

As Rotinas Jornalísticas como arma contra as *Fake News* A Agência Lusa como agente ativo da literacia mediática

Margarida Batista

Resumo

A informação manipulada com o propósito de se fazer passar por notícia tem gerado grande desconfiança dos cidadãos em relação aos média, numa sociedade que não está preparada para lidar com este género de situação. Os próprios media, tentando manter-se como pioneiros das notícias, tentam também delinear estratégias de combate à desinformação. E a responsabilidade só aumenta se falarmos de agências noticiosas, como a Agência Lusa. Neste sentido, e numa primeira abordagem, recorremos a autores como Fontcuberta (2002), Kovach & Rosenstiel (2004) ou Ryfe (2012) de modo a discutirmos o conceito de verdade aplicado ao jornalismo, bem como a relevância das rotinas jornalísticas. Em seguida, e com base na observação direta das dinâmicas aplicadas na Lusa, além da análise de três entrevistas realizadas a profissionais da agência, identificaremos os principais mecanismos utilizados no combate às *fake news*, procurando ainda estimular a reflexão das seguintes questões:

1. A Agência Lusa atua de forma direta na luta contras as *fake news*?
2. As rotinas jornalísticas, como a verificação ou o contraditório, são respeitadas enquanto métodos de combate à desinformação?
3. A Lusa identifica-se como agente ativo na estimulação da literacia mediática?

No final, tentaremos discuti-las enquanto mecanismos de combate manipulação informativa.

Página | 73

Abstract

The manipulated information that attempts to pass itself as news has led to many breaches of citizens' confidence in the media and them faced with pressure for being the pioneers in breaking news try, at the same time, find strategies to combat disinformation in a social context that is not prepared to deal with this. The responsibility is bigger if we talk about news agencies, like Agência Lusa. In a first instance, we resort to authors such as Fontcuberta (2002), Kovach & Rosenstiel (2004) or Ryfe (2012) in order to discuss the concept of truth in journalism and the relevance of journalistic routines. Later, based on the participatory observation of the dynamics of Lusa and through an analysis of three interviews carried out to professionals from company, we intend to identify its main strategies to stop disinformation, stimulating too reflection answering the following questions:

1. Does Agência Lusa act directly in fighting for non-proliferation of fake news?
2. Are respected journalistic routines, such as verification or the contradictory, essential to combat fake news?
3. Does Agência Lusa identify itself as an active agent as stimulating media literacy?

Then, we will discuss these strategies as a way of "fighting" the phenomenon.

Introdução

A emergência do ciberespaço trouxe consigo novas oportunidades, como a possibilidade de aproximação do cidadão aos meios de comunicação social.

Mas isso criou, ao mesmo tempo, uma lacuna: a desconfiança face ao jornalismo, a par com a crescente disseminação de *fake news*.

Este parece-nos ser o termo mais indicado para nos referirmos aos efeitos do fenómeno, pois na maioria das vezes a questão não se prende tanto com a transmissão de informação errada, mas sim contextualmente distorcida.

Deste modo, pretendemos destacar a importância das rotinas jornalísticas como antídoto no combate às *fake news*, salientando o questionamento e a verificação enquanto elementos-chave para a boa prática do jornalismo.

Em particular, discutiremos as dinâmicas aplicadas na Agência Lusa como estratégia de combate à proliferação de desinformação no espaço público, partindo da análise de três entrevistas realizadas a profissionais com funções editoriais e cargos de chefia neste órgão de informação.

Por fim, tentar-se-á perceber se a agência de notícias portuguesa se (re)vê como um agente ativo e impulsionador da educação cívica e social na luta contra a desinformação através do seu trabalho.

1. O conceito de verdade aplicado ao jornalismo

A verdade enquanto conceito não é algo linear e quando aplicado ao jornalismo a sua natureza é mutável, dependendo de diversas circunstâncias.

O contexto enquanto objeto jornalístico oferece-nos, à partida, uma dada verdade com base em determinadas variáveis (no caso de um acidente, o número de mortos, por exemplo) e que se trata de forma prática ou funcional da verdade (Kovach & Rosenstiel, 2004, p.42).

Desta forma, a verificação dos factos deve ser feita com rigor e objetividade, dado que o papel do jornalismo deve ser de orientação dos indivíduos e das comunidades: "Crowds need people who can analyse the community (...). They need journalists" (Ryfe, 2012, p.186).

Como explicam Fowler-Watt & Allan (2013), a relação de confiança entre o jornalista e o leitor reside nesta cultura de verificação, sobretudo numa época em que se tem acesso às histórias antes de estas serem sequer noticiadas (p.7).

Portanto, a premissa central é a de que todas as informações devem ser devidamente enquadradas de forma a que o cidadão perceba qual o impacto que determinada informação tem na sua vida.

2. *Fake News*: se é ‘falsa’ não é ‘notícia’

O termo *fake news* parece-nos ser o mais indicado para nos referirmos ao fenómeno da desinformação, na medida em que não pretendemos abordá-lo como sendo apenas a divulgação de informação falsa, mas sobretudo manipulada.

