

**FAKE NEWS E DEMOCRACIA: UMA ANÁLISE DOS EFEITOS DA
DESINFORMAÇÃO NAS ATITUDES DEMOCRÁTICAS DE BRASILEIROS**

***NOTICIAS FALSAS Y DEMOCRACIA: UN ANÁLISIS DE LOS EFECTOS DE LA
DESINFORMACIÓN EN LAS ACTITUDES DEMOCRÁTICAS DE LOS BRASILEÑOS***

***FAKE NEWS AND DEMOCRACY: AN ANALYSIS OF THE EFFECTS OF
DISINFORMATION ON BRAZILIANS' DEMOCRATIC ATTITUDES***



Débora de Oliveira SANTOS¹
e-mail: dos.deborasantos@gmail.com



Bianca Ferreira de ANDRADE²
e-mail: biancafa97@gmail.com

Como referenciar este artigo:

SANTOS, Débora de Oliveira; ANDRADE, Bianca Ferreira
de. Fake news e democracia: uma análise dos efeitos da
desinformação nas atitudes democráticas de brasileiros.
Rev. Cadernos de Campo, Araraquara, v. 25, n. esp. 1,
e025003. e-ISSN: 2359-2419. DOI:
10.47284/cdc.v25iesp1.19715



| Submetido em: 30/09/2024
| Revisões requeridas em: 23/10/2024
| Aprovado em: 25/11/2024
| Publicado em: 12/09/2025

Editores: Profa. Dra. Maria Teresa Miceli Kerbaux
Prof. Me. Paulo José de Carvalho Moura
Profa. Me. Luana Estela Di Pires

¹ Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre – Rio Grande do Sul (RS) – Brasil. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Mestra em Ciência Política pela mesma instituição. Membro da equipe do World Values Survey Brasil.

² Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre – Rio Grande do Sul (RS) – Brasil. Mestra em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Bacharela em Relações Internacionais pela mesma instituição. Membro da equipe do World Values Survey Brasil.

Prof. Me. Lucas Barbosa de Santana

Prof. Me. Maurício Miotti

RESUMO: Embora os avanços nas tecnologias informacionais e comunicacionais possam fomentar a democratização, eles também facilitam a propagação da desinformação. No Brasil, uma democracia marcada por instabilidades políticas e golpes de Estado, cuja cultura política híbrida combina desconfiança institucional e apoio à democracia, as *fake news* ganharam destaque nas eleições de 2018. Neste artigo, exploramos como as *fake news* afetam a democracia a partir da dimensão atitudinal, analisando opiniões, atitudes e comportamentos sobre meios de comunicação, redes sociais e *fake news* entre brasileiros, bem como sua relação com atitudes democráticas. Utilizando uma abordagem mista, analisamos dados do World Values Survey, da pesquisa “A Cara da Democracia” e de quatro grupos focais. Nossos resultados indicam desconfiança nos meios de informação e baixa verificação de informações. Além disso, identificamos que o apoio a formas autoritárias de governo está associado ao recebimento de *fake news* e à percepção de que as redes sociais não têm importância política.

PALAVRAS-CHAVE: Fake News. Redes sociais. Desinformação. Democracia. Cultura política.

RESUMEN: Aunque los avances en las tecnologías de la información y la comunicación pueden fomentar la democratización, también facilitan la propagación de la desinformación. En Brasil, una democracia marcada por inestabilidades políticas y golpes de Estado, cuya cultura política híbrida combina desconfianza institucional y apoyo a la democracia, las noticias falsas cobraron relevancia en las elecciones de 2018. En este artículo, exploramos cómo las noticias falsas afectan la democracia desde la dimensión actitudinal, analizando opiniones, actitudes y comportamientos respecto a los medios de comunicación, las redes sociales y las noticias falsas entre brasileños, así como su relación con actitudes democráticas. Utilizando un enfoque mixto, analizamos datos del World Values Survey, de la investigación “La Cara de la Democracia” y de cuatro grupos focales. Nuestros resultados indican desconfianza en los medios de información y baja verificación de datos. Además, identificamos que el apoyo a formas autoritarias de gobierno está asociado con la recepción de noticias falsas y con la percepción de que las redes sociales carecen de relevancia política.

PALABRAS CLAVE: Noticias falsas. Redes sociales. Desinformación. Democracia. Cultura política.

ABSTRACT: While advancements in information and communication technologies may foster democratization, they also facilitate the spread of disinformation. In Brazil, a democracy characterized by political instability and coups d'état, whose hybrid political culture combines institutional distrust and support for democracy, fake news gained prominence in the 2018 elections. In this article, we explore how fake news affects democracy from the attitudinal dimension, analyzing opinions, attitudes, and behaviors about media, social media, and fake news among Brazilians and their relationship with democratic attitudes. Using a mixed-methods approach, we analyze data from the World Values Survey, the “A Cara da Democracia” survey, and four focus groups. Our results indicate distrust in the media and low information verification. In addition, we identified that support for authoritarian forms of

government is associated with fake news exposure and the perception that social networks have no political importance.

KEYWORDS: *Fake news. Social media. Disinformation. Democracy. Political culture.*

Introdução

O avanço da digitalização e o aperfeiçoamento de ferramentas comunicacionais e informacionais têm capacidade para sofisticar processos e serviços, pluralizar a geração e o acesso à informação e viabilizar melhorias nas políticas públicas. No entanto, questões como segurança de dados, hipervigilância, viés algorítmico e disseminação de *fake news*³ acendem um sinal de alerta quanto aos efeitos deletérios que o mau uso das novas tecnologias pode produzir na política, na sociedade e na democracia. Em relação à manutenção da democracia e à integridade de seus processos e instituições, os principais riscos trazidos à tona pelo crescimento da digitalização e das novas tecnologias estão associados à desinformação decorrente da popularização das novas redes sociais.

Essas redes se tornaram espaços relevantes de socialização política (Van Dijck, 2016; Vizcarra Castillo; Oliveira Santos; Castro, 2020), viabilizando interações sociais instantâneas e permitindo acessar, produzir e consumir informações de modo irrestrito e com baixo custo, em condições bastante distintas da comunicação de massas precedente. As características desses espaços virtuais têm capacidade para promover autonomia cidadã, engajamento político e ampliação do debate público, gerando inclusive efeitos de bem-estar individual atrelados à liberdade e à felicidade (Almeida Neto *et al.*, 2021). Porém, a hiperindividualização e a automação de algoritmos nas plataformas têm moldado a opinião pública em câmaras de eco e bolhas informacionais, facilitando a veiculação da desinformação, estimulando o conflito e a polarização política e deteriorando o debate público (Castro, 2015; Andreeva, 2019; Jungherr, 2023; Bennet; Livingston, 2018), além de estarem associadas, no nível individual, a estados emocionais de ansiedade e insegurança pelo excesso de estímulo cognitivo e emocional (Sampson; Maddison; Ellis, 2018).

A desinformação em espaços digitalizados ocorre, principalmente, por meio das *fake news*. Bakir e McStay (2017) definem-nas como peças de informação que mimetizam notícias, com conteúdos intencionalmente falsos ou manipulados, readequando a instrumentalização política de boatos e calúnias (Domenach, 1973; Maquiavel, 2007) ao paradigma digital da vida social contemporânea. Enquanto fenômeno político, elas utilizam a desinformação como

³ A adequação do termo *fake news* tem sido amplamente debatida nas áreas de comunicação e ciências sociais devido às diferentes aplicações e interpretações que assume (Egelhofer *et al.*, 2020; Hellman, 2024), incluindo seu uso para deslegitimar veículos jornalísticos, e pela sobreposição com outros conceitos, como *disinformation*, *misinformation* e *malinformation* (Segurado, 2021). Neste artigo, adotamos a definição de *fake news* como uma forma específica de desinformação, cujo conteúdo busca se assemelhar a peças jornalísticas, disseminando desinformação com aparência de notícias legítimas (Bakir; McStay, 2017).

ferramenta com a finalidade de influenciar comportamentos e preferências políticas (Vizcarra Castillo; Piccinin; Castro, 2022), manipulando as condições do debate público⁴. A capacidade persuasiva das *fake news* está relacionada tanto a recursos discursivos quanto a fatores sociais, psicológicos e afetivos dos indivíduos (Ecker *et al.*, 2022). Elas tendem a ser assimiladas como verdadeiras quando seus conteúdos se assemelham a crenças, valores e atitudes preexistentes, mobilizam apelos emocionais e são compartilhadas em círculos sociais de confiança.

No contexto brasileiro, as preocupações acerca do impacto da desinformação em redes sociais sobre a qualidade da democracia são válidas. Instabilidades políticas e golpes de Estado marcam a história do país, cuja cultura política apresenta, paradoxalmente, um apoio difuso à democracia, de um lado, e atitudes autoritárias e desconfiança institucional, de outro (Castro; Vizcarra Castillo, 2021; Baquero; Ranincheski; Castro, 2018; Castro, 2014). Ainda, nas últimas décadas, crises políticas, institucionais e econômicas têm reforçado, na população brasileira, atitudes de desconfiança e descrença generalizada em relação à política (Baquero; Castro; Ranincheski, 2016; Baquero; Ranincheski; Castro, 2018), o que abre espaço para alternativas antidemocráticas e autoritárias (Castro; Oliveira Santos; Beal, 2020). Soma-se a isso o ambiente de crescente consolidação da polarização afetiva, que afeta as condições do debate público e da vida privada (Nunes; Traumann, 2023) e está associado à deslegitimação da democracia (Borba; Ribeiro; Fuks, 2024). Ou seja, as condições históricas, conjunturais e de cultura política que sustentam a legitimidade e a manutenção do sistema político democrático no Brasil são frágeis e requerem atenção frente aos riscos de desconsolidação ou retrocesso trazidos pelas redes sociais.

De fato, os efeitos negativos da desinformação na democracia brasileira já são observados. Nas eleições de 2018, a difusão de notícias falsas em redes sociais aprofundou a polarização política e a desconfiança institucional (Dourado, 2020). Apesar dos esforços subsequentes da Justiça Eleitoral no combate à desinformação⁵, as eleições de 2022 foram

⁴ A desinformação impulsionada pela automação de algoritmos em plataformas não se restringe a questões políticas. A disseminação de *fake news* em redes sociais tem criado também desafios em temas de saúde pública (Andrade; Timmers, 2023; Vizcarra Castillo; de Oliveira Santos; Castro, 2020; Rocha *et al.*, 2021), meio ambiente (Treen; Williams; O'Neill, 2020) e respostas a desastres naturais (Vizcarra Castillo; de Oliveira Santos, 2024; Chiodi *et al.*, 2024).

⁵ Desde as eleições de 2018, a Justiça Eleitoral brasileira tem liderado iniciativas de combate à desinformação em processos eleitorais, como o Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação da Justiça Eleitoral (PPED), o Centro Integrado de Enfrentamento à Desinformação e Defesa da Democracia (CIEDDE) e a página web “Fato ou Boato”.

marcadas por *fake news* que tinham como alvo as urnas eletrônicas, autoridades eleitorais e o resultado do pleito (Bentes, 2023). A gravidade dos riscos à democracia gerados pela desinformação nesse contexto ficou evidente também na violência política e nos atentados de 8 de janeiro de 2023, eventos permeados por polarização, radicalismo e extremismo, favorecidos pelas condições da comunicação nas plataformas digitais (Shin, 2024), naquilo que Rocha (2023) caracterizou como “mídiosfera extremista”.

Tendo como base pesquisas anteriores sobre *fake news* e cultura política no Brasil, que já indicaram a mobilização de características político-culturais em *fake news* que circularam no país (Vizcarra Castillo; Oliveira Santos; Castro, 2020; Vizcarra Castillo; Piccinin; Castro, 2022; Andrade; Timmers, 2023), neste artigo exploramos como opiniões, atitudes e comportamentos de brasileiros sobre meios de informação, redes sociais e *fake news* influenciam atitudes democráticas e antidemocráticas. Para tanto, adotamos uma estratégia metodológica mista, analisando tanto dados do World Values Survey (WVS) no Brasil e da pesquisa “A Cara da Democracia” quanto dados coletados em quatro grupos focais sobre *fake news* e eleições em 2019. Focamos nossa análise no modo como os brasileiros se informam e utilizam meios tradicionais de comunicação e redes sociais, e em como isso pode estar associado às atitudes em relação à democracia e a formas autoritárias de governo.

Além da introdução e das considerações finais, este artigo está organizado em seis seções. Na primeira, discutimos a relação entre comunicação, sociedade e política, debatendo como o avanço de tecnologias comunicacionais e informacionais reconfigura os desafios dessa relação. Na segunda, abordamos as *fake news* como um fenômeno político. Na terceira, discutimos o impacto da desinformação nas redes sociais sobre a democracia a partir de uma perspectiva político-cultural. Na quarta, apresentamos o desenho metodológico, descrevendo os dados utilizados e as estratégias de análise aplicadas. Por fim, apresentamos os resultados e discussões, indicando os potenciais riscos das *fake news* para a democracia brasileira.

Comunicação, sociedade e política na contemporaneidade

O direito à participação no debate público configura um dos elementos centrais na distinção entre a democracia e outras formas de governo a partir do século XX, com a inserção da camada horizontal das massas na política (Dahl, 2002; Morlino, 2009). Pensando em termos de opinião pública — considerando que esta se origina precisamente do debate público e

pressupõe uma sociedade civil livre e articulada (Bobbio; Matteucci; Pasquino, 1998), sendo um importante pilar da legitimidade dos sistemas políticos (Lane; Sears, 1964) —, o desenvolvimento de meios de comunicação em massa, o predomínio de conglomerados midiáticos e a diluição das fronteiras entre sociedade e Estado fizeram com que se questionasse se a liberdade de expressão é efetiva, bem como se a razão crítica é efetivamente expressa no debate público. Justamente por ser a informação um componente essencial na constituição de percepções, racionalizações, atitudes e comportamentos dos cidadãos na arena política, ela passa a ser mais utilizada como ferramenta na disputa pelo poder político no contexto da comunicação de massas (Lane; Sears, 1964; Castells, 2009).

Retomando o pensamento frankfurtiano, Bilić (2024) reflete sobre as condições da relação entre comunicação e sociedade na contemporaneidade. O autor argumenta acerca da relevância da comunicação para a criação de significado e cooperação social. Porém, sob a lógica da razão instrumental, as plataformas digitais priorizam o engajamento e a maximização de lucros na fusão entre produção e circulação da informação (Bilić, 2024), organizando o fluxo de comunicação com base em algoritmos que favorecem conteúdos que simplificam a realidade, gerando manipulação e dominação. Essa dinâmica se assemelha à crítica frankfurtiana⁶, que argumenta que a razão instrumental simplifica o mundo para torná-lo mais manipulável, em detrimento da reflexão crítica. Bilić (2024) também chama atenção para a necessidade de considerar como diferentes aspectos da informação e da comunicação nas plataformas — conteúdos, produtores, audiências e tecnologias — se reforçam mutuamente na produção de significados simplificados que resultam em manipulação.

Essa crítica é compartilhada por Duff (2012), para quem a sociedade da informação é muitas vezes considerada um conceito puramente técnico, uma tese sociológica neutra em valores, ignorando-se os impactos na política da conformação de uma nova normatividade social constituída a partir das tecnologias de comunicação. Para Duff (2012), o contexto comunicacional atual é o de uma sociedade da informação global, conectada por uma infraestrutura de informação em escala mundial, caracterizada pela mercantilização da informação e pela privatização e intensificação dos direitos de propriedade intelectual, ocorrendo em detrimento do acesso livre à informação e ao conhecimento, sobretudo devido à

⁶ Embora amparada na Escola de Frankfurt, a proposição a respeito da fusão entre produção e circulação de conteúdos em plataformas digitais refere-se a uma compreensão da comunicação na contemporaneidade, inserida em novas dinâmicas que não haviam sido previstas pela escola.

desigualdade de recursos e acesso. Ainda, segundo Duff (2012), enquanto o período industrial foi marcado por tradições normativas políticas fortes, que incidiam nas crenças e nos valores socialmente compartilhados e na forma como a informação e a comunicação eram moldadas, o contexto atual da sociedade da informação não possui uma normatividade forte, principalmente considerando a sobreposição das transformações comunicacionais e informacionais às mudanças culturais trazidas pela pós-industrialização (Inglehart; Welzel, 2005).

Analisando como o atual contexto produz uma reconfiguração cultural, Van Dijck (2016) assinala que as tecnologias da informação estão remodelando a vida social em termos de socialização, sociabilidade e valores em torno da conectividade. Embora a conectividade em plataformas e redes sociais tenha dinâmicas próprias, isso não significa que tais espaços sejam separados da realidade; são, na verdade, integrados a estruturas sociais, culturais e políticas preexistentes nas sociedades. Nesse sentido, considerando que os espaços digitais e virtuais das redes sociais têm se tornado as principais fontes de informação dos indivíduos e refletem estruturas prévias, eles também precisam ser compreendidos como agentes de socialização política (Vizcarra Castillo; Oliveira Santos; Castro, 2020), com capacidade para influenciar o que as pessoas pensam e como agem em relação à política.

Embora a comunicação já tivesse um papel político importante, as características dos espaços digitais e virtuais são muito distintas daquelas observadas na comunicação de massas precedente. Devido tanto ao caráter socializador da comunicação em plataformas e redes sociais quanto ao modo como estas viabilizam interações instantâneas e permitem acessar, produzir e consumir informações de forma ilimitada, contínua e com baixo custo, havia a expectativa de que o avanço da digitalização e das tecnologias favorecesse a democracia (Vizcarra Castillo; Piccinin; Castro, 2022). De fato, elas têm capacidade para promover autonomia cidadã, engajamento político e ampliação do debate público, por aumentarem a liberdade individual de escolha e democratizarem a informação (Flaxman; Goel; Rao, 2016). Porém, a hiperindividualização e a automação de algoritmos nas plataformas e redes sociais têm facilitado a exposição a câmaras de eco e bolhas informacionais, que personalizam o conteúdo ao qual as pessoas são continuamente expostas (Castro, 2015; Jungherr, 2023; Flaxman; Goel; Rao, 2016). Essa arquitetura da comunicação contemporânea nos espaços digitais gera desafios importantes à democracia, ao favorecer a polarização política, estimular o conflito político, deteriorar o debate público e, sobretudo, facilitar a proliferação e disseminação de *fake news*.

***Fake news* como um fenômeno político-comunicacional**

Os potenciais efeitos deletérios das condições comunicacionais e informacionais atuais sobre a política passaram a chamar atenção, principalmente, a partir da década de 2010, com a desinformação observada durante o referendo do Brexit no Reino Unido e a eleição de Donald Trump nos Estados Unidos (Allcott; Gentzkow, 2017). No Brasil, foi nas eleições de 2018 que a ampla disseminação de notícias falsas em redes sociais passou a gerar interferência nas condições do debate público e da disputa política. Nas eleições presidenciais brasileiras de 2018, as *fake news* estiveram voltadas à difamação de atores políticos, impactando a polarização política e a desconfiança institucional (Dourado, 2020). Já nas eleições de 2022, os principais alvos da desinformação foram instituições, autoridades e processos do sistema político democrático brasileiro (Bentes, 2023).

Embora os boatos e as calúnias já fossem ferramentas instrumentalizadas para objetivos políticos (Domenach, 1973; Maquiavel, 2007), os usos estratégicos das *fake news* parecem ter sido amplificados, dadas as condições de alcance massivo e de exposição contínua ao conteúdo da mensagem (Gaughan, 2017). Bakir e McStay (2017, p. 1, tradução nossa) as definem como peças informacionais que mimetizam notícias, mas cujos conteúdos são “completamente falsos ou constituídos de elementos deliberadamente enganosos incorporados em seu conteúdo ou contexto”. Allcott e Gentzkow (2017) complementam essa definição ao apontarem que as principais características das *fake news* são a publicação e divulgação em meios virtuais e o objetivo de obtenção de lucro ou influência social e política. Segurado (2021) também indica que as *fake news* podem assumir as formas de *misinformation* — quando não há a intenção de provocar danos —, *disinformation* — quando há uma intenção que orienta a partilha de conteúdo falacioso — e *malinformation* — quando as informações, mesmo que verdadeiras, são compartilhadas inadvertidamente e podem afetar negativamente indivíduos ou a vida coletiva. Justamente pelo amplo uso delas para influir em opiniões, atitudes e comportamentos na esfera política, as *fake news* devem ser entendidas como um fenômeno não só comunicacional, mas, sobretudo, político.

Como discutido anteriormente, os espaços digitais e virtuais modificam as condições em que a informação é acessada, produzida e consumida. A difusão de *fake news* nas redes sociais é propiciada por motivos pecuniários — pois são baixos os custos para que a circulação

de conteúdos possa ser monetizada⁷ —, pela forma como o próprio conteúdo nas redes é formatado — com poucos caracteres e disposição fragmentada de informação, o que pode afetar o julgamento dos receptores — e pelos algoritmos, que condicionam a circulação da informação em câmaras de eco e bolhas informacionais (Allcott; Gentzkow, 2017). Nesse sentido, esses espaços digitais e virtuais têm relativizado “os papéis tradicionais de emissores e receptores” da informação (Vizcarra Castillo; Piccinin; Castro, 2022, p. 61, tradução nossa).

Por parte dos emissores, as redes sociais fizeram com que a informação deixasse de ser mediada e filtrada por terceiros, inexistindo checagem de fatos, de tal forma que não é possível responsabilizar entidades pela precisão da informação — como ocorria antes por meio de veículos impressos, por exemplo (Allcott; Gentzkow, 2017; Vizcarra Castillo; Piccinin; Castro, 2022). Já por parte dos receptores, a capacidade persuasiva das *fake news* está relacionada a fatores sociais, psicológicos e afetivos dos indivíduos. Fatores cognitivos, como vieses de confirmação, e fatores socioafetivos, como reações emocionais e a homofilia — a tendência de se socializar com outros indivíduos ou grupos com características, interesses, opiniões ou valores comuns — gerada pelas câmaras de eco e bolhas informacionais, cooperam para a crença em notícias falsas (Ecker *et al.*, 2022). Portanto, as *fake news* tendem a ser assimiladas como verdadeiras quando seus conteúdos se assemelham a crenças, valores e atitudes preexistentes, mobilizam apelos emocionais e são compartilhadas em círculos sociais de confiança. Uma vez disseminadas por meio de redes sociais e outras plataformas digitais, as *fake news* tendem a ter impactos em larga escala, devido à velocidade e ao alcance de sua difusão.

Democracia, cultura política e *fake news*

Para compreender como a democracia pode ser impactada pela disseminação de *fake news*, é preciso considerar que “democracia” é um termo polissêmico, cujos significados têm em comum a centralidade do papel do cidadão. Dahl (2002), por exemplo, coloca ênfase na capacidade do sistema de acomodar as preferências dos cidadãos, sendo que estes devem possuir as mesmas oportunidades para formular tais preferências, manifestá-las em diferentes espaços e receber igual tratamento do governo. De maneira semelhante, Urbinati (2023) entende

⁷ O que torna menos importante a construção de uma boa reputação para quem produz o conteúdo, podendo-se beneficiar de estratégias de curto prazo para garantir a rentabilidade (Allcott; Gentzkow, 2017).

que o direito dos cidadãos de formular opiniões não apenas os protege de abusos do poder, como também promove seu empoderamento. Partindo da perspectiva da cultura política e opondo-se à teoria da cultura cívica de Almond e Verba (1989), Dalton e Welzel (2014) argumentam que atitudes críticas e assertivas — e, conseqüentemente, menos deferentes —, com cidadãos expressando suas demandas e preferências, são um importante componente político-cultural da democracia.

Nesse sentido, democracias saudáveis dependem de um público informado e da existência de um espaço público no qual as discussões políticas possam ocorrer. Conseqüentemente, a capacidade do cidadão de formular e expressar demandas e preferências e do sistema de acomodá-las depende, em grande medida, das informações que sustentam tanto as opiniões e ações dos cidadãos na esfera política quanto a existência do próprio debate público de ideias. Por isso, os principais riscos apresentados pelas *fake news* à democracia referem-se à forma como a desinformação cria ruídos nas tomadas de decisão individuais dos cidadãos e deteriora o debate público, agravando a falta de confiança institucional, social ou comunicacional e estimulando o conflito e a polarização política (Andreeva, 2019; Jungherr, 2023; Bennet; Livingston, 2018).

Ao analisar como a inteligência artificial pode afetar a democracia, Jungherr (2023) traz reflexões acerca dos impactos individuais, sociais, institucionais e sistêmicos gerados pela automação de algoritmos em redes sociais e pela veiculação de notícias falsas nelas. No nível individual, as *fake news* afetam o exercício da autonomia dos indivíduos ao falsear e manipular a informação a partir da qual opiniões, comportamentos e decisões em relação à política serão fundamentados. No nível social, algoritmos que favorecem câmaras de eco e bolhas informacionais podem reforçar vieses e preconceitos já existentes, perpetuando padrões discriminatórios contra grupos minoritários e minando a equidade social. No nível institucional, a desinformação pode gerar desequilíbrios na competição eleitoral, influenciar resultados eleitorais e, principalmente, desgastar a confiança institucional. Já no nível sistêmico, as *fake news* podem não só moldar a opinião pública em favor de formas autocráticas de governo, mas também ser utilizadas como instrumento de manipulação e controle social. Assim como Jungherr (2023), Farkas e Schou (2019) indicam a necessidade de considerar a desinformação como um fenômeno político e não apenas técnico, devido aos riscos de buscar solucionar o

problema por meio da primazia da razão, colocando no poder um sistema regido por técnicos e experts, como em um governo tecnocrático⁸, em detrimento de um sistema delegativo do poder.

Cabe destacar que um dos principais pontos da dinâmica entre democracia e *fake news* está no debate acerca da confiança. Abordando esse fenômeno pelo viés da confiança epistemológica, Reglitz (2022) considera que a maior ameaça das *fake news* está na desconfiança gerada entre os cidadãos. Reglitz (2022) enfatiza que a falta de confiabilidade epistêmica em relação aos pares dificulta a troca de opiniões, de argumentos e de visões de mundo, tornando o ambiente de debate público mais inócuo e pouco democrático. Além da confiança interpessoal, as *fake news* políticas frequentemente têm como alvo as instituições políticas e os veículos de comunicação tradicionais, o que afeta a confiança dos cidadãos em relação a eles (Humprecht, 2023; Ognyanova *et al.*, 2020). A confiança institucional é um fator político-cultural importante para a legitimidade de sistemas políticos, porém sofre influências situacionais, dependendo da performance dos governos e sendo mais volátil do que outras atitudes. Por isso, a desinformação em relação à confiança institucional tem potencial para gerar instabilidades políticas relevantes. Já a confiança na mídia é fundamental para o debate público e para a deliberação dos cidadãos na democracia, porque é por meio dos veículos de mídia que informações mais próximas da realidade são veiculadas (Stromback *et al.*, 2020). A falta de confiança na mídia leva cidadãos a recorrer a conteúdos não necessariamente verídicos e que reforcem suas percepções preexistentes (Humprecht, 2023). A confiança nas instituições e na mídia é essencial para construir resiliência frente à desinformação. Porém, em sociedades politicamente polarizadas, como a brasileira, isso se apresenta como um desafio, uma vez que a confiança na imprensa está associada a como as pessoas percebem as próprias instituições políticas (Hanitzsch; Van Dalen; Steindl, 2018).

Analisando as *fake news* no Brasil a partir da perspectiva da cultura política, Vizcarra Castillo, Piccinin e Castro (2022) ressaltaram o papel da cultura política híbrida, em que coexistem o apoio à democracia e a desconfiança nas instituições. Por um lado, isso provoca um círculo vicioso em que as instituições perdem a legitimidade de tal forma que não conseguem recuperá-la, situação agravada com a proliferação, em redes sociais, de *fake news* que reforçam a polarização política e a desconfiança. Por outro lado, as características dessa cultura política híbrida — em crenças, valores e convicções preexistentes e socialmente

⁸ Os autores não tratam diretamente do termo “tecnocracia”; contudo, observam-se, em sua argumentação, premissas semelhantes às apontadas por Faoro (1973), como os riscos de um governo tecnocrático, em que existiria o primado absoluto dos técnicos.

compartilhados — são respaldadas e mimetizadas nos espaços virtuais. Nesse sentido, as características político-culturais brasileiras ajudam a interpretar as peculiaridades da difusão e dos impactos das *fake news* na democracia do país, tendo como foco a desconfiança. Assim como em Farkas e Schou (2019), os autores também se preocupam com a busca por soluções autoritárias propulsionadas pela disseminação de *fake news* — embora se atentem para a polarização, e não para a tecnocracia.

Vizcarra Castillo, Oliveira Santos e Castro (2020), ao considerarem as *fake news* na pandemia de covid-19 no Brasil, identificaram que a cultura política brasileira apresenta uma série de características que tornam determinadas narrativas das *fake news* mais permeáveis ao tecido social brasileiro. Os autores destacam que as *fake news* em relação à covid-19 articulavam um caldo cultural muito semelhante àquelas veiculadas com caráter político ou eleitoral. Ou seja, com base na desconfiança institucional e na polarização política, as narrativas mobilizavam um sistema de crenças já pertencente à cultura política híbrida brasileira, o qual destoava da informação propagada por autoridades sanitárias para orientar a população frente à pandemia (Vizcarra Castillo; Oliveira Santos; Castro, 2020). Da mesma forma, Andrade e Timmers (2023) analisaram como a infodemia poderia afetar a estabilidade democrática brasileira. Os autores identificaram que a desconfiança institucional observada na população brasileira tem transbordado para interações nas redes sociais e intensificado a animosidade entre pessoas e grupos, afetando a qualidade e a estabilidade democrática.

Dados e métodos

Para analisar a relação entre opiniões, atitudes e comportamentos sobre meios de informação, redes sociais e *fake news* e as atitudes dos brasileiros sobre a democracia e formas autoritárias de governo, adotamos métodos mistos (Bergman, 2008). Essa estratégia deriva da utilização de dados de natureza quantitativa e qualitativa na análise. Primeiro, analisamos dados quantitativos oriundos do WVS e da pesquisa “A Cara da Democracia”. Depois, triangulamos os resultados obtidos nas análises quantitativas com a análise de dados qualitativos coletados em quatro grupos focais sobre *fake news* e eleições, realizados em 2019 no âmbito das atividades da sétima onda do WVS no Brasil.

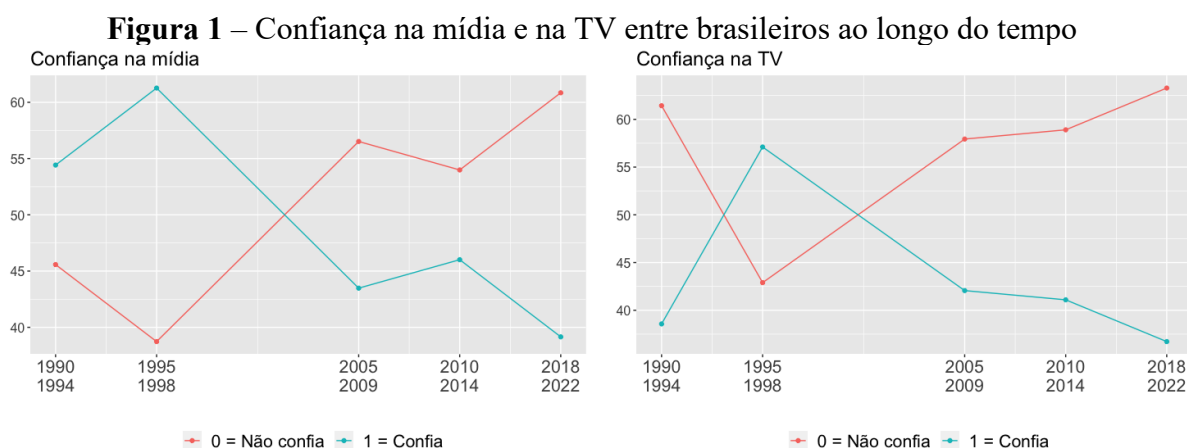
Os dados do WVS foram utilizados para analisar o comportamento longitudinal de variáveis de confiança nos meios de comunicação e na televisão. Esses dados foram coletados em amostras nacionais representativas da população brasileira e correspondem ao período de 1989 a 2022, especificamente das ondas 2 (1990-1994, n = 1782), 3 (1995-1998, n = 1143), 5 (2005-2009, n = 1500), 6 (2010-2014, n = 1486) e 7 (2018-2022, n = 1762) da pesquisa no Brasil. Já os dados da pesquisa “A Cara da Democracia” foram utilizados para analisar opiniões, atitudes e comportamentos a respeito de meios de comunicação, redes sociais e *fake news*. Esses dados foram coletados em uma amostra representativa da população brasileira em 2019 (n = 2009)⁹. Por meio de estatística descritiva, analisamos variáveis relativas a meios de informação utilizados para se informar sobre política, comportamento nas redes sociais para expressar opiniões em assuntos políticos, confiança e importância das redes sociais, e opiniões e comportamentos em relação às *fake news*. Além disso, também utilizamos esses dados para analisar como as variáveis referentes a opiniões, atitudes e comportamentos sobre meios de comunicação, redes sociais e *fake news* se associam a atitudes em relação à democracia, golpes militares e confiança institucional, por meio de testes de correlação com o método Spearman e modelos de regressão logística para preferência pela democracia e apoio a golpes militares em circunstâncias de alta criminalidade ou alta corrupção.

Dados qualitativos de grupos focais sobre *fake news* e eleições, realizados em 2019 no âmbito da sétima onda do WVS no Brasil, também foram analisados, com investigação de conteúdo das transcrições dos grupos, utilizando uma metodologia indutiva baseada na técnica de teoria fundamentada (Charmaz, 2006). Os dados foram coletados em quatro grupos focais presenciais, realizados entre os meses de agosto e setembro de 2019 no Rio de Janeiro, em Brasília e no Recife. Os grupos contaram com oito participantes, recrutados com base em critérios de sexo, faixa etária e nível de escolaridade. Em todos os grupos foi mantida a paridade de sexo. Os dois grupos em Brasília foram compostos por participantes entre 25 e 35 anos, com ensino superior completo ou incompleto, e os grupos no Rio de Janeiro e no Recife foram compostos por participantes entre 50 e 60 anos, com ensino médio completo. Os participantes receberam incentivo financeiro e assinaram termos de consentimento livre e esclarecido. Os grupos foram realizados em salas espelhadas, durante o turno da noite, com duração aproximada de uma hora e meia, e conduzidos por um moderador principal e por um moderador auxiliar.

⁹ O Instituto da Democracia e da Democratização da Comunicação (IDDC) também disponibiliza o acesso às pesquisas realizadas em 2018 e 2020, mas esses dados não foram utilizados neste artigo.

Resultados e discussões

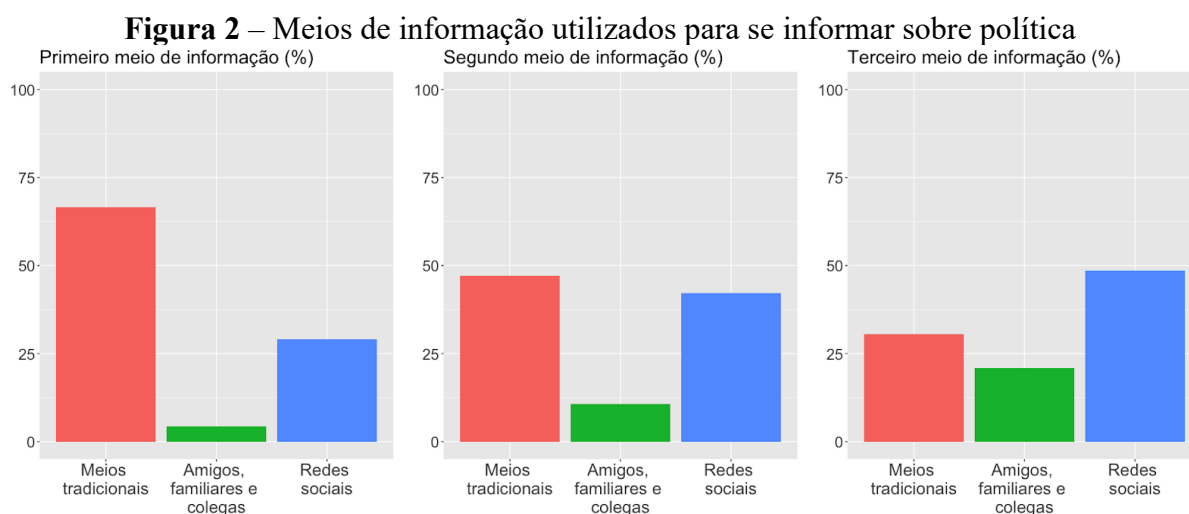
A Figura 1 apresenta dados longitudinais do WVS sobre a confiança na mídia e na TV entre brasileiros, no período de 1990 a 2022. Conforme podemos observar, a maioria dos brasileiros confiava na mídia entre 1990-1994 (54,4%) e 1995-1998 (61,3%). Porém, há uma queda a partir de 2005-2009, chegando a 39,2% na última onda do WVS, em 2018-2022. Já a confiança na televisão era baixa no início da pesquisa, em 1990-1994 (38,2%), cresce no período de 1995-1998 (57,1%) e volta a cair progressivamente a partir de 2005-2009, alcançando patamares similares aos da primeira onda da pesquisa, com apenas 36,7% dos brasileiros afirmando confiar na TV na última onda, em 2018-2022.



Fonte: elaboração das autoras, com base em dados do World Values Survey – Brasil (WVSA, 2022).

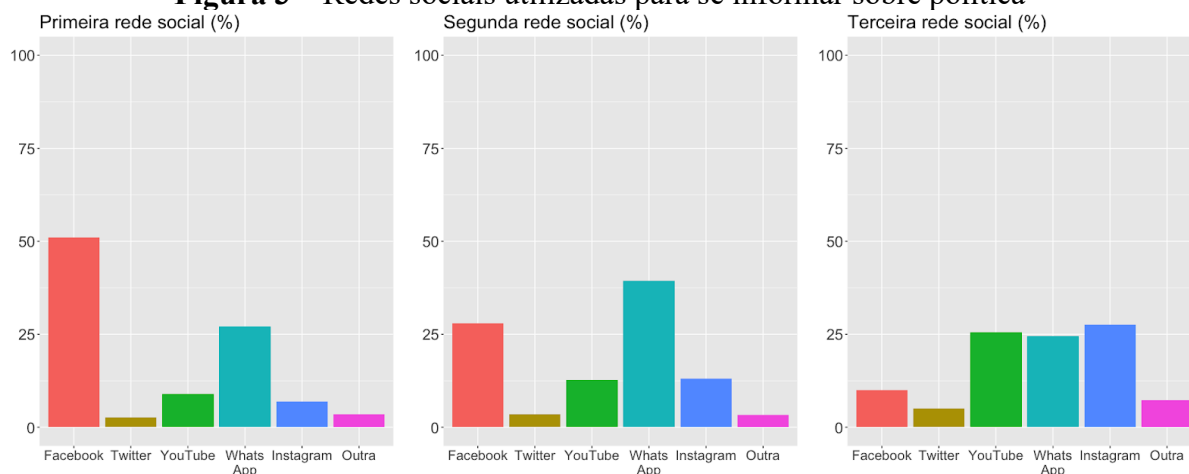
Apesar do crescimento das redes sociais e da diminuição da confiança nos meios tradicionais de comunicação, estes continuam sendo as principais fontes de informação sobre política em 2019. A Figura 2 apresenta os resultados sobre a primeira, segunda e terceira fontes de informação sobre política. Os resultados indicam que 66,6% se informam predominantemente por meio de meios tradicionais de comunicação, 29,1% por redes sociais e apenas 4,3% com amigos, familiares e colegas de trabalho. Embora as redes sociais não sejam o primeiro meio de informação escolhido pela maioria, elas ganham destaque como a segunda ou terceira fonte de informação, passando a 42,2% e 48,5%, respectivamente. Amigos, familiares e colegas de trabalho aparecem em menor escala, sendo a segunda fonte de informação política entre 10,6% e a terceira entre 20,9%. Esse resultado chama a atenção, porque, apesar de a confiança interpessoal ser maior do que a confiança institucional e na mídia

entre os brasileiros, conforme apontam Vizcarra Castillo, Piccinin e Castro (2022), os círculos sociais não são necessariamente a primeira escolha de fonte de informação sobre política. Além disso, cerca de 8% indicaram que não se informam sobre política. Nos grupos focais, muitos participantes relataram dificuldades na busca por informações sobre política, por compreenderem que se trata de um assunto complexo — “Então, a política, ela é muito difícil. Eu penso isso da política” (50-60 anos, ensino médio completo, Rio de Janeiro).



Fonte: elaboração das autoras, com base em dados de “A Cara da Democracia” (INCT IDDC, 2019).

Entre as redes sociais utilizadas para se informar sobre política em 2019, o Facebook e o WhatsApp se destacam. A Figura 3 apresenta os resultados sobre a primeira, segunda e terceira redes sociais mais acessadas para se inteirar sobre assuntos políticos. Cerca de 20% afirmaram não utilizar redes sociais. Mas, entre aqueles que as utilizam, o Facebook foi mencionado como a principal rede social por 51%, seguido do WhatsApp, indicado por 27,1%. Essas duas redes sociais também foram as mais acessadas em segundo lugar pelos respondentes da pesquisa, com 28% e 39,4%. Já em relação à terceira opção, 27,7% afirmaram usar o Instagram, 25,5% o YouTube e 24,6% o WhatsApp. Os mais jovens, entre 18 e 24 anos, são os que menos utilizam o aplicativo de mensagens como principal fonte de informações políticas (18,6%), contrastando com os entrevistados mais velhos, com 55 anos ou mais, que são o grupo que mais utiliza o WhatsApp para se informar (33,5%).

Figura 3 – Redes sociais utilizadas para se informar sobre política

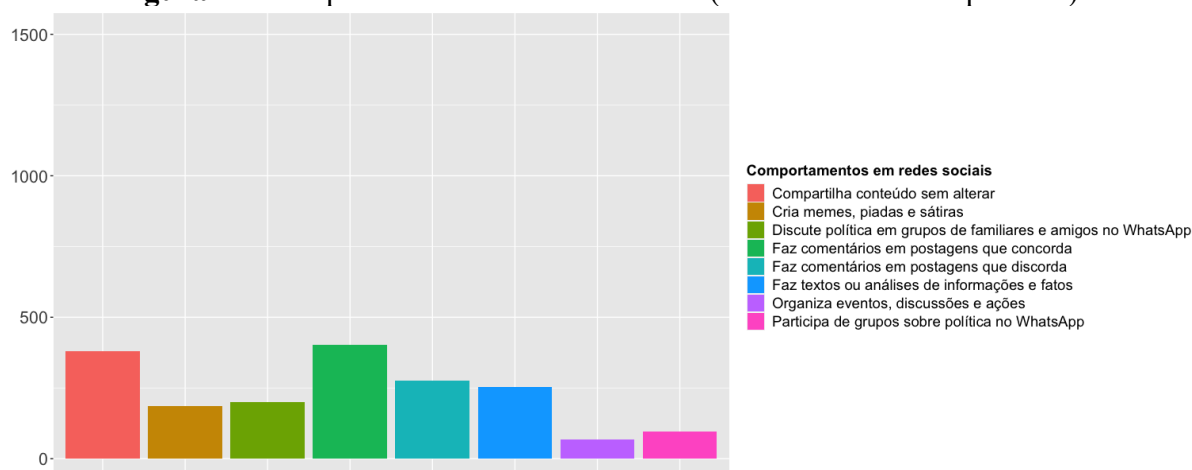
Fonte: elaboração das autoras, com base em dados de “A Cara da Democracia” (INCT IDDC, 2019).

Apesar do uso majoritário dos meios de comunicação tradicionais e das redes sociais Facebook e WhatsApp, isso não significa que haja confiança nessas mídias. Apenas 10% dos respondentes confiam muito nos meios tradicionais, enquanto 31,5% disseram não confiar. Quando questionados sobre as redes de televisão Globo e Record, a desconfiança aumenta: 51,7% não confiam na Rede Globo e apenas 8,4% confiam muito; 38,7% não confiam na Rede Record e 10,5% confiam muito. A falta de confiança nos veículos de comunicação tradicionais também fica evidente quando os respondentes são questionados sobre quais são as principais fontes produtoras de fake news. Para 37%, a televisão é a principal produtora de notícias falsas, seguida por políticos (16,4%) e partidos políticos (13%). Em relação às redes sociais, 57,3% não confiam no Facebook e apenas 3,1% confiam muito. Embora haja também desconfiança em relação ao WhatsApp — 42,2% afirmaram que não confiam —, ele é o meio de comunicação com maior confiança: 16,3% confiam muito. Esses resultados chamam a atenção pela associação já identificada entre exposição às *fake news* e baixa confiança nos veículos tradicionais de mídia (Ognyanova *et al.*, 2020). No entanto, conforme Stromback *et al.* (2020) salientam, a confiança (ou desconfiança) nas organizações e instituições não reflete, necessariamente, a confiança (ou desconfiança) nos conteúdos veiculados.

Os dados dos grupos focais reforçam a ideia de desconfiança em relação a veículos de comunicação tradicionais e redes sociais. Em todos os grupos analisados, as menções aos meios tradicionais e aos meios digitais aparecem associadas a visões negativas e à incerteza sobre a confiabilidade das informações veiculadas, sugerindo um sentimento compartilhado de receio de ser ludibriado, sobretudo por parte de veículos tradicionais de comunicação. Esse sentimento

está presente tanto entre grupos menos escolarizados quanto entre grupos mais escolarizados, que veem as emissoras de televisão como viesadas — “[...] a Globo mostra de um jeito, né? [...] acho que cada um puxa pro lado que quer, né?” (25-35 anos, ensino superior completo ou incompleto, Brasília); “Cada emissora [...] pode mostrar o mesmo fato, mas ela vai falar da forma como acredita. A Record mesmo é sensacionalista, né? Então, ela fala e faz aquela lavagem cerebral na sua cabeça (risos)” (25-35 anos, ensino superior completo, Brasília) — e desconfiam da imparcialidade das informações jornalísticas — “Elas [as notícias dos meios tradicionais] são manipuladas, são moldadas” (50-60 anos, ensino médio completo, Rio de Janeiro); “Vejo que a mídia, às vezes, nem sempre traz à tona toda a verdade, né?” (50-60 anos, ensino médio completo, Rio de Janeiro); “Os jornalistas criam *fake news*, a Joice Hasselmann já foi processada por isso algumas vezes” (25-35 anos, ensino superior completo, Brasília). As redes sociais são vistas da mesma maneira, mas sem que o responsável por manipular as informações seja identificado: “Pela internet, só chega a nós aquilo que eles querem” (50-60 anos, ensino médio completo, Rio de Janeiro); “Atrás de um equipamento de internet [...] quem direciona as informações, quem direciona são os interessados” (50-60 anos, ensino médio completo, Rio de Janeiro).

Mesmo as redes sociais sendo bastante utilizadas para obter informações sobre política, o engajamento on-line entre quem as utiliza não é recorrente. A Figura 4 apresenta os resultados para as variáveis relativas à frequência de diferentes tipos de comportamento nas redes sociais. Dentre as ações mais realizadas, estão fazer comentários em postagens com que se concorda (25,5%) e compartilhar conteúdos julgados relevantes sem quaisquer alterações (24,2%). Chama a atenção que esses resultados podem refletir tanto vieses cognitivos de confirmação quanto uma tendência à homofilia no comportamento dos indivíduos (Ecker *et al.*, 2022) — ou seja, interagir com postagens com características, interesses, opiniões ou valores semelhantes aos seus —, quanto a configuração das próprias plataformas das redes sociais em câmaras de eco, que diminuem a diversidade do conteúdo ao qual os indivíduos são expostos (Flaxman; Goel; Rao, 2016).

Figura 4 – Comportamentos em redes sociais (ao menos uma vez por mês)

Fonte: elaboração das autoras, com base em dados de “A Cara da Democracia” (INCT IDDC, 2019).

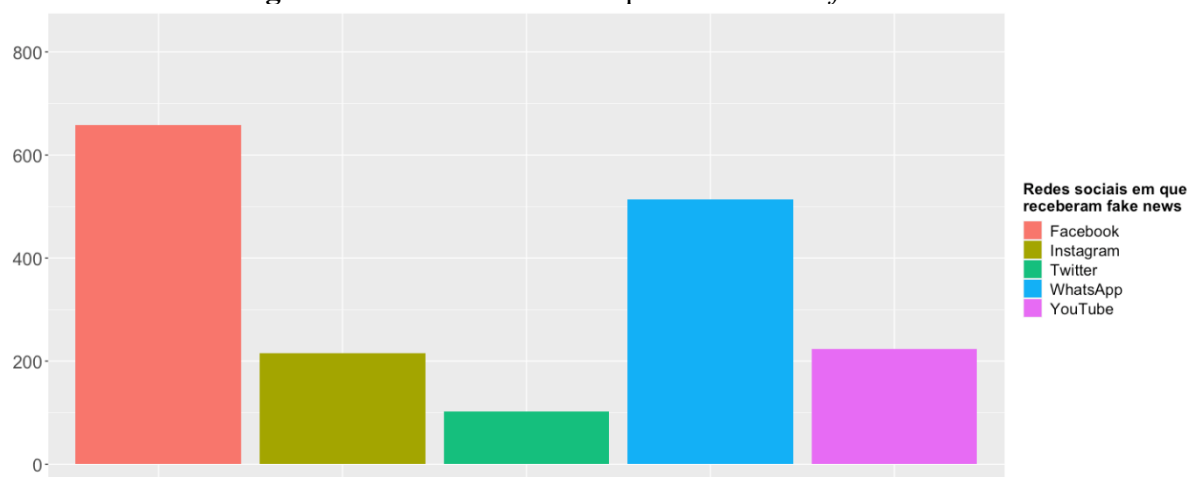
Os dados dos grupos focais corroboram esses resultados e os complementam ao indicar como esses comportamentos também estão associados à disseminação de *fake news*. Porém, as manifestações dos participantes se aproximam da falta de confiabilidade epistêmica discutida por Reglitz (2022). Nos grupos, observamos que os participantes conseguem discernir os comportamentos de pessoas de seus círculos sociais que compartilham informações que consideram relevantes sem as alterar ou verificar sua veracidade — “[...] muitas vezes, elas... só a necessidade de estar ali e passar a notícia. Às vezes, nem leem. ‘Você leu o que você mandou?’ ‘Ah, não li. Eu recebi de fulano de tal, mas aí eu passei.’ Às vezes, nem olham do que se trata. [...] aí mandam ali e nem leem” (25-35 anos, ensino superior completo, Brasília) —, bem como identificar a intencionalidade desses comportamentos — “Eu acho que tem pessoas que acordam já querendo saber a desgraça que vai acontecer. [...] Ou com *fake news* ou na realidade. Mas eles têm o prazer de... de manhã, a primeira coisa, ligar o... o Facebook pra saber se tem alguma coisa para poder espalhar” (50-60 anos, ensino médio completo, Recife). No entanto, assim como adverte Reglitz (2022), eles não se reconhecem como potenciais emissores de desinformação.

Além disso, os participantes também relacionaram esses comportamentos on-line com a polarização política e as preferências eleitorais de quem compartilha informações nas redes sociais. Esse entendimento se aproxima da ideia de homofilia — como em “E elas simplesmente pegam uma informação solta e já começam a acusar ou o partido tal ou partido A ou B, dependendo do que elas querem defender ou atacar, né? Mas não procuram saber realmente as

informações” (25-35 anos, ensino superior completo ou incompleto, Brasília) —, bem como de vieses cognitivos de confirmação:

[Participante 1]: [...] assim, normalmente as pessoas já acreditam naquilo que vão tá vendo, né? Já tem [...] o que elas vão ver, seja *fake* ou seja verdade, elas [...] já tem a sua opinião formada. [Moderador]: Vocês acham que é assim também? [Participante 1]: Eu acho sim, eu acho. [Participante 2]: Acho que é também. [...] Na maioria das vezes, é assim. [Participante 1]: Porque ela tem uma opinião formada, ela não muda não. [Participante 3]: Se você vai votar numa pessoa e, de repente, solta uma bomba, alguma coisa que a pessoa fica sabendo. Acontece. Não acontece com você, tem pessoas que têm a opinião formada (50-60 anos, ensino médio completo, Rio de Janeiro).

Em relação às *fake news*, por sua vez, quase metade dos respondentes (41,5%) disse já ter lido, em 2019, nas redes sociais, notícias sobre política que desconfiava serem falsas. A Figura 5 apresenta as redes sociais nas quais eles leram potenciais *fake news*. Provavelmente devido ao fato de que o Facebook e o WhatsApp eram as redes mais utilizadas em 2019, elas são aquelas nas quais os respondentes mais entraram em contato com conteúdo falso, com 79% já tendo lido *fake news* no Facebook e 61,6% no WhatsApp. A presença de *fake news* nessas redes sociais também foi verificada nos grupos focais — “Então... é... eu recebo bastante, principalmente no WhatsApp. O Facebook, eu confesso que eu até dei uma distanciada. Porque assim, eu não estava aguentando assim de tanta coisa assim, notícia falsa mesmo assim, fake” (25-35 anos, ensino superior completo, Brasília). Os participantes dos grupos inclusive indicaram como a circulação de notícias falsas ocorre principalmente em círculos sociais de confiança — “(Participante 1): Essa questão da confiança, né? Você receber uma mensagem de uma pessoa querida, [...] então você não vai achar que ela tá mandando uma coisa errada pra você. (Participante 2): [...] as *fake news* mais circulam em grupos familiares no WhatsApp” (25-35 anos, ensino superior completo ou incompleto, Brasília).

Figura 5 – Redes sociais nas quais receberam *fake news*

Fonte: elaboração das autoras, com base em dados de “A Cara da Democracia” (INCT IDDC, 2019).

Apesar da circulação de notícias falsas, apenas 20,5% acessaram sites e aplicativos de *fact-checking*. Esse dado sugere a necessidade da *information literacy* (alfabetização informacional) como parte do desenvolvimento de respostas à disseminação das *fake news*, incluindo habilidades relacionadas à necessidade de informação, avaliação do conhecimento atual e de suas lacunas, construção de estratégias para localizar informações, ética no acesso, avaliação e organização de informações, e aplicação do conhecimento adquirido (Bent *et al.*, 2011). Nos grupos, alguns participantes relataram checar informações consultando meios tradicionais; outros indicaram checar com pessoas próximas — “Aparecia notícia assim: ‘Ah, político tal e tal está fazendo isso e isso. Tal político tá fazendo isso e isso’. Aí eu tenho esse debate assim, tipo, tanto com o meu namorado como com a minha irmã, de ver: ‘olha, será que isso é verdade e tal’” (25-35 anos, ensino superior completo, Brasília). Houve também forte preocupação com a dificuldade de pessoas idosas em discernir a veracidade dos conteúdos recebidos:

Eu dei um celular para minha mãe, ela tem 85 anos, e agora ela descobriu o Facebook. [...] Aí vem ela para mim assim ‘olha, olha aqui o que está acontecendo’, eu falo ‘mãe, isso pode ser mentira, pode ser *fake news*, notícia falsa’, ‘será, minha filha?’. [...] ela acredita em tudo, ela fica encantada com tudo que está ali, ela acredita. Aí eu dou uma brechada nela, ‘mãe, isso aí pode ser mentira, entendeu?’. Tem gente que acredita (50-60 anos, ensino médio completo, Rio de Janeiro).

O papel das redes sociais e das *fake news* na configuração do debate político é inclusive observado pelos brasileiros. Aproximadamente metade dos respondentes (48%) avaliou que as

redes sociais são muito importantes ou importantes para a política atual e, para muitos, a disseminação de notícias falsas nas redes sociais representa uma ameaça à democracia ($Md = 7$, $Dp = 3,05$). Os objetivos políticos das *fake news* e sua influência na política também foram evidenciados nas discussões dos grupos focais, conforme o trecho abaixo:

[Participante 1]: O que que é *fake news*? Ahn... é uma notícia falsa, inventada com o objetivo de [...] né? Levar a sociedade para algum lugar que... que alguma liderança queira assim, eu acho. É sempre com um objetivo político assim, não é só uma brincadeira, assim, é um objetivo de arrebatar a sociedade pra um lado que um poderoso quer. Seja uma empresa também, não necessariamente um político, né? [Moderador]: Então tem um direcionamento? [Participante 1]: É. Um direcionamento (25-35 anos, ensino superior completo, Brasília).

Para explorar como esses fatores podem estar relacionados a atitudes democráticas, analisamos resultados de correlações bivariadas e regressões logísticas, apresentados na Tabela 1 e na Figura 6. Como podemos observar, a satisfação com a democracia apresenta correlação positiva estatisticamente significativa com a confiança nos meios de comunicação e no WhatsApp e negativa com a percepção de que as *fake news* são uma ameaça à democracia. A preferência pela democracia apresenta correlação negativa estatisticamente significativa com a confiança no Facebook e positiva com já ter recebido *fake news* e com a importância das redes sociais na política. O apoio a um golpe militar em situações de muita corrupção tem correlação positiva estatisticamente significativa com a confiança nos meios de comunicação, no Facebook e no WhatsApp. Já o apoio a um golpe militar diante de muita criminalidade exibe associação significativa positiva com a confiança nos meios de comunicação e negativa com a importância das redes sociais na política. Além da correlação negativa com a satisfação com a democracia, a percepção de que as *fake news* são uma ameaça ao sistema democrático também tem associação significativa positiva com a exposição à desinformação, com a checagem de informação e com a importância das redes sociais na política.

Tabela 1 – Correlações bivariadas

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1. Ideologia	1															
2. Satisfação com a democracia	0.133 (<.001)	1														
3. Preferência pela democracia	-0.137 (<.001)	-0.022 (.502)	1													
4. Golpe militar: criminalidade	0.245 (<.001)	0.013 (.690)	-0.259 (<.001)	1												
5. Golpe militar: corrupção	0.300 (<.001)	0.042 (.194)	-0.269 (<.001)	0.668 (<.001)	1											
6. Confiança: partidos	-0.022 (.505)	0.077 (.018)	-0.008 (.795)	-0.040 (.218)	-0.025 (.441)	1										
7. Confiança: congresso	-0.016 (.612)	0.086 (.008)	0.007 (.825)	0.006 (.842)	0.015 (.639)	0.409 (<.001)	1									
8. Confiança: presidente	0.352 (<.001)	0.280 (<.001)	-0.097 (.002)	0.192 (<.001)	0.290 (<.001)	0.148 (<.001)	0.185 (<.001)	1								
9. Confiança: meios de comunicação	0.046 (.156)	0.104 (.001)	0.021 (.515)	0.073 (.022)	0.075 (.020)	0.239 (<.001)	0.284 (<.001)	0.130 (<.001)	1							
10. Confiança: Facebook	0.019 (.564)	0.051 (.116)	-0.069 (.031)	0.029 (.370)	0.062 (.053)	0.218 (<.001)	0.162 (<.001)	0.165 (<.001)	0.305 (<.001)	1						
11. Confiança: WhatsApp	0.094 (.004)	0.122 (<.001)	0.005 (.868)	0.057 (.074)	0.086 (.007)	0.105 (.001)	0.121 (<.001)	0.141 (<.001)	0.303 (<.001)	0.363 (<.001)	1					
12. Meios de informação utilizados	0.041 (.205)	0.024 (.459)	-0.004 (.893)	0.002 (.950)	0.024 (.459)	-0.012 (.719)	-0.089 (.005)	0.021 (.511)	-0.058 (.069)	-0.001 (.964)	-0.015 (.647)	1				
13. Recebeu <i>fake news</i>	0.043 (.186)	0.023 (.478)	0.069 (.030)	0.024 (.449)	0.062 (.051)	0.006 (.857)	-0.068 (.034)	0.102 (.001)	0.049 (.127)	-0.043 (.184)	0.116 (<.001)	0.180 (<.001)	1			
14. Checou <i>fake news</i>	-0.008 (.802)	-0.056 (.085)	0.042 (.193)	-0.019 (.564)	0.006 (.852)	0.014 (.667)	-0.028 (.386)	0.059 (.066)	-0.007 (.826)	-0.009 (.789)	0.008 (.796)	0.224 (<.001)	0.366 (<.001)	1		
15. Importância das redes sociais na política	0.062 (.054)	0.035 (.275)	0.177 (<.001)	-0.087 (.007)	-0.022 (.505)	0.040 (.210)	0.011 (.735)	0.111 (.001)	0.124 (<.001)	0.091 (.005)	0.144 (<.001)	0.172 (<.001)	0.278 (<.001)	0.239 (<.001)	1	
16. <i>Fake news</i> são uma ameaça à democracia	0.055 (.092)	-0.101 (.002)	-0.006 (.855)	0.036 (.266)	0.019 (.556)	-0.046 (.153)	-0.033 (.308)	0.021 (.507)	-0.020 (.533)	-0.014 (.653)	-0.000 (.996)	-0.040 (.216)	0.071 (.026)	0.097 (.002)	0.095 (.003)	1

Fonte: elaboração das autoras, com base em dados de “A Cara da Democracia” (INCT IDDC, 2019).

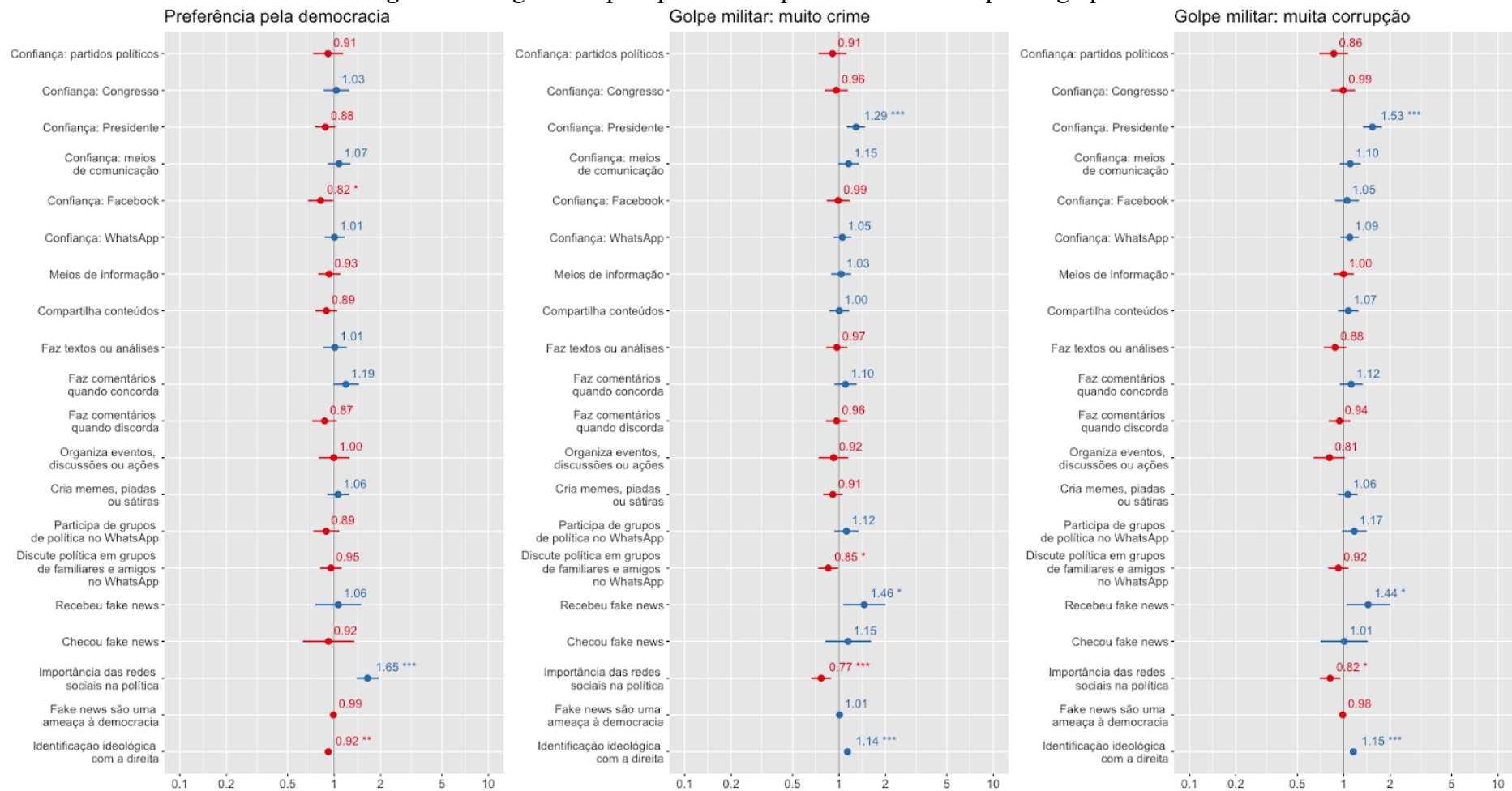
Também incluímos a variável de autoposicionamento ideológico nos testes de correlação. A identificação ideológica é uma variável importante para compreender a dinâmica das *fake news*, uma vez que as câmaras de eco e as bolhas informacionais geralmente têm caráter ideológico (Flaxman; Goel; Rao, 2016; Allcott; Gentzkow, 2017), o que dificulta o discernimento das notícias falsas veiculadas em redes sociais, na medida em que elas se assemelham às atitudes dos indivíduos, e também porque a exposição a *fake news* por conservadores e liberais tende a produzir diferentes efeitos na confiança institucional e na mídia (Ognyanova *et al.*, 2020). Como podemos observar na Tabela 1, em relação às variáveis referentes à informação, apenas a confiança no WhatsApp apresenta correlação positiva e estatisticamente significativa com a identificação ideológica com a direita.

Além disso, observamos que a identificação ideológica com a direita é positiva e significativamente associada à satisfação com a democracia. Porém, as relações similares observadas para o apoio a golpes militares e para a confiança no Presidente da República à época — Jair Bolsonaro — bem como a correlação negativa com a preferência pela democracia sugerem que a satisfação com o sistema democrático poderia ser circunstancial, devido ao incumbente no momento da pesquisa ser um político de extrema-direita. Apesar de ser argumentável que a satisfação circunstancial com a democracia poderia também ser encontrada entre indivíduos de esquerda caso a administração fosse ideologicamente alinhada a eles, os demais resultados referentes à relação entre ideologia e atitudes democráticas — preferência pela democracia em detrimento de regimes autoritários e apoio a golpes militares — indicam atitudes antidemocráticas entre indivíduos ideologicamente identificados com a direita na amostra. Esse resultado é similar às evidências encontradas por Oliveira Santos e Jost (2024) e Borba, Ribeiro e Fuks (2024), e aponta para os riscos de a desinformação de conteúdo antidemocrático encontrar paralelos em valores e atitudes autoritárias entre indivíduos identificados com a direita.

A Figura 6 apresenta os resultados de regressões logísticas para preferência pela democracia e apoio a golpes militares. Todos os modelos foram ajustados para variáveis de sexo, idade, escolaridade, