

Veracidade: relato de experiência da criação de uma agência laboratorial de checagem de fatos¹

Ana Beatriz Leal²
Geane Beserra Pereira³
Helder Carvalho⁴
Murilo Lourdes⁵
Raíssa Rojas⁶
Taís Tellaroli⁷
Katarini Miguel⁸

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

RESUMO

Este resumo apresenta a experiência da criação da Agência Veracidade, como parte do projeto “Combate à desinformação e fake news: agência regional de checagem de fatos e produção de jornalismo científico”. O objetivo é contribuir no enfrentamento de narrativas falsas em Mato Grosso do Sul, além de divulgar conhecimento científico em plataformas digitais. São feitos monitoramentos, apuração de informações, publicações de fatos devidamente checados e orientação sobre a desinformação na rede @agenciaveracidade no Instagram. A pesquisa é pautada pelos estudos das notícias falsas, assim como o desenvolvimento da identidade visual.

PALAVRAS-CHAVE: desinformação; checagem de fatos; Agência Veracidade; *fake news*; notícias falsas;

CORPO DO TEXTO

Introdução

As notícias falsas, chamadas também pela sua forma em inglês de *fake news*, vem trazendo inúmeros problemas à sociedade do século XXI, pois ao invés das pessoas estarem se informando com conteúdos reais, notícias devidamente apuradas e checadas, acabam consumindo fatos inventados, distorcidos, manipulados e disseminados,

¹ Trabalho apresentado na IJ01 – Jornalismo do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 25 a 27 de maio de 2023

² Estudante de Graduação. 3º semestre do Curso de Jornalismo da UFMS, email: ana.beatriz.leal@ufms.br

³ Estudante de Graduação. 5º semestre do Curso de Jornalismo da UFMS, email: geane.beserra@ufms.br

⁴ Estudante de Graduação. 5º semestre do Curso de Jornalismo da UFMS, email: helder_carvalho@ufms.br

⁵ Estudante de Graduação. 3º semestre do Curso de Jornalismo da UFMS, email: murilo_m@ufms.br

⁶ Estudante de Graduação. 3º semestre do Curso de Jornalismo da UFMS, email: raissa_rojas@ufms.br

⁷ Orientadora da pesquisa. Docente do curso de Jornalismo da UFMS, email: tais.fenelon@ufms.br

⁸ Orientadora da pesquisa. Docente do curso de Jornalismo da UFMS, email: katarini.miguel@ufms.br

especialmente, em redes sociais e aplicativos de mensagens. Segundo Caiza, Fernandez e Torres (2020, p. 95), “a desinformação é descrita como informação fabricada que imita o conteúdo da mídia e foi criada com a intenção de enganar ou prejudicar uma agência, entidade ou pessoa para ganho financeiro ou político”. As consequências da disseminação de *fake news* podem “atrapalhar as interações sociais e prejudicar vidas individuais. As consequências são múltiplas e os exemplos de situações trágicas ou críticas são incontáveis” (CAIZA, FERNANDEZ e TORRES, 2020, p. 99).

Devido ao cenário caótico desinformativo que a sociedade está inserida atualmente, este relato visa apresentar a criação de uma agência laboratorial de fatos no âmbito do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) que tem como objetivo atuar no combate à desinformação a partir de checagem de fatos produzindo conteúdo, primeiramente, para o Instagram em formato textual e audiovisual de jornalismo científico sobre fatos duvidosos devidamente checados e complementados. Criar espaços de debate e aprendizagem teórico-prática para estudantes de graduação e pós-graduação promovem uma formação mais sólida e atenta aos procedimentos de apuração e checagem jornalística, contribuindo assim para a promoção de uma cultura científica no estado, já que um dos focos do projeto é o enfrentamento à desinformação e as *fake news* ligadas à divulgação científica.

A Agência faz parte do projeto “Combate à desinformação e fake news: agência regional de checagem de fatos e produção de jornalismo científico” que tem apoio da Fundect (Fundação de Apoio ao Desenvolvimento do Ensino, Ciência e Tecnologia), edital Universal 2021 e é coordenado pelas professoras Taís Tellaroli e Katarini Miguel.

Agência Veracidade

Diante do cenário apresentado é importante destacar que enquanto não houver uma legislação firme que combata as postagens falsas em redes sociais, a grande mídia e grupos isolados se esforçam para desmentir tais conteúdos à medida em que aparecem nas redes sociais. Diversos canais com enfoque nas *fake news* foram criados na tentativa de combater o problema, entre eles podem ser apontados: Fato ou Fake no canal G1.com.br, Aos Fatos, Estadão Verifica, Comprova, Agência Lupa, International Fact-checking network (IFCN), entre outros.

