

## DESINFORMAÇÃO E POLÍTICA: um breve perfil de pessoas que afirmam ter recebido notícias falsas<sup>1</sup>

## DISINFORMATION AND POLITICS: a brief profile of people who claim to have received fake news

Rachel Callai Bragatto e Priscila Zanandrez<sup>2</sup>

**Resumo:** O presente artigo detém-se em uma análise de perfil, hábitos mídias e crença em teorias conspiratórias de indivíduos que afirmam desconfiar de ter recebido fake news. Com base no survey “A Cara da Democracia no Brasil”<sup>3</sup>, produzido pelo Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia Democracia e Democratização da Comunicação, foram realizadas análises descritivas com o objetivo gerar insights sobre o tema. Inicialmente, o trabalho apresenta um balanço geral sobre hábitos de mídia, seguido pela apresentação de dados de perfil das pessoas que afirmam desconfiar ter recebido notícias falsas, usando informações colhidas nos anos de 2018, 2019, 2021 e 2022. A partir daí, focamos de forma mais específica no ano de 2022, explorando a relação entre a desconfiança de ter recebido fake news e a crença ou não em teorias conspiratórias (comprovadamente informações falsas, mas que tiveram amplo alcance público). O trabalho contribui ao explorar variáveis potencialmente explicativas, assim como os diferentes elementos e gaps analíticos capazes de apontar insights para se pensar o desafio das notícias falsas e democracia.

**Palavras-Chave:** Desinformação. Fake news. Brasil.

**Abstract:** This article focuses on an analysis of the profile, media habits and belief in conspiracy theories of individuals who claim to suspect having received fake news. Based on the survey “A Cara da Democracia no Brasil”, realized by the National Institute of Science and Technology for Democracy and Democratization of Communication, descriptive analyzes were carried out with the aim of generating insights on the subject. Initially, the work presents a general balance of media habits, followed by the presentation of profile data of people who claim to suspect having received fake news, using information collected in the years 2018, 2019, 2021 and 2022. Next, we

1 Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Democracia da 10ª Edição do Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (10ª COMPOLÍTICA), realizado na Universidade Federal do Ceará (UFC), 09 a 10 de maio de 2023.

2 Rachel Callai Bragatto é pos doutoranda no INCT Democracia e Democratização da Comunicação. Email: [rachelbragatto@gmail.com](mailto:rachelbragatto@gmail.com). Priscila Zanandrez é pós doutoranda no INCT Democracia e Democratização da Comunicação e na UFMG. Email: [priscilazanandrez@gmail.com](mailto:priscilazanandrez@gmail.com).

3 Realizada anualmente pelo Instituto da Democracia (IDDC-INCT), a pesquisa e seus bancos estão disponíveis em: <https://www.institutodademocracia.org/a-cara-da-democracia>

*focus more specifically in the year 2022, exploring the relationship between the distrust of having received fake news and the belief or not in conspiracy theories (proved to be false information, but which had a wide public reach). The work contributes by exploring potentially explanatory variables, as well as the different elements and analytical gaps capable of pointing out insights to think about the challenge of fake news and democracy.*

**Keywords:** Disinformation. Fake news. Brazil.

## 1. Introdução. Breve contexto político e hábitos de mídia

Os últimos anos vêm mostrando alterações importantes no comportamento, atitudes e valores dos cidadãos brasileiros com relação à democracia e seu funcionamento. Leonardo Avritzer aponta que “há uma opinião ambígua em relação à democracia que se formou durante a recente crise política no país” (AVRITZER, 2023, p. 15). Para tanto, utiliza dados que mostram uma queda da confiança dos brasileiros nas instituições democráticas, um aumento do número de eleitores que se declaram de direita (especialmente no ponto extremo da tabela ideológica) e um consequente afastamento progressivo dos cidadãos do centro político.

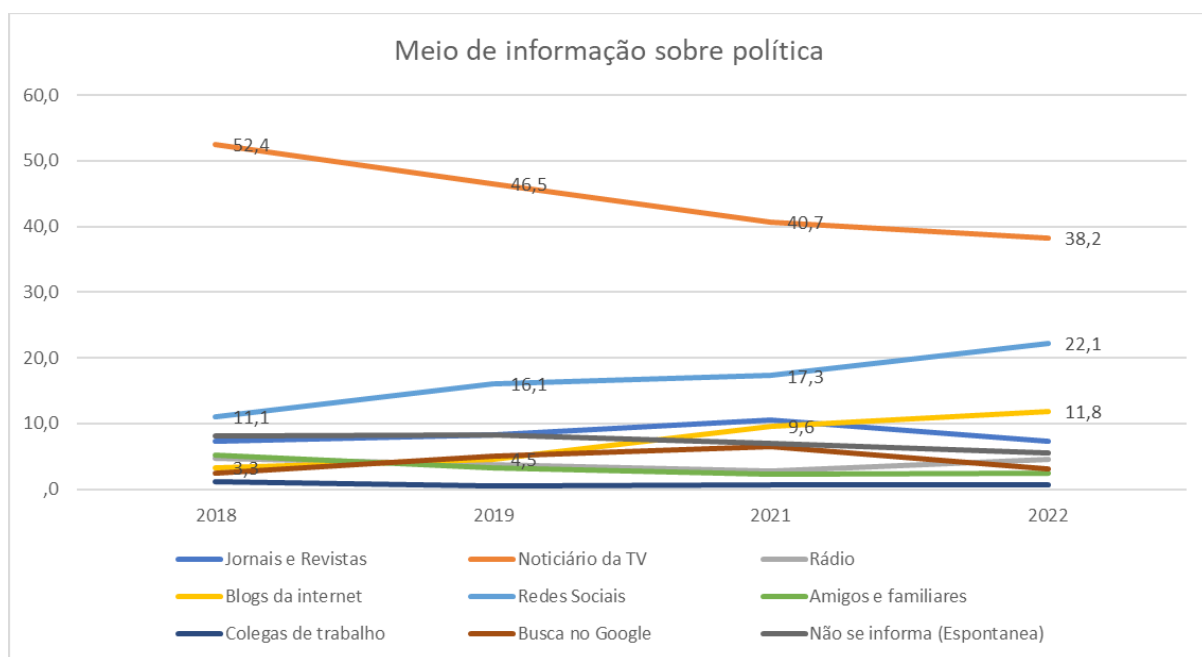
Tal perspectiva ganha ainda mais proeminência se levarmos em conta o conturbado cenário político dos últimos anos no Brasil, a polarização e as recentes eleições nacionais. Para ficarmos apenas em alguns acontecimentos marcantes do contexto político, o impedimento de Dilma Rousseff, a prisão de Lula e a eleição de Bolsonaro em 2018 são elementos que contribuíram para a constituição de um contexto polarizado sem precedentes em nossa história recente.