E, embora lhe esteja associada a dicotomia de ‘falsa’ e ‘notícia’, no nosso entender, se um conteúdo é falso não deverá ser considerado notícia, dado o critério de verdade associado às mesmas.

Indo um pouco mais além, pode dizer-se que, ao contrário das *fake news*, que remetem à manipulação (Meneses, 2018, p.42), ou seja, supõem “sempre uma intencionalidade do emissor” (Fontcuberta, 2002, p.26), as *false news* resultam da “irresponsabilidade dos jornalistas na forma como trabalham as informações” (Meneses, 2018, p.40) - “misinformation” (Wardle, 2017).

Porém, na nossa opinião, as *false news* não retiram responsabilidade ao jornalista que, movido da sua consciência profissional e social, deverá garantir que a notícia seja fiável à verdade dos factos e assim servir de base rigorosa para as tomadas de decisão dos cidadãos numa sociedade que se pressupõe democrática.

No que concerne às organizações jornalísticas, estas têm um papel primário e fulcral na definição de linhas orientadoras e políticas de credibilidade associadas ao seu trabalho, o qual, mais do que vender informação, deve ser de educação e orientação da sociedade.

3. O caso da Agência Lusa – a responsabilidade de ser o fornecedor de notícias

Uma agência de notícias é um meio de comunicação que além de produzir a sua própria informação a vende a outros canais informativos. Em Portugal, a Lusa é a única agência noticiosa, sendo ainda a maior a difundir em língua portuguesa a nível mundial.

Partindo da observação das suas dinâmicas (observação direta) e também das entrevistas realizadas a três profissionais com funções editoriais e cargos de responsabilidade (Diretora de Informação, Luísa Meireles; Editora da secção “País”, Rosa Carreiro; Responsável pelos estágios da empresa, Sofia Branco), pretendemos destacar as principais rotinas utilizadas pela agência como forma de combater a proliferação de notícias falsas e/ou manipuladas.

Como afirma Sofia Branco: “todas as agências de notícias têm um papel fundamental porque são responsáveis por grande parte do noticiário disseminado”,¹ algo reforçado por Luísa Meireles: “a Lusa tem uma imagem de grande credibilidade e isso é feito também pelos jornalistas”.²

A Diretora de Informação refere que as *fake news* são como uma “chaga da informação dos tempos modernos” e Rosa Carreiro sublinha a relevância da agência ao

¹ Entrevista realizada em 18 de dezembro de 2018.

² Entrevista realizada em 18 de dezembro de 2018.

afirmar que é a cautela no acesso e citação das fontes de informação que protege os seus jornalistas em relação aos outros órgãos de comunicação.³

Em 2019, a Lusa organizou, em parceria com a agência de notícias espanhola EFE, uma conferência sobre as *fake news*, além de ter lançado um site temático⁴, no qual é possível aceder a textos e vídeos informativos acerca da temática, assumido assim um papel ativo ao envolver-se no debate pela problemática.

Deste modo, pode salientar-se que a agência funciona como que um modelo representativo do que deverá ser o jornalismo: objetivo e verdadeiro; rigoroso e transparente; social e democrático.

4. Considerações Finais

A necessidade de informação permanentemente atualizada tem levado a quebras na precisão das notícias (Pauner Chulvi, 2018), muito devido também ao período economicamente instável que a indústria atravessa.

Rosa Carreiro teme que o negócio das notícias corrobore o serviço público: “Queremos vender, mas acaba por se cair no que supostamente o leitor quer” (2018)⁵.

O jornalismo implica transmitir a verdade e os jornalistas devem lembrar-se que “não são como os empregados de outras empresas” (Kovach & Rosenstiel, 2004, p.53).

Página | 76

O processo de verificação deve ser tão intenso quanto necessário na busca pela verdade, pois a não distinção entre um facto e uma opinião trará consequências sociais.

As rotinas jornalísticas são parte fundamental em todo o processo de produção noticiosa, ajudando os jornalistas a gerir e a garantir informação de qualidade: “routines are functional for news organizations (...) as they aid predictability (...) thereby creating clear, agreed-upon avenues for agency” (Lowrey, 2014).

As agências noticiosas, sendo decisoras primárias daquilo que será veiculado, devem estar munidas de ferramentas técnicas, mas também de competências valorativas sobre aquilo que é a notícia – fazer o contraditório, verificarem, serem rigorosas na sua informação, objetivas - e a Lusa tem feito muito bem esse trabalho, colocando a sua tónica na pergunta “tens a certeza?”, antes da publicação da notícia.

Estas funcionam como alicerces dos outros meios e a certeza dos factos é o elemento que as três entrevistadas referem como relevante em todo o processo de verificação de informação.⁶ Por exemplo, a agência não escreve “a Lusa apurou”, mas identifica sempre a proveniência da informação.

