

A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO COMPORTAMENTO SOCIAL EM TEMPOS DE CRISES: UM ESTUDO DE RECEPÇÃO SOBRE A DESINFORMAÇÃO DURANTE AS ENCHENTES NO RIO GRANDE DO SUL

THE INFLUENCE OF THE MEDIA ON SOCIAL BEHAVIOR IN TIMES OF CRISIS: A RECEPTION STUDY ON DISINFORMATION DURING THE FLOODS IN RIO GRANDE DO SUL

LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS EN EL COMPORTAMIENTO SOCIAL EN TIEMPOS DE CRISIS: UN ESTUDIO DE RECEPCIÓN SOBRE LA DESINFORMACIÓN DURANTE LAS INUNDACIONES EN RÍO GRANDE DO SUL

Rafaela Stark¹
Fábio Cruz²

Resumo

Este artigo busca compreender a intersecção entre o papel da mídia, especialmente a mídia digital, e o fenômeno da desinformação em contextos de crise. Utilizando como estudo de caso as enchentes de 2024 no Rio Grande do Sul, analisa-se através do estudo de recepção, a dinâmica da produção e disseminação de informações falsas, o impacto da mídia no comportamento social e as estratégias de combate à desinformação. A pesquisa se apoia em uma análise bibliográfica que aborda teorias de mídia, comportamento social e desinformação, com foco em como as narrativas midiáticas moldam as respostas sociais durante desastres naturais.

Palavras-chave: desinformação; enchentes; crise; recepção; mídia

Abstract

This article seeks to understand the intersection between the role of the media, especially digital media, and the phenomenon of disinformation in crisis contexts. Using the 2024 floods in Rio Grande do Sul as a case study, it analyzes, through a reception study, the dynamics of the production and dissemination of false information, the impact of the media on social behavior, and the strategies to combat disinformation. The research is supported by a bibliographic analysis that addresses theories of media, social behavior, and disinformation, focusing on how media narratives shape social responses during natural disasters.

Keywords: disinformation; floods; crisis; reception; media

Resumen

Este artículo busca comprender la intersección entre el papel de los medios, especialmente los medios digitales, y el fenómeno de la desinformación en contextos de crisis. Utilizando como estudio de caso las inundaciones de 2024 en Río Grande do Sul, se analiza, a través del estudio de recepción, la dinámica de la producción y difusión de información falsa, el impacto de los medios en el comportamiento social y las estrategias para combatir la desinformación. La investigación se apoya en un análisis bibliográfico que aborda teorías de medios, comportamiento social y desinformación, con un enfoque en cómo las narrativas mediáticas moldean las respuestas sociales durante los desastres naturales.

Palabras clave: desinformación; inundaciones; crisis; recepción; medios

¹ Bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal de Pelotas (UFPel).

² Graduado em Comunicação Social - Jornalismo e Publicidade e Propaganda pela Universidade Católica de Pelotas (1997), especialização em Teoria do Jornalismo e Comunicação de Massa pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (1998), mestrado em Comunicação e Práticas Sócio-Políticas pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (2000), doutorado em Cultura midiática e Tecnologias do Imaginário pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (2006), pós-doutorado em Direitos Humanos, Mídia e Movimentos Sociais pela Universidade de Sevilha (Espanha - 2011) e pós-doutorado em Direitos Humanos e Ética Jornalística pela Universidade de Sevilha (Espanha - 2023). É professor associado III do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas.

1. Introdução

Este artigo propõe uma análise dos efeitos da desinformação, sobre os moradores do Rio Grande do Sul, durante as enchentes ocorridas em maio de 2024, evento considerado a maior tragédia climática da história do estado. A partir desse contexto, a pesquisa busca também refletir sobre os impactos das mudanças climáticas na vida da população local e o papel desempenhado pelo jornalismo diante de situações emergenciais.

Diante desse cenário, emerge a seguinte questão de pesquisa: de que forma a desinformação e o jornalismo impactaram as percepções e vivências dos moradores do Rio Grande do Sul durante as enchentes de maio de 2024, à luz das mediações? Para responder a essa questão, este estudo tem como objetivo geral analisar os impactos da desinformação e do papel do jornalismo nas vivências de moradores do Rio Grande do Sul durante as enchentes de maio de 2024, sob a perspectiva das mediações.

Como objetivos específicos, buscou-se: discutir o papel do jornalismo e da desinformação em contextos de crises socioambientais extremas; investigar as percepções e reações de participantes de um grupo focal diante de casos de desinformação sobre as enchentes; e analisar como as diferentes mediações (individual, situacional, institucional e de referência) influenciaram a interpretação e o enfrentamento da desinformação pelos participantes.

Trata-se de um estudo de recepção que tem como ponto de partida quatro casos de desinformação amplamente divulgados nas redes sociais, e posteriormente desmentidos pela agência de checagem Lupa. A partir desses episódios, foi realizado um grupo focal para promover um debate aberto com os participantes sobre como esses conteúdos falsos influenciaram suas percepções, decisões e sentimentos durante o período crítico das enchentes.

Para sustentar a análise, serão discutidas as funções do jornalismo com base em autores como McQuail (2013) e Ryfe (2018), enquanto a temática da desinformação será fundamentada nos estudos de Recuero (2024), Lewandowsky *et al.* (2012) e outros pesquisadores que abordam as relações entre comunicação, mídias digitais e inteligência artificial. As transformações sociais impulsionadas pela tecnologia e pelas plataformas digitais serão contextualizadas a partir das contribuições de Castells (2009).

Os fundamentos teórico-metodológicos do estudo estão ancorados nos Estudos Culturais, especialmente nos trabalhos de Hall, Woodward e Silva (2014), na teoria das mediações de Martín-Barbero (1997), nas contribuições sobre mediações e na proposta metodológica de Orozco Gómez (2000) para análise de recepção. A discussão sobre a ascensão das *fake news* e seus impactos sociais será explorada com base em Gelfert (2018).

Ao observar as respostas de quatorze participantes da pesquisa, pretende-se compreender de que maneira o jornalismo e a desinformação afetaram suas vivências e interpretações durante as enchentes, lançando luz sobre os desafios contemporâneos do jornalismo diante de eventos climáticos extremos e de um ecossistema informacional cada vez mais complexo.

2 A mídia e sua influência social

O jornalismo desempenha um papel essencial na sociedade contemporânea, atuando como pilar fundamental para o funcionamento democrático e a gestão da informação. Com o advento das mídias digitais, contudo, sua função se transformou, confrontando novos desafios relacionados à desinformação. Essa mudança, que não se restringe ao jornalismo, engloba também a crescente influência da inteligência artificial (IA) e das redes sociais na disseminação de informações falsas e suas implicações em crises, como desastres naturais e de saúde (Lewandowsky, 2012).

Primeiramente, é importante destacar que o jornalismo, tradicionalmente, tem a função de informar o público, proporcionando dados claros que permitem uma tomada de decisão informada e fundamentada (Mcquail, 2013). Contudo, com o advento das mídias digitais, seu papel se desloca para a explicação e contextualização das notícias, ajudando o público a entender o significado dos eventos. Essa mudança traz à tona o conceito de jornalismo construtivo, que busca não apenas informar, mas também apresentar soluções, promover a transparência e facilitar a cooperação social (Hermans; Drok, 2018).

Ademais, em situações de catástrofes e emergências, o jornalismo desempenha um papel fundamental, pois atua como um canal de comunicação eficaz entre as autoridades e a população, contribuindo para a mitigação de riscos, preparação, resposta e recuperação. As coberturas em tempo real, como evidenciado durante desastres como as cheias no Rio Grande do Sul, mostram como as plataformas locais de mídia se tornam essenciais para disseminar informações críticas e coordenar esforços de ajuda.

Porém, o uso das mídias digitais também apresenta desafios significativos. A disseminação de desinformação tornou-se um fenômeno crescente, alimentado pela convergência entre a evolução tecnológica e as interações humanas nas redes sociais (Ryfe, 2018). A desinformação, entendida como a propagação de conteúdo falso com o intuito de enganar ou manipular, afeta áreas sensíveis, como a política, a saúde pública e a segurança.

Nesse contexto, a Inteligência Artificial (IA) desempenha um papel central, já que suas tecnologias avançadas permitem criar e amplificar informações falsas, tornando-as difíceis de distinguir de conteúdos legítimos. Ferramentas como modelos de linguagem, *deepfakes* e *bots* alimentados por IA são capazes de gerar, disseminar e reforçar desinformação em larga escala, afetando a percepção pública e, em muitos casos, influenciando processos democráticos e decisões políticas (Menz *et al.*, 2023; Hajli *et al.*, 2021).

Além disso, as redes sociais se tornam um terreno fértil para a propagação de desinformação, como pode-se idealizar a partir do trabalho de Castells (2009) com o capitalismo informacional. Durante crises, como desastres naturais, as pessoas recorrem a plataformas como Twitter, Facebook e WhatsApp para obter informações em tempo real, fazer alertas e coordenar esforços de ajuda. No entanto, ao mesmo tempo, essas mesmas plataformas servem para espalhar boatos, teorias da conspiração e notícias falsas. O uso de algoritmos de recomendação nas redes sociais, que prioriza conteúdos que geram fortes reações emocionais, contribui para a amplificação de informações falsas, criando bolhas informacionais onde os usuários só são expostos a pontos de vista semelhantes aos seus. Isso dificulta o confronto com opiniões divergentes e reforça crenças errôneas (Recuero, 2024).

A propagação de desinformação é também impulsionada por fatores humanos, como a tendência de indivíduos com crenças preexistentes compartilharem informações que reforçam suas visões, sem considerar a veracidade da fonte ou o consenso social (Buchanan, 2020). Da mesma forma, as notícias falsas têm maior alcance e se espalham mais rapidamente do que as verdadeiras, devido à sua natureza sensacionalista e à forte carga emocional que geram. Isso é facilitado pela estrutura das redes sociais, onde o engajamento, medido por curtidas e compartilhamentos, não está vinculado à veracidade das informações, mas sim ao apelo emocional e à novidade do conteúdo (Vosoughi; Roy; Aral, 2018).

Nesse sentido, a inteligência artificial se torna um aliado perigoso na disseminação de desinformação, pois suas capacidades de criar conteúdo realista e convincente, dificultam a detecção de falsidades. Algoritmos de IA podem gerar textos, imagens e vídeos que imitam estilos de jornalistas ou influenciadores, confundindo ainda mais os usuários sobre a autenticidade das informações (Garriga; Ruiz-Incertis; Magallón-Rosa, 2024). Para além, o uso de *bots*, alimentados por IA's, podem orquestrar campanhas coordenadas de desinformação, espalhando conteúdos distorcidos ou totalmente falsificados para manipular a opinião pública (Agência Lupa, 2024).

O combate à desinformação, em vista disso, exige uma abordagem multifacetada, que não se limite apenas ao monitoramento de informações falsas, mas que também analise o

impacto e a influência desses conteúdos na sociedade. É necessário que as plataformas digitais adotem práticas mais responsáveis de moderação, alinhando seus sistemas de recompensa e punição com a veracidade das informações (Globig; Holtz; Sharot, 2023).

No que tange à regulação de plataformas digitais, como o Digital Services Act da União Europeia, propõe-se medidas de transparência e auditoria para garantir que as grandes redes sociais ajam de maneira a mitigar a propagação de desinformação e proteger os consumidores de conteúdos prejudiciais (União Europeia, 2022).

Então, as redes sociais, o jornalismo e a inteligência artificial são componentes interconectados que, ao mesmo tempo, oferecem oportunidades e desafios para a comunicação moderna. Se, por um lado, as redes sociais desempenham um papel fundamental na disseminação de informações críticas durante crises, por outro, também contribuem para a propagação de desinformação, alimentada tanto por fatores humanos quanto estruturais. O papel da inteligência artificial, por sua vez, torna-se cada vez mais relevante, pois suas capacidades tecnológicas sofisticadas permitem a criação e disseminação de conteúdos falsos que são cada vez mais difíceis de detectar.

Portanto, o combate à desinformação deve ser um esforço contínuo, que envolva tanto medidas tecnológicas quanto regulamentações eficazes, buscando equilibrar a liberdade de expressão com a responsabilidade na disseminação de informações.

3 Pressupostos teórico-metodológicos da recepção

Neste capítulo são abordados os principais pressupostos teórico-metodológicos que fundamentam a análise proposta neste artigo, envolvendo discussões sobre recepção, mediatização e desinformação. As teorias de autores como Hall, Woodward e Silva (2014), Orozco Gómez (2000), Martín-Barbero (1997), entre outros, serão exploradas para entender os processos de comunicação e sua interação com as novas tecnologias e plataformas digitais. Essas abordagens são essenciais para examinar como os meios de comunicação tradicionais e digitais moldam a formação de identidades e a propagação de informações.

Inicialmente, é preciso salientar a contribuição do sociólogo britânico-jamaicano Stuart Hall, figura central nos estudos culturais, que propôs uma análise crítica da mídia de massa, com foco na codificação e decodificação de mensagens. Seu modelo de codificação/decodificação, introduzido em 1980, é uma das bases para entender como os conteúdos midiáticos são interpretados de maneiras diversas, dependendo do contexto e da

posição do receptor. Esse modelo não apenas destacou o papel ativo da audiência, mas também abordou questões de poder e ideologia nas representações midiáticas.

Hall, Woodward e Silva (2014) argumentam que as representações na mídia não são neutras, mas são construídas socialmente, refletindo e reforçando as relações de poder. Essa perspectiva é crucial para entender como as mídias, especialmente as digitais, influenciam a construção de identidades sociais e culturais. A análise de Hall, Woodward e Silva (2014) sobre como a mídia molda as identidades de raça, classe e gênero se revela especialmente relevante nas plataformas digitais contemporâneas, que permitem uma construção de identidade mais interativa e dinâmica.

Já na perspectiva latino-americana, o pesquisador mexicano Guillermo Orozco Gómez (2000) complementa os estudos de Hall, Woodward e Silva (2014) ao explorar as mediações culturais e sociais nas interações com os meios de comunicação. Influenciado por autores como Hall, Woodward e Silva (2014) e Martín-Barbero (1997), Orozco Gómez investiga como as mídias influenciam a formação de opiniões e identidades, especialmente no contexto das novas tecnologias. Ele argumenta que a comunicação não é apenas um processo de transmissão de informações, mas uma mediação que envolve uma dinâmica de interações entre o emissor e o receptor, sendo moldada por fatores culturais, sociais e históricos.

Em suas pesquisas, Orozco Gómez propõe cinco tipos de mediação: individual, institucional, mass media, situacional e de referência. Cada uma dessas mediações descreve diferentes formas de como as informações são interpretadas e consumidas pelos indivíduos, levando em conta desde as experiências pessoais até as influências das instituições sociais (como a família, escola e trabalho), as mídias de massa e o contexto situacional da recepção. Essas mediações ampliam o entendimento de como as audiências interagem com os meios de comunicação, considerando não apenas a mensagem transmitida, mas também as condições e características dos receptores.

Ao abordar a ascensão das *fake news*, verifica-se que este é um dos maiores desafios do século XXI, intensificado pela proliferação das redes sociais. Definidas como a propagação deliberada de informações falsas ou distorcidas, as *fakes news* têm o potencial de afetar a percepção pública e alterar comportamentos. A facilidade de sua disseminação em plataformas digitais cria um ambiente onde as fronteiras entre o verdadeiro e o falso se tornam cada vez mais tênues, comprometendo a confiança nas instituições e na mídia tradicional.

Estudos como o de Gelfert (2018) caracterizam as *fakes news* não apenas como informações falsas, mas como uma forma de manipulação informativa com diferentes níveis de intencionalidade e factualidade. Esse fenômeno pode, por exemplo, afetar a política, a

democracia e a justiça social, como demonstrado nas eleições presidenciais dos EUA em 2016. A publicidade digital, por sua vez, desempenha um papel significativo tanto na disseminação quanto no combate às *fake news*, especialmente quando aliada a tecnologias emergentes, como o algo-jornalismo, que utiliza dados e algoritmos para criar conteúdo manipulativos.

O combate às *fake news* exige uma abordagem multidisciplinar, envolvendo ciências sociais, jornalismo, ciência política e ciência da computação. Diversas estratégias têm sido propostas para mitigar seus impactos, incluindo a análise de conteúdo, a colaboração entre especialistas e o desenvolvimento de algoritmos capazes de identificar notícias falsas com maior precisão. A educação midiática, igualmente, é uma ferramenta essencial para ajudar os indivíduos a desenvolverem uma leitura crítica dos conteúdos que consomem e a distinguir informações verídicas de desinformações.

Jenkins (2006) destaca a importância das plataformas digitais, onde os indivíduos não são apenas consumidores passivos, mas participantes ativos na criação e disseminação de conteúdo. Esse engajamento gera um ciclo contínuo de feedback, alterando as dinâmicas de comunicação e os mecanismos de poder. Orozco Gómez (2000) complementa essa ideia ao enfatizar que, na era digital, a comunicação é mais do que uma simples troca de mensagens: ela é moldada por múltiplos fatores, incluindo o contexto social e individual dos receptores.

4 Procedimentos metodológicos

Este estudo adota uma abordagem qualitativa, centrada na análise da recepção midiática, e utiliza a pesquisa exploratória e descritiva para investigar as percepções e vivências dos moradores do Rio Grande do Sul, frente à desinformação e ao jornalismo durante as enchentes de maio de 2024. O método principal de coleta de dados foi o grupo focal, uma técnica que permite aprofundar a compreensão sobre atitudes, percepções e motivações em um ambiente de discussão coletiva e interativa (Morgan, 1997).

A amostra foi composta por 14 moradores do Rio Grande do Sul (oito homens e seis mulheres), com idades, formações acadêmicas e posições políticas diversas, selecionados por amostragem intencional para garantir a variedade de perspectivas e a riqueza dos dados acerca de como diferentes mediações influenciam suas percepções sobre a desinformação e o jornalismo.

A triagem inicial dos participantes foi realizada por meio de um formulário online, que coletou informações demográficas, como idade, gênero, localização geográfica (com foco naqueles direta ou indiretamente impactados pelas cheias), e dados sobre seus hábitos de consumo de mídia e

posicionamento político. Esse processo visou identificar indivíduos com experiências e perfis midiáticos variados, considerados relevantes para aprofundar a análise das multimedializações.

A coleta de dados ocorreu por meio de um único grupo focal, realizado de forma presencial na primeira quinzena de novembro de 2024. O encontro teve duração aproximada de 2 horas e foi conduzido com o auxílio de um roteiro semiestruturado, que guiou a discussão pelos seguintes eixos temáticos: 1. Experiências pessoais dos participantes durante as enchentes de maio de 2024 (localização, nível de risco, estado emocional); 2. Meios de comunicação utilizados para se informar (TV, rádio, jornais, portais, redes sociais, WhatsApp); 3. Avaliação da qualidade e veracidade das informações recebidas; 4. Percepções sobre o papel do jornalismo em contextos de crise; 5. Discussão sobre casos específicos de desinformação percebidos e seu impacto.

A dinâmica do grupo focal revelou um alto nível de engajamento dos participantes, que se mostraram abertos a compartilhar suas experiências e percepções. Observou-se uma rica diversidade de opiniões e vivências, o que enriqueceu significativamente o debate e aprofundou a compreensão sobre as diferentes formas de recepção da informação e desinformação.

Este estudo seguiu todos os preceitos éticos para pesquisas envolvendo seres humanos. Todos os participantes foram informados sobre os objetivos da pesquisa, a garantia de anonimato e a confidencialidade de suas informações, e concederam consentimento livre e esclarecido para a participação.

Os dados textuais provenientes das transcrições do grupo focal foram submetidos à análise de conteúdo, seguindo os princípios de Bardin (1977). O processo envolveu as etapas de pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados, inferência e interpretação. As categorias de análise foram construídas a partir dos eixos temáticos do roteiro e, principalmente, à luz da teoria das multimedializações de Guillermo Orozco Gómez (2000), permitindo identificar como as mediações individual, situacional, institucional e de referência influenciaram a interpretação e o enfrentamento da desinformação pelos participantes.

Em seguida, os participantes relataram suas experiências durante as cheias de maio de 2024, incluindo localização, risco e estado emocional. Por fim, foram questionados sobre os meios de comunicação utilizados, sua avaliação das informações recebidas, o papel do jornalismo em crises e possíveis casos de desinformação. A partir disso, foi traçado um perfil individual de cada participante.

Ana Cláudia, 58 anos, engenheira agrônoma, branca, residente em Pelotas-RS. Politicamente de direita, sem filiação partidária. Informa-se por jornais, portais e podcasts, consumindo veículos como Jovem Pan, GZH, CNN e outros. Classifica-os como de esquerda. Não estava em zona de risco. Considera a comunicação muito boa e não recebeu desinformação.

André, 40 anos, servidor público, branco, morador de Pelotas-RS. De esquerda, vota em PT e PSOL. Informa-se por jornais e portais como G1, UOL e BBC. Classifica-os como de centro. Fora da zona de risco. Avaliou a comunicação como muito boa. Não recebeu desinformação.

Élida, 52 anos, jornalista, branca, de esquerda, vota em PT, PSOL e PSB. Usa TV, WhatsApp e redes sociais para se informar. Consome CNN, Globo News e perfis locais. Considera-os de centro. Fora da zona de risco. Julgou a comunicação como boa. Recebeu desinformação via WhatsApp.

Éverson, 37 anos, geógrafo e estudante de jornalismo, preto, de esquerda. Vota em PT e PSOL. Informa-se por TV, rádio e redes sociais. Consome Grupo Globo, A Hora do Sul e outros. Classifica-os como de centro-direita. Fora da zona de risco, mas acolheu familiares. Considera a comunicação boa. Recebeu desinformação por redes sociais.

Frederico, 22 anos, estudante de agronomia, branco, de extrema-esquerda, vota no PSOL. Usa jornais, redes e portais. Consome Agência Pública, Mídia Ninja, CNN, entre outros. Classifica-os como de centro-esquerda. Fora da zona de risco. Julgou a comunicação como boa. Relatou desinformação durante a enchente.

Gabriel, 22 anos, vestibulando, branco, de esquerda, vota em PT, PDT e PSOL. Informa-se por jornais, portais e Instagram. Consome G1, Folha e UOL, considerados de centro a centro-direita. Fora da zona de risco. Avaliou a comunicação como boa. Recebeu desinformação via WhatsApp sobre falta de água.

Guilherme, 23 anos, estudante de direito, branco, de esquerda, vota em PT e PSOL. Usa TV, jornais, portais e redes. Consome A Hora do Sul, Rede Globo e Folha. Considera-os de centro-direita. Fora da zona de risco. Comunicação considerada regular. Relatou desinformação sobre fundos e verbas federais.

Henrique, 22 anos, estudante de direito, branco, de centro, vota em PT e MDB. Usa jornais, portais e redes. Consome G1, UOL, CNN e Grupo Globo. Considera-os de centro. Estava em zona de risco e precisou sair de casa. Comunicação considerada boa. Recebeu desinformação sobre áreas de risco e retorno.

Julia, 35 anos, servidora pública, de esquerda, vota em PT e PSOL. Informa-se por TV, portais e redes. Consome G1, UOL e portais de entretenimento. Considera-os de centro. Fora da zona de risco. Avaliou a comunicação como boa. Recebeu desinformação sobre áreas de risco e doações.

Márcia, 55 anos, aposentada, de esquerda, sem partido. Usa TV, WhatsApp e Instagram. Consome G1 e “Pelotas Depressão”. Acredita que os veículos abrangem todas as vertentes. Estava em zona de risco, mas não foi alagada. Informa-se só por redes sociais. Julgou a comunicação como boa. Não recebeu desinformação.

Paulo, 56 anos, sindicalista, de centro, vota em PT. Informa-se principalmente pela Rede Globo, considerada de centro. Fora da zona de risco. Julgou a comunicação como muito boa. Recebeu desinformação sobre zonas de risco.

Paulo Renato, 33 anos, estudante de jornalismo, de esquerda, vota em PSOL e PT. Usa TV, rádio, jornais, portais e Instagram. Consome Rádio Gaúcha, CNN e Rede Globo. Considera-os de centro-direita. Estava em zona de risco e saiu de casa. Comunicação considerada boa. Relatou desinformação sobre “tsunami” em Pelotas.

Sarah, 22 anos, estudante de jornalismo, de centro-esquerda, vota em PT, PSOL e PSDB. Usa TV, jornais, portais e X. Consome Globo, G1, AzMina, Brasil de Fato e outros. Classifica-os como de centro. Fora da zona de risco. Julgou a comunicação como boa. Recebeu desinformação sobre corpos em Porto Alegre.

Simone, 57 anos, aposentada, de centro-esquerda, vota em PDT, PSDB, PT, PSOL e MDB. Usa TV, jornais, portais e redes. Consome Globo, CNN, SBT, Pelotas 24h e outros. Considera-os de centro. Fora da zona de risco. Comunicação considerada boa. Recebeu desinformação sobre o Pix do governo e número de mortos.

5 Aplicação das multimedicações na compreensão da desinformação

Este capítulo examina as reações e interpretações dos entrevistados à luz da teoria das multimédiações proposta por Orozco Gómez (2000). A teoria aborda como diversos fatores sociais, ideológicos e institucionais influenciam a percepção de eventos e a interpretação das informações pelos indivíduos. A desinformação, especialmente em contextos de crise, como as cheias, é analisada a partir dessa teoria, destacando as múltiplas formas de mediação que os participantes experimentaram ao acessar e processar as notícias sobre os acontecimentos.

Segundo Orozco Gómez (2000), as mídias de massa (televisão, rádio, internet e jornais) atuam como intermediárias essenciais entre as fontes de informação e o público. No contexto das cheias no Rio Grande do Sul, todos os entrevistados utilizaram amplamente esses canais para se informar, e a forma como as informações foram veiculadas moldou significativamente suas percepções e reações.

A televisão e a internet (portais e redes sociais) emergiram como os canais mais influentes. As notícias, por vezes amplificadas pela dinâmica do sensacionalismo, tornaram-se ferramentas poderosas para chamar a atenção do público por meio de imagens fortes e emocionantes. Sarah, por exemplo, mencionou como o constante bombardeio de informações a afetou emocionalmente, levando-a a buscar agências de checagem para verificar as

informações. Sua experiência evidencia como a exposição intensa pode distorcer a percepção da realidade e aumentar o medo e a incerteza.

Em contrapartida, participantes como Ana Cláudia e André, ambos fora da zona de risco, avaliaram a comunicação como "muito boa" e relataram não ter recebido desinformação significativa. Essa diferença pode indicar que a exposição direta à crise ou a sensibilidade individual (mediação individual) influenciam a percepção da mediação massmedia.