Entre os fatores que permitem constatar essa inédita divisão política da sociedade brasileira, Nunes e Traumann (2023) demonstram que nos três governos anteriores ao de Bolsonaro (Lula, Dilma e Temer) havia uma volatilidade muito maior da diferença entre a aprovação e reprovação do que a observada no período Bolsonaro. Essa relativa imobilidade recente na avaliação dos eleitores se mantém mesmo quando se observam eventos que costumam ter impacto na forma como as pessoas avaliam o governo. A gestão do governo na pandemia de Covid 19, o reajuste no valor do benefício Auxílio Brasil ou a volta da inflação não parecem ter tido impacto significativo na aprovação ou desaprovação de Bolsonaro, conforme os dados apresentados pelos cientistas (NUNES e TRAUMANN, 2023, p. 27).

Esse período é marcado também pelo aprofundamento de mudanças significativas no consumo de informação de política e na configuração dos espaços e da forma como o debate público ocorre a partir do uso intensivo e extensivo da internet e, especificamente, das redes sociais. Nesse sentido, os hábitos de consumo midiático dos cidadãos são aspecto importante para melhor compreender as mudanças que atravessam a sociedade.

Os dados da série da pesquisa A Cara da Democracia demonstram uma queda no consumo de informação política por meio do noticiário televisivo ao mesmo tempo em que há uma ampliação significativa e constante no uso das redes sociais para informar-se sobre os acontecimentos políticos.

Gráfico I: Consumo de mídia e informação por meio de comunicação<sup>4</sup>



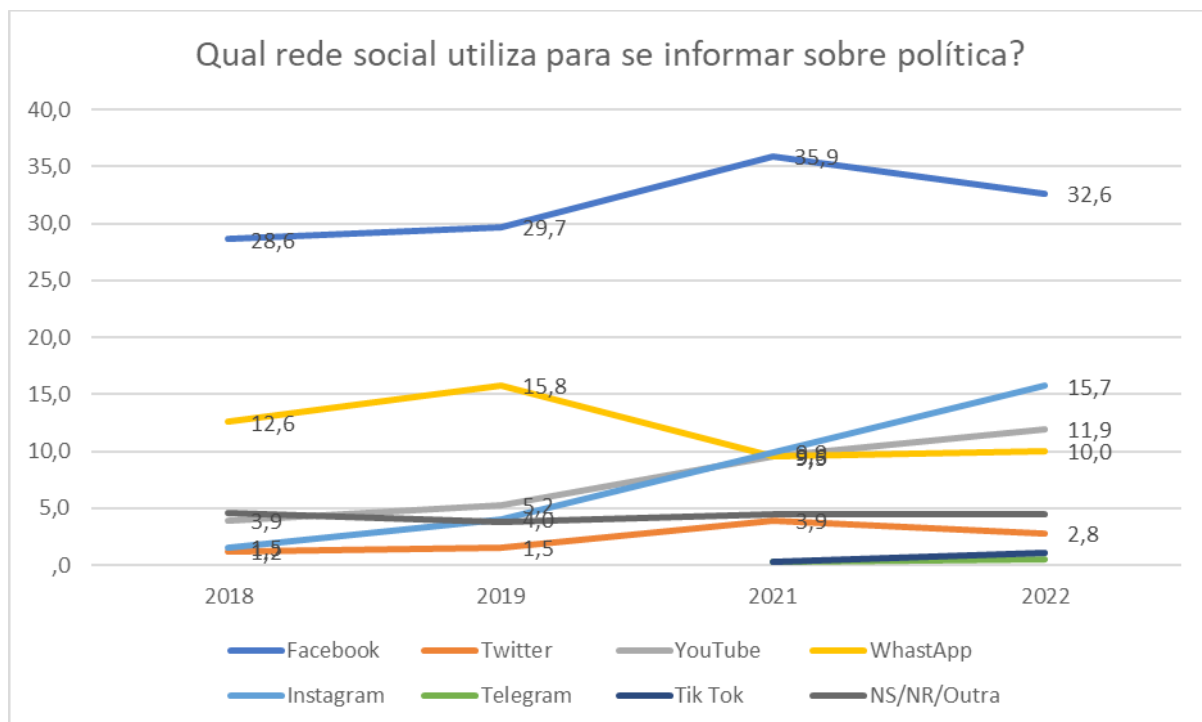
Fonte: as autoras com base em dados da A Cara da Democracia no Brasil - 2018-2022.

Quando perguntados especificamente sobre as redes utilizadas para

<sup>4</sup> Ao longo das rodadas do survey, a forma com que a pergunta foi feita sofreu algumas alterações, principalmente ao perguntar sobre o uso de redes sociais. Nos anos de 2018 e 2022, foram listadas redes sociais como alternativa para se informar sobre política. Nos anos de 2019 e 2021, substituiu-se o termo redes sociais por Facebook, Twitter, Youtube, Whatsapp, Instagram, Telegram e Tik Tok. Para a construção do gráfico foram somadas essas categorias com a finalidade de facilitar a visualização.

informação política, destaca-se o crescimento do Facebook, Instagram e YouTube, assim como uma relativa estabilização do Whatsapp e do Twitter. As demais redes ainda são de uso residual na amostra investigada.

Gráfico II: Rede social utilizada para se informar sobre política



Fonte: as autoras com base em dados da A Cara da Democracia no Brasil - 2018-2022.

Os dados demonstram que o crescimento do uso das redes sociais tem redesenhado o padrão de como as pessoas se informam sobre política. Essa alteração tem reflexos em como diferentes debates e temas passam a ocupar a esfera pública, na velocidade com que essas notícias se espalham e na veracidade desses debates, uma vez que as fontes passam a ser mais diversas e múltiplas, sem necessariamente a atuação de intermediários como no jornalismo tradicional. Na seção a seguir, nos detemos ao fenômeno da desinformação fortemente impulsionado pelo crescimento do uso das redes sociais.

## 2. Fake news e desinformação

A produção e circulação de histórias falsas não é algo recente e tampouco restrito à boataria sobre intimidades de terceiros. Política e produção/distribuição de relatos falsos com fins políticos parecem coexistir na história da humanidade. Conforme conta Hannah Arendt (1972), a disseminação de relatos falsos faz parte do jogo político há bastante tempo. Dourado e Gomes reafirmam essa percepção assim como a prática de criação e distribuição de histórias falsas.

É plausível imaginar que boa parte da energia despendida na comunicação política em ambiente competitivo sempre envolveu a invenção de história e a disseminação de boatos, pelos mais diferentes meios e com os mais variados propósitos imediatos, a fim de criar ou destruir imagens públicas de atores políticos, produzir medo na plebe ou no eleitorado ou induzir comportamentos e atitudes dos interessados nas disputas políticas. Um boato, naturalmente, não precisa basear-se em uma história falsa, mas é igualmente plausível imaginar que a invenção de fatos inexistentes desempenhe um papel importante nas narrativas disseminadas, assim como são relevantes a distorção, o exagero, a supressão ou qualquer forma de alteração intencional dos fatos realmente acontecidos (DOURADO e GOMES, 2019, p. 4).

