Introdução

O cenário recente de desinformação em plataformas digitais tem demandado novas propostas para combater a disseminação de informações falsas em redes sociais e outras plataformas online (Ribeiro; Ortellado, 2018; Paganotti, 2018). Tanto causa como consequência desse processo, a credibilidade da imprensa tradicional e seus profissionais tem sido alvo de desconfiança por parte do público (Newman et al.; 2025): por um lado, parcela da audiência se distancia dos veículos jornalísticos tradicionais após frustrações com erros ou por não encontrar temas ou posições mais alinhadas com seus interesses; por outro lado, a recente crise emergente resultante da disseminação de notícias falsas online criou também uma sensação de insegurança para os internautas, que enfrentam dificuldade em reconhecer veículos com credibilidade em paisagens midiáticas cada vez mais diversificadas. A credibilidade dos jornalistas, alvo de ataques de lideranças políticas e de comunicadores alternativos, precisa assim se reinventar para poder encontrar novamente seu público – e a preocupação atual com a verificação de fatos é tanto uma resposta às ameaças da disseminação de informações falsas em plataformas digitais quanto um diferencial importante para esses veículos da imprensa, que passam a ser revalorizados por parte do público (Bolinches & Alonso, 2020).

Nesse sentido, começam a surgir nos últimos anos iniciativas para aprimorar e atestar a qualidade da cobertura de veículos jornalísticos por meio de certificação independente, comprovando que esses jornais seguem procedimentos e critérios rigorosos na busca de informação relevante e de qualidade (Guerra, 2017). Entre essas iniciativas, o Trust Project – <https://thetrustproject.org> – destaca-se ao procurar apresentar um selo facilmente identificável, atestando a qualidade dos veículos que sejam aprovados em seus critérios de certificação de qualidade. Se é difícil identificar sites perniciosos online com sua constante proliferação e mutação nos oceanos turbulentos da internet, pode ser mais simples mapear quais seriam as ilhas de credibilidade jornalística atestada nesse espaço.

Essa estratégia leva em consideração que a proliferação dos veículos de mídia em plataformas digitais abre um desafio para a formação do público geral: como reconhecer um site verdadeiramente jornalístico, entre tantas páginas que se pretendem fazer passar por fontes de informação? Esse desafio é particularmente problemático levando em consideração que a rede digital erode parte das fronteiras do noticiário local, transformando todos os sites de jornalismo do planeta em potenciais fontes de informação: como identificar uma fonte de qualidade, em uma realidade distante? Como os algoritmos de redes sociais e de ferramentas

de pesquisa poderiam identificar sites com maior credibilidade, recompensando-os com maior visibilidade no feed de notícias e nos resultados de busca?

Esses questionamentos levam ao problema de pesquisa deste estudo: como o público geral pode ser educado sobre as melhores fontes de informação e as práticas corretas de apuração e verificação de informações jornalísticas? A hipótese que este trabalho procura discutir (ainda que se trate de um estudo qualitativo exploratório, com restrições na sua finalidade demonstrativa) é que mecanismos de certificação de qualidade jornalística podem atender a essa demanda de formação do público e dos jornalistas sobre boas práticas de apuração, contextualização, edição, verificação e correção – ainda que iniciativas de certificação jornalística apresentem limitações referentes aos obstáculos para sua universalização, reconhecimento e processos de revisão de sua própria formulação. Com essas questões em mente, este artigo avaliará o desenvolvimento da certificação de qualidade do Trust Project. Essa iniciativa constrói critérios para garantir a credibilidade de veículos de comunicação pela transparência, permitindo sua identificação e responsabilização perante o público (Curry & Stroud, 2017). No Brasil, essa iniciativa foi traduzida como Projeto Credibilidade – <https://www.credibilidade.org> – e foi desenvolvida inicialmente no país pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor) em parceria com o Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT), da Universidade Estadual Paulista (Unesp) para distinguir o jornalismo de qualidade na internet (Träsel, Lisboa & Vinciprova, 2019).

Certificação jornalística: definição de padrões

Este estudo se alinha à perspectiva de Carlson (2017), defendendo que a credibilidade jornalística é construída pela apresentação de suas práticas e seus discursos próprios, de forma a que os profissionais da imprensa sejam reconhecidos como autoridades para representar o público, consultar fontes e apresentar informações e posições relevantes no debate coletivo. Assim, como em outras áreas da produção simbólica de conhecimento por meio de discursos de autoridade, o jornalismo apresenta e constrói sua credibilidade pela transparência de suas práticas (Pastl, 2025), discutindo e demonstrando os métodos adotados para construir seus relatos (Carlson, 2017). Assim, conjuntos de boas práticas e selos de qualificação como as desenvolvidas pelo Projeto Credibilidade reforçam as formas como parte da comunidade jornalística idealiza seu campo e suas práticas, criando um padrão esperado pelos outros produtores de notícia e possibilitando cobranças também por parte do público.

Nesse sentido, é possível avaliar como a certificação jornalística particularmente procura explicitar, recomendar, avaliar e certificar os procedimentos jornalísticos de verificação e correção de informações, considerando como a apresentação das boas práticas jornalísticas apresenta uma função duplamente educativa: de um lado, apresenta para os profissionais da imprensa quais habilidades precisam ser desenvolvidas e adotadas para aprimorar suas condutas; por outro lado, ensina ao público o que esperar de bons veículos jornalísticos, um padrão de qualidade que deve ser cobrado e a partir do qual se pode mensurar a qualidade da informação oferecida.