A agência Veracidade foi criada em janeiro de 2023 para ser uma agência laboratorial de checagem de fatos e informações em âmbito regional, de caráter acadêmico, com abrangência nos temas pertinentes e referentes ao estado de Mato Grosso do Sul. Para sua criação foi feito inicialmente um treinamento, organizado pelos professores coordenadores do projeto, com sete bolsistas do projeto, além de voluntários, com duração de quatro semanas. A capacitação contou com a participação do jornalista e editor do projeto Comprova, José Antônio Lima, do Prof. Márcio Granez, integrante da Rede Nacional de Combate à desinformação, além da apresentação de conteúdos disponíveis on-line do Projeto Comprova, além das obras “Delírio do poder: psicopoder e loucura coletiva na era da desinformação” (TIBURI, 2021); “A máquina do ódio” (MELLO, 2020); “Engenheiros do caos” (EMPOLI, 2019). Os acadêmicos de jornalismo receberam informações sobre o processo de checagem, como identificar uma notícia falsa, como selecionar as notícias para verificação, passando pelas estratégias de pesquisa, até a finalização do processo de apuração. A Agência Veracidade fez uma sondagem de perfis de influenciadores e políticos locais, além de portais de notícia já consolidados, para levantamento de pautas e assuntos de viés desinformativo. Com isso, foi possível criar uma metodologia de trabalho que envolve monitoramento de redes (instagram, twitter e facebook) e sites, seleção de assuntos, reuniões semanais para escolha dos temas e cronograma de postagens. Até o momento já foram produzidos conteúdos de checagem do aumento salarial da prefeita de Campo Grande, acerca da vacina bivalente contra Covid-19 e sobre o reajuste do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) dos combustíveis.

Criação da identidade visual da Agência Veracidade

À procura de uma identidade visual que conseguisse corroborar a intenção da agência em agir no combate à desinformação e disseminação de notícias inverossímeis, a equipe trabalhou para criar uma marca que se diferenciasse das demais iniciativas de agências de checagem. Segundo Rafaella Peres (2019, p. 1098) “uma das premissas do Design é que as soluções visuais podem ser encontradas por meio de experiências didáticas e que todo o processo de produção deve ser pensado a partir dos objetivos comunicativos, público-alvo e consequências interpretativas”, desta forma buscou-se manipular um símbolo socialmente pré-estabelecido, como o *check*, para aludir que algo

está verificado. Outro objetivo foi o de apontar a retificação de informações fraudulentas, para isso, a equipe propôs aderir à palavra “veracidade” ao nome da agência para que fosse possível, não somente ratificar o intuito do projeto no que tange à natureza deste trabalho, mas também referenciar a expressão “na vera”, para dizer que algo está certo, comprovado. Até a definição da identidade adotada oficialmente, a equipe passou por algumas experimentações que fossem além do que se vê comumente nas demais agências de checagem de fatos. Foram trabalhados logotipos que buscavam alguma autenticidade, mas não estavam totalmente conectados ao perfil esperado para esta agência. Após muitas mudanças a equipe conseguiu o consenso no presente imagotipo, como mostra a Figura 1.

Figura 1: Identidade visual da Agência Veracidade



Fonte: próprios autores.

Considerações Finais

A criação da Agência Veracidade espera ser um embrião no combate à desinformação no estado de Mato Grosso do Sul e ser um inédito espaço laboratorial de checagem de informações em nível regional, envolvendo acadêmicos, professores e pesquisadores do curso de graduação em Jornalismo e Mestrado em Comunicação da UFMS. A agência de checagem de notícias pode contribuir no enfrentamento à desinformação e na própria formação dos estudantes em jornalismo na prática da apuração e checagem de fatos, para além da elaboração de conteúdos de jornalismo científico. Por estar inserida no ambiente universitário será uma oportunidade também de incentivar professores e alunos a trabalharem com a temática.

REFERÊNCIAS

CAIZA, Edison; FERNANDEZ, Alejandro; TORRES, Diego. **Noticias falsas; en busca de la vacuna**. In: Revista Colombiana de Computación Vol. 21, No. 2. July - December 2020, pp. 92-101 e-ISSN: 2539-2115, <https://doi.org/10.29375/25392115.4037>.

PERES, Rafaella. **Design de notícia: uma experiência didática na graduação em jornalismo**. In: 9º CONGIC. Belo Horizonte, Brasil. 2019.

TIBURI, Márcia. **Delírio do poder: Psicopoder e loucura coletiva na era da desinformação**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2019.

MELLO, Patrícia. **A Máquina de ódio**. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

EMPOLI, Giuliano da. **Os engenheiros do caos: Como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições**. Belo Horizonte: Vestígio, 2019.