

A enchente da desinformação: agências de checagem tentam socorrer vidas da tragédia do RS¹

Veruska Yasmim Paião Rocha²
Gabriel Bhering³

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

RESUMO

A disseminação de desinformação nos mais diversos níveis impõe desafios ao jornalismo na cobertura da tragédia ocasionada pelas enchentes no Rio Grande do Sul. Nesse contexto, o presente artigo discute potencialidades e limites da agência de checagem “Mentira tem preço”, que tem como foco à desinformação socioambiental. O projeto é uma realização da produtora FALA e do InfoAmazonia. O estudo parte do conceito de “Desordem Informacional” (Derakhshan & Wardle, 2017) e as recentes contribuições de Recuero (2024). Já do ponto de vista metodológico, o artigo lança mão da Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016) a fim de estudar o perfil, principalmente objetivando compreender como a enchente do RS, que já ultrapassou a marca de 2 milhões de pessoas afetadas em 446 municípios⁴, vem sendo trabalhada.

PALAVRAS-CHAVE: desinformação; checagem de fatos; jornalismo; direito à comunicação; narrativas independentes.

INTRODUÇÃO

Em meio à tragédia das enchentes que atingiram o Rio Grande do Sul, que já causou 136 mortes⁵ e deixou ao menos 441 mil desabrigados e desalojados, circulam nas redes sociais, peças de desinformação que distorcem informações essenciais, alimentam o pânico e agravam a crise. Além do cenário inédito e de emergência extrema, resultando a maior catástrofe climática do estado, essa onda de desinformação, com falsos dados sobre mortes e o negacionismo da crise climática, não só gera alardes e sensacionalismo, como atrasa o socorro das vítimas. Diante do drama vivido pelos gaúchos, páginas de checagem de notícias têm verificado informações, por meio de seleção e curadoria, desmentindo notícias descontextualizadas e compartilhado dicas

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Desinformação no Ecossistema Midiático, evento integrante da programação do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 13 a 15 de junho de 2024.

² Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), jornalista diplomada pela mesma instituição e integrante do grupo de pesquisa Sinestelas e Núcleo de Jornalismo e Audiovisual da Faculdade de Comunicação da UFJF. yasmimadvir@gmail.com

³ Mestrando em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), jornalista diplomado pela mesma instituição e integrante do grupo de pesquisa Núcleo de Jornalismo e Audiovisual da Faculdade de Comunicação da UFJF. bhering.gabriel@estudante.ufjf.br

⁴ <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cd1qwpq3z77o>

⁵ <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2024/05/11/temporais-e-cheias-no-rs-numero-de-mortos-sobe-para-136-chuva-e-frio-voltam-ao-estado.ghtml>

que ajudam os usuários a separar fatos de boatos. Afinal, a cobertura jornalística das tragédias está relacionada, principalmente, com o uso indevido de imagens que podem atrapalhar, gerar gatilhos emocionais e confundir a população e de áudios que podem conter informações incompletas e distorcidas.

Em busca de compreendermos os processos que envolvem o combate à desinformação, escolhemos analisar o perfil do projeto alternativo “Mentira tem preço” (MTP) na rede social *Instagram*, considerando que a iniciativa tem como foco monitorar e investigar notícias sobre informação climática, meio ambiente e discurso de ódio. Isto posto, o objetivo do presente trabalho é compreender de que forma os conteúdos audiovisuais do MTP, bem como as promessas do projeto, revelam os bastidores da desinformação socioambiental nas plataformas digitais no Brasil e os interesses políticos e econômicos por trás da indústria das *fake news*. Quais são estratégias utilizadas para monitorar, investigar as informações? Como essas apurações que mostram os impactos de uma história falsa são apresentados ao público? Essas são algumas das inquietações que norteiam o nosso estudo que nos ajudarão a entender como uma plataforma independente da grande mídia se comporta diante da ameaça ao direito à Comunicação.

OS EMBRICAMENTOS ENTRE A CRISE AMBIENTAL E A DESINFORMAÇÃO

Segundo a pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) Raquel Recuero (2024), a tragédia que ocorreu no estado é o resultado tanto das mudanças climáticas como das ações e omissões do governo e das pessoas em relação à legislação ambiental. Além de destacar a importância da comunicação em situações de crise especialmente nas plataformas de mídia social, a professora ressalta a falta de planejamento e preparo para lidar com a desinformação durante a crise. Para Recuero, a desinformação atua em dois níveis: o primeiro envolve conteúdos falsos e enganosos que buscam desacreditar as autoridades políticas, e o segundo envolve informações alarmantes e falsas que circulam para gerar pânico na população. Esses tipos de desinformação têm diferentes efeitos na população, mas ambos minam a confiança nas autoridades e dificultam a tomada de decisões. A desinformação se espalha rapidamente nas plataformas de mídia social,

como WhatsApp e Telegram, dificultando seu desmentido pelas autoridades. Tomando a perspectiva defendida pela pesquisadora, que o combate à desinformação durante crises requer canais oficiais de comunicação, monitoramento e combate rápido à desinformação específica e apoio a um ecossistema de combate à desinformação contextual, propomos para o presente trabalho analisar como o projeto “Mentira tem Preço”, por meio dos seus conteúdos audiovisuais, abordam a desinformação socioambiental nas plataformas digitais no Brasil, relacionada às inundações históricas no Rio Grande do Sul.