A identificação de fontes de informação de forma verificável, a transparência em casos de erros e a abertura para correções são critérios importantes para diferenciar casos em que a imprensa inadvertidamente publique informações incorretas de veículos que propositalmente disseminam desinformação – ou seja, diferenciar notícias incorretas específicas de um noticiário fraudulento, próprio das chamadas “fake news” (Paganotti, 2020). Nesse sentido, os indicadores de qualidade de iniciativas como a do Projeto Credibilidade podem não só incentivar melhorias no jornalismo, mas indicar ao público quais procedimentos são esperados de um veículo com padrão de qualidade reconhecido pelos seus pares na imprensa e na academia (Guerra, 2020).

Para isso, esta pesquisa adota uma metodologia de análise de discurso crítica (Fairclough, 2003), avaliando como os critérios e indicadores de qualidade do Projeto Credibilidade registram, incentivam e destacam práticas sociais valorizadas, e como o próprio selo da iniciativa – um T maiúsculo preto em um quadrado branco com bordas pretas – pode tornar-se um elemento de distinção (Bourdieu, 2017) perante o público (Grossi & Santos, 2018). Fairclough (2003) indica que a análise de discurso crítica deve avaliar como as tensões sociais são reveladas, contidas ou transformadas por processos comunicativos conflitivos; nesse sentido, este artigo avalia como iniciativas de credenciamento de fontes de notícias a partir de indicadores de qualidade e boas práticas funcionam ao mesmo tempo como uma forma de resistir a processos danosos de divulgação de informações falsas online – uma tensão social marcada textualmente nos seus manuais de recomendação como procedimentos a serem evitados – mas também como uma forma de consolidar boas práticas, consensuadas pelos atores relevantes no campo, e que podem assim ser adotadas por outros comunicadores e esperadas pelo público geral – ou seja, uma forma de transformação social por meio da prática comunicativa, um dos elementos centrais no método da análise de discurso crítica, unindo a avaliação de questões sociais com indicações de caminhos para a superação de obstáculos (Chouliaraki; Fairclough, 1999).

Assim, foram analisados os indicadores de credibilidade que constam nos documentos oficiais do Projeto Credibilidade, acessíveis para o público e demandados para os jornalistas por ele certificados a partir do site <https://www.credibilidade.org/indicadores> – focando principalmente nos atributos que tratam de “verificação e checagem”, dentro do indicador “Melhores Práticas”, além do atributo “exibição de correções”, no indicador “Métodos”, além dos indicadores gerais de “Citação e referências” e “Feedback e engajamento”.

Qualidade no jornalismo: formação dos profissionais e expectativas do público

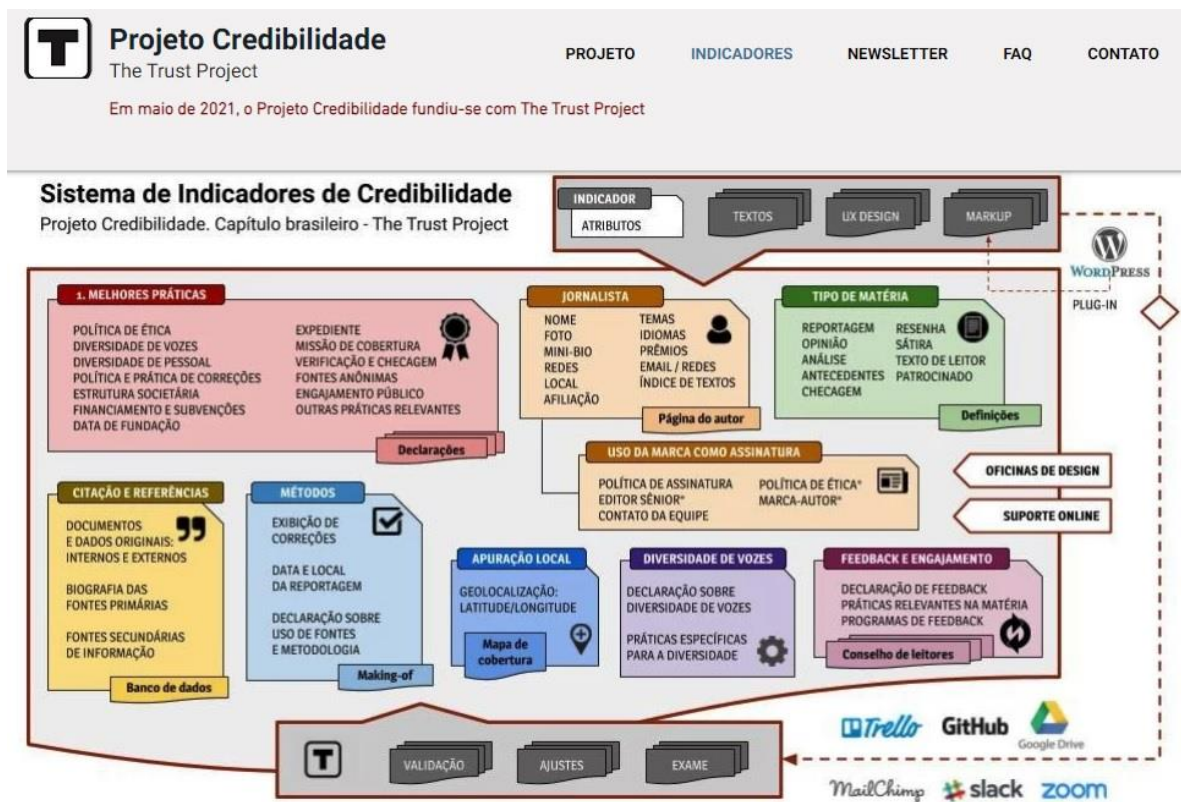
A aferição da qualidade jornalística é um desafio considerável, pois nem sempre há alinhamento entre as práticas e expectativas dos profissionais da imprensa e do público. Guerra (2010) defende que a qualidade jornalística está atrelada a critérios de veracidade e relevância das informações publicadas, mas a qualidade dos periódicos nem sempre pode ser objetivamente demonstrada pelos profissionais, “com dados de aferição obtidos por métodos claros e confiáveis”, e por isso “nem sempre é reconhecido objetivamente pelos demais atores da área como válido” (Guerra, 2010, p. 5).