No findado século XX das comunicações analógicas, meios de comunicação tradicionais como TV, rádio e impresso também produziam e veiculavam notícias falsas ou parcialmente falsas em seus noticiários. No tempo presente, de mídias sociais, quebra do polo emissor e disseminação de conteúdos massivamente, continuamente e em grande velocidade, o termo fake news tornou-se rapidamente difundido, referindo-se a relatos e histórias que trafegam em larga escala em ambientes digitais de convivência, ou seja, redes sociais por onde circulam informações, mas também identidades, preferências, comportamentos, valores.

Essas narrativas falsas são construídas por pessoas interessadas nos efeitos políticos que elas poderiam produzir e hoje fazem parte do conjunto informacional que é ofertado e circula nas redes sociais. Além da facilidade para a produção de conteúdo digital, seu potencial alcance é incomparável com outras formas de divulgação de relatos falsos, haja vista a digitalização intensiva da vida contemporânea, seja em seus aspectos políticos, seja em seus aspectos mais privados.

A literatura é unânime em reconhecer o papel da digitalização da produção e do consumo de notícias como um fator preponderante a explicar o fenômeno das



fake news. “Raramente alguém põe em dúvida hoje o fato de *fake news* serem criaturas essencialmente digitais” assinalam Dourado e Gomes (2019, p. 6).

Tanto a forma quanto a circulação de notícias foram alteradas pela digitalização, assim como a possibilidade de que pessoas comuns, sem formação específica ou aparato midiático, possam se tornar emissores e alcançar grandes audiências. Os dispositivos móveis fazem com que estejamos constantemente suscetíveis ao pulular de notificações das redes sociais em uma intensidade e extensão contínuas.

A vida digital comporta possibilidades nunca experimentadas no território da contrafação de narrativas factuais, sobretudo porque acrescenta a esta atividade uma capacidade sem precedentes de alcance na disseminação de conteúdo falso e uma velocidade antes impensável de propagação. Sem mencionar a facilidade na produção de conteúdo, as possibilidades de distribuição extremamente segmentada para o público-alvo, a capacidade de exposição inadvertida nos smartphones, a extrema maleabilidade e reprodutibilidade dos materiais digitais (DOURADO e GOMES, 2019, p. 7).

A agenda de pesquisa sobre o fenômeno das fake news é vasta e parece crescer exponencialmente nos últimos anos. Ainda que não haja consenso sobre o conceito e que se verifique uma certa polissemia do termo, parte das definições trazem em comum alguns elementos chave, como se tratarem de informações intencionalmente ou conhecidamente falsas (HUMPRECHT, 2018), referindo-se portanto à facticidade de um relato; a finalidade de obterem ganho político ou econômico (TANDOC JR, LIM, LING, 2018), dizendo respeito à intencionalidade do produtor e/ou disseminador; e o fato de trafegarem em ambientes online ou digitais (BRUMETTE et al 2018). Diversos autores (BRUMETTE et al 2018; KLEIN e WUELLER 2017; HAIDEN 2018) têm destacado também o aspecto desses relatos mimetizarem formatos jornalísticos, travestindo-se de notícias e valendo-se da tendência das redes sociais construírem câmaras de eco (ou bolhas), contribuindo assim para o estabelecimento de estruturas fechadas de autoconfirmação.

Mendonça e colegas, em criteriosa revisão bibliográfica, recuperam uma definição especialmente interessante para o contexto conflitivo em que se encontra o Brasil contemporâneo, a *weaponization* das fake news. Ou seja, as narrativas

utilizadas para *negar outros discursos*, especialmente aqueles de organizações jornalísticas convencionais.

Chamar as notícias de veículos tradicionais de *fake news* tornou-se prática constante por parte de lideranças políticas e ativistas, atacando a credibilidade de veículos de comunicação tradicionais e de políticos rivais (Waisbord, 2018; Lukamto, Gibbons, Carson, 2018; Gorbach, 2018). Nota-se, assim, a *weaponization* do termo, que é convertido em instrumento de ataque e defesa (Bennett, Livingston, 2021; Lukamto, Gibbons, Carson, 2018). Para Bennett e Livingston (2018), quando pessoas públicas adotam tal estratégia, minam-se as bases de facticidade e começa-se a alimentar discursos públicos orientados por raiva, ódio, preconceito e mentiras. (...) o fenômeno da *weaponization* das *fake news* é particularmente relevante por permitir vislumbrar o cenário conflitivo em que são produzidas, consumidas e mobilizadas em batalhas simbólicas. Elas dizem mais da natureza de muitos conflitos políticos contemporâneos do que de padrões cognitivos e informacionais (MENDONÇA et alli, 2023).

Tal fenômeno parece conectar-se de forma íntima com o uso que grupos de extrema direita e extremistas de forma geral têm feito da internet nos últimos anos, fomentando a circulação de discursos de ódio, teorias conspiratórias e desinformação (Allcott, Gentzkow, 2017; Machado et al, 2020).

No caso brasileiro, parte significativa da desinformação é distribuída por meio de vídeos do YouTube - plataforma que se tornou tanto um repositório quanto um amplificador de discursos radicais de extrema-direita, incluindo discursos conspiracionistas e movimentos anticiência, como os de terra planistas, aqueles contrários às universidades públicas ou contra as vacinas (Albuquerque, Quinan, 2019; Reis, Zanetti, Frizzera, 2020).

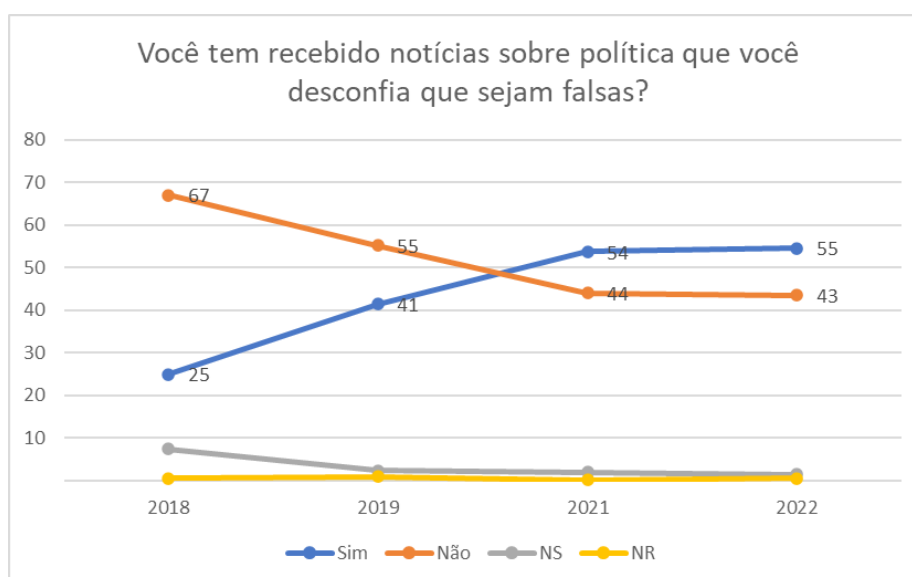
Exemplo do ambiente desinformativo durante as últimas eleições nacionais pode ser dado por levantamentos de diferentes pesquisadores e agências de checagem. A estratégia bolsonarista de compartilhamento de links de canais e sites desinformativos foi identificada, por exemplo, pela agência Aos Fatos. Entre 16 de agosto e 19 de setembro de 2022, o acompanhamento de 578 comunidades de Telegram e 285 grupos de WhatsApp verificou que links para sites considerados hiperpartidários (conceito adotado pela agência para se referir a sites desinformativos como Terra Brasil Notícias e Pleno News) foram compartilhados ao menos 40.796 vezes. Esse compartilhamento contribui para a monetização por meio de anúncios automáticos no Google AdSense, o que demonstra também certa

