

Resultados de Impacto da desinformação em Portugal

Entrevistas a 17 diretores e editores (setembro/outubro 2022)

Conclusões principais

- 83% dos meios já difundiu notícias falsas baseadas nas redes sociais.
- Verificação foi reforçada nas redações mas mantém métodos tradicionais.
- 80% dos órgãos de comunicação não teve formação sobre técnicas a adotar. Fora do projeto IBERIFIER não houve qualquer preparação (três meios).
- Jornalistas reclamam mais respeito pelas escalas de trabalho, pelo tempo de descanso, e direito à vida familiar, ao desligar, melhores salários, contratos, e mais formação.
- A confiança na imprensa divide os entrevistados. Há quem a justifique pela qualidade de alguns meios tradicionais, com especial referência ao canal público, e ausência de escândalos sobre os média, pelo fato de os média não estarem “polarizados”.
- Por outro lado, um terço dos entrevistados considera que os níveis de confiança se devem à iliteracia dos portugueses. Um dos entrevistados assinalou ainda o excesso de tolerância dos portugueses.
- Consenso sobre necessidade de diferenciar conteúdos jornalísticos dos outros, a concretizar recorrendo a etiquetas, por exemplo. Defende-se também uma maior aposta na literacia dos cidadãos.
- Alguns diretores, sobretudo os detentores de meios de comunicação mais recentes, defendem que o jornalismo não deve ser visto como um negócio e preferem que o jornalismo abdique da publicidade.
- A grande maioria, porém, prefere a conjugação de modelos de financiamento e enaltece o papel do apoio privado, em diferentes modalidades, como bolsas.
- Os responsáveis que defendem o financiamento público explicam que não tem de ser necessariamente de forma pecuniária, podendo concretizar-se através de apoios fiscais.

1. São raros os meios de comunicação que possuem protocolo de verificação .
58%: não tem protocolo
29,4%: não responde claramente à questão, valorizando o sistema de verificação
11,7%: dois possuem protocolo
<i>“As regras não estão escritas”</i>
<i>“Não temos protocolo formal, mas temos uma atenção especial”,</i>
<i>“Contamos com a experiência dos editores”</i>

2. Maioria já difundiu notícias falsas que tiveram como fonte redes sociais.
17,6%: não difundiu
58,8%: admite tê-lo feito
23,5%: assume ter acontecido
<i>“É natural que já tenha acontecido”;</i>
<i>“Aconteceu associado à pressa de fazer”;</i>
<i>“Temos vários títulos e há uns que podem estar mais sujeitos a essa fragilidade. Notícias do ‘people’, sociais”.</i>

3. Procedimentos de verificação reforçados, mas recorrendo a métodos tradicionais.
Resposta padrão: aumentou vigilância mas a partir das técnicas habituais. Apenas num meio de comunicação, já nativo digital, optou por recorrer a um reforço efetivo através de uma pessoa externa ao trabalho que vai rodando.
<i>“Os procedimentos de verificação são os habituais do jornalismo, da confirmação de fontes”;</i>
<i>“Temos reforçado os mecanismos de verificação porque se vê que circula, não só nas redes sociais, enfim, nos canais normais, muita informação que é falsa”;</i>
<i>“Sim, foram reforçados, precisamente porque numa investigação que estávamos a fazer demos por dois erros. Neste momento, há uma pessoa externa ao trabalho, que não está próxima do processo, que vai rodando, que fica responsável por fazer o ‘fact checking’ da peça”.</i>

4. Cerca de 80% não teve formação acrescida sobre verificação de fatos .
Apenas a fornecida através do IBERIFIER (três meios).

<i>“É formação interna. Na redação, falamos muito sobre estas questões. E sempre que entra alguém novo na equipa, falamos muito para que a pessoa se integre nessa linha de atuação que procuramos seguir”;</i>
<i>“A redação não tem formação atualizada nesse domínio. Não tem”.</i>
<i>“Já houve membros da redação que tiveram formações sobre literacia mediática através do Sindicato dos Jornalistas”</i>

5. Questões laborais. Respostas com denominador comum: melhores salários e respeito pelos horários e vida pessoal. Especificidades: mais jornalistas, mais aposta na tecnologia e inovação, combate à pirataria de pdf de jornais.
<i>“Melhorar as condições salariais, melhores horários (demasiados longos que levam ao burnout e aumentam probabilidade de erro) e mais formação: técnica de escrita, tecnológica”;</i>
<i>“Atualizar salários; efetivar a progressão na carreira; apostar em contratos de trabalho sem termo; apostar em estágios remunerados; melhorar políticas de conciliação entre a vida pessoal e a vida profissional; não ultrapassar as horas de trabalho semanais contratualmente previstas; compensar o trabalho suplementar / extraordinário”;</i>
<i>“A primeira é pagar mais aos jornalistas. Eu sei por experiência própria, que não é tão fácil como isso. Mas, pelo menos, pagar decentemente, evitar a questão da precariedade. E acabar com os falsos recibos verdes. Ainda agora um jornalista foi despedido depois de estar há 10 anos numa redação. Como era recibo verde, o jornalista ficou sem nada. Claro que também se deixou ficar naquela situação. Claro que pode ainda fazer valer os seus direitos, mas isso leva tempo. Depois, também tentar dar mais regalias, no sentido de as pessoas puderem ter direito à sua vida. A vida de jornalista é muito complicada, as notícias não têm hora para acontecer”.</i>

6. Na questão sobre a estabilidade das redações ganhou relevância “o respeito pelo tempo e espaço da vida pessoal do jornalista” o “respeito pelos horários e pelo direito a desligar”, seguindo-se a necessidade de formação contínua. Há quem sublinhe como pontos fundamentais: “Apostar na formação e em políticas de saúde mental”. Especificidades: Aumento do número de jornalistas para as equipas e maior dinamização dos conselhos de redação.
<i>“Mais tempo para escrever os artigos, conseguido através da exigência de menos quantidade de artigos. Preocupação com a necessidade de respeitar o tempo e espaço de vida pessoal de cada colaborador, assim como a gestão estar realmente empenhada e atenta ao bem-estar das pessoas com quem trabalha”.</i>

7. Tema da confiança divide opiniões.
A maioria dos entrevistados considera que os portugueses reconhecem o trabalho prestados pelos vários meios tradicionais. É mencionada a existência de um canal público visto como âncora, a associação de jornalismo ao telejornal, e a ausência de grandes escândalos relacionados com a atuação dos média.
Um terço dos entrevistados, porém, assinala que o sentimento de confiança pode estar relacionado com a iliteracia dos portugueses, o fraco sentido crítico, a deferência em relação ao poder instituído. Especificidade: Há quem assinale a excessiva tolerância dos portugueses.
<i>“Os media em assuntos que são importantes para o país têm-se comportado razoavelmente bem e mostram uma consistência e uma permanência em relação a determinados assuntos. E nem sei dizer se isso é necessariamente bom. Quando se fala de política e de alguns setores como a justiça, eles suscitam mais desconfiança. Ou seja, há aqui um efeito, se calhar, de compensação em relação ao jornalismo. Por outro lado, nós não temos entredoi na ideia da polarização dos média, o que favorece a confiança”.</i>
<i>“Julgo que se deve fundamentalmente à manifesta iliteracia dos portugueses nesta matéria. Parece-me que, contrariamente ao que acontece noutros países com elevados níveis de literacia (onde a desconfiança em relação à comunicação social é, em alguns casos, muito acentuada), os portugueses têm pouco sentido crítico relativamente à informação que lhes é disponibilizada”;</i>
<i>“Tendo a achar que talvez as pessoas associem jornalismo a telejornal. Sinto que as pessoas se informam sobretudo pela televisão. De alguma forma, devem sentir-se identificadas. Talvez tenha de ver com isso. Não sei se necessariamente significa se confiam no jornalismo. Depois quando vais ver reações a notícias, interpretações sobre sondagens, de repente salta logo a conversa dos fake news, cabala. Não estou tão certo de que a ideia de confiança seja assim tão confiante”;</i>
<i>“Por acaso não sei que razões é que pode haver. Comparando com outros países, onde há mais hábitos de leitura. Acho que é muito simplesmente porque não estão muito atentas. Os portugueses são mais desligados dessas questões e confiam. Infelizmente é o que eu tenho a dizer sobre este assunto”;</i>
<i>“A não ser que o disparate seja muito grande, o povo é tolerante”.</i>

