

Desinformação em áudio e estudos radiofônicos: interfaces e convergências¹

Ana Luiza Bongiovani Batista de Souza FIGUEIREDO²

Sônia Caldas PESSOA³

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

RESUMO

Por meio da análise de discurso proposta por Charadeau ([1984] 2005), buscamos evidenciar as interfaces entre conteúdos em áudio com características de desinformação que foram checados pelo Projeto Comprova em 2021 e 2022 e os estudos radiofônicos. A partir da auditoria (MEDITSCH; BETTI, 2019) de material cedido pela iniciativa, identificamos os componentes sonoros verbais e não verbais dos áudios, e categorizamos o discurso pelo ritmo (BALSEBRE, [1994], 2005) e a base de produção da fala (GOFFMAN, [1981], 2008). Identificamos nos áudios elementos coloquiais que fazem parte da produção radiofônica, mas os conteúdos se dividem entre supostas conversas entre conhecidos e mensagens enviadas por interlocutores falsos. Os elementos sonoros compõem paisagens sonoras propícias para a disseminação dos conteúdos. Trata-se de pesquisa de mestrado da primeira autora, com orientação da segunda.

PALAVRAS-CHAVE: Desinformação; áudio; estudos radiofônicos; análise de discurso; Projeto Comprova.

TEXTO DO TRABALHO

A expressão “*fake news*” ganhou conotação popular no país a partir de 2018, no contexto eleitoral que acabou por eleger Jair Bolsonaro (então no Partido Social Liberal – PSL) para a presidência do Brasil. Outros fenômenos parecidos já haviam sido registrados antes em processos democráticos de outros países, como o referendo do *Brexit*⁴, no Reino Unido, e a eleição de Donald Trump para presidente dos Estados Unidos, em 2016, mas “as eleições no Brasil estão entre as primeiras a experimentar o

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa – Rádio e Mídia Sonora do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Mestranda pelo PPGCOM/UFMG, na linha de pesquisa em Comunicação, Territorialidades e Vulnerabilidades. E-mail: al.bongiovani@gmail.com

³ Professora do Departamento de Comunicação Social (PPGCOM/UFMG), Bolsista Produtividade do CNPQ (Bolsa PQ); Bolsista Capes-Print como professora visitante no Institut Mines-Telecom (2023/2024). Co-Coordenadora do Afetos: Grupo de pesquisa em Comunicação, Acessibilidade e Vulnerabilidades, do Laboratório de Experimentações Sonoras (LES/FAFICH UFMG) e da Rádio Terceiro Andar (UFMG). Coordena o projeto Eu existo e me movo: experiências e mobilidade de pessoas com deficiência (Fapemig). soniacaldaspessoa@gmail.com.

⁴ Processo que culminou na saída do Reino Unido da União Europeia

uso do WhatsApp para a difusão de desinformação política das chamadas *fake news*⁵ (tradução nossa) (KISCHINHEVSKY et al, 2020, p. 142).

Allcott e Gentzcow (2017, p. 213) definem *fake news* como “artigos jornalísticos que são intencionalmente e verificadamente falsos, e poderiam enganar leitores”⁶ (tradução nossa). Para os autores, a definição inclui tanto peças criadas deliberadamente com o propósito de enganar quanto textos saídos de sites satíricos, mas que podem ser interpretados como verdadeiros, especialmente se retirados de contexto ao circular pelas redes sociais.

Braga (2018) amplia a definição e apresenta as *fake news* como "a disseminação, por qualquer meio de comunicação, de notícias sabidamente falsas com o intuito de atrair a atenção para desinformar ou obter vantagem política ou econômica" (BRAGA, 2018, p. 205).

Brisola e Bezerra (2018) afirmam que as *fake news* "possuem características bem específicas de produção, formatação e intenção" (BRISOLA & BEZERRA, 2018, p. 3323), com a aparência de notícias verossímeis, em formatos usualmente adotados pelos meios de comunicação considerados confiáveis, mas que propositadamente trazem informações incorretas ou inverídicas. Os autores apontam ainda, como característica central do fenômeno, a intenção dos criadores das notícias falsas de que elas sejam percebidas como verdadeiras - excluindo da definição, além dos erros genuínos que podem ocorrer no processo de produção jornalística, as sátiras criadas para ironizar o próprio noticiário.

Para Claire Wardle (2020, p. 8),

O termo “fake news” (notícia falsa) não é nem o começo de tudo isso. A maior parte desse conteúdo nem é falso; muitas vezes é verdadeiro, usado fora de contexto e armado por pessoas que sabem que falsidades baseadas em um núcleo de verdade têm mais probabilidade de serem tomadas como verdade e compartilhadas. Além disso, a maior parte disso não pode ser descrita como “notícia”. São rumores à moda antiga, memes, vídeos manipulados, “anúncios micro-localizados” hipersegmentados e fotos antigas compartilhadas novamente como se fossem novas.

Já Bounegru et al (2017) consideram essencial a dimensão mediada dos fenômenos da desinformação: “o significado de *fake news* não pode ser totalmente

⁵ No original: “Brazilian elections were among the first ones to experiment the use of WhatsApp for the diffusion of political disinformation and the so-called fake news.”

⁶ No original: “news articles that are intentionally and verifiably false, and could mislead readers”.

compreendido fora do seu contexto de circulação online”⁷ (tradução nossa) (BOUNEGRU et al, 2017, p. 7).

Desinformação à brasileira

De forma inédita e não prevista por analistas políticos ou pela própria imprensa brasileira, que subestimava Bolsonaro enquanto candidato, criou-se, no período eleitoral de 2018, um canal próprio e voltado aos eleitores em potencial, por onde circulava toda sorte de desinformação. Ao contrário dos demais concorrentes ao cargo máximo do executivo, o pleiteante do PSL dispunha de pouquíssimos segundos de exposição tradicional, pela propaganda eleitoral gratuita de rádio e televisão; mas, nas redes, seus correligionários souberam se articular de uma forma que ainda não era compreendida pelos concorrentes. Campos Mello (2020) aponta que Carlos Bolsonaro, segundo filho de Jair Bolsonaro e responsável pela coordenação da estratégia digital da campanha do então candidato à presidência, soube acompanhar o que era feito por outros políticos ao redor do mundo e aplicar no cenário brasileiro. Pelos cálculos do então deputado federal e candidato ao Senado por São Paulo, Major Olímpio (PSL), que integrava a força-tarefa da campanha, somente ele era capaz de atingir 220 mil pessoas com cada mensagem que enviase às centenas de grupos de que fazia parte (GOULART, 2018).

Foi nesse contexto que se intensificaram, no Brasil, as iniciativas jornalísticas voltadas para o combate à desinformação.

O modelo jornalístico batizado de *fact-checking* exacerba as características da apuração para classificar como verdadeiras ou falsas (ou enganosas, ou quaisquer outras categorias previamente definidas pelo veículo) as declarações feitas por políticos ou pessoas públicas ou algum tipo de conteúdo que parece inverídico. As primeiras iniciativas do tipo surgiram nos Estados Unidos, no começo do século, voltadas para o contexto eleitoral (FACT-CHECK.ORG, 2023), mas logo se espalharam por outros países.

A metodologia e os recursos mais característicos do *fact-checking* já haviam sido usados pela Folha de S. Paulo em coberturas pontuais, nas eleições de 2010⁸, mas os

⁷ No original: “the significance of fake news cannot be fully understood apart from its circulation online”

⁸ O “Mentirômetro” foi um dos especiais produzidos pelo jornal. Ver: https://www1.folha.uol.com.br/especial/2010/eleicoes/mentirometro-mais_recentes.shtml

primeiros projetos voltados efetivamente para esse tipo de jornalismo — ainda que temporários — só surgiram no país no contexto da eleição presidencial seguinte, em 2014. Inspirados pelo argentino *Chequeado*⁹, O Globo lançou o projeto “Preto no Branco” e a Agência Pública o “Truco!”¹⁰ (AOS FATOS, 2023). Os primeiros projetos permanentes voltados exclusivamente para a checagem de conteúdo são do ano seguinte, 2015: a Agência Lupa¹¹, fundada por Cristina Tardáguila, e Aos Fatos¹², criada por Tai Nalon.

O Projeto Comprova, liderado pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) e pela *First Draft News*¹³, surgiu como mais uma iniciativa de duração limitada no contexto eleitoral, mas diante do cenário já descrito do pleito de 2018. A grande diferença em relação aos demais projetos de *fact-checking* era o seu caráter colaborativo: 24 redações, incluindo vários dos veículos de maior circulação e audiência do país, uniram-se em nome do combate à desinformação relacionada às eleições presidenciais. Sem precedentes no jornalismo brasileiro, a coalizão conseguiu unir os esforços de profissionais antes focados na concorrência entre si para a realização de um trabalho que gozava de muito mais credibilidade junto aos leitores, evitava a apuração duplicada de conteúdos idênticos, permitia mais agilidade na verificação das peças de desinformação e amplificava o alcance do material produzido (PIMENTA, 2019; RINEHART, 2018; WARDLE, 2018; LÜDTKE, 2018).