anuência das plataformas no combate às fake news, uma vez estarem permitindo anúncios e, assim, remunerando indiretamente os proprietários dos sites desinformativos.

Ainda que existam pessoas em busca apenas de ganho financeiro por meio da monetização de cliques em anúncios automáticos, é notório o crescimento da circulação de conteúdo falso com o fim de produzir consequências políticas, beneficiando determinados atores.

Nesse contexto, as notícias falsas aparecem com força como um tema proeminente e na ordem do dia do debate acadêmico e político. A pesquisa “A cara da Democracia no Brasil” desde 2018 tem questionado os brasileiros sobre o possível recebimento de notícias falsas. A série histórica demonstra que entre os anos de 2018 e 2019 a maioria dos brasileiros afirmaram não desconfiar de ter recebido notícias falsas sobre política. Essa tendência se altera a partir de 2021, ano em que a maioria dos entrevistados desconfiam ter tido contato com alguma notícia falsa.

Gráfico III - Você tem recebido notícias sobre política que você desconfia que sejam falsas?





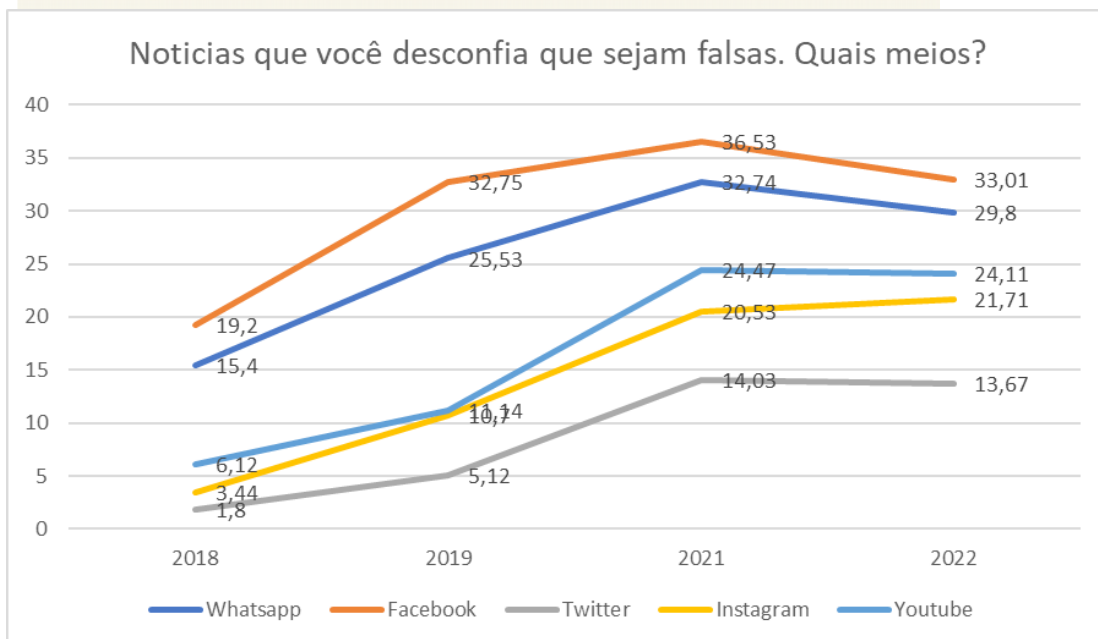
Fonte: as autoras com base em dados da A Cara da Democracia no Brasil - 2018-2022.

Há algumas importantes diferenças em como a pergunta foi aplicada ao longo dos anos na pesquisa. Em 2018 a pergunta foi: "Você tem recebido notícias sobre política que você desconfia que sejam falsas?". A partir de 2019 inseriu-se um marco temporal, questionando os entrevistados se "Nos últimos 6 meses, você leu notícias sobre política que você desconfia que sejam falsas". Em 2021 e 2022, a pergunta foi feita da seguinte forma: "Nos últimos 6 meses, você leu, ouviu ou viu notícias sobre política que você desconfia que sejam falsas?".

Embora existam diferenças entre a forma como a pergunta foi feita, assumimos que elas não são significativas no que tange à percepção dos respondentes sobre terem recebido fake news, uma vez que a terminologia "notícias falsas", assim como a desconfiança, repetem-se em toda a série. A maior diferença diz respeito ao marco temporal, introduzido em 2019. Mesmo com esse parâmetro, que, em tese reduziria a apreensão do fenômeno, a desconfiança de ter recebido notícias falsas ampliou-se.

Com relação aos meios pelos quais as pessoas entrevistadas afirmam ter recebido notícias falsas entre os anos de 2018 a 2022, o Facebook é a plataforma mais citada como o meio pelo qual o entrevistado recebeu notícias falsas, seguido pelo Whatsapp, Youtube e Instagram. Destaque para o crescimento de menções ao Instagram e Twitter desde o início da série histórica.