A expectativa de verdade requer uma base factual para a informação. A sociedade espera que as notícias tratem de fatos, por isso a invenção, a distorção e a mentira são consideradas faltas graves para o jornalista. As informações contidas nas notícias devem ser suportadas por provas de veracidade, como documentos, testemunhos e registros (Guerra, 2010, p. 8).

Nesse sentido, iniciativas como o Projeto Credibilidade partem da construção colaborativa – entre jornalistas, pesquisadores e representantes do público – de diretrizes fundamentais para garantir a qualidade noticiosa, que “derivam de um consenso profissional sobre quais elementos evidenciam a observação de padrões mínimos de qualidade na produção de notícias, reportagens e outros materiais jornalísticos” (Träsel, Lisboa & Vinciprova, 2019, p. 485). Desenvolvido em 2014 pela jornalista Sally Lehrman, do Centro Markkula para Ética Aplicada da Universidade de Santa Clara, nos Estados Unidos, o projeto internacional “desenvolve padrões de transparência que ajudam as pessoas a avaliar a qualidade e a credibilidade do jornalismo”², apontando indicadores de qualidade que devem ser seguidos pelos parceiros certificados pelo projeto (Imagem 1).

² Projeto Credibilidade: “Projeto: quem somos”. Disponível em: <https://www.credibilidade.org>

Figura 1 – Indicadores do Projeto Credibilidade



Fonte: Captura de tela em 31 ago. 2022 do site do Projeto Credibilidade - <https://www.credibilidade.org/indicadores>

Os indicadores são agrupados em categorias (Imagem 1) considerando os atores e processos sobre as quais incidem: melhores práticas (incluindo recomendações de transparência e apresentação de políticas internas adotadas pelos veículos), jornalista (identificação, qualificação e contato da equipe), tipo de matéria (identificação do gênero das produções jornalísticas de forma a esclarecer sua finalidade e características de formato, estilo e finalidade), citação e referências (apresentação de fontes, suas qualificações e documentos originais em que se baseiam reportagens), métodos (canais de correção, apresentação de contexto e métodos usados na apurações), apuração local (localização da cobertura), diversidade (busca de perspectivas diversas entre fontes e jornalistas), feedback e engajamento (canais para contato, críticas e comentários do público). Neste artigo, serão detalhados os indicadores que tratam especificamente das práticas que podem influenciar e garantir a qualidade da informação no produto jornalístico final, que estão agrupadas em quatro categorias: melhores práticas, referências, métodos e feedback.

Curry e Stroud (2017) já demonstraram que o público reconhece nesses indicadores marcas importantes para garantir a credibilidade das informações e dos veículos jornalísticos.

Ainda assim, Guerra (2020) critica propostas como a do Projeto Credibilidade por se basearem em práticas da mídia tradicional com maior preocupação na manutenção da reputação dos veículos do que na garantia da qualidade do produto ofertado ao público, visto que as empresas jornalísticas “reivindicam a oferta de um conteúdo com nobres valores, mas são incapazes de demonstrar, claramente, o grau efetivo no qual conseguem entregar o que prometem” (Guerra, 2020, p. 55). Em outras palavras, operariam de forma mais performativa, como um processo de distinção (Bourdieu, 2017), uma forma de atores posicionados no centro do campo jornalístico tentarem definir ao mesmo tempo o *habitus*, ou seja, os códigos de conduta e práticas socialmente valorizadas, e também conceder e acumular capital social – visto que as práticas já adotadas por esses veículos tradicionais seriam as reconhecidas como válidas, reforçando o reconhecimento desses mesmos meios de comunicação. Essa abordagem crítica pode ser alinhada à discussão sobre o conceito de “jornais de referência”, como definidos por Benetti (2020):

Entendo que jornais de referência são aqueles que têm ampla distribuição nacional, são produzidos por organizações que investem em estrutura para o exercício do jornalismo – especialmente em reportagem –, produzem conteúdos originais que causam repercussão, pautam debates públicos, são monitorados por outros veículos, pautam esses veículos e são reconhecidos no exterior como representantes do jornalismo brasileiro. Também sigo Amaral (2006, p. 55), para quem jornais de referência são aqueles que gozam de “credibilidade e prestígio perante os formadores de opinião”. (Benetti, 2020, p. 186).

7

Nesse sentido, as iniciativas com a certificação do Projeto Credibilidade teriam um papel de referência múltiplo: para além de pautar a agenda pública, definiriam também os modelos de referência para como os veículos jornalísticos deveriam apurar, editar e relacionar-se com fontes e com o público, indicando assim as formas adequadas para conquistar credibilidade e prestígio perante pares e a audiência, como complementado por Amaral (2006).

