



Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

VERICHECK COVID-19: Protótipo de Agência de Checagem de Informações sobre a COVID-19 em Uruguaiana/RS¹

Alexia Saner Silva²

Vivian Belochio³

Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS

Resumo simples

A Vericheck Covid-19 é um protótipo de Agência de Checagem de Informações, que circulam nas mídias sociais digitais, sobre a Covid-19 no município de Uruguaiana/RS. Através da apropriação do *FaceBook* como mídia social para atuação jornalística (RECUERO, 2009) acontecem as verificações de informações para a checagem dos conteúdos. São realizadas 16 publicações na mídia social digital, entre verificações e posts informativos referentes ao tema desinformação e as maneiras de checar informações; duas produções audiofônicas são realizadas de forma complementar: Podcast e Fragmento de Áudio. Chama-se atenção devido à naturalização da atuação dos cidadãos em mídias sociais digitais, no cotidiano e, com isso, o jornalismo se mistura com as manifestações e a desinformação (BARRICHELO; WEBER, 2015).

Palavras-chave: *Fact-Checking*; Desinformação; Covid-19; Cultura da Convergência.

¹ Trabalho apresentado no **GT História da Mídia Digital** do Alcar Sul 8 – 8º Encontro Regional Sul de História da Mídia.

² Autora do trabalho, Jornalista e mestranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC/Unipampa). E-mail: alexiasilva.aluno@unipampa.edu.br.

³ Orientadora, jornalista, doutora em Comunicação e Informação, professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC/Unipampa). Email: vivianbelochio@unipampa.edu.br.



Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

Introdução

Historicamente, a produção de conteúdo deve transparecer credibilidade e confiança para os públicos, especialmente no jornalismo. Essa demanda parece crescer atualmente em meio à cultura da convergência (JENKINS, 2008). Nesta realidade, os amadores também são produtores de informações, ou podem interagir inúmeras vezes com os veículos de comunicação e instituições, principalmente em modo público, em mídias sociais digitais (BARRICHELO; WEBER, 2015). Busca-se, diante disso, compreender o cenário de disseminação de desinformações sobre a Covid-19 e colaborar com o serviço de checagem de informações que circulam nas mídias sociais sobre a COVID-19, no município de Uruguai/RS. O que se pretende, no atual trabalho, é apresentar os resultados da Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PD&I) realizada durante os meses de outubro a dezembro de 2020, para o Mestrado Profissional em Comunicação e Indústria Criativa da Universidade Federal do Pampa.

O tipo de movimentação de desinformação que se percebe agora se dá devido à naturalização da atuação dos cidadãos em mídias sociais digitais no seu cotidiano, por meio da midiaticização (SODRÉ, 2013). Com isso, o jornalismo se mistura com manifestações dos internautas, que compartilham publicações e, muitas vezes, intensificam a desinformação. Ações nesse sentido, às vezes, ganham mais destaque que as notícias. Considerando o ecossistema da desinformação (SOUZA; SALLES, 2018), a velocidade de uma desinformação pode ser mais rápida do que a velocidade do compartilhamento de uma notícia.

U-se o termo desinformação considerando que ele compreende a desinformação intencional (quando há a intenção de enganar através de manipulação) e a não intencional (quando não há) parece mais adequada. (DERAKHSHAN e WARDLE, 2017). Embora checar informações jornalísticas seja um fundamento do Jornalismo, no contexto contemporâneo de compartilhamentos de informações de forma rápida que por vezes



Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

resulta em desinformação, por meio das mídias sociais digitais, esse tipo de atuação é relevante para responder a situação, mesmo que a verificação seja parte do modelo tradicional e reconhecido do Jornalismo.

A partir dos dados coletados no diagnóstico, entende-se que, na grande maioria das vezes, as notícias são publicadas tal qual enviadas nos *press releases* de Veículos Oficiais de Informações, da cidade. Percebe-se também que os veículos de Jornalismo, da cidade, produzem as notícias sem seguir o processo de apuração. Isso pode ser observado nas matérias com informações desconstruídas e, em alguns casos, não são verdadeiras.