8. As sugestões para diferenciar jornalismo de outros conteúdos foram parecidas.
A categoria “criar etiquetas de diferenciação que possam orientar os leitores” foi a mais mencionada, seguindo-se um maior investimento da literacia. Propõe-se ainda a divulgação de campanhas de comunicação, regulação mais apertada, acompanhada de fiscalização.
<i>“Devia haver selos de certificação dos produtos”;</i>

“É essencial a marca de água dos órgãos de comunicação social. De forma a que as pessoas saibam o mais facilmente possível de onde provém a informação. E é essencial credibilizar essas marcas de informação”.

“Só com competências em termos de literacia conseguimos separar o jornalismo de outros conteúdos. Mas também tem de haver uma postura ética da parte dos meios para que se perceba que estamos a lidar com coisas diferentes. Mesmo quando há convites, deve dizer-se que o jornalista viajou”.

9. **Desafios dos média:** Sustentabilidade; modelo de negócio viável

O problema mais apontado é a sustentabilidade das empresas e o desafio encontrar um modelo de negócio viável. Diferenciam-se dois pontos de vista: os que defendem que o jornalismo não deve ser visto como um negócio e os que consideram que é necessário recuperar a ideia de que é preciso pagar para ter acesso à informação. Há quem assinale também a má gestão dos média.

“É preciso criar outras formas de financiamento dos media, ao nível do Estado, de benefícios fiscais e do mecenato”;

“Para mim, o principal problema é a falta de preparação dos empresários. As redações estão preparadas e temos empresários profundamente imprevistos e sem capacidade para saber esperar. A empresa não gera lucro, logo eu não invisto, mas quando não invisto a empresa não consegue ter um produto diferenciador”;

“O principal problema dos media é o negócio. A informação deixou de ser um negócio em si própria, sobretudo em Portugal, onde as pessoas não encontram grande interesse em pagar pelo que leem e não veem que haja uma mais-valia em ter esse conteúdo na maior parte das vezes”.

10. **Modelos de sustentabilidade:** diversificar receitas

A maior parte defende que o caminho para a sustentabilidade pressupõe a diversificação de receitas e o modelo preferido é o financiamento privado, através de bolsas, projetos específicos.

Três entrevistados (17,6%) defendem que o jornalismo não deve ser encarado como um negócio e assinalam que preferem uma imprensa sem publicidade.

A respeito do financiamento público parece haver algum consenso para a possibilidade de este apoio não ter de ser necessariamente monetário e de poder ser efetivo através de apoios fiscais. A ser monetário, fica sempre a ressalva de dever ser transversal aos meios e realizado de forma transparente.

O modelo das subscrições é defendido sobretudo pelas empresas de média tradicionais, instaladas no mercado. Sobre a publicidade, ganha relevo o modelo B2B.

E um dos entrevistados acrescenta que é importante que se pense na possibilidade de evitar publicidade invasiva, chata, que pode afastar leitores.

O levantamento foi realizado a partir de entrevistas a 17 jornalistas em cargos de chefia editorial de empresas de comunicação social.

Entrevistas realizadas por Miguel Crespo e Dina Margato.