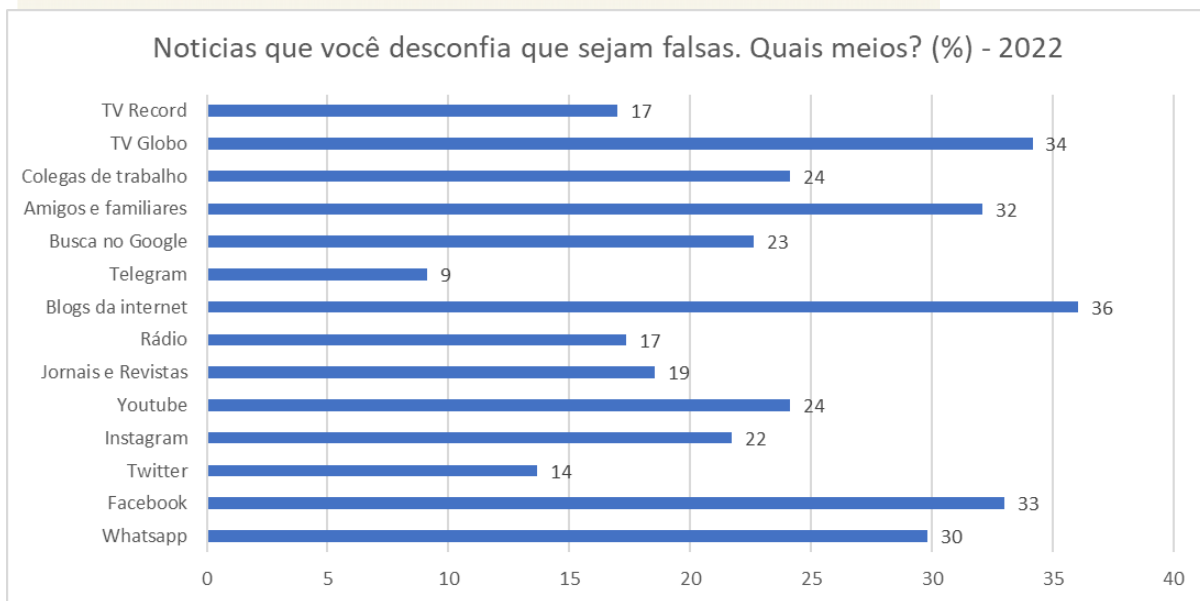
Gráfico IV - Notícias que você desconfia que sejam falsas: por quais meios  
Série 2018 - 2022



Fonte: as autoras com base em dados da A Cara da Democracia no Brasil - 2018-2022.

Na rodada da pesquisa de 2022, foram acrescentados outros meios pelos quais o respondente poderia ter recebido notícias falsas. No gráfico a seguir, observa-se que os blogs de internet passam a ocupar a dianteira na percepção dos entrevistados de recebimento de notícias falsas, seguidos pela Rede Globo, que vem praticamente empatada com o Facebook, depois amigos e familiares e Whatsapp.

Gráfico V - Notícias que você desconfia que sejam falsas: por quais meios?  
Apenas o ano de 2022.



Fonte: as autoras com base em dados da A Cara da Democracia no Brasil - 2018-2022.

Algumas ponderações sobre esses dados são importantes. As perguntas sobre notícias falsas tratam da percepção dos respondentes sobre o recebimento (leu, viu ou ouviu) de informações que eles desconfiam que não sejam verdadeiras. Com base nos dados, não é possível afirmar se a pessoa realmente teve acesso a uma notícia inverídica ou se a fonte apontada como meio de desinformação de fato disparou notícias falsas. Os dados falam muito mais sobre como a pessoa percebe as circulações das informações e dá indícios sobre o nível de confiança dos cidadãos em relação aos meios de informação.

Toma-se como exemplo a percepção dos entrevistados em relação à TV Globo. Apesar de ser um meio de informação tido como tradicional, ao longo dos anos, o nível de desconfiança em relação à Globo tem crescido. A pesquisa demonstra que mais de 50% dos respondentes ao serem questionados sobre o grau de confiança na emissora, desde 2018, afirmaram não confiar na Rede Globo. Em 2021, esse nível de desconfiança alcança o patamar de 63% e em 2022 de 58%. De forma que não é surpresa que parte considerável das pessoas que afirmam ter recebido notícias que desconfiam que sejam falsas indiquem a Rede Globo como fonte de informação política.

Por outro lado, a internet ocupa um importante e crescente espaço ao se discutir fake news. Blogs da internet, Facebook e Whatsapp aparecem como fontes em destaque na percepção no recebimento de desinformação e num movimento ascendente desde 2018.

Quando se olha para o perfil de quem afirmou ter recebido uma notícia que desconfia que seja falsa observa-se que a maioria (26%) tem entre 46 e 59 anos, são homens (52%), recebem até cinco salários mínimos e cursaram até o ensino médio (69%,).

Como demonstram alguns pesquisadores de fake news, fatores sociodemográficos contribuem para explicar porque algumas pessoas seriam mais suscetíveis ao contexto da desinformação. Mendonça e colegas recuperam estudos sobre a realidade estadunidense que mostram que há maior probabilidade de acreditar em fake news as pessoas que gastam menos tempo consumindo mídia, aquelas com menor tempo de educação formal e os mais jovens, assim como o baixo nível de leitura e interpretação de texto (MENDONÇA et al, 2023).

De forma geral, os dados demonstram o entrelace de temas e meios vinculados à discussão sobre fake news. Ainda que os dados sobre a percepção de recebimento de desinformação forneçam caminhos analíticos, não é possível, de fato, apontar quem são as pessoas que realmente acreditam nas fake news, apenas aqueles que desconfiam de tê-las recebido. Por outro lado, há um conjunto de dados que possibilitam uma aproximação dessa dimensão analítica, através do debate das teorias conspiratórias que tiveram ampla circulação no país nos últimos anos. Impulsionados pelo crescimento de setores conservadores e anticiência na sociedade, essas questões ganharam visibilidade e apesar de serem comprovadamente mentirosas foram tidas como verdadeiras por parte da sociedade. É o que veremos a seguir.

### 3. Teorias conspiratórias e percepção de recebimento de fake news

Trabalhamos aqui com três falsas afirmações que tiveram ampla circulação nos últimos anos e que fizeram parte do questionário da pesquisa A Cara da

