



Barragens, caos e mentira: a falsa credibilidade das mensagens do Twitter como fonte de informação durante o boato de alagamento no Recife em maio de 2011¹

Dario Brito ROCHA JR²

Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

Um espaço de 36 anos (1975 – 2011) separa dois grandes boatos ocorridos no Recife sobre um gigantesco alagamento que avançaria pela cidade em poucas horas. No mais recente, em vez do contato presencial, a mediação foi feita, com superior agilidade, por meio de redes sociais virtuais, notadamente o Twitter, causando mais uma vez, quase quatro décadas depois, pânico, trânsito caótico e incertezas. O que torna-se interessante, na breve reflexão aqui proposta, com base em autores como Prado (2011), Primo (2008) e Chaparro (2007), é que as instituições oficiais a quem caberia esclarecer e divulgar que tudo se tratava de mentira, no caso o governo e a mídia tradicional, falharam na missão, subestimando o tempo e a baixa credibilidade que aparentemente possuem na rede de microblogs e demais suportes em meios tradicionais (sites oficiais, rádio e TV).

Palavras-chave: jornalismo; credibilidade; verdade; boato; Twitter.

1. Redes sociais virtuais, busca de informação e poder dos boatos diante do caos

É certamente consenso o fato de que cada vez mais a dimensão de união em torno de ferramentas dispostas em redes sociais virtuais, a exemplo Facebook e do Twitter, e, sobretudo, seu reflexo no mundo real, têm se mostrado impressionantes. Números como os recentemente divulgados (POLONI, 2011, p. 70) apontam, por exemplo, que o Twitter acumula 140 milhões de mensagens ao dia e 4,2 bilhões ao mês em todo o mundo. Em comparação feita pela publicação, “é como se 75% da população brasileira postasse ao menos um comentário a cada 24 horas” (IDEM). Apontando diretamente o foco para o Brasil, o cenário não é tão diferente:

De acordo com o instituto de pesquisas E.life, 42,5% dos internautas ficam mais de 41 horas por semana conectados. São quase seis horas diárias de navegação. Entre as principais atividades online, destaques para o Facebook, o Twitter e os programas de bate-papo, como o MSN. (IBIDEM, p. 75)

¹ Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Linguística pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), professor das disciplinas de Redação Jornalística 1 e 2, Teorias da Comunicação, Jornalismo e as Novas Tecnologias e Teoria e Prática de Pesquisa em Comunicação da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap) e de Técnicas de Entrevista e Reportagem 1 e 2 da Faculdade Maurício de Nassau (FMN), e-mail: dariobrito@gmail.com.



Tais números iniciais, se especificamente não explicam, servem ao menos para ilustrar acontecimentos como o ocorrido em maio de 2011 na cidade do Recife, quando uma onda de boatos – inicialmente online e depois offline – sobre um alagamento gigantesco acabou em caos, engarrafamentos quilométricos, ônibus e metrô lotados e pessoas andando longas distâncias para fugir de uma catástrofe imaginária.

Por mais que o governo do Estado de Pernambuco viesse a público (tardamente) e veículos de mídia tradicional alertassem sobre a mentira, a grande massa da população não deu ouvidos aos comunicados oficiais, possivelmente atribuindo baixa credibilidade às instâncias públicas e conglomerados midiáticos versus uma alta credibilidade às mensagens postadas por anônimos “aparentemente” em nome da segurança coletiva.

Assim, a proposta com o presente artigo é fazer uma pequena reflexão, a partir deste fato específico, em como conceitos a exemplo de confiança e veracidade em “notícias” estão se comportando em épocas de overdose de informação. Nos interessa a constatação inicial, já que esta própria ponderação, dado o aspecto recente do acontecimento, não nos permite, ao menos neste momento, aprofundarmos a questão o tanto quanto gostaríamos.

De certo, no entanto, temos o fato de que este alcance foi real e alterou profundamente a vida das pessoas na capital pernambucana entre a tarde e a noite daquela quinta-feira, 5 de maio. Os recifenses (assim como habitantes das demais cidades pernambucanas) vinham enfrentando nas últimas semanas um índice de chuvas muito acima do esperado: de acordo com dados divulgados amplamente na imprensa (MELO, 2011) pelo Instituto Nacional de Meteorologia (Inmet), o mês de abril bateu o recorde de registro de precipitação acumulada (650 milímetros, quase o dobro da média histórica). Some-se a isso o fato de que o Rio Capibaribe, no fim daquela manhã, apresentava forte correnteza e maior volume de águas, assim como localidades ribeirinhas alagaram (ruas no bairro do Espinheiro ficaram com muita água e o canal da Avenida Agamenon Magalhães e o açude de Apipucos transbordaram).

Durante o final da manhã, surgiram aos poucos, na rede de microblogs Twitter, links para fotos que mostravam ruas da cidade com um nível de água já considerável e os internautas começaram a questionar como a situação estaria no fim do dia, com o pico da maré estimado para às 17h20. Como todo boato, é difícil estabelecer exatamente



onde e quando ocorreu o seu início, mas provavelmente neste ponto as especulações e, logo depois, “certezas” começaram a surgir. Neste cenário, o Twitter se tornou uma ferramenta extremamente eficaz para aqueles que não conseguiam informações mais detalhadas de que era isso mesmo que estava para acontecer. Como bem lembra Prado (2011), a respeito do alcance dessa rede social virtual:

Redes sociais, comunidades virtuais, fóruns de discussão também se tornaram ambientes favoráveis para se chegar a determinados assuntos atraentes, pois muitas vezes as pessoas procuram saber sobre algo que não estão conseguindo achar com facilidade na mídia, ou não conseguem encontrar em nenhum buscador. O que fazem? Vão direto perguntar aos grupos formados na rede, nas comunidades relacionadas aos temas procurados. Simples assim. (p. 53)

E foi basicamente essa a usabilidade que a rede de microblogs teve durante o acontecimento. Os internautas começaram a desenvolver uma espécie de “corrente desesperadora”, baseada no medo de que uma tragédia tivesse hora certa para acontecer, alertando parentes, amigos e conhecidos sem ao menos checar as notícias:

Os primeiros boatos que foram espalhados – inclusive pelas redes sociais – era o de que as “comportas” das barragens do interior haviam sido abertas e que a enxurrada iria chegar à capital a qualquer momento. A partir daí, mais notícias falsas foram surgindo, como a de que a água já havia tomado conta de todos os pavimentos de um shopping center da Zona Norte e de que a Rua do Imperador, no Centro, estava submersa. (CORRERIA, 2011)

O pânico virtual, a essa altura com base na falsa informação de que a barragem de Tapacurá³ corria o risco de transbordar e causar enchentes em vários pontos da Região Metropolitana, cresceu com proporções tamanhas e foi tão largamente difundido que em poucas horas a hashtag #tapacura figurou nos “trending topics mundiais e ocupou, durante boa parte da tarde, a lista de tópicos mais comentados no Brasil” (ONDA, 2011). Durante os momentos de medo generalizado, havia internautas anônimos trabalhando dos dois lados da informação. “Enquanto alguns usuários e

³ A barragem de Tapacurá, inaugurada em 1973, atualmente é responsável por 65% do abastecimento de todo o Grande Recife. Sua construção foi vista, na época, como a solução para dois grandes problemas dos recifenses (CORRERIA, 2011): a falta d’água e as enchentes. No entanto, em 1975, a capital pernambucana enfrentou a maior enchente da história (ver mais a respeito no tópico 3 deste artigo). A capacidade máxima da barragem é de 94,2 milhões de m³ e, no início de maio, ela registrava 124,01 milhões de m³, ou seja, 131% (IDEM), o que fazia com que houvesse a necessidade de, de tempos em tempos, liberar as comportas de maneira totalmente controlada. A barragem faz parte do quarteto de contenção de enchentes junto a Jucazinho, Goitá e Carpina. Elas protegem os 45 municípios instalados ao longo do leito do Capibaribe e, juntas, podem reter cerca de 750 milhões de m³ de água.



órgãos oficiais usavam o microblog na tentativa de tranquilizar a população, outros espalhavam o medo nas redes sociais.” (IDEM).

2. “Um passarinho me contou”: sem meios tradicionais, o dilema da credibilidade

A democratização da informação propiciada pela chamada Revolução Digital trouxe, como sabemos, novos hábitos dos leitores e “co-participantes no processo de difusão midiática” (em quaisquer que sejam suas instâncias) de relação com a informação veiculada. Em alguns casos, também a revisão de alguns velhos hábitos ou até mesmo a transposição daqueles que já tínhamos com diferentes plataformas anteriormente adotadas para o jornalismo. O inusitado é que velhas e novas plataformas utilizadas para comportar a informação, diferentes suportes e gêneros híbridos encontram-se neste momento situados num mesmo período histórico e tentam conviver, até o limite do possível, harmonicamente. Karan (2007) aponta que esse “novo cenário” que vigora atualmente está ancorado em pelo menos três pilares. O primeiro seria a sociedade da informação, na qual, todos (pelo menos potencialmente...) estão enviando e recebendo mensagens. O segundo é a convergência tecnológica no jornalismo, “com as informações do tipo jornalística circulando pela rede mundial de computadores na mesma velocidade e imediatez com que ocorrem os fenômenos sociais” (p. 117). O terceiro seria justamente a deficiência informacional específica, responsável por gerar “demandas informativas vinculadas à necessidade de dados, versões, interpretações de mundos, em setores que não podem ser contemplados, na dimensão do surgimento de fatos e versões, por qualquer mídia em geral” (IDEM).

Em meio a esse grande tráfego de informações que circula atualmente na Internet de forma cada vez mais acelerada (para se ter uma ideia, o Twitter levou quatro anos para chegar ao tweet número 10 bilhões, em março de 2010, e apenas cinco meses depois, em agosto de 2010, dobrou o volume de tráfego, alcançando os 20 bilhões de tweets), reside o fato de que os internautas têm modificado drasticamente a direção, a ordem e a própria forma desses fluxos de mensagens. Corroboramos da ideia defendida por Prado (2011) quando esta aponta que os fluxos de transmissão de informação “outrora unidirecionais, passaram para bidirecionais (no telefone) e hoje são multidirecionais, ou seja, de muitos para muitos, com uma forte capacidade de articulação. Algo que a cibercultura facilita, colocando todos em uma mesma nuvem” (p. 198).



Em se falando especificamente da rede de microblogs, sabemos dos seus principais méritos e polêmicas:

O Twitter, uma das redes que mais cresce desde 2006 – para se ter uma ideia, em março de 2010, quando o serviço de microblogging completou quatro anos, atingiu a marca de 50 milhões de tuítes, ou seja, algo em torno de 600 tuitadas por segundo –, prolifera entre aqueles que querem escrever rapidamente, mudando sua interface e a maneira de usá-lo de tempos em tempos; é um espaço polêmico entre jornalistas ou estudiosos de comunicação. Enquanto alguns torcem o nariz ao afirmar que não dá para escrever algo substancial em 140 caracteres, outros o acham perfeito para uma *informação breve e concisa*. (IDEM, p. 197)⁴ Grifo nosso.

Prado traz à discussão justamente um dos pontos nevrálgicos do embate. Para muitos, a dimensão limitada pelo dispositivo tecnológico para cada informação (os “famosos” 140 caracteres) limitariam, igualmente, a capacidade de aprofundar a notícia⁵, no caso de mensagens com características jornalísticas, assim como preceitos que lhe são extremamente caros, como a veracidade.

A verdade, então, um dos pilares da informação jornalística e condição sem a qual a notícia inexistente, torna-se um dos critérios mais perseguidos tanto por quem veicula quanto por quem tem contato com aquele informe e – nos dias atuais – o repassa rapidamente. Lembramos Erbolato (2008, p. 56) quando este acrescenta, laconicamente: “A imprensa deve publicar, na categoria de informações, o que seja verdadeiro, pois a ficção é objeto dos romances”.

À medida que um veículo informa, ao longo de suas edições, um conjunto de notícias reconhecidamente dotadas de veracidade e precisão, vai crescendo um outro ativo igualmente constituído de grande valor e importância para aquela mídia: a credibilidade. Figurar perante a sociedade entre os veículos de imprensa críveis, com conteúdos plausíveis e verossímeis, é uma meta a ser perseguida por toda e qualquer instituição que lide seriamente com a divulgação de informações e, ao mesmo tempo, é algo consensualmente admitido que demanda bastante tempo. Objetivo de realização intensamente complexa “ante um consumidor cético com a imprensa, que vê justificada

⁴ Neste trecho, a autora refere-se à média de tweets veiculados na rede de microblogs no período de um dia (50 milhões) em março de 2010. O número que apresentamos nos parágrafos anteriores (20 bilhões) é o total absoluto registrado em agosto do mesmo ano e o veiculado no início deste artigo (140 milhões) é o mais recente: a média de tweets diários registrada em junho de 2011.

⁵ Não há consenso sobre os critérios de noticiabilidade que devem definir, exatamente, o que é uma notícia. Contudo, percebe-se um denominador comum em pelo menos três deles quando estão relacionados a qualquer fato: 1) ele deve ser novo; 2) verídico (não existe “notícia falsa”); e 3) relevante (que é, possivelmente, o mais polêmico dos três).



sua posição ao menor sinal de deslize” (PEREIRA JR., 2009, p. 35), a credibilidade tem no seu oposto, o descrédito, possivelmente um dos fenômenos mais desejados de flagrar por uma população ávida por questionar instituições. A esse respeito o autor acrescenta: “Mesmo para um mercado em que a credibilidade é mais insumo do negócio que meta moral, o ceticismo do público e a vulnerabilidade a pressões de toda ordem exigem não apenas bom jornalismo, como sinais públicos de que, de fato, se é confiável.” (p. 35).

Retomando o que foi apontado por Prado (2011) neste mesmo tópico do trabalho, se a capacidade de reconhecer a exatidão, a conformidade e a autenticidade dos fatos pode estar abalada tanto em grandes veículos da imprensa (tradicionalmente comprometidos, ao menos publicamente, com a verdade) quanto em redes sociais virtuais, o mesmo não se pode dizer do alcance dessas últimas.

Fundindo de maneira exemplar os dois principais pontos aqui tratados a esse respeito (verdade e difusão), Primo (2008) nos apresenta a interessante reflexão proposta anteriormente pela dupla Aubrey Fischer e Katherine Adams no livro *Interpersonal communication: pragmatics of human relationships* (1994) ao tratar das características qualitativas da comunicação interpessoal, divididas entre primárias (descontinuidade, recorrência, sincronia e reciprocidade) e secundárias (intensidade, intimidade, confiança e compromisso).