Ocorre que Jair Bolsonaro foi eleito Presidente da República em 2018, e essa rede de comunicação mantida por seus apoiadores não se desmobilizou a partir desse ponto. Ao contrário, os mecanismos foram ampliados e passaram a focar em temas mais complexos. Como a experiência dos cinco meses iniciais do Projeto Comprova foi considerada bem-sucedida, o Projeto voltou à ativa em 2019, para realizar a checagem de conteúdos relacionados às políticas públicas do governo federal (BRAMATTI, 2019). “Como os temas associados a políticas públicas são complexos e o ambiente político continuou tensionado após as eleições, o Comprova optou por fazer nesta segunda fase

⁹ Ver: <https://chequeado.com/>

¹⁰ Ver: <https://apublica.org/especial/truco2014/>

¹¹ Ver:

https://lupa.uol.com.br/institucional?utm_source=googleads&utm_medium=searchads&utm_campaign=institucional&gclid=CjwKCAjwq4imBhBQEiwA9Nx1BgvQLakqc7k3Z-jjmIIOTr1IJf6-xcgVY3BdijVdB_efeMq_Zkpu8RoCp8wQAvD_BwE

¹² Ver: <https://www.aosfatos.org/quem-somos/>

¹³ Coalizão ligada ao *Shorenstein Center for Media, Politics and Public Policy*, da Universidade de Harvard, dos Estados Unidos, e criada em 2015, liderada por Claire Wardle.

um jornalismo mais explicativo, agregando mais contexto as suas verificações”. (ABRAJI, 2019, [s.p.]).

No ano seguinte, 2020, houve uma nova ativação do Projeto, com um número maior de redações participantes e a verificação de conteúdos relacionados ao novo coronavírus, além das políticas públicas. Essa fase da iniciativa durou até março de 2021 e teve 70% das checagens relacionadas à pandemia (ABRAJI, 2021). No período, ao todo, foram publicadas 283 investigações. “Dessas, apenas 8 provaram-se verdadeiras. As demais 275 eram falsas (conteúdo fabricado) ou enganosas (informações descontextualizadas, que confundem ou usam dados imprecisos).” (ABRAJI, 2021, [s.p.]).

Em 2023, mesmo após o fim da emergência de saúde pública de importância internacional (OMS..., 2023) e com um novo governo eleito democraticamente no ano anterior, o Comprova continua ativo, com a adesão de um número recorde de veículos: 41 integrantes da coalizão, além de parceiros institucionais, em projetos especiais e de tecnologia.

O objetivo do Comprova é identificar e enfraquecer as sofisticadas técnicas de manipulação e disseminação de conteúdo enganoso que vemos surgir em sites hiperpartidários, aplicativos de mensagens e redes sociais.

Nossos parceiros estão unidos no compromisso de investigar – de maneira precisa e responsável – declarações, especulações e rumores que estejam ganhando fôlego e projeção na internet. Ao trabalhar coletivamente para selecionar e apurar textos, vídeos, imagens e gráficos, os jornalistas do Comprova vão contextualizar e esclarecer informações que podem ser consideradas enganosas ou deturpadas e tomar providências para minimizar o alcance e o impacto de mentiras comprovadas e deliberadas que tenham relação com políticas públicas no âmbito federal, pandemia e com o processo eleitoral e as eleições presidenciais. (COMPROVA, 2023, [s.p.])

Os formatos de desinformação

O trabalho de checagem realizado pelos integrantes do Comprova, além das diretrizes temáticas definidas em cada fase do projeto, também obedece a um critério de viralização do conteúdo considerado suspeito. Esse último aspecto está relacionado ao receio de que, a partir da checagem, fosse obtido o efeito inverso do pretendido, oxigenando um boato que circulava de forma restrita em um grupo pequeno (PIMENTA, 2019). Na prática, tal decisão exige que seja feito um monitoramento do que circula com mais intensidade em redes sociais abertas, como o Facebook, o Twitter, Instagram, o Kwai e o TikTok, em sites como o YouTube e em aplicativos de mensagens como o Telegram e o WhatsApp. Cada plataforma possui *affordances* essencialmente distintas,

que exigem o uso de diferentes ferramentas, pelos editores, para a realização desse acompanhamento (WARDLE, 2019), mas o desafio é inegavelmente superior no caso de aplicativos fechados, que praticamente inviabilizam a apuração da origem de um determinado boato.

No Brasil, o número de smartphones em uso, em 2019, já superava a soma de computadores, tablets e notebooks (BRASIL..., 2019) e boa parte das operadoras de telefonia celular oferecem pacotes de dados que incentivam o uso de redes como Facebook, Instagram, Twitter e, sobretudo, WhatsApp; segundo uma pesquisa de 2020 (UTILIZAÇÃO..., 2020), o último aplicativo está instalado em 99% dos smartphones brasileiros, e é o mais usado do país. No caso do WhatsApp, as configurações da plataforma o tornam mais atrativo para a disseminação de alguns tipos de conteúdo, principalmente em grupos (MAROS et al., 2020).