A Lusa também não faz desmentidos de notícias falsas, avançando apenas com informações quando há dados e/ou confirmações oficiais que comprovem a sua veracidade.

Contudo, e do nosso ponto de vista, a agência poderia ser mais interventiva no sentido de, não apresentando desmentidos, avançar com informação já existente, factual, mas que esclarecesse situações de informação ambígua, por exemplo, atribuindo-lhe o devido contexto, desde logo no título.

³ Entrevista realizada em 18 de dezembro de 2018.

⁴ “Combate às Fake News – uma questão de democracia” - <https://combatefakenews.lusa.pt/>

⁵ Entrevista realizada em 18 de dezembro de 2018.

⁶ Entrevista realizadas em 14 e 18 de dezembro de 2018.

De um modo geral, consideramos que a Lusa tem contribuído para elevar os padrões de literacia mediática junto da sociedade, disponibilizando o seu material informativo, numa altura em que o jornalismo divide protagonismo com as redes sociais, um meio onde o escrutínio não é imposto e onde todos são facilmente manipulados.

Por exemplo, foi decisão da agência tornar aberto o acesso às notícias relacionadas com a pandemia de Covid-19, ao invés de mantê-las restritas a subscritores do *site* (Lusa, 2020), contribuindo assim para uma opinião pública mais informada e mostrando a sua sensibilidade perante uma sociedade carente de informação precisa e rigorosa.

O seu papel tem sido sobretudo de reflexão sobre aquilo que é a problemática das *fake news* e a sua ação é demonstrativa disso, como vimos pela organização da conferência e do lançamento do *site* dedicado ao tema. A Lusa acaba por servir de exemplo para que outras organizações criem as suas próprias iniciativas e estratégias de combate à desinformação.

É tempo, pois, de converter a ameaça da desinformação numa oportunidade. Caso contrário, o preço a pagar será o de uma sociedade fragmentada e cujo único rumo será o da mentira e do retrocesso humano.

5. Referências Bibliográficas

Branco, S. (2018) in *Agências de Notícias: que papel no combate às fake news?* Pp. 128,129. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/30653/1/RELAT%c3%93RIO%20FINAL%20DE%20EST%c3%81GIO%20-%20Margarida%20Batista.pdf>

Carreiro, R. (2018), in *Agências de Notícias: que papel no combate às fake news?* Pp.136,140. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/30653/1/RELAT%c3%93RIO%20FINAL%20DE%20EST%c3%81GIO%20-%20Margarida%20Batista.pdf>

Fontcuberta, M. de. (1999). *A Notícia*. Lisboa: Editorial Notícias.

Fowler-Watt, K; Allan, S. (2013). *Journalism: New Challenges – International News Agency: Global Eyes that Never Blink – Phil MacGregor*. Centre for Journalism & Communication Research. Bournemouth University. Disponível em <https://microsites.bournemouth.ac.uk/cjcr/publications/journalism-new-challenges/>.

Kovach, B; Rosenstiel, T. (2004). *Os Elementos do Jornalismo – o que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir*” (1ª Edição). Coleção Comunicação. Porto: Porto Editora.

Lowrey, W. (2014). News Routines. Em W. Donsbach (Ed.), *The International Encyclopedia Of Communication* (p. wbiecn028). John Wiley & Sons, Ltd. Disponível em <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecn028>.

Lusa (2020). Covid-19: Lusa abre acesso a notícias publicadas no 'site' da agência. Disponível em <https://www.lusa.pt/article/OWn~VtjfeG~Myqzx0ZtDTMSZM5iuS11/covid-19-lusa-abre-acesso-a-not%C3%ADcias-publicadas-no-site-da-ag%C3%AAncia>.

Lusa (2019). Combate às Fake News – uma questão de democracia. Disponível em <https://combatefakenews.lusa.pt/>.

Meireles, L. (2018) in *Agências de Notícias: que papel no combate às fake news?* Pp.130, 135
Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/30653/1/RELAT%C3%93RIO%20FINAL%20DE%20EST%C3%81GIO%20-%20Margarida%20Batista.pdf>

Meneses, J. (2018). Sobre a necessidade de conceptualizar o fenómeno das fake news. *Observatório da Comunicação* [OBERCOM], pp. 37 – 53. Disponível em <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/1376>.

Pauner Chulvi, C. (2018). Noticias Falsas y Libertad de Expresión e Información. El control de los contenidos informativos en la red. In *Teoría y Realidad Constitucional*, Nº 41, pp. 297 – 318. Disponível em <http://revistas.uned.es/index.php/TRC/article/viewFile/22123/18051>.

Ryfe, D. (2012). *Can journalism survive? An inside look at American newsrooms*. Cambridge, England: Polity Press.

Wardle, C. (2017). Fake News. It's complicated. In *First Draft*. – *Medium Corporation*. Disponível em <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>.

Notas sobre a autora:

Margarida Batista

Master Degree in Media & Society,
Instituto Politécnico de Portalegre, Portugal