De maneira concisa, as que fazem parte do primeiro grupo estariam mais comumente ligadas à prática da interação por meio de eventos, objetivando avaliar “o encadeamento das ações no tempo e seu impacto no próprio relacionamento” (PRIMO, 2008, p. 106). Assim, a descontinuidade prevê que as interações entre parceiros de relacionamento duradouro ou não ocorrem sempre com intervalos no tempo; a recorrência nos lembra que a repetição de processos interativos servem de subsídio para ações futuras com alguma semelhança (mas não são suficientes para o desenvolvimento de maior intimidade); a sincronia faz com que os padrões interacionais desenvolvidos no tempo permitam que cada integrante preveja – com chance maior que o acaso – como o parceiro reagirá; e a reciprocidade remete ao fato de que um interagente reage à ação do outro de forma recíproca.

Já quanto ao grupo que responde pelas características de comunicação interpessoal secundárias é sabido que decorrem das primeiras e referem-se a sentimentos que um parceiro desenvolve por outro: a intensidade seria a força ou potência do relacionamento; a intimidade observa o quão próximos são os integrantes e a familiaridade existente entre eles; a confiança faz alusão à avaliação de quanto cada



parceiro aceita correr riscos em virtude do outro; e o compromisso trata da dedicação de cada integrante ao relacionamento compartilhado e a sua própria continuidade.

Acreditar naquilo que é dito, com base na relação que se mantém com quem diz e na maneira em como está sendo dito é, certamente, um dos pontos centrais da nossa discussão. A transposição desses questionamentos para um ambiente disposto na Web e, especificamente, com foco numa rede social virtual de dimensões cuja proporção de interconectividade entre os pares é gigantesca não é, obviamente, uma das tarefas mais fáceis. E quando se acrescenta a isso o fato de que estamos discutindo aqui a veiculação de mensagens com características noticiosas (novas, verdadeiras e relevantes, como apontamos em nota de rodapé, anteriormente neste trabalho) tal desafio torna-se ainda mais complexo.

Talvez uma primeira ponderação que nos ajude no sentido de buscar um norteamento seja o fato de que, quando se trata de colocar a veracidade da informação em xeque, a comprovação está mais diretamente ligada ao confronto com outras fontes similares e, notadamente, dotadas de credibilidade. Ou seja, devemos concordar que tais observações, feitas anteriormente, não são exclusivas do Twitter. A história da mídia ensina (e não importa qual a plataforma onde a informação esteja disposta) que não é recomendado ter apenas uma única fonte informacional, seja ela falada, lida, mediada por imagens em movimento, etc. Nesse sentido lembramos que:

Para compreender os significados do *quê*, do *porquê* e do *como* estão escritos os noticiários (...), o cidadão leitor vê-se obrigado a assinar mais de um jornal e, se for exigente, algumas revistas, para confrontos e complementações. Ou, então, a fazer exercícios especulativos em busca de subtextos, pela associação de falas, fatos e análises. (CHAPARRO, 2011, p. 76). Grifo do autor.

Essa pluralidade de fontes aliada à busca pela verdade como resultante de uma espécie de denominador comum é mais do que recomendável dada a natureza do “negócio” jornalístico. Isso porque, como também é sabido, todos os veículos midiáticos possuem suas linhas editoriais que, conseqüentemente, demonstram seus interesses e responsabilidades não só para com a sociedade em geral como também grupos em particular. Lembramos, nesse ponto, trabalho de nossa autoria anteriormente dedicado a um tema correlato e que aborda a questão:



(...) a opinião do jornal (ou da rádio, da TV, etc.) revelaria traços de sua linha editorial e seria o resultado do julgamento do grupo de elite que mantém aquele veículo sobre um determinado fato, questão, problema. Sua fundamentação se situaria a partir de determinados elementos que vão desde as convicções filosóficas desse grupo e as informações que envolvem o tema proposto até a experiência jornalística daqueles que fazem os conselhos editoriais desse veículo, as sondagens realizadas na sua área de influência com o público e os próprios interesses mercantis e políticos da empresa. (ROCHA JR., 2009, p. 6)

Vale salientar que tais interesses mercantis e políticos geralmente são supervalorizados e apontados como decisivos para composição da linha editorial, já que, salvo raras exceções, todo e qualquer veículo de comunicação é também uma empresa. Para Beltrão (1980), tal dilema se converteria em grande desafio, já que os órgãos de difusão deveriam manter um equilíbrio entre sua missão pública e seu objetivo mercantil. A indagação feita aqui é: será que essa natureza empresarial dos grandes veículos de imprensa, ao mesmo tempo em que figura como uma sólida base para a procedência da informação, em certos casos também não trabalha contrariamente por conta dos laços econômicos que esses meios possuem? Se a resposta for verdadeira, pelo menos a falsa “despretensão” econômica dos tweets veiculados por anônimos levaria vantagem especificamente neste ponto (embora também apresente muitas fragilidades em outros).