No entanto, a falta de clareza e a profusão de informações contraditórias geraram um ambiente de pânico e desinformação para outros. A experiência de Márcia, que se informava "só por redes sociais" e estava em zona de risco, reflete essa angústia: ela se sentiu "perdida entre informações contraditórias", percebendo as notícias não como fontes confiáveis, mas como potencializadoras de medo. Essa vulnerabilidade ampliada pela dependência de canais menos formais destaca o desafio da mediação no combate à desinformação em crises.

A televisão e a internet emergem como os canais mais influentes. As notícias, amplificadas pela dinâmica do sensacionalismo, tornaram-se uma ferramenta poderosa para chamar a atenção do público por meio de imagens fortes e emocionantes. Isso pode ser observado nas falas de Sarah, que mencionou como o constante bombardeio de informações nas mídias a afetou emocionalmente. Ela foi tão impactada pela quantidade de notícias veiculadas que desenvolveu a estratégia de buscar agências de checagem para verificar as informações, o que evidenciou como a exposição constante pode distorcer a percepção da realidade e aumentar o medo e a incerteza.

A falta de clareza nas informações durante o período de crise gerou um ambiente de pânico e desinformação, o que foi refletido na experiência de Márcia, que, diante da angústia pessoal, se sentiu perdida entre informações contraditórias. A combinação de vulnerabilidade e incerteza levou a um sentimento generalizado de desinformação, em que as notícias não eram vistas como fontes confiáveis, mas como ferramentas potencializadoras de medo.

A mediação situacional é fundamental para compreender como as informações sobre a tragédia das cheias foram processadas, pois se refere ao contexto imediato em que a comunicação acontece, incluindo as condições sociais e geográficas do receptor. A localização do indivíduo (em área de risco ou em local seguro) influenciou diretamente a urgência e a necessidade de certas informações, bem como a suscetibilidade à desinformação.

Henrique, que estava em zona de risco e precisou sair de casa, relatou ter recebido desinformação sobre áreas de risco e prazos de retorno, indicando como a situação de vulnerabilidade aumenta a busca por qualquer informação e, conseqüentemente, a exposição a conteúdos falsos. De forma similar, Paulo Renato, também deslocado, foi exposto a

"desinformação sobre 'tsunami' em Pelotas", um rumor que explorava o medo da comunidade em um cenário de incerteza.

Em contraste, André e Gabriel, ambos fora da zona de risco, avaliaram a comunicação como "boa" ou "muito boa" e demonstraram menor exposição à desinformação direta relacionada ao seu deslocamento, embora Gabriel tenha recebido desinformação "via WhatsApp sobre falta de água", que afetava a comunidade de forma mais ampla. Essa comparação demonstra como a proximidade física e emocional com o evento molda a necessidade de informação e a vulnerabilidade à desinformação, destacando o papel da mediação situacional na recepção midiática.

Por exemplo, Éverson trouxe uma análise positiva da cobertura da Rede Globo, que, em sua visão, forneceu uma estrutura necessária e eficaz para a cobertura da enchente, com um foco especial nas áreas afetadas, como Porto Alegre. Ele ainda fez referência ao ataque ao jornalista da RBS TV, Arildo Palermo, destacando como a violência e a tensão no campo da comunicação afetam a qualidade e a integridade da mídia em situações extremas.

A mediação individual se revela na forma como cada pessoa, com base em sua identidade, experiência e características sociodemográficas, filtra e interpreta as informações. Essas variáveis determinam a credibilidade atribuída às fontes e a capacidade de discernimento.

Élida e Sarah exemplificam como a formação profissional e o letramento midiático aprimoram a capacidade crítica. Élida refletiu sobre a "falha das grandes empresas jornalísticas" em fornecer informações claras no pós-tragédia, enquanto Sarah desenvolveu a estratégia de buscar agências de checagem. Ambas demonstraram um olhar mais apurado para a verificação de fatos, em contraste com a vulnerabilidade de outros perfis.

A posição política também se mostrou um fator importante na avaliação da credibilidade das fontes. Frederico, por exemplo, consumia Agência Pública e Mídia Ninja e classificava veículos como CNN como de "centro-esquerda", enquanto Paulo Renato considerava CNN e Rede Globo como de "centro-direita". Essas percepções, ancoradas em suas ideologias, demonstram como as crenças preexistentes podem levar à desconfiança de veículos percebidos como de viés oposto, filtrando a informação. A mediação institucional aborda a influência de organizações e estruturas, como as instituições de mídia (grandes redes de televisão, agências de checagem) e grupos sociais (família, trabalho), na forma como as informações são mediadas.

A confiança nas grandes instituições jornalísticas foi observada em alguns participantes. Éverson, por exemplo, destacou a Rede Globo e a Globo News como fontes confiáveis e eficazes na cobertura da enchente, especialmente nas áreas mais afetadas, o que demonstra a força da instituição jornalística tradicional em momentos de crise. Por outro lado, Élida evidenciou uma falha crucial das

instituições jornalísticas locais, mencionando o impacto do fechamento de jornais como o Diário Popular. Para ela, a ausência de fontes confiáveis locais comprometeu a capacidade da comunidade de obter informações precisas sobre as ações de recuperação pós-tragédia, revelando a importância da instituição jornalística local no contexto da mediação.