Assim, a página brasileira do Projeto Credibilidade indica, para melhor detalhamento desses processos, o endereço original do *Trust Project*, em inglês. É importante, inicialmente, destacar duas fragilidades nesse ponto. Mesmo após anos de sua implantação no Brasil, no momento da coleta de dados desta pesquisa, em agosto de 2022, esse detalhamento ainda era apresentado em inglês, o que pode ser uma barreira para os leitores brasileiros que não tenham familiaridade com esse idioma. Mesmo que versões resumidas estejam traduzidas

em português na versão nacional do Projeto Credibilidade³, o detalhamento dos indicadores encontra-se em inglês. Outro problema é que o documento com os detalhamentos dos indicadores é apresentado, na página para colaboradores, em um documento de texto colaborativo do Google, a partir de página sobre os atributos do projeto norte-americano⁴, e algumas das versões demandam acesso por conta do Google⁵, o que constrói outra barreira para parte do público interessado em saber mais sobre os critérios adotados na certificação. Ainda assim, essas limitações mostram que o projeto permanece em expansão e atualização, com novas alterações realizadas ao documento no mesmo mês em que essa pesquisa era desenvolvida⁶. Ao mesmo tempo, o Projeto Credibilidade apresenta uma versão condensada dessas recomendações com tradução em português no seu Manual da Credibilidade⁷.

1 - Best Practices - DO YOU KNOW WHO'S BEHIND THE NEWS?

If a journalist's organization has rules they must follow to make sure their reporting is independent, accurate and honest, then their news will be more trustworthy.

- Does the site use guidelines to protect honest and independent reporting?
[...]

4 – References - WHAT'S THEIR SOURCE?

When a journalist is developing a news story, they may use information from eye witnesses, documents and other places – called sources. When a journalist shows their sources, we can check their reliability for ourselves.

- For investigative, in-depth or controversial stories, does the journalist provide sources for each claim?

- Do they give details so we can check the sources ourselves?

- Do other sources back up what is being said?

5 – Methods - HOW WAS IT BUILT?

If we know why a journalist chose a particular story and how they reported it, it's easier to interpret it. A journalist's methods help us know how fast-moving, well-researched or impartial the story may be.

- How much reporting was done?

- What methods were used? [...]

8 – Actionable Feedback - DOES THIS NEWS SITE LISTEN TO ME?

³ Uma das versões mais detalhadas deste "Sistema de Indicadores de Credibilidade" encontra-se no "Manual da Credibilidade", endereço externo ao do Projeto. Disponível em:

<https://www.manualdacredibilidade.com.br/indicadores>

⁴ The Trust Project – The Trust Indicators and their Attributes. Disponível em:

<https://docs.google.com/document/d/1jdt4V92XtvecilD3TBI79aiwQcYs5uGSDVdN72PGcpw/edit#>. Acesso durante a coleta de dados para esta pesquisa, em agosto de 2022 – atualmente o acesso ao documento é restrito.

⁵ Isso ocorre em três elementos avaliados: "Citations & References", "Methods", "Actionable Feedback" (somente está aberto o acesso à categoria "Best Practices"). Disponível em:

<https://thetrustproject.org/collaborator-materials>. Acesso durante a coleta de dados para esta pesquisa, em agosto de 2022 – atualmente a página está fora do ar.

⁶ Parte da trajetória do desenvolvimento dos indicadores do Trust Project junto a pesquisadores da Santa Clara University, organizações midiáticas e representantes do público está disponível na sua página "Backstory: Trust Indicators Journey", disponível em: <https://thetrustproject.org/backstory-trust-indicators-journey>

⁷ O manual encontra-se em um endereço externo ao do Projeto, e pode ser localizado a partir de link na seção sobre o Projeto na página da versão brasileira. Disponível em:

<https://www.manualdacredibilidade.com.br/indicadores>

By inviting and listening to public feedback, journalists can make sure their work is accurate and complete. The public also might help them find important news they had overlooked.

- Does the news site invite the public to participate?
- Do they ask for feedback?
- Do they correct errors quickly, clearly and prominently? ⁸

Avaliando os indicadores sugeridos na citação acima, entre as recomendações detalhadas nos documentos para colaboradores do Trust Project, recomenda-se que o veículo apresente ao público um contato para receber correções. Caso seja necessário, os erros do veículo jornalístico precisam ser explicitados, tanto nos artigos originais quanto em uma seção própria para publicar os erros, apontando a informação corrigida no texto atualizado e a versão incorreta, anterior⁹. O objetivo dessa prática é ao mesmo tempo apresentar a informação mais correta possível – a versão atualizada – e também indicar que o processo jornalístico não é imune a falhas, mas que há abertura para correções, de forma transparente, com a colaboração e aos olhos do público.

Credibilidade e transparência: esclarecer métodos e fontes ou corrigir erros

9

Essa proposta apresenta um elemento importante na diferenciação de veículos jornalísticos de páginas que disseminam informações falsas, pois mostra uma predisposição do veículo em apresentar a melhor informação possível aos leitores, destacando que os erros são exceção à regra da apuração jornalística, mas que não podem ser ignorados. Considerando que veículos que disseminam informações falsas não se preocupam com a veracidade de suas informações, tampouco terão qualquer cautela em apresentar correções perante o público. Essa proposta pode parecer contraditória ao senso comum, mas revela que

⁸ The Trust Project – Trust Indicators. Disponível em: <https://thetrustproject.org/trust-indicators>. Acesso em agosto de 2022 [em junho de 2025, momento de conclusão desta pesquisa, o site continua online, com o mesmo conteúdo]. Tradução do original em inglês: "1 - Práticas recomendadas - VOCÊ SABE QUEM ESTÁ POR TRÁS DAS NOTÍCIAS? Se a organização de um jornalista tiver regras que ele deve seguir para garantir que suas reportagens sejam independentes, precisas e honestas, suas notícias serão mais confiáveis. - O site usa diretrizes para proteger reportagens honestas e independentes? [...] 4 - Referências - QUAL É A FONTE? Quando um jornalista está desenvolvendo uma notícia, ele pode usar informações de testemunhas oculares, documentos e outros lugares - chamados de fontes. Quando um jornalista mostra suas fontes, podemos verificar a confiabilidade delas por nós mesmos. - Em histórias investigativas, aprofundadas ou polêmicas, o jornalista fornece fontes para cada afirmação? - Ele fornece detalhes para que possamos verificar as fontes por nós mesmos? - Outras fontes confirmam o que está sendo dito? 5 - Métodos - COMO FOI CONSTRUÍDO? Se soubermos por que o jornalista escolheu uma determinada história e como a relatou, será mais fácil interpretá-la. Os métodos de um jornalista nos ajudam a saber o quão rápida, bem pesquisada ou imparcial a história pode ser. - Quantas reportagens foram feitas? - Quais métodos foram usados? [...] 8 - Feedback acionável - ESTE SITE DE NOTÍCIAS ME OUVIU? Ao convidar e ouvir o feedback do público, os jornalistas podem garantir que seu trabalho seja preciso e completo. O público também pode ajudá-los a encontrar notícias importantes que não tenham sido notadas. - O site de notícias convida o público a participar? - Eles pedem feedback? - Eles corrigem os erros com rapidez, clareza e destaque?"

⁹ The Trust Project – The Trust Indicators and their Attributes. Disponível em: <https://thetrustproject.org/collaborator-materials>

o veículo que é transparente sobre seus erros merece mais credibilidade do que o veículo que não publica correções, ignora críticas por imprecisão, não é transparente sobre suas falhas ou simplesmente não verifica seus fatos.

Da mesma forma, ao recomendar que o veículo detalhe os métodos de apuração adotados nas reportagens, cite e referencie suas fontes em documentos acessíveis ou em fontes apropriadas, explicando também suas práticas de verificação de fatos (como visto na citação anterior¹⁰), procura-se mostrar ao público as engrenagens da indústria jornalística. Pesquisas anteriores já demonstraram a importância de produtos jornalísticos apresentarem ao público os processos de apuração, edição e pauta (Soares & Paganotti, 2016), o que pode educar o público sobre como se faz jornalismo de qualidade, apontando quais são os critérios e boas práticas do campo. Quanto mais o público puder conhecer a prática noticiosa, seus desafios e os processos necessários para a apuração da informação, maior será a capacidade da audiência em identificar, diferenciar e cobrar boas reportagens, fundamentadas e equilibradas.

Evidentemente, parte do público pode imaginar, ao ver os bastidores do trabalho da imprensa apresentados dessa forma por seus profissionais, que podem atuar também como “jornalistas cidadãos”, subdimensionando a complexidade da prática jornalística. Moretzsohn (2006) destaca que parte do público já tem assumido funções de comunicadores amadores em suas redes sociais e domínios digitais, apropriando-se do formato de apresentação informativa próprio do jornalismo, mas nem sempre conseguindo dominar as práticas e respeitar as demandas éticas necessárias para apresentar informações relevantes e apuradas.

A própria ascensão das notícias falsas, nos últimos anos, é resultado dessa dissociação entre a possibilidade de emular a linguagem jornalística, facilmente identificável e apropriável, e a dificuldade em adotar processos adequados de apuração, nem sempre claros para o público e para os comunicadores amadores (Paganotti, Sakamoto & Ratier, 2019). Assim, trazendo o trabalho jornalístico para o palco midiático, em iniciativas como o Projeto Credibilidade, é possível mostrar o que diferencia o trabalho da imprensa de qualidade, apresentando critérios objetivos que podem ser reconhecidos e cobrados pelo público.

É importante destacar os membros brasileiros do projeto credibilidade, certificados em suas práticas e autorizados a exibir a marca distintiva do logo do projeto (Imagem 2).

¹⁰ The Trust Project – Trust Indicators. Disponível em: <https://thetrustproject.org/trust-indicators>

Figura 2 – Membros brasileiros do Projeto Credibilidade.



11

Fonte: Captura de tela em 31 ago. 2022 da seção “Projeto”, do site do Projeto Credibilidade – <https://www.credibilidade.org> – em junho de 2022, AzMina já era indicado como membro do Trust Project, mas não há mais menção à Jota ou UOL.

Há considerável equilíbrio entre veículos tradicionais de referência nacional (Folha de S. Paulo), nativos digitais (Poder 360, Nexo) e alternativos (Ponte, Mural), com razoável representatividade geográfica (incluindo veículos da região norte, nordeste, sul e sudeste). O projeto também indica as parcerias com redes sociais e plataformas de pesquisa online, incluindo “Google, parceiro fundador do *Trust Project*, Facebook, Twitter e Bing também integram o projeto”¹¹.

Essas parcerias são essenciais pois um dos objetivos originais do projeto era justamente criar *tags* identificáveis por esses aplicativos digitais, de forma a destacar publicações dos parceiros da iniciativa nos algoritmos de pesquisa dessas plataformas online – proposta que se alinharia com outras iniciativas de alteração nos códigos digitais dessas plataformas para combater a disseminação de desinformação (Ribeiro & Ortellado, 2018).