3. Temor de uma enchente real surgido no espaço virtual: conseqüências sociais

Remonta ao início do Século 17 (mais precisamente 1632) o relato histórico dos problemas que os recifenses enfrentam com as grandes enchentes, possivelmente pelo fato de a cidade ter sido edificada e crescido às custas de aterros em várias áreas de mangue e estar localizada bem ao nível do mar (com vários pontos, inclusive, situados abaixo deste). Por conta desses fatores e das tragédias que se repetiam a cada período chuvoso, como lembra Andrade (2006), a pressão para que os governos estadual e federal tomassem providências se intensificou no início da década de 1970 e resultou na construção de barragens, como a de Tapacurá (1973) vista como a solução para evitar as enchentes. No entanto, dois anos depois, houve uma enchente no Recife que foi



considerada “a maior calamidade do Século” (IDEM)⁶. Poucos dias após o desastre, quando a população se preparava para avaliar os prejuízos e retomar suas vidas, no dia 21 de julho, por volta das 10h da manhã:

surgiu o boato de que a barragem de Tapacurá (...) havia estourado e que a cidade seria destruída pelas águas em poucas horas. “Tapacurá estourou!” O alarme anônimo provocou pânico em toda a cidade e o Recife enlouqueceu. O grito ecoou de boca em boca, começou a correria de um lado para outro em busca dos parentes e amigos para fugirem ou morrerem juntos. Motoristas gritavam para os pedestres: “Fujam! A barragem estourou! (...) Uns subiam em árvores, outros subiam até os últimos andares de edifícios, grande parte simplesmente abandonava os postos de serviços em comércio, escritórios e até bancos. (...) Carros trafegavam em velocidade na contramão. Ônibus eram invadidos fora das paradas por aflitos fugitivos, ao mesmo tempo em que passageiros apavorados saltavam pelas janelas. Mulheres em pleno ataque de nervos gritavam de mãos estendidas para o alto. “Salve-se quem puder!” (...) Das ruas transversais saiam multidões alarmadas, gente carregando roupas, aparelhos de televisão, bujões de gás, colchões. A loucura era tal, que até doentes internados em hospitais abandonaram ambulatórios e enfermarias, alguns vestidos com os característicos camisolões, para se juntarem à massa em fuga. (...) Era uma questão de vida ou morte, corria-se com o que estava ao alcance das mãos ou com o que estava na mão. Não havia tempo para raciocínio lógico. (ANDRADE, 2006).

O boato só foi desmentido várias horas depois, quando o governador do Estado na época, José Francisco de Moura Cavalcanti, convocou o coronel Geraldo Pereira de Lima, chefe da Casa Militar, para se comunicar com a administração da barragem e constatar que sua situação estava normal, e dirigiu-se para o meio da multidão informando que a notícia da barragem não era verdadeira, que se Tapacurá houvesse estourado ele não estaria ali naquele momento. “Mas somente após os insistentes boletins divulgados pelas emissoras de rádio e televisão, alguns feitos pelo próprio governador desmentindo o boato, a vida da cidade reordenou-se aos poucos”. (IDEM).

Quase quatro décadas separam este fato digno de Orson Welles⁷, ocorrido no Recife, na década de 1970, do que aconteceu na mesma cidade em 5 de maio de 2011, com duas singelas diferenças: 1) desta vez o boato, em vez de espalhar-se na relação

⁶ Ainda sobre a enchente de 1975, de acordo com Andrade (2009): “Aconteceu entre os dias 17 e 18 de julho, quando 80% da população do Recife ficaram debaixo d’água, 25 municípios da bacia do rio Capibaribe também foram atingidos, morreram 107 pessoas e outras milhares ficaram desabrigadas. Ferrovias foram destruídas, pontes desabaram, casas foram arrastadas pelas águas. Por terra, o Recife ficou isolado do resto do País durante dois dias”.

⁷ Para refletir sobre as similaridades do acontecimento no Recife em 1975 e o célebre episódio da suposta invasão dos marcianos (A guerra dos mundos) ler o texto *Um boato digno de Orson Welles* (1999) que consta das referências deste artigo.



interpessoal presencial, foi difundido inicialmente post a post, tweet a tweet, digitalmente, por meio de redes sociais virtuais; 2) Governo e imprensa, mesmo dispondo de ferramentas de comunicação mais ágeis e capazes de reunir a população de maneira notadamente mais eficaz do que há quatro décadas, falharam em informar tardiamente o que de fato estava acontecendo.