Em uma das formas pensadas para acessar esse material, o Comprova disponibilizou um número de WhatsApp para o qual os leitores poderiam enviar o conteúdo sobre o qual tinham alguma suspeita. “Por causa da encriptação de ponta a ponta do WhatsApp, esse pedido de participação era a única forma de coletar as mensagens com desinformação sem violar os termos de serviço do aplicativo”¹⁴ (tradução nossa) (BURGOS, 2019, p. 16).

Na primeira fase do projeto, em 2018, foram recebidas 105.078 mensagens da audiência, incluindo mensagens em texto, imagens, vídeos e áudios (BURGOS, 2019).

Durante a pandemia da covid-19, o crescimento do uso dos recursos de áudio da ferramenta cresceu de forma significativa: 60% dos usuários afirmam usar as funções com mais frequência do que fazem ligações tradicionais pelas operadoras (UTILIZAÇÃO..., 2020). Em certas partes do planeta, o número de mensagens de voz enviadas diariamente pelo aplicativo ultrapassa 200 milhões (MAROS et al., 2020).

Segundo Maros et al (2020, [s. p.]), “nem a mensagem em texto nem em imagem conseguem transmitir de forma tão clara o tom, urgência, emoção e propósito do interlocutor quanto a mensagem de áudio¹⁵” (tradução nossa).

Brasileiros amam enviar mensagens em áudio, e houve um número considerável de arquivos em áudio entre as amostras de desinformação: 30 foram enviados ao

¹⁴ No original: “Due to WhatsApp’s end-to-end encryption, this method of soliciting tips is the only possible way to collect misinformation data without violating the app’s terms of service.”

¹⁵ No original: “Neither text nor image messaging can fully convey sender’s tone, urgency, emotion or purpose as audio content can”

Comprova um total de 1.642 vezes, ou 33% do total. Nós analisamos esses, e, assim como ocorreu com as imagens e textos, as alegações de fraude eleitoral (sempre narrando esforços para prejudicar a candidatura de Bolsonaro) correspondiam a dois terços dos áudios mais viralizados. O áudio mais amplamente compartilhado foi a versão de um vídeo em que dois policiais conversavam sobre urnas eletrônicas que teriam sido violadas. Esses agentes estão sob investigação.

Enquanto as mensagens pró-Bolsonaro dominaram a amostra coletada pelo Comprova, quatro das gravações em áudio mais populares – incluindo a segunda mais compartilhada, enviada 208 vezes – eram variações de uma teoria da conspiração que afirmava que a facada contra Bolsonaro foi uma encenação¹⁶. (tradução nossa) (BURGOS, 2019, p. 19).

O áudio mencionado por Burgos (2019), a respeito do ataque ao então candidato Jair Bolsonaro, foi, efetivamente, verificado pelo Comprova. Os jornalistas não conseguiram rastrear a origem do áudio, que se espalhou rapidamente pelo WhatsApp, então a checagem contou com a participação de dois peritos, que realizaram uma análise qualitativa da voz, do discurso e do padrão de fala do homem da gravação e de Bolsonaro (LÜDTKE, 2020).

Metodologia

A proposta para essa pesquisa é o método qualitativo de análise. Kischinhevsky (2016) argumenta que, em se tratando de pesquisa radiofônica – e os conteúdos de desinformação em áudio são assim considerados – “não há qualquer impedimento numa pesquisa de pós-graduação a uma combinação de métodos” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 289).

O material de análise inclui o que foi publicado e as verificações do Projeto Comprova, mesmo as não concluídas e arquivadas por jornalistas entre 2021 e 2022¹⁷. A partir da *auditoria* (MEDITSCH; BETTI, 2019) dos conteúdos, buscamos identificar elementos sonoros: ruídos e outros componentes não-verbais, e categorizar o discurso com características como o ritmo (BALSEBRE, [1994], 2005), a base de produção da

¹⁶ No original: “Brazilians love to send audio messages, and there were a number of viral audio files among the disinformation sample: 30 were sent to Comprova an accumulated 1,642 times, or 33 percent of the total. We analyzed those, and as was the case with images and text, allegations of electoral fraud (always narrating efforts to undermine Bolsonaro’s candidacy) accounted for two-thirds of the most viral audios. The most widely shared audio was a version of a video where two police officers talked about electoral ballots being violated. Those officers are under investigation. While pro-Bolsonaro messages dominated the sample Comprova collected, four of the most popular audio recordings—including the second most shared, sent 208 times—were variations of a conspiracy theory claiming that the stabbing of Bolsonaro was staged.”