¹¹ Sistema de indicadores de credibilidade. Disponível em: <https://www.manualdacredibilidade.com.br/indicadores>

Também auxiliam na divulgação da iniciativa, pois cada veículo que faz parte da iniciativa indica também o logo do projeto em suas páginas (Imagem 3)

Figura 3 – Identificação do selo do Trust Project / Projeto Credibilidade no site da Folha de S.Paulo, veículo membro da iniciativa, com link para página interna sobre a iniciativa (Imagem 4)

A Folha integra o  **The Trust Project**

O jornal Folha de S.Paulo (1921 - 2025) é
publicado pela Empresa Folha da Manhã S.A.
CNPJ: 60.579.703/0001-48

12

Fonte: Captura de tela em 29 jun. 2025 da homepage da *Folha de S.Paulo* – <https://www.folha.uol.com.br>

A indicação do logo do Trust Project funciona como um instrumento reputacional de validação para os veículos, que buscam certificar suas boas práticas e indicar ao público que o veículo passou por acreditação e que suas práticas seguem modelo reconhecido por instituição da qual faz parte. Mesmo considerando o caso em que os veículos tenham mais reconhecimento social do que a certificação – como no caso da *Folha de S.Paulo* e outros veículos de grande e médio porte que fazem parte da iniciativa – a estratégia pode construir capital simbólico para sua cobertura noticiosa, visto que o público pode atrelar valor à presença da certificação, mesmo que não reconheça o certificador (Paganotti; Marchesi, 2017). Ao mesmo tempo, a presença desse logo nas páginas ajuda a difundir a iniciativa e os protocolos do Trust Project, apresentando essa certificação para o público que acessa os sites dos veículos parceiros (Imagem 4).

Figura 4 – Página sobre “Regras de conduta e práticas editoriais na Folha” no site da Folha de S.Paulo



FOLHA DE S.PAULO **Regras de conduta e práticas editoriais na Folha**

★ ★ ★

ITENS DE TRANSPARÊNCIA

- MISSÃO E COMPROMISSO
- PRINCÍPIOS EDITORIAIS
- MANUAL DE CONDUTA
- AUTORES E CRÉDITOS
- FONTES ANÔNIMAS
- TIPOS DE TEXTO
- CONTEÚDO PATROCINADO
- ERRATAS
- RELAÇÃO COM O LEITOR
- CANAIS DE COMUNICAÇÃO
- SOBRE A FOLHA
- EXPEDIENTE
- FINANCIAMENTO E SUBSÍDIOS
- ASSOCIAÇÕES
- POLÍTICA DE DIVERSIDADE
- POLÍTICA DE IA
- POLÍTICA DE PRIVACIDADE

MISSÃO E COMPROMISSO

Neste documento a **Folha** atualiza compromissos em uma era de mudança de hábitos dos leitores. Destaca a relevância do jornalismo profissional para manter nítida a distinção entre notícia e falsidade. [Acesse o Projeto Editorial aqui.](#)

A **Folha** se propõe a fazer uma curadoria de notícias, oferecendo conteúdo variado e expondo seus leitores a diversos pontos de vista. Tem a missão de produzir e organizar conteúdo jornalístico crítico, plural e apartidário. Contribuir para o aprimoramento da democracia e a redução das desigualdades no Brasil. [Acesse mais aqui.](#)

PRINCÍPIOS EDITORIAIS

Sob o pressuposto de que a difusão de informações confiáveis e opiniões qualificadas estimula o exercício da cidadania e contribui para o desenvolvimento das ideias e da sociedade, a **Folha** declara compromisso com 12 princípios e com o consumidor de notícias. [Acesse aqui.](#)

MANUAL DE CONDUTA

O maior patrimônio do jornalismo é a credibilidade. Um patrimônio construído não só pela aplicação rigorosa da boa técnica, mas também pela atuação íntegra, na essência e na aparência, de cada um de seus profissionais. Regras acerca de conduta, atuação profissional (mais aqui), relação com as fontes, conflito de interesses, militância, presentes e privilégios, redes sociais e atividades fora da **Folha** constam no Manual de Redação. [Acesse aqui.](#)

A **Folha** não admite que seus profissionais pratiquem ato ilegal, antiético ou desonesto para obter informações. Não adote nenhum procedimento que não possa ser revelado ao leitor na publicação da reportagem. [Mais aqui.](#)

THE TRUST PROJECT

As informações aqui listadas integram o compromisso da **Folha** com um jornalismo plural, apartidário, crítico e independente. As práticas do Projeto Editorial da Folha atendem às diretrizes do Credibilidade, capítulo brasileiro The Trust Project, que visa "permitir que o jornalismo cumpra seu papel prioritário: servir a sociedade produzindo uma narrativa verdadeira, inteligente e completa sobre ideias e eventos".

The Trust Project

[CONHEÇA O TRUST PROJECT](#)

PROJOR

O Projor (Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo) coordena o Programa de Indicadores de Compromissos com o Público, que visa identificar nos sites de notícias a presença de 11 indicadores da aplicação de práticas de excelência e de transparência na sua relação com as audiências.

Veículo comprometido com o público

Projor

[CONHEÇA O PROGRAMA](#)

13

Fonte: Captura de tela em 29 jun. 2025 da página “Regras de conduta e práticas editoriais na Folha” no site da *Folha de S.Paulo* – <https://www.folha.uol.com.br>

Mesmo que o reconhecimento social da iniciativa, o número de membros e a difusão de suas práticas recomendadas possam ser ainda limitadas, não se pode desprezar o potencial desse projeto em debater a qualidade da informação jornalística com o público, profissionais da imprensa e acadêmicos. Os indicadores apresentam guias sobre como deve operar a apuração jornalística para melhorar a qualidade do produto final e fortalecer a credibilidade dos jornalistas envolvidos:

4. Citações e referências

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

Diretriz: Sinalizar a identificação clara e rastreável do material fornecido pela fonte da reportagem para fortalecer a evidência da legítima apuração sobre

afirmações feitas ou eventos citados, e para permitir que os leitores sigam as matérias posteriormente.