Adicionalmente, as redes sociais e os canais informais, embora não sejam "instituições" no sentido tradicional, funcionam como canais de mediação. Guilherme questionou a presença de perfis não verificados no X (antigo Twitter), que disseminam desinformação rapidamente, demonstrando a ineficácia das plataformas digitais em filtrar o conteúdo, e a fragilidade da instituição reguladora (ou falta dela) nesses ambientes. A confiança em redes mais próximas, como a familiar e de vizinhança via WhatsApp, também foi um vetor de desinformação, dada a confiança intrínseca nessas redes, como relatado por Julia, que recebeu desinformação sobre áreas de risco e doações via grupos de WhatsApp.

A instituição familiar desempenha um papel importante na maneira como as informações são processadas e compartilhadas. Gabriel e Élide discutem como seus pais, especialmente as mães, estão mais vulneráveis à desinformação, enquanto os pais demonstram uma maior capacidade de discernir as informações. Essa dinâmica familiar reflete como as habilidades cognitivas, o nível educacional e até mesmo a faixa etária podem influenciar a forma como as informações são recebidas e interpretadas.

As famílias, especialmente em contextos de incerteza e pânico, tendem a ser um ambiente onde as notícias são consumidas e transmitidas. Gabriel e Élide observaram como suas mães estavam mais dispostas a acreditar em informações falsas ou imprecisas, enquanto seus pais eram mais críticos e buscavam fontes confiáveis, demonstrando como as diferenças individuais podem afetar a maneira como as pessoas absorvem e repassam a desinformação.

A mediação de referência relaciona-se aos grupos sociais aos quais o indivíduo pertence ou deseja pertencer, cujas normas e valores influenciam sua percepção da realidade e a validação de informações. Em contextos de polarização, esses grupos podem reforçar bolhas informacionais, onde a validação de informações falsas se dá pela ressonância com crenças preexistentes.

A influência da ideologia política é notória. Frederico discutiu o negacionismo climático, observando como "algumas pessoas, especialmente dentro da extrema-direita, tendem a rejeitar informações científicas verificadas e preferem se apegar a informações que confirmam suas crenças preexistentes". Essa fala ilustra como os grupos de referência podem moldar a aceitação ou rejeição da informação, mesmo diante de fatos.

A pós-verdade, onde as crenças pessoais superam os fatos objetivos, foi um tema recorrente. Guilherme e Frederico notaram o papel das redes sociais na amplificação da

desinformação, com o uso de *bots* e perfis automatizados por grupos políticos para manipular a opinião pública. A desinformação sobre o "Pix do governo" e o "número de mortos" relatada por Simone também pode ser um exemplo de como narrativas falsas se alinham a agendas políticas específicas de grupos de referência, evidenciando a permeabilidade de indivíduos a mensagens que ressoam com suas convicções ou com a do seu grupo social de pertencimento.

Logo, ao analisar as respostas dos entrevistados, compreende-se que as multimediasções desempenham um papel crucial na forma como a desinformação é recebida e interpretada. A mídia de massa, as instituições de mídia, as dinâmicas familiares, e a ideologia política são os principais fatores que moldam a forma como os indivíduos percebem as informações que recebem.

A manipulação da informação, especialmente em tempos de crise, tornou-se uma ferramenta estratégica utilizada por diferentes movimentos políticos, especialmente pela extrema-direita, para consolidar poder e deslegitimar adversários. Nesse contexto, as redes sociais e os meios de comunicação informais desempenham um papel crucial na disseminação da desinformação, criando uma dinâmica de conflito entre as informações verdadeiras e falsas.

Por fim, a teoria de Orozco Gómez oferece uma lente eficaz para entender como as informações são mediadas por instituições, indivíduos, e ideologias, e como esses fatores influenciam as percepções e reações dos indivíduos em relação à desinformação.

6 Considerações finais

Este estudo ressalta a relevância crítica do jornalismo em crises como as cheias no Rio Grande do Sul. Mais que transmitir fatos, a mídia desempenha papel fundamental na informação precisa, na educação pública e na fiscalização institucional, garantindo segurança e transparência. Contudo, a desinformação emergiu como um fenômeno igualmente impactante, manipulando a opinião pública e distorcendo fatos. Sua disseminação é impulsionada por redes sociais e algoritmos que priorizam engajamento sobre veracidade, com a Inteligência Artificial agravando a criação de conteúdos falsos. A complexidade desse cenário é tal que a pesquisa frequentemente falha em conectar as mediações da desinformação com seus efeitos reais (Southwell *et al.*, 2022, p. 98-111).

A análise, à luz da teoria das multimediasções de Orozco Gómez (2000; 2014), confirmou que a interpretação midiática é dinâmica e contextualizada, não passiva. Os resultados revelaram como as respostas dos entrevistados foram moldadas por diversos mediadores: 1. A mediação massmedia (televisão, rádio, internet e jornais) foi o principal canal de informação; 2. As mediações situacionais e individuais (contexto da crise, experiências pessoais e crenças)

influenciaram a recepção, gerando pânico na falta de clareza ou discernimento para outros; 3. A mediação institucional (grandes mídias e agências de checagem) influenciou a validação, mas a falha da mídia local e de redes sociais foi agravante; 4. A mediação de referência (grupos sociais e ideologias) mostrou como o fenômeno da pós-verdade e o viés de confirmação (Gusmão *et al.*, 2024) reforçam narrativas alinhadas a crenças preexistentes.

Em suma, as multimediasções demonstram como a interação entre fatores sociais, tecnológicos, institucionais e individuais molda a percepção e interpretação dos fatos, sendo essencial para compreender a propagação da desinformação.