¹⁷ . O acesso ao conteúdo foi concedido à primeira autora – que já fez parte da coalização, como checadora – pelo editor-chefe do Comprova, Sérgio Lüdtke, para a realização de pesquisa de mestrado orientada pela segunda autora.

fala (GOFFMAN, [1981], 2008), e análise de discurso Charaudeau (1984). Entre as categorias, destacamos a presença ou não de elementos sonoros do ambiente em que o áudio foi gravado; a qualidade técnica da gravação; a velocidade da fala; a formalidade ou informalidade do interlocutor; a natureza da informação repassada no áudio — se trata-se de depoimento pessoal, suposto conhecimento profissional ou informação privilegiada —; a suposta origem inicial do conteúdo e a sua temática principal.

Análise

Ao todo, entre conteúdos que foram efetivamente verificados e publicados pela equipe do Comprova e checagens que foram arquivadas por falta de um resultado conclusivo quanto à autenticidade ou não do material, localizamos 14 áudios que viralizaram entre 2021 e 2022 e foram detectados pela equipe editorial do projeto. Assim como apontado no relatório de atividades de 2018 (BURGOS, 2019), o formato foi muito menos frequente do que as outras peças de desinformação (em texto, vídeo ou imagens).

É relevante ressaltar que os materiais, mesmo quando aparentam terem sido produzidos para uma plataforma específica, circularam em várias delas com alguma alteração na forma, mas mantendo a sua característica principal enquanto áudio.

Uma das peças suspeitas (que nomearemos áudio A), por exemplo, está no formato de vídeo e começa com um pequeno trecho descontextualizado de entrevista do hoje presidente Luí Inácio Lula da Silva, seguido por outro trecho em vídeo da delação do ex-ministro Antônio Palocci, divulgada em 2022. Esses dois cortes, porém, são apenas uma introdução para o conteúdo que efetivamente se pretendia disseminar: um suposto áudio vazado de Lula, em que ele conversa por telefone com um interlocutor não identificado sobre a delação, queixando-se de ter sido completamente exposto pelo ex-aliado. Nesse momento, o áudio é reproduzido enquanto uma foto do petista é exibida sobre um fundo vermelho, emoldurada por bandeiras comunistas e coberta pela frase “nunca esqueça dessa gravação do ladrão inocente e Palocci”. Nesse caso, o material viralizou no Twitter e recebeu a etiqueta de falso pelo Comprova¹⁸.

Outro conteúdo (áudio B), bastante diferente desse primeiro exemplo, trata-se do áudio de um homem não identificado convocando os apoiadores de Bolsonaro para irem

¹⁸ Checagem publicada em 03/06/2022:

<https://projeto comprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/post-usa-audio-com-imitacao-de-lula-para-confundir-sobre-acusacoes-de-corrupcao/>.

às ruas protestar contra a vitória de Lula nas eleições de 2022. A gravação circulou no WhatsApp e não possui qualquer tipo de identificação quanto à sua autoria ou a quem foi originalmente direcionado.

Um terceiro exemplo é de um áudio que também circulou pelo WhatsApp, em 2021 (áudio C), em que uma mulher que se identifica como Sandra direciona um relato pessoal a pessoa que ela chama de Dalney. Na gravação, bastante extensa, ela conta sobre um suposto problema de saúde que seu marido teria tido após tomar a segunda dose da vacina da *Pfizer* contra a covid-19.

Citamos esses três conteúdos, em específico, porque são exemplos bastante claros dos tipos de áudios localizados pelo Comprova na janela temporal destacada para o nosso estudo.

No grupo A, temos áudios com uma falsificação ou imitação de alguma personalidade política, autoridade ou figura pública. Nesse tipo de material, há a emulação de trejeitos linguísticos e discursivos desses personagens, que possuem sotaques e ritmo de fala bastante conhecidos; e o conteúdo, em geral, “revela” algum segredo, como se fosse uma gravação escondida de alguém pego em flagrante admitindo algo. Realizando um paralelo com a linguagem radiofônica (BALSEBRE, 2005), é nesse tipo de áudio que se tem uma preocupação mais perceptível com a utilização de outros elementos sonoros para além da palavra. No caso do áudio A, um ruído de vozes ao fundo tenta gerar a impressão no ouvinte de que a gravação foi feita, de fato, enquanto o suposto presidente Lula assistia na televisão a uma reportagem sobre a delação de Antônio Palocci – assim como ele ressalta no áudio. A qualidade técnica da gravação, até para simular o caráter clandestino do “flagrante”, é bastante precária.