Quando citações podem aumentar a credibilidade de uma matéria:

- Adicionar citações para agregar valor a qualquer trabalho dependente de materiais originais externos (como dados ou documentos), dados coletados e analisados ou documentos, ou sempre que o jornalista acreditar que uma citação adicionará credibilidade ao trabalho [...]
- As citações são fundamentais para a apuração substancial e investigativa [...]
- Será necessário decidir sobre a proteção de fontes ao adicionar citações e seguir a legislação local sobre difamação e direitos autorais
- As citações interagem com o indicador de Metodologia, que fornece detalhes de métodos de relatórios, como o tempo gasto, os recursos financeiros gastos e a razão pelas foram usadas, ou não, fontes anônimas

Que fontes citar:

- Em primeiro lugar, quaisquer afirmações verificáveis baseadas em eventos ou estudos relatados que ancoram um fato que sustente a matéria
- Qualquer material publicado por terceiros a que a matéria se refere de forma substancial ou em que os fatos da matéria se baseiam [...]
- Fatos atribuíveis de uma área especializada que fundamentam as principais afirmações feitas na matéria para distinguir entre as opiniões dos repórteres e o conhecimento especializado de outras fontes
- As citações devem incluir links para o material original [...]

Entrevistas: [...] Fornecer credenciais e contexto de uma fonte entrevistada ao lado da citação. Somente adotar o anonimato onde for absolutamente necessário. Explicar o uso de fontes anônimas perto da citação ou na declaração de metodologia, bem como na declaração de ética¹²

Essas práticas poderiam parecer óbvias, mas raramente são seguidas pela imprensa brasileira (como a indicação de links para fontes originais), o que reforça a necessidade da finalidade pedagógica dessa iniciativa. Assim, os documentos preparados pelo Projeto Credibilidade apresentam grande potencial na formação de jornalistas, seja na graduação, especialização em pós-graduação, ou em formação continuada nos próprios veículos: manuais como o Sistema de Indicadores de Credibilidade – <https://www.manualdacredibilidade.com.br/indicadores> – produzidos pela iniciativa podem ser tomados como um norte para aprimorar a apuração de profissionais que busquem melhorar a qualidade de seu trabalho e fortalecer laços com o público, reforçando sua credibilidade. Esse potencial formativo pode não ser o objetivo principal do projeto, mas persiste como uma de suas contribuições relevantes para o campo da prática e da pesquisa no jornalismo.

Considerações finais

Entre os resultados mais relevantes desta pesquisa, é possível destacar que os critérios de qualidade definidos pela iniciativa do Projeto Credibilidade podem ser um

¹² Sistema de indicadores de credibilidade. Disponível em: <https://www.manualdacredibilidade.com.br/indicadores>

elemento importante para a melhoria da apuração jornalística, e demandam um diálogo crítico por pesquisadores acadêmicos, que podem se apropriar dessas recomendações em suas práticas docentes, na formação de futuros jornalistas, mas também posicionar-se criticamente perante eventuais lacunas ou aprimoramentos necessários no projeto. Assim, propostas como essa podem ser interpretadas não somente como um esforço de elevação da qualidade jornalística por meio da padronização de sua produção, mas também ao indicar práticas valorizadas, que destacariam os bons veículos e os bons profissionais. Essa é uma pequena contribuição teórica que este estudo pretende apontar: se a educação midiática é apontada como central no combate à desinformação, a certificação jornalística pode colaborar também na formação de produtores mais cautelosos e de públicos mais exigentes.

Entretanto, como se buscou discutir na seção anterior, se a certificação pretende fortalecer a transparência jornalística e sua abertura à críticas do público, também o Projeto Credibilidade – assim como qualquer iniciativa que busque fomentar a qualidade jornalística na sua busca por reconquistar um espaço qualificado na mediação do debate público como formulador de discursos com autoridade reconhecida pelo público – precisa demonstrar com clareza os fundamentos em que suas avaliações se baseiam, e apresentar abertura para reformulações por parte de jornalistas, da academia e do público geral.

É importante refletir que o acesso a certificações como a do Projeto Credibilidade pode encontrar barreiras econômicas, deixando de fora boas fontes jornalísticas que não tenham estrutura para comprovar o respeito às diretrizes do projeto, ainda que apresentem bons procedimentos e um noticiário de qualidade. É importante destacar que, entre os parceiros da iniciativa brasileira, não há nenhum veículo do centro-oeste – ainda que alguns dos veículos com sede em outras regiões apresentem sucursais em Brasília, por exemplo.

Em conclusão, é possível destacar que certificações como a do Projeto Credibilidade não podem ser tomadas como um selo de comprovação de verdades absolutas, visto que os veículos que apresentam essa certificação ainda podem cometer erros – mas as práticas certificadas procuram justamente diminuir sua frequência e seu impacto, além de garantir os meios para que o público interessado possa indicar e demandar correções, cobrando os veículos para que se responsabilizem por eventuais incorreções. Assim, pode reforçar justamente uma das diferenças mais importantes entre sites jornalísticos que eventualmente publicam informações incorretas e comunicadores que somente buscam engajamento por meio da difusão irresponsável de notícias falsas: os erros podem ocorrer por falhas no processo de apuração ou edição, mas os comunicadores responsáveis procuram aprimorar esses mesmos processos, para minimizar os riscos dos erros, indicando e reparando

incorreções, de forma a assumir falhas e agir de forma a mitigar seus efeitos nocivos. Esse compromisso está presente na própria palavra “apuração”, que presume um esforço em buscar as fontes de informações mais puras possíveis. Muito além de um selo de comprovação, essa é, afinal, a marca da credibilidade jornalística – a busca responsável pela melhor informação, garantindo com isso um serviço público de forma a atingir as mais altas expectativas de sua audiência e o reconhecimento dos outros comunicadores.

Referências

AMARAL, M.F. **Jornalismo popular**. São Paulo: Contexto, 2006.

BENETTI, M. Os leitores como comunidade discursiva. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 17, n. 1, p. 182-193, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2020v17n1p182> Acesso em: 28 jun. 2025.