Objetivos

O objetivo principal deste trabalho é desenvolver uma Agência de Verificação com ênfase em checagem de informações sobre a Covid-19, em mídias sociais, oriundas de veículos Jornalísticos; Instituições e Grupos Privados, no município de Uruguaiana.

Os objetivos específicos, são:

- Estudar sobre credibilidade e visibilidade do Jornalismo, na apropriação de mídias sociais digitais;
- Refletir sobre a disseminação de informações falsas, em mídias sociais digitais, englobando a pandemia de coronavírus;
- Realizar a checagem de informações com o uso de ferramentas utilizadas para a prática.

Metodologia

Para o desenvolvimento do estudo, organizou-se um questionário de pesquisa aplicado por meio da mídia social *FaceBook*. Para isso, aplicou-se o formulário disponibilizado pelo Google. Foram desenvolvidas 16 perguntas de múltipla escolha e descritiva, além dos dados dos participantes, como a cidade onde moram e o nível de escolaridade. O questionário foi disponibilizado do dia 9 de julho de 2020 a 26 de



Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

setembro de 2020. Nesse período, foram coletadas 91 respostas. Trata-se de uma pesquisa aplicada, portanto, para o desenvolvimento deste trabalho usa-se o processo de Produção Jornalística. Isto é, a apuração de fontes, checagem de informações com uso de ferramentas específicas para a checagem. Além disso, usa-se métodos de apuração jornalísticas: entrevistas, verificação de dados e pesquisas na *internet*.

Resultados, discussão e análises

Os resultados encontrados a partir da elaboração da Vericheck Covid-19, mostram 16 publicações: Sobre do que se trata a Agência; Informação explicando o que é o termo Desinformação e como entendê-lo; Conteúdo sobre como é realizada a produção Jornalística; Divulgação do fragmento sonoro: a importância de verificar informações; Divulgação sobre o episódio de podcast: o papel do jornalismo em um cenário de desinformação e sobre os convidados: Jornalista e Pesquisadora, Raquel Recuero; Professor e Jornalista, Rafael Paes; Jornalista, Larissa Vargas; Jornalista, Kennedy Cupertino; Jornalista, Cláudio Brito e Jornalista, Rodrigo Lopez.

No *FaceBook*, a página alcançou 226 curtidas e 230 seguidores. Desses, 145 seguidores de Uruguaiiana. A publicação atingiu dez mil seiscentos e oitenta e nove pessoas, com engajamento de mil duzentos e setenta e cinco.

Em Uruguaiiana, a produção de informação dos veículos de comunicação não segue o processo de apuração jornalística, apenas reproduz o que é enviado pelas Assessorias de Veículos Oficiais de Comunicação. Dessa forma, entende-se que é necessário diferenciar informações que passam por um processo de apuração superficial e informações produzidas para disseminar, deliberadamente, o que já se sabe que é falso.

Considerações

Percebe-se que a atuação da Agência cumpriu com os objetivos que foram estabelecidos. Em relação ao combate à desinformação sobre a Covid-19, no *FaceBook*,



Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

a entrega dos conteúdos, a partir da produção jornalística, verificação e checagem de informações. O fenômeno da desinformação resgatou, no Jornalismo, o papel investigativo e de credibilidade. Em um cenário de mídias sociais digitais e comunicação quase instantânea, o quadro se torna ainda mais complexo. É importante ressaltar que o tema desinformação e checagem de informações não se limita ao presente trabalho, novas pesquisas podem surgir a partir dele e, a partir de novos ângulos, contribuir no combate à desinformação.

Referências Bibliográficas

BARICHELO, E. M. M. DA R.; WEBER, C. T. Apontamentos sobre visibilidade institucional: estratégias de apropriação de mídias sociais digitais em produtos hipermidiáticos jornalísticos. *Culturas Midiáticas*, v. 8, n. 2, 27 dez. 2015.

DERAKHSHAN, H. WARDLE, C. Information Disorder: Definitions. In: *Proceedings of Understanding and Addressing the Disinformation Ecosystem*. Annenberg: University of Pennsylvania, p. 5-12, 2017.

SODRÉ, Muniz. Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2013.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet. Editora Meridional, 2009.