Parece bastante improvável, mas como lembra o texto publicado no Diário de Pernambuco da manhã seguinte, a “tragédia imaginária” havia sido repetida:

Trinta e seis anos depois, o Recife viveu ontem uma reedição do boato do rompimento da Barragem de Tapacurá. Avisada de que o nível do Rio Capibaribe estava mais alto porque começou a receber a vazão das barragens de Tapacurá, Goitá e Jucazinho, que haviam chegado ao limite e, de que a maré alta teria seu pico às 17h20, a população da cidade superdimensionou as informações e se preparou para o pior. Empresas liberaram os funcionários mais cedo. Escolas suspenderam as aulas. Pessoas correram para se abastecer em supermercados. Lojas fecharam. O temor de que uma enchente viria se alastrou e nem mesmo o dia de sol foi suficiente para convencer as pessoas do contrário. Teve gente que seguiu a pé até Olinda. Um homem foi atropelado na Cruz Cabugá. Nas ruas, prevalecia a certeza de que algo grave estava acontecendo e de que era preciso fugir. (...) No meio da tarde, a Chesf mandou os funcionários para casa o que, para a maioria, significou que, sim, era hora de buscar refúgio. Outras empresas públicas e privadas, em efeito dominó, fizeram o mesmo. Todos largando e no trânsito ao mesmo tempo. O ar de desespero nos rostos. Choros. Com ônibus lotados, os passageiros recorreram ao metrô, que não suportou a demanda. No Centro, pessoas andavam desorientadas. Cenas de mais um boato que vai entrar para a história. (RECIFENSE, 2011).

Como fenômeno de comunicação, é impossível não reconhecer o fato de que o boato encontrou nas redes sociais virtuais terreno fértil para se difundir com rapidez e força. “O pânico provocado por uma suposta enchente tomou conta da população do Recife na tarde desta quinta-feira e muito desse medo generalizado aconteceu em função dos boatos que se espalharam nas redes sociais”. (ONDA, 2011).

Boato, quando se mistura com gente disposta a dar credibilidade a ele, é uma combinação maravilhosa, o espetáculo fica “redondo”. Mas, em se tratando de uma hipótese que há décadas povoa o imaginário pernambucano – tromba d’água gigantesca vai chegar a qualquer momento ao Recife, vinda de alguma grande barragem –, o governo do estado deveria se mexer bem mais cedo, afinando a comunicação para evitar o que se viu ontem. Pânico em estado puro. (PEREIRA, 2011).



E igualmente também é impossível não reconhecer a falha de comunicação das instituições oficiais para acalmar a população diante da possibilidade de tragédia:

A cidade andava mesmo num marasmo daqueles, alimentada apenas pela rotina de apontar e criticar os tropeços de uma gestão engessada até a alma. Mas o furduço passou do limite, ontem, depois que verdade e mentira ficaram separadas por fronteiras muito tênues. Isso o governo não deveria ter permitido. Ao invés de ficar apenas nas reuniões a portas fechadas com o primeiro e o segundo escalão, melhor seria manter a sociedade constantemente informada sobre as condições das barragens e rios, para evitar o disse-me-disse. E a via mais rápida seria, naturalmente, as redes sociais. (PEREIRA, 2011).

No que se refere ao boato, autores como Chaparro (2007) nos lembram de seus traços únicos: “(...) dois atributos principais caracterizam o boato: 1) é antes de tudo uma informação: traz elementos novos sobre uma pessoa ou um acontecimento ligados à atualidade; 2) destina-se a ser acreditado, quer seja falso ou verdadeiro” (p. 81). Sua relação com a atividade jornalística é historicamente polêmica:

O boato motiva pautas, esconde ou expõe fatos, amplia ou reduz a dimensão dos acontecimentos, altera-lhes o significado, atrai ou repele a curiosidade dos repórteres, motiva ou inibe perguntas, direciona reportagens, gera ou elimina manchetes, produz desmentidos ou confirmações – e ao provocar tais efeitos (sinal de que interage eficazmente com a cultura dos meios) pode determinar ou modificar as intenções das mensagens jornalísticas, adequando-as aos interesses a que está vinculado. (IDEM, p. 79)

Neste ponto do trabalho lançamos, então, o que acreditamos ser uma questão central: o que faz com que a confiança numa informação – mesmo que fonte de boato – seja estabelecida sem que ao menos esta seja checada? Para Pereira Jr. (2009), a própria natureza do trabalho jornalístico difundida na sociedade estabelece – para a grande maioria – que a honestidade do veículo é base para o seu “negócio” até mesmo como princípio técnico. “Uma relação de confiança substitui, assim, a confiança no real. O referencial só se torna aceitável porque um pacto de confiabilidade foi constituído entre o jornalismo e seu público”. (p. 35). Acontece que esta mesma confiança quando transportada para redes sociais virtuais também se faz presente e, igualmente, é uma das condições básicas para o estabelecimento de relações entre os pares ali instalados, já que há incontáveis perfis dispostos que representam pessoas com diversos propósitos dentro daquela comunidade virtual:



Um dos aspectos essenciais para a consolidação de comunidades pessoais ou redes sociais é, sem dúvida, o sentimento de confiança mútua que precisa existir, em maior ou menor escala, entre as pessoas. A construção dessa confiança está diretamente relacionada com a capacidade que cada um teria de entrar em relação com os outros, de perceber o outro e incluí-lo em seu universo de referência. Esse tipo de inclusão ou integração diz respeito a uma atitude tão simples e, por vezes, tão esquecida, que é justamente a de reconhecer, no outro, suas habilidades, competências, conhecimentos, hábitos, etc. Quanto mais um indivíduo interage com outros, mais ele está apto a reconhecer comportamentos, intenções e valores que compõem seu meio. (COSTA, 2008, p. 40)

O que foi visto, no entanto, entre o fim da manhã e a tarde do dia 5 de maio de 2011, foi um crédito de confiabilidade nos perfis comuns dispostos nas redes sociais virtuais e um descrédito dos perfis institucionais que, além de “largarem em desvantagem nesse meio”, também cuidaram de tratar da notícia (ou se “retratar” a respeito dela, como queiram...) tardiamente. Ivoskus (2010) nos lembra como o próprio Twitter coloca em vantagem o perfil pessoal em relação ao de grandes instituições:

Aprender a hablar en 140 caracteres. Titular. Sintetizar. Este es el espíritu del microblogging. Que en la práctica no es más que un blog limitado en su capacidad de expresión, donde lo que importa es lo que una persona tiene para decir. No una institución, una empresa o una corporación. Twitter es personal. Es lo que “yo” hago y lo que “yo” pienso. Es el internauta el que informa, no el que reproduce lo que dicen otros. (p. 126)

O fato é que esses “outros” presentes no Twitter, no caso o Governo do Estado de Pernambuco e mídia tradicional subestimaram uma das variáveis mais importantes quando se fala da urgência das mensagens nas redes sociais virtuais: o tempo, que, ironicamente, já está tão presente no *modus operandi* da própria atividade jornalística:

Por que não induzir os internautas a procurar o site oficial, onde estariam dados atualizados e insuspeitos? Nada disso: o palácio preferiu só romper o silêncio (o governador deu entrevista coletiva no fim da tarde de ontem) quando instituições e empresas já estavam dispensando seus funcionários, e avenidas se achavam coalhadas de gente em fuga, em carros e ônibus. (PEREIRA, 2011)

Os esclarecimentos oficiais sobre o fato só foram divulgados horas depois de o boato já estar espalhado. O encontro do governador com a imprensa, no Palácio do Campo das Princesas, sede oficial do Governo de PE, também contou com equipes da Secretaria de Recursos Hídricos. Na ocasião, Eduardo Campos pediu que as pessoas não



acreditassem “nos boatos que estão ocorrendo na cidade nas redes sociais e confiem nas informações oficiais” (BOATOS, 2011). Disse, ainda, durante a entrevista coletiva:

Se algo de extraordinário estivesse acontecendo, o primeiro a avisar à população seria o governo. Eu iria para a televisão, para o rádio, ia dizer qual era o problema e quais as providências. Nós estamos trabalhando com a verdade e a verdade será sempre a nossa guia nesse momento. (ALERTA, 2011).

Na internet, matérias publicadas em sites de conglomerados de comunicação começaram a surgir após às 15h30 quando os verdadeiros esclarecimentos foram divulgados na reunião: “Boatos espalham temor de enchente. Governo garante que situação é de normalidade” (diariodepernambuco.com.br, às 15h38) e “Governo tranquiliza população sobre Tapacurá” (ne10.com.br, às 16h51). Em ambos os casos, no entanto, Governo e mídia tradicional agiram tardiamente.

(...) às 19h30, depois da desabalada carreira da população na volta para casa, o secretário de Recursos Hídricos, João Bosco de Almeida, apareceu na TV para disparar contra os “boateiros” que marcaram gols contra o governo. Mas o secretário deve saber que esse placar pode ficar ainda mais elástico, nos próximos dias, se não houver ajustes na forma de acalmar a população e impedir que ela continue caindo no “conto de Tapacurá”. (PEREIRA, 2011).

4. Reflexões e preleções sobre boatos, tempo e confiança em redes sociais virtuais

A partir da exposição desse acontecimento peculiar envolvendo a difusão de informações em suportes midiáticos diversos, agilidade e credibilidade, e da reflexão com base em ideias de autores reconhecidamente referenciais nos temas correlatos (e cujos textos foram aqui também expostos) chegamos ao estabelecimento de algumas opiniões. A primeira delas é que os meios jornalísticos tradicionais, mesmo com extensões dispostas na Web, continuam, de certo modo “pensando tradicionalmente” ao subestimar a importância do tempo e da multiplicação das informações nas redes sociais virtuais. Ao alertar para a existência do boato tardiamente, a imprensa não foi capaz de cumprir o papel informacional que lhe cabe.

Indagamos aqui se o próprio conceito de intervalos constantes na periodicidade, ainda tão arraigado no campo midiático, não seria uma amarra dentro dessa questão, contribuindo para uma tomada de decisão tão tardia. É preciso observar que no período de poucas horas – entre o fim da manhã e o meio da tarde – todo o fato surgiu, cresceu e



morreu (sendo desmentido), sem que os jornais impressos, cujas edições chegam às bancas e casas dos assinantes no período matinal pudessem agir; ou os programas jornalísticos de televisão colocassem suas edições no ar (a do meio-dia certamente já estava finalizada antes de o boato crescer e a próxima, no início da noite, só pôde noticiar o caos). No intervalo era o momento de “alertar”, “informar”, “noticiar”.

Outro ponto relevante nessa discussão é que os conceitos de veracidade e credibilidade, certamente, estão apresentando deslocamentos bastante visíveis no ambiente virtual. Já é consenso, dado o poder de alcance da maioria das ferramentas comunicacionais dispostas em rede, que potencialmente, qualquer pessoa pode informar qualquer coisa e que o impacto dessa afirmação é imprevisível. Resta-nos, no entanto, provocar uma reflexão sobre quais seriam os perigos e malefícios, de um lado, e vantagens e benefícios, do outro, dentro dessa permissividade virtual. Contudo, tais indagações servirão de estímulo às reflexões científicas vindouras, seja em trabalhos, textos ou pesquisas bibliográficas dedicadas a discutir esses temas.

Referências

ALERTA só em caso necessário. Diário de Pernambuco, Recife, 06 mai. 2011. Vida Urbana, p. 3.

ANDRADE, Maria do Carmo. **Tapacurá estourou!** Pesquisa Escolar On-Line, Fundação Joaquim Nabuco, Recife, 13 jul. 2006. Disponível em: <<http://www.fundaj.gov.br>>. Acesso em: 08 jun. 2011.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo opinativo.** Porto Alegre: Sulina, 1980.

BOATOS espalham temor de enchente. Governo garante que situação é de normalidade. Diário de Pernambuco, Recife, 05 mai. 2011. Disponível em: <<http://www.diariodepernambuco.com.br/nota.asp?materia=20110505153816>>. Acesso em: 08 jun. 2011.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo:** buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. 3ª ed. rev. São Paulo: Summus, 2007.

CORRERIA por toda a cidade. Diário de Pernambuco, Recife, 06 mai. 2011. Vida Urbana, p. 2.

COSTA, Rogério da. **Por um novo conceito de comunidade:** redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva. In: Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída. Henrique Amorim (org.). Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.



ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário.** 5ª ed. São Paulo: Ática, 2008.

IVOSKUS, Daniel. **Obsesión digital.** Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2010.

KARAN, Francisco José Castilhos. **O jornalismo na era da sociedade da informação, da convergência tecnológica e da segmentação editorial: algumas observações.** In: HAUSSEN, Doris Fagundes; CIMADEVILLA, Gustavo e MORAIS, Osvando J. de. (orgs.). A comunicação no mercado digital: 1º Colóquio Brasil-Argentina. São Paulo: Intercom, 2007.

MELO, Jamildo. **Recife tem mês mais chuvoso dos últimos 33 anos.** NE10, Recife, 02 mai. 2011. Blog do Jamildo. Disponível em: <http://jc3.uol.com.br/blogs/blogjamildo/canais/noticias/2011/05/02/recife_tem_mes_mais_chuvoso_dos_ultimos_33_anos_99514.php>. Acesso em: 08 jun. 2011.

PEREIRA, Luce. **Dez para a boataria, zero para o governo.** Diário de Pernambuco, Recife, 06 mai. 2011. Vida Urbana, Diário Urbano, p. 6.

PEREIRA JR., Luiz Costa. **A apuração da notícia: métodos de investigação na imprensa.** 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

POLONI, Gustavo. **O lado perigoso das redes sociais.** Info Exame, São Paulo, jul, 2011. Ed. 305. Inovação, p. 68-77.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo.** Rio de Janeiro: LTC, 2011.

PRIMO, Alex. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0.** In: Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída. Henrique Amorim (org.). Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

RECIFENSE revive o drama dos boatos. Diário de Pernambuco, Recife, 06 mai. 2011. Vida Urbana, p. 2.

ROCHA JR., Dario Brito. **Interesse ou responsabilidade?** O impacto da cobertura do Jornal Nacional sobre o caso do bispo Edir Macedo em estudantes de jornalismo. In: VI Congresso Brasileiro de Comunicação Social, 2009, Recife (PE). Anais do VI Congresso Brasileiro de Comunicação Social, Faculdade Maurício de Nassau, 2009.

ONDA de boatos faz #Tapacurá parar nos trending topics. Diário de Pernambuco, Recife, 05 mai. 2011. Disponível em: <<http://www.diariodepernambuco.com.br/vidaurbana/nota.asp?materia=20110505191849>>. Acesso em: 08 jun. 2011.

UM BOATO digno de Orson Welles. Jornal do Commercio, Recife, 03 abr. 1999. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/JC/_1999/80anos/80b_39.htm>. Acesso em: 08 jun. 2011.