O grupo B reúne o que podemos considerar um “chamado à ação”. São áudios produzidos por pessoas anônimas e direcionados a todo um grupo de pessoas, sem marcadores que possam individualizar a conversa. Assim como numa transmissão radiofônica, a mensagem é transmitida a qualquer pessoa que a ouça, e o falante, assim como um apresentador ou repórter, mantém-se calmo e utiliza um vocabulário que confere autoridade à sua fala. A principal diferença – que está bastante explícita no áudio B – é que o interlocutor também se considera “um de nós”. Ele faz parte da coletividade que quer convocar a agir, e exacerba esta conexão com o uso da primeira pessoa do plural.

O grupo C, finalmente, reúne características que o aproximam mais de um integrante da audiência do rádio do que um apresentador ou repórter – já que continuamos

apontando as interfaces entre esse conteúdo e o que é produzido para o meio radiofônico. O relato é extremamente pessoal, com riqueza de detalhes, e geralmente aponta alguma vulnerabilidade ou dificuldade pela qual aquela pessoa teria passado, gerando empatia em quem ouve o conteúdo. A fala, porém, não se restringe a apenas isso: há ainda algum tipo de confirmação de autoridade e uma série de associações (não necessariamente verdadeiras) entre a situação relatada e a mensagem principal, que se quer, de fato, transmitir. Assim como num testemunhal ou no uso do relato de um personagem em uma matéria jornalística, o relato pessoal serve apenas para ilustrar um ponto chave. Antítese do pensamento científico, já que baseado unicamente em experiências pessoais, esse tipo de mensagem em áudio apareceu, no período investigado, em temáticas relacionadas à pandemia da covid-19 e à vacinação.

Para os grupos B e C, a qualidade amadora das gravações é audível, mas não representa um obstáculo à sua disseminação; ao contrário, emprestam autenticidade ao material, que teria sido realmente gravado por “pessoas comuns”.

É interessante ressaltar, por fim, que as observações feitas sobre os áudios de 2021 e 2022 são muito semelhantes às conclusões de Burgos (2019) sobre os áudios enviados por Whatsapp pela audiência do Comprova em 2018:

Em termos de qualidade, a maioria era bastante amador. Muitas gravações foram feitas num carro, sem roteiro aparente, o que deu a elas um senso de urgência e autenticidade. Uma das gravações em áudio, de uma pessoa que se dizia jornalista, mencionava que Lula, presidente do Brasil entre 2003 e 2010, tinha um trilhão de Euros em dinheiro e diamantes na Suíça¹⁹. (tradução nossa) (BURGOS, 2019, p. 19).

Considerações finais

A análise e categorização dos conteúdos em áudio demonstra que eles guardam, sim, diversas características em comum com a linguagem radiofônica. Se considerarmos que, conforme as principais definições de *fake news*, esse material foi produzido e divulgado de forma proposital, na origem, é razoável supor que tais interfaces são intencionais. Não necessariamente obtidas a partir de um estudo cuidadoso do que é ou

¹⁹ No original: In terms of quality, most were amateurish. Many recordings were done in a car, with no apparent script, which gave a sense of urgency and authenticity. One of the audio recordings mentioned that Lula, Brazil’s president between 2003 and 2010, had a trillion Euros in money and diamonds in Switzerland from someone claiming to be a journalist.

não característica do meio rádio, mas talvez por uma emulação daquilo que faz parte do imaginário sonoro quando pensamos em credibilidade e convencimento.

Também é nítido, porém, que os conteúdos de desinformação em áudio possuem características próprias, que escapam às possibilidades do “sistema semiótico radiofônico” (BALSEBRE, 2005, p. 329), que tem um determinado contexto de produção e está sujeito a uma interpretação mais restrita às expectativas do ouvinte.

A existência de formas tão distintas de produção de conteúdo de desinformação em áudio sugere desafios mais complexos no trabalho de checagem realizado pelos jornalistas profissionais, que precisam lançar mão de técnicas diversas para a apuração. O assunto merece ser distinchado de forma mais complexa.

O tema, assim como as considerações trazidas neste artigo, faz parte da pesquisa de mestrado da primeira autora, com orientação da segunda,

REFERÊNCIAS

ABRAJI. Como foi a segunda fase do projeto Comprova. 18 dez 2019. **Comprova**. Disponível em: <https://projeto comprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/segunda-fase-do-projeto-comprova/>. Acesso em: 05 ago 2023.

ABRAJI. Comprova encerra terceira fase com 283 investigações publicadas; 194 estão relacionadas à pandemia. 05 mar 2021. **Comprova**. Disponível em: <https://projeto comprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/comprova-encerra-terceira-fase-com-283-investigacoes-publicadas-194-estao-relacionadas-a-pandemia/>. Acesso em: 10 ago 2023.