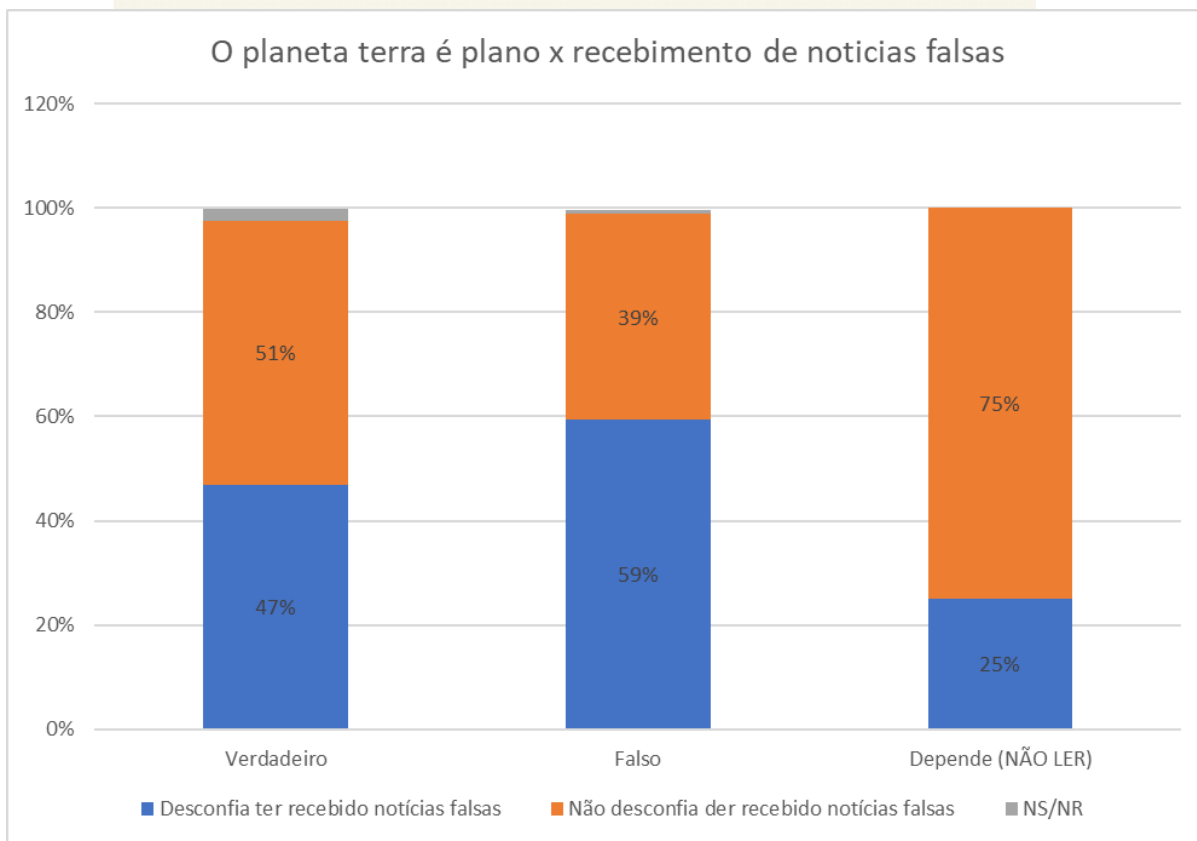
Democracia aplicado em 2021 e 2022: i) O planeta Terra é plano; ii) A cloroquina cura a Covid-19 e iii) O homem nunca pisou na Lua.

A partir de meados de 2014, o movimento terraplanista ganhou força, principalmente na internet com vídeos em plataformas digitais como YouTube, Facebook e Instagram propagando a falácia de que o planeta Terra seria tão plano quanto um disco de vinil. Apesar do campo científico se mobilizar para refutar esse argumento, na rodada da pesquisa de 2021, 22% dos brasileiros afirmaram acreditar que a Terra é plana. Em 2022, esse dado se confirma com 20% dos entrevistados defendendo a ideia do terraplanismo. Sobre o perfil das pessoas que acreditam que a Terra é plana, 86% dos respondentes têm escolaridade até o ensino médio, sendo que desses 31% possui o ensino médio completo. 57% são mulheres e 27% têm entre 46 a 59 anos. Enquanto, na população geral, 20% acreditam na falsa teoria, entre quem é analfabeto ou completou somente os anos iniciais do ensino fundamental o índice chega a 27%.

Ao comparar o dado do terraplanismo com a percepção de notícias falsas, observa-se que entre as pessoas que defendem que o planeta Terra é plano, 51% diz que não desconfia ter visto, lido ou ouvido uma notícia falsa nos últimos seis meses. O padrão se inverte entre aqueles que reconhecem que a terra realmente é redonda. Nesse caso, 59% dos entrevistados confirmam desconfiar de ter recebido notícias falsas, contra 39% que afirmam não ter recebido.

Gráfico VI - O planeta Terra é plano versus recebimento de notícias falsas





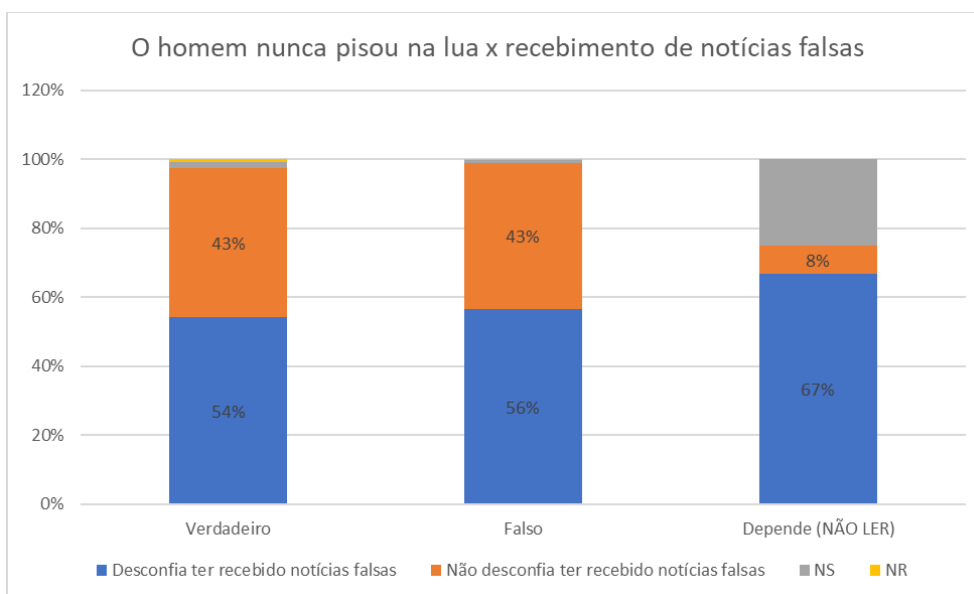
Fonte: as autoras com base em dados da A Cara da Democracia no Brasil - 2022.

Também na linha do terraplanismo está a afirmação de que o homem nunca pisou na Lua. Para aqueles que acreditam nessa teoria conspiratória, a ida do homem à Lua é apenas uma encenação. Essa ideia tem se espalhado por vários países, e em 2022, 27% dos brasileiros afirmaram ser verdadeira a afirmação que o homem nunca pisou na Lua. Essa teoria encontra terreno fértil principalmente entre homens (52%), com mais de 45 anos (47%) e que recebem até cinco salários mínimos (87%). Esses 27% que não acredita que o homem já pisou na Lua estão mais concentrados em grupos com menos escolaridade. Entre os entrevistados com ensino superior completo e incompleto, o índice cai para 21%.

Ao comparar os dados entre a desconfiança de recebimento de notícias falsas e crença na teoria que o homem nunca foi à Lua, 54% dos respondentes que dizem ser verdadeira a teoria conspiratória, também afirmam ter recebido notícias que desconfiam que sejam falsas. Por outro lado, diferentemente do que aconteceu no

caso da terra plana, a média de recebimento de notícias falsas permanece a mesma entre aqueles que dizem ser falso que o homem nunca pisou na Lua.