O fenômeno da desinformação foi descrito por (Derakhshan & Wardle, 2017) como “Desordem Informacional”, no qual a “Desinformação” diz respeito aquela informação falsa produzida justamente com a intenção de prejudicar terceiros, como acontece com as “fakes news” elaboradas nas eleições. Já a “Informação Incorreta” é um conceito usado para classificar um conteúdo falso, mas que não foi disseminado de modo intencional, para ilustrar é possível pensar a situação na qual o número de uma casa é digitado errado em um documento online, levando a um endereço errado. Por fim, existe a Informação Maliciosa, que mesmo se tratando de conteúdos verdadeiros, acaba contribuindo para o fenômeno da Desordem Informacional, pois não agrega no debate público, como acontece com dados bancários de terceiros vazados de modo proposital.

AS LENTES DA ANÁLISE DA MATERIALIDADE AUDIOVISUAL NOS ESTUDOS DE CHECAGENS DO PROJETO “MENTIRA TEM PREÇO”

A metodologia Análise da Materialidade do Audiovisual (Coutinho, 2016) busca estudar produções audiovisuais sem se voltar para um único código, seja ele verbal ou visual. O intuito é abarcar toda a dimensão existente em um vídeo, reconhecer as promessas existentes por trás daquele produto e estipular eixos que coaduna com os interesses da pesquisa.

No caso, deste trabalho será apresentado em primeiro lugar um breve histórico do “Mentira tem preço” como uma forma de desvendar as promessas que estão presentes com essa ideia. Em seguida, será dedicado uma parte do estudo para mapear as produções a serem analisadas no trabalho e a criação de dois eixos, sendo eles:

-Estratégias de checagem e credibilidade: quais são os recursos utilizados para checar ou praticar a educação midiática no perfil? Há apresentação de fontes para embasar as checagens ou justificar as orientações adotadas?

-Jornalismo Ambiental: como o jornalismo ambiental consegue se estruturar no projeto de um modo didático e organizado? Quais as principais características dessa especialidade jornalística podem ser percebidas?

Considerações finais

A partir da Análise da Materialidade do Audiovisual, que serviu como base para estabelecer os eixos, foi possível perceber a importância do projeto independente de checagem e educação midiática: “Mentira tem preço”, pois, a partir dele, brasileiros podem tirar dúvidas sobre questões envolvendo esse campo ambiental com muito mais rapidez e dinamismo, indo direto no IG, ao invés de acessar uma plataforma da mídia comercial que trabalha diferentes editorias e não possui um conteúdo direcionado. Ou seja, do mesmo modo que cada vez mais é importante a existência de mídias independentes de checagens em desertos de notícias e regiões interioranas, a fim de que a população tenha também checagem local, vale reforçar o surgimento de projetos de verificação nichados para temáticas propícias à desinformação, como a questão ambiental, que está na agenda política e econômica, podendo ser vista como um campo de poder e disputa que precisa ser resguardado pela informação segura e de qualidade, que depende do fazer jornalístico.

Por meio de iniciativas como a do projeto Mentira tem Preço, podemos observar uma tentativa de resgate a uma mídia democrática e plural, que garanta o direito à Comunicação, à cidadania e a liberdade de expressão da diversidade que constitui a população brasileira desde o seu processo de formação até a atualidade.

REFERÊNCIAS

COUTINHO, I. O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo, SP. Anais eletrônicos[...] São Paulo, USP, 2016. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>>. Acesso em: 12 de maio de 2023.

COUTINHO, I. Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual - Da dramaturgiado telejornalismo à análise da materialidade. In EMERIM, C; COUTINHO, I & FINGER, C. (orgs). Epistemologias do telejornalismo brasileiro. Florianópolis: Insular, 2018. pp.175-194

MATA, J. O amador no audiovisual: conteúdos gerados por cidadãos comuns na televisão brasileira. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2019.

DERAKHSHAN, H.; WARDLE, C. Information disorder: definitions. In: Understanding and addressing the desinformation system, 1., 2017, Filadélfia. Annals... Filadélfia: University of Pennsylvania, 2017. p. 5-12. Disponível em: <https://bit.ly/2GbeyJ2>. Acesso em: 24 set. 2019.

RECUERO, R. #FraudenasUrnas: estratégias discursivas de desinformação no Twitter nas eleições 2018. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, v.20, n.3, p.383-406, 2020.

RECUERO, R. A Desinformação nas Crises e a Tragédia no RS. Medium, 2024. Disponível em: <<https://medium.com/@raquelrecuero/a-desinforma%C3%A7%C3%A3o-nas-criises-e-a-trag%C3%A9dia-no-rs-de8d07784e8b>>. Acesso em: 12 de maio de 2023.