ALVES, Rosenthal Calmon. Radiojornalismo e a linguagem coloquial. MEDITISCH, Eduardo (org.). **Teorias do rádio: textos e contextos**. Volume I. Coleção NP’S – Intercom nº 5. Florianópolis: Insular, 2005. p. 163.

ALZAMORA, Geane; ANRADE, Luciana. A dinâmica transmídia de *fake news* conforme a concepção pragmática de verdade. **MATRIZES**. São Paulo, v. 13, n. 1, jan-abr 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v13i1p109-131>. Acesso em: 15 out 2022. P. 109-131.

BALSEBRE, Armand. A linguagem radiofônica. MEDITISCH, Eduardo (org.). **Teorias do rádio: textos e contextos**. Volume I. Coleção NP’S – Intercom nº 5. Florianópolis: Insular, 2005. p. 327.

BRAMATTI, Daniel. Antes de compartilhar, Comprova (de novo). 2019. **Comprova**. Disponível em: <https://projeto comprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/antes-de-compartilhar-comprova-de-novo/>. Acesso em: 10 ago 2023.

BRASIL tem 230 milhões de smartphones em uso. **Época Negócios**. Tecnologia. Publicada em 26 abr 2019. Disponível em:

<https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2019/04/brasil-tem-230-milhoes-desmartphones-em-uso.html>. Acesso em: 15 jul 2021.

BURGOS, Pedro. What Did Audiences Send Comprova via WhatsApp?. *In*: WARDLE, Claire et al. **Comprova**: An Evaluation of the Impact of a Collaborative Journalism Project on Brazilian Journalists and Audiences. Jun. 2019. P. 6-8 Disponível em: <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/06/Comprova-Full-Report-Final.pdf?x21167>. Acesso em: 12 jan 2023.

CAMPOS MELLO, Patrícia. **A máquina do ódio**: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

CHARAUDEAU, Patrick (ed.) **Aspects du discours radiophonique**. Paris: Didier Érudition. 1984.

CHARAUDEAU, Patrick. Problemas de Análises das Mídias (Trad. Marilene Pavão). MEDITISCH, Eduardo (org.). **Teorias do rádio**: textos e contextos. Volume I. Coleção NP'S – Intercom nº 5. Florianópolis: Insular, 2005. p. 223.

COMPROVA. **Sobre o Comprova**. 2023. Disponível em: <https://projeto comprova.com.br/about/>. Acesso em: 16 ago 2023.

FACT-CHECK.ORG. **Our Mission**. 2023. Disponível em: <https://www.factcheck.org/about/our-mission/>. Acesso em: 18 jun 2023.

GOFFMAN, Erwin. A fala do rádio – um estudo do percurso dos nossos erros. MEDITISCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci (orgs.). **Teorias do rádio**: textos e contextos. Volume II. Coleção NP'S – Intercom nº 8. Florianópolis: Insular, 2008. p. 297.

GOULART, Josette. Oito segundos na tevê; 897 grupos de whatsapp. 26 jul 2018. **Anais da política**. piauí. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/oito-segundos-na-teve-897-grupos-de-whatsapp/>. Acesso em: 17 abr 2023.

JOHN, Bethan; URBANI, Shaydanay. **An introduction to live audio social media and misinformation**. First Draft. 29 abr 2021. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/articles/clubhouse-facebook-and-twitter-live-audio-and-misinformation/>. Acesso em: 09 ago 2021.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Métodos da pesquisa qualitativa aplicada à comunicação radiofônica. *In*: MOURA, Cláudia Peixoto de; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. (Orgs). **Pesquisa em comunicação**: metodologias práticas e acadêmicas. Porto Alegre: EdUPUCRS, 2016. p. 277-294. Disponível em: <https://editora.pucrs.br/edipucrs/acessolivre/Ebooks/Pdf/978-85-397-0803-1.pdf>. Acesso em: 20 nov 2022

KISCHINHEVSKY, Marcelo et al. WhatsApp audios and the remediation of radio: Disinformation in Brazilian 2018 presidential election. **Radio Journal**: International Studies in Broadcast & Audio Media. V 18, N. 2. Intellect, 2020. Disponível em: https://scholar.google.com.br/citations?view_op=view_citation&hl=pt-BR&user=cQR1QSMMAAAJ&citation_for_view=cQR1QSMMAAAJ:0EnyYjriUFMC. Acesso em: 27 jul 2021.

LÜDTKE, Sérgio. Case Study: Bolsonaro at the hospital. 7a. *In*: SILVERMAN, Craig (ed.). **Verification Handbook - For Disinformation And Media Manipulation**. Maastricht: European

Journalism Centre, 2020. Disponível em: <https://datajournalism.com/read/handbook/verification-3/investigating-platforms/7a-case-study-bolsonaro-at-the-hospital>. Acesso em: 15 ago 2023.