BOLINCHES, R. T., & ALONSO, N. La prensa española en la Era de la Posverdad: el compromiso de la verificación de datos para combatir las Fake News. **Prisma Social: Revista de Investigación Social**, n. 31, p. 304-327, 2020. Disponível em: <https://revistaprismasocial.es/article/view/3924>. Acesso em: 28 jun. 2025.

BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2017.

CARLSON, Matt. **Journalistic authority**: legitimating news in the digital era. New York: Columbia University Press, 2017.

CHOULIARAKI, L.; FAIRCLOUGH, N. **Discourse in late modernity**: rethinking critical discourse analysis. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999.

CURRY, A., & STROUD, N. J. **Trust in online news**. Austin: Center for Media Engagement, University of Texas at Austin, 2017. Disponível em: <https://mediaengagement.org/research/trust-in-online-news>. Acesso em: 28 jun. 2025.

FAIRCLOUGH, N. **Analysing discourse**: textual analysis for social research. Abingdon: Routledge, 2003.

GROSSI, A. M., & SANTOS, G. S. Jornalismo e credibilidade: Uma percepção do público. **Âmbitos – Revista Internacional de Comunicación**, v. 42, n. 3, p. 40-54, 2018. Disponível em: <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/5415>. Acesso em: 28 jun. 2025.

GUERRA, J. L. Sistema de Gestão de Qualidade aplicado ao Jornalismo: possibilidades e diretrizes. **E-Compós**, v. 13, n. 3, 2010. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/470>. Acesso em: 28 jun. 2025.

GUERRA, J. L. Q-Avalia – Sistema de avaliação de qualidade: uma proposta de inovação, pesquisa aplicada e de desenvolvimento experimental em jornalismo. **Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura**, v. 15, n. 1, p. 286-314, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/21508/14490>. Acesso em: 28 jun. 2025.

GUERRA, J. L. Ranking Q-Avalia da qualidade jornalística Brasil-Portugal 2018: uma avaliação experimental. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 17, n. 1, p. 54-74, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2020v17n1p54>. Acesso em: 28 jun. 2025.

MORETZSOHN, S. O mito libertário do “jornalismo cidadão”. **Comunicação e Sociedade**, v. 9, n. 10, p. 63-81, 2006. Disponível em: https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/29870/1/Revista_Comunicacao_e_Sociedade_9-10.pdf. Acesso em: 28 jun. 2025.

NEWMAN, N.; ARGUEDAS, A.R.; ROBERTSON, C.T.; NIELSEN, R.K., FLETCHER, R. **Reuters Institute digital news report 2024**. Reuters Institute for the study of Journalism, 2024. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025>. Acesso em: 28 jun. 2025.

PAGANOTTI, I. “Notícias falsas”, problemas reais: propostas de intervenção contra noticiários fraudulentos. In: COSTA, M.C.C.; BLANCO, P. (Orgs.). **Pós-tudo e crise da democracia**. São Paulo: ECA-USP, 2018, p. 96-105. Disponível em: <https://www.livrosabertos.sibi.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/download/274/245/1081?inline=1>. Acesso em: 28 jun. 2025.

PAGANOTTI, I. Mapeamento de campos institucionais para combate à desinformação: propostas de checagem, desmonetização, regulação e educação midiática. **Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional**, v. 24, p. 185-197, 2020. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/AUM/article/view/1036164>. Acesso em: 08 mar. 2023.

PAGANOTTI, I.; MARCHESI, M.T. Selos e apelos: fabricação da imagem de açúcar “verde” e agendamento. **Signos do Consumo**, v. 9, n. 1, p. 81-93, 2017. Disponível em: <https://revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/view/50409>. Acesso em: 28 jun. 2025.

PAGANOTTI, I.; SAKAMOTO, L.M.; & RATIER, R.P. “Mais fake e menos news”: resposta educativa às notícias falsas nas eleições de 2018. In: Costa, C., & Blanco, P.(orgs). **Liberdade de expressão: questões da atualidade**. São Paulo: ECA-USP, 2019, p. 52-66. Disponível em: <https://www.livrosabertos.abcd.usp.br/portaldelivrosusp/catalog/book/408>. Acesso em: 28 jun. 2025.

PASTL, Carolina Monego Lins. **A transparência enquanto legi-signo na semiose da notícia: uma proposta inicial de tipo ideal ao jornalismo em meio à crise de credibilidade**. 2025. 200 fls. Orientação: Felipe Moura de Oliveira. Dissertação de Mestrado em Comunicação - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2025. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/296903>

RIBEIRO, M.M.; ORTELLADO, P. O que são e como lidar com as notícias falsas. **SUR – Revista Internacional de Direitos Humanos**, v. 15, n. 27, p. 71-83, jul. 2018. Disponível em: <https://sur.conectas.org/o-que-sao-e-como-lidar-com-as-noticias-falsas>. Acesso em: 28 jun. 2025.

SOARES, R.L.; PAGANOTTI, I. Eu posso fazer uma pergunta para você? O repórter contra a parede. In: BARCELLOS, C.; & CAVECHINI, C. (orgs). **Profissão Repórter 10 anos: grandes aventuras e grandes coberturas**. São Paulo: Planeta, 2016, p. 361-377.

TRÄSEL, M., LISBOA, S., & VINCIPROVA, G. R. Post-truth and trust in journalism: an analysis of credibility indicators in Brazilian venues. **Brazilian Journalism Research**, v. 15, n. 3, p. 452-473, 2019. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1211>. Acesso em: 28 jun. 2025.

Submissão: 29 jun. 2025

Aceite: 12 dez. 2025