Gráfico VII - O homem nunca pisou na Lua versus recebimento de notícias falsas



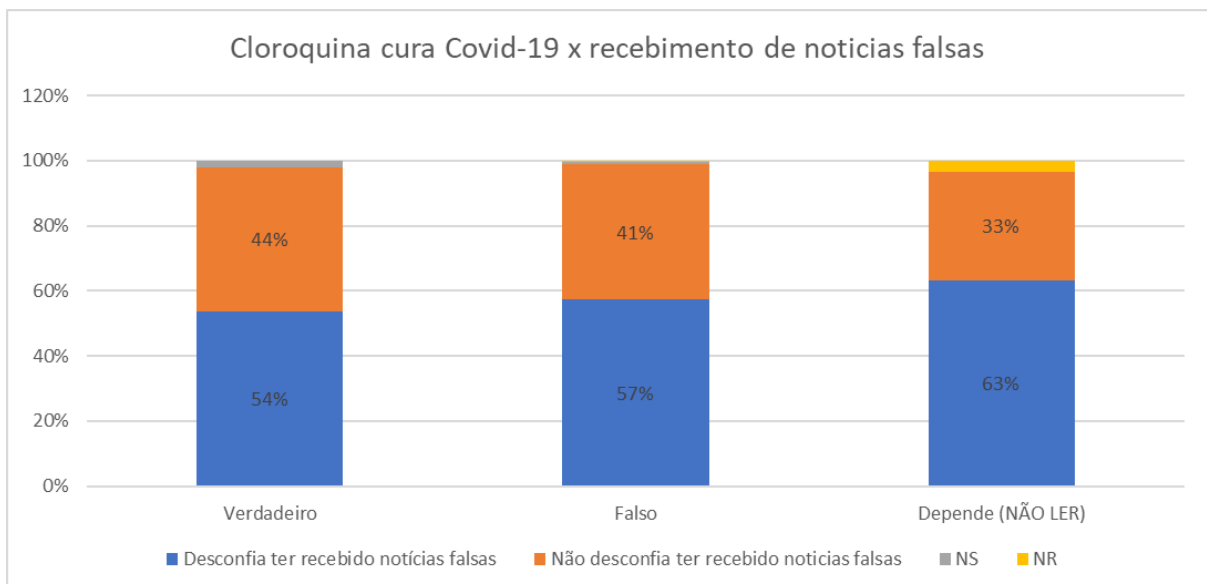
Fonte: as autoras com base em dados da A Cara da Democracia no Brasil - 2022.

Por fim, a discussão sobre os efeitos da cloroquina, o suposto remédio milagroso contra a Covid 19. Tese repetidamente comprovada falso por diversos estudos nacionais e internacionais, é a de que a cloroquina curaria a Covid-19. O discurso em defesa da cloroquina esteve muito atrelado as falas do ex-presidente Jair Bolsonaro. Os dados confirmam essa correspondência. Entre aqueles que afirmam que a cloroquina cura a Covid, 49% declararam voto em Jair Bolsonaro e 34% eram eleitores do Lula (dados da rodada de junho 2022).

Em 2021, 30% dos entrevistados acreditava que o remédio sem eficácia contra o vírus combatia a doença, contra 55%. Em 2022, 21% dizem que a cloroquina tem efeito, enquanto 67% consideram a afirmação falsa. Mais uma vez,

homens (54%) com idade acima de 34 anos (78%) e renda familiar até cinco salários mínimos (47% recebe até 2 salários e 38% até 5 cinco salários) são a maioria dentre aqueles que confirmam que a cloroquina é eficaz contra o vírus da Covid-19. A crença no medicamento é maior entre os segmentos menos escolarizados.

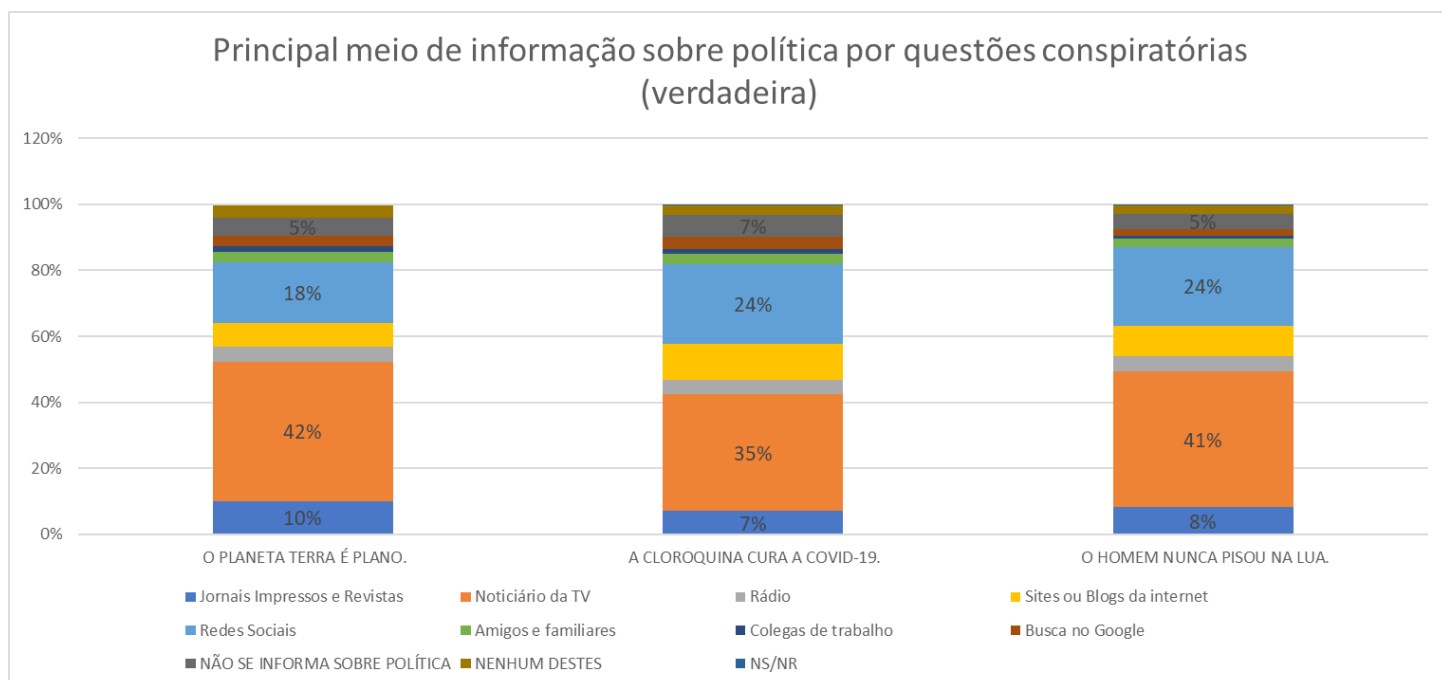
Em relação ao recebimento de notícias falsas, o mesmo padrão da teoria de que o homem nunca pisou na Lua se repete. Nesses dois casos, acreditar ou não em uma teoria conspiratória não se relaciona de modo preponderante com a percepção de recebimento de notícias falsas. Mesmo entre aqueles que acreditam ou não na eficácia da cloroquina a maioria afirma não ter desconfiado de notícias falsas. O único caso em que esse padrão se inverte refere-se à teoria da terraplanista.



Fonte: as autoras com base em dados da A Cara da Democracia no Brasil - 2022.

Ao comparar as três teorias com os principais meios de informação política, observa-se que o noticiário de TV continua sendo o principal meio de informação nos três casos. No entanto, ao observar a categoria redes sociais, observa-se que esse meio perde centralidade entre aqueles que acreditam que a terra é plana e amplia-se entre os respondentes que defendem que cloroquina cura a Covid-19 e que o homem nunca pisou na Lua.

Gráfico VIII - Principal meio de informação política por questões conspiratórias



Fonte: as autoras com base em dados da A Cara da Democracia no Brasil - 2022.

## Discussão

O artigo encontra-se em fase inicial, de exploração dos dados para verificação de melhores caminhos. Não iremos apresentar conclusões que possam ser generalizadas a respeito das fake news e do consumo de informação política por cidadãos brasileiros. Não foi esse o intuito. O corpus não permite esse grau de confiança para generalizações dessa natureza. O que buscamos foi testar relações entre a percepção do recebimento de fake news com dados educacionais, sociodemográficos e crença em narrativas conspiratórias em busca de descrições explicativas sobre perfil dessas pessoas, assim como valores políticos. Isso deu-se com o intuito de contribuir com a construção de hipóteses mais gerais assim como

explorar esse fenômeno que tem papel decisivo sobre a democracia e os movimentos políticos recentes no Brasil – sendo que nada indica que sua força arrefecerá em breve.

Destaca-se, primeiramente, que apesar do aumento na percepção de notícias falsas, é ainda inquietante que 43% dos brasileiros continuem afirmando não ter tido contato com notícias que desconfiam que sejam falsas. Além disso, apesar das redes sociais serem reconhecidamente as principais fontes de difusão de notícias falsas, grande parte da sociedade também aponta a Rede Globo e amigos e familiares como meio de acesso à desinformação (é possível e provável que parcela significativa disso deve transitar pelas redes sociais). Observa-se, portanto, que a desconfiança em histórias e relatos transcende os limites das informações de fontes “digitais”.

Os dados também demonstram que é importante analisar, além do fluxo e das características das notícias falsas, atentar à percepção das pessoas com relação a esse problema. Sabe-se que é parte do grande desafio de combate às informações mentirosas a educação midiática, dada a velocidade de propagação das fake news e a necessidade de interrupção da cadeia de envio. Dessa forma, compreender como a população tem identificado ou não uma notícia falsa é parte de possíveis soluções.

Ao inserir o debate sobre as teorias conspiratórias, destacam-se alguns elementos. Inicialmente, o nível baixo de escolaridade como fator explicativo, especialmente para questões como a do terraplanismo. Em outros temas, há um amplo processo de desinformação nas redes sociais, destacadamente quando recebem informações das suas estruturas de confiança, como instituições religiosas, família ou local de trabalho. Os dados iniciais inferem que de modo geral as pessoas não associam o contato com notícias falsas com as teorias conspiratórias e que há uma variação importante em relação aos temas. Há aqui um insight para trabalhos futuros – determinadas notícias falsas ou teorias conspiratórias estão atreladas a grupos políticos específicos? Há fontes de informações específicas? A crença em uma teoria conspiratória induz as pessoas a não desconfiarem de informações duvidosas?



Além disso, em próximos estudos parece interessante uma comparação entre o público geral da pesquisa e aqueles que afirmam desconfiar do recebimento de notícias falsas: há diferenças entre eles no que tange à desconfiança em instituições? Seriam mais suscetíveis, por exemplo, a defender um golpe de estado do que a população geral? Seu índice de confiança demonstra uma volatilidade maior? E demonstrariam uma tendência ideológica específica ou estão distribuídos assim como a população em geral?

## Referências

ALBUQUERQUE, A.; QUINAN, R. Crise epistemológica e teorias da conspiração: o discurso anti-ciência do canal “Professor Terra Plana”. In: **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 13, n. 3, p. 83-104, 2019.

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social media and fake news in the 2016 election. In: **Journal of Economic Perspectives**, v. 31, n. 2, p. 211-36, 2017.

ARENDT, H.. **Verdade e Política: Entre o Passado e o Futuro**. São Paulo: Perspectiva, 1972.

AVRITZER, L.. Eleições e democracia. In: AVRITZER, L.; SANTANA, E.; BRAGATTO, R. C.. **Eleições 2022 e a reconstrução da democracia no Brasil**. Belo Horizonte: Autêntica, 2023.

BRUMMETTE, John. et al. Read All about It: The Politicization of Fake News on Twitter. In: **Journalism & Mass Communication Quarterly**, v 95, n. 2, pp. 497-517, 2018.

DOURADO, T.; GOMES, W.. O que são, afinal, fake news, enquanto fenômeno de comunicação política? In: **Anais do 8o Compolítica**, Brasília, 2019.

HADEN, Leonie. Tell me Lies, Tell me Sweet Little Lies. In J. Althuis; L. Haiden (eds.), **Fake News: A Roadmap**. Riga, NATO Strategic Communications Centre of Excellence; London, The King's Centre for Strategic Communications, pp. 7-13, 2018.

HUMPRECHT, Edda. Where ‘Fake News’ Flourishes: A Comparison across Four Western Democracies. In: **Information, Communication & Society**, v. 22, n. 13, pp. 1973-1988, 2018.

KLEIN, David O.; WUELLER, Joshua R. Fake News: A Legal Perspective. In: **Internet Law**, v. 20, n. 10, pp. 5-13, 2017.

MACHADO, C. C. V.; DOURADO, D. A.; SANTOS, J. G.; SANTOS, N.. Ciência contaminada: analisando o contágio de desinformação sobre coronavírus via YouTube, 2020. Disponível em: <<https://laut.org.br/ciencia-contaminada.pdf>>. Acesso jan/2023.

MENDONÇA, R. F.; FREITAS, V. G.; AGGIO, C. O.; SANTOS, N. F.. Fake News e o Repertório Contemporâneo de Ação Política. In: **Dados Revista de Ciências Sociais**, v. 66, n. 2, 2023.

NUNES, F.; TRAUMANN, T.. A eleição que calcificou o país. In: AVRITZER, L.; SANTANA, E.; BRAGATTO, R. C.. **Eleições 2022 e a reconstrução da democracia no Brasil**. Belo Horizonte: Autêntica, 2023.

REIS, R.; ZANETTI, D.; FRIZZERA, L.. A conveniência dos algoritmos: o papel do YouTube nas eleições brasileiras de 2018. In: **Revista Compolítica**, v. 10, n. 1, p. 35-58, 2020.

TANDOC JR., Edson C.; LIM, Zheng Wei; LING, Richard. Defining ‘Fake News’. In: **Digital Journalism**, vol. 6, no 2, pp. 137-153, 2018.