LÜDTKE, Sérgio. O jornalismo colaborativo no projeto Comprova. 06 dez 2018. **Abraji**. Disponível em: <https://abraji.org.br/noticias/o-jornalismo-colaborativo-no-projeto-comprova>. Acesso em: 14 abr 2023.

MAROS, Alexandre et al. Analyzing the Use of Audio Messages in WhatsApp Groups. **WWW'20: Proceedings of the Web Conference 2020**. Association of Computing Machinery, New York, 2020. Disponível em: <https://homepages.dcc.ufmg.br/~fabricio/download/www20-maros.pdf>. Acesso em: 08 ago 2021.

MEDITSCH, Eduardo; BETTI, Juliana Gobbi. Os elementos sonoros na análise da informação radiofônica: em busca de métodos. **Anais. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo**. 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Universidade Federal de Goiás (UFG) – Goiânia (GO) – Novembro de 2019. Disponível em: <https://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2019/paper/viewFile/2030/1173>. Acesso em: 12 jul 2023.

NALON, Tai. A pós-verdade é uma velha novidade; fact-checking, não. **O jornalismo no Brasil em 2017**. [S. l.]: Farol Jornalismo; ABRAJI, 2016. Disponível em: <https://medium.com/jornalismo-digital-no-brasil-em-2017/a-p%C3%B3s-verdade-%C3%A9-uma-velha-novidade-fact-checking-n%C3%A3o-a19a00fba492>. Acesso em: 19 nov 2022.

OMS declara fim da Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional referente à COVID-19. 05 maio 2023. **OPAS – Organização Pan-Americana de Saúde**. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/noticias/5-5-2023-oms-declara-fim-da-emergencia-saude-publica-importancia-internacional-referente>. Acesso em: 15 ago 2023.

PIMENTA, Angela. Introduction. *In*: WARDLE, Claire et al. **Comprova: An Evaluation of the Impact of a Collaborative Journalism Project on Brazilian Journalists and Audiences**. Jun. 2019. P. 6-8 Disponível em: <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/06/Comprova-Full-Report-Final.pdf?x21167>. Acesso em: 12 jan 2023.

RINEHART, Aimee. Comprova fecha um ciclo no Brasil. 26 nov 2018. **Abraji**. Disponível em: <https://abraji.org.br/noticias/comprova-fecha-um-ciclo-no-brasil>. Acesso em: 25 abr 2023.

SCHREIBER, Anderson. Só não vale ficar calado: o que as eleições ensinaram sobre fake news. 01 nov 2022. Coluna do Anderson Schreiber. **Jota**. Disponível em: https://www.jota.info/opiniaoe-analise/colunas/coluna-do-anderson-schreiber/so-nao-vale-ficar-calado-o-que-as-eleicoes-ensinaram-sobre-fake-news-01112022#_ftn5. Acesso em: 06 nov 2022.

SILVERMAN, Craig (Ed.). **Manual de verificação**: um guia definitivo para a verificação de conteúdo digital na cobertura de emergências. Maastricht: European Journalism Centre, 2014. Disponível em: <https://verificationhandbook.com/downloads/manual.de.verificacao.pdf>. Acesso em: 04 ago 2022.

TSE aprova resolução para dar mais efetividade ao combate à desinformação no processo eleitoral. 20 out 2022. **Notícias**. TSE. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Outubro/tse-aprova-resolucao-para-dar-mais-efetividade-ao-combate-a-desinformacao-no-processo-eleitoral>. Acesso em: 06 nov 2022.

UTILIZAÇÃO de recursos de áudio no WhatsApp cresce na pandemia. **IT Forum**. Notícias. 4 set. 2020. Disponível em: <https://itforum.com.br/noticias/utilizacao-de-recursos-de-audio-no-whatsapp-cresce-na-pandemia/>. Acesso em: 25 jul 2021.

WARDLE, Claire. **Guia Essencial da First Draft para entender a desordem informacional**. First Draft, 2020. Disponível em: https://cursos.abraji.org.br/pluginfile.php?file=%2F19636%2Fmod_resource%2Fcontent%2F1%2FGuia%20essencial%20da%20First%20Draft%20para%20compreender%20a%20desordem%20informacional.pdf. Acesso em: 10 jul 2021.

WARDLE, Claire et al. **Comprova**: An Evaluation of the Impact of a Collaborative Journalism Project on Brazilian Journalists and Audiences. 2019. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/06/Comprova-Full-Report-Final.pdf?x21167>. Acesso em: 12 jan 2023.