Entende-se que, apesar da importância do jornalismo, seu papel é desafiado pela rápida disseminação de conteúdo falso nas plataformas digitais. Para recuperar a credibilidade e combater a desinformação, o jornalismo deve se reinventar, adotando estratégias de verificação, educação midiática e transparência. A luta contra a desinformação exige uma abordagem integrada, com a colaboração entre governos, empresas e cidadãos, para preservar a integridade da informação e proteger a democracia.

Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BUCHANAN, T. Why do people spread false information online? The effects of message and viewer characteristics on self-reported likelihood of sharing social media disinformation. **PLoS ONE**, [s. l.], v. 15, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0239666>. Disponível em: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0239666>. Acesso em: 01 mar. 2025.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 10. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

GARRIGA, M.; RUIZ-INCERTIS, R.; MAGALLÓN-ROSA, R. Artificial intelligence, disinformation and media literacy proposals around deepfakes. **Observatorio (OBS*)**, [S. l.], v. 18, n. 5, 2024. DOI: <https://doi.org/10.15847/obsOBS18520242445>. Disponível em: <https://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/2445>. Acesso em: 01 mar. 2025.

GELFERT, A. Fake News: A Definition. **Informal Logic**, [s. l.], v. 38, n. 1, p. 84-117, 2018. DOI: <https://doi.org/10.22329/IL.V38I1.5068>. Disponível em: https://informallogic.ca/index.php/informal_logic/article/view/5068. Acesso em: 01 mar. 2025.

GLOBIG, L.; HOLTZ, N.; SHAROT, T. Changing the incentive structure of social media platforms to halt the spread of misinformation. **eLife**, [s. l.], v. 12, 2023. DOI: <https://doi.org/10.7554/eLife.85767>. Disponível em: <https://elifesciences.org/articles/85767>. Acesso em: 01 mar. 2025.

GUSMÃO, R. *et al.* A era da fake news forjada pelo viés de confirmação: A Educação Midiática Interdisciplinar como enfrentamento. **Seminário Gepraxis**, Vitória da Conquista, v. 9, n. 9, p. 2767-2778, 2024. Disponível em: <https://anais2.uesb.br/index.php/semgepraxis/article/download/1938/1430>. Acesso em: 14 mar. 2025.

HAJLI, N.; *et al.* Social Bots and the Spread of Disinformation in Social Media: The Challenges of Artificial Intelligence. **British Journal of Management**, [s. l.], v. 33, n. 3, p. 1238 - 1253, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12554>. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-8551.12554>. Acesso em: 28 fev. 2025.

HALL, S.; WOODWARD, K.; SILVA, T. T. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. 15. ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2014.

HERMANS, L.; DROK, N. Placing Constructive Journalism in Context. **Journalism Practice**, [s. l.], v. 12, n. 6, p. 679-694, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1470900>. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2018.1470900>. Acesso em: 01 fev. 2025.

AGÊNCIA LUPA. **IA: riscos de desinformação**. 20 maio 2024. Disponível em: <https://www.agencialupa.org/jornalismo/2024/05/20/ia-riscos-desinformacao>. Acesso em: 12 fev. 2026.

JENKINS, H. **Convergence Culture: Where Old and New Media Collide**. Nova Iorque: New York University Press, 2006.

LEWANDOWSKY, S. *et al.* Misinformation and Its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing. **Psychological Science in the Public Interest**, [s. l.], v. 13, n. 3, p. 106-131, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1177/1529100612451018>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1529100612451018>. Acesso em: 01 mar. 2025.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1997.

MCQUAIL, D. **Journalism and Society**. Londres: SAGE Publications Ltd, 2013.

MENZ, B. *et al.* Health Disinformation Use Case Highlighting the Urgent Need for Artificial Intelligence Vigilance: Weapons of Mass Disinformation. **JAMA internal medicine**, [s. l.], v. 184, n. 1, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1001/jamainternmed.2023.5947>. Disponível em: <https://jamanetwork.com/journals/jamainternalmedicine/article-abstract/2811333>. Acesso em: 01 mar. 2025.

MORGAN, D. L. **Focus groups as qualitative research**. 2. ed. Thousand Oaks, CA: Sage, 1997.

OROZCO GÓMEZ, G. **Educomunicação: Recepção midiática, aprendizagens e cidadania**. São Paulo: Paulinas, 2014.

OROZCO GÓMEZ, G. **La investigación en Comunicación desde la Perspectiva**

Cualitativa. Buenos Aires: Universidad Nacional de La Plata, 2000.

RECUERO, R. **A rede da desinformação.** Porto Alegre: Editora Meridional, 2024.

RYFE, D. **A ontologia do jornalismo.** *Jornalismo*, v. 20, p. 206 - 209, 2018.

SOUTHWELL, B. *et al.* Defining and Measuring Scientific Misinformation. **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**, [s. l.], v. 700, n. 1, p. 98-111, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1177/00027162221084709>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/00027162221084709>. Acesso em: 13 mar. 2025.

UNIÃO EUROPEIA. **Regulamento (UE) 2022/2065 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 19 out. 2022, relativo a um mercado único de serviços digitais e que altera a Diretiva 2000/31/CE (Digital Services Act).** Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj>. Acesso em: 12 fev. 2026.

VOSOUGHI, S.; ROY, D.; ARAL, S. The spread of true and false news online. **Science**, [s. l.], v. 359, n. 6380, p. 1146 - 1151, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>. Disponível em: <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aap9559>. Acesso em: 01 mar. 2025.

Data de submissão: 25/04/2025

Data de aceite: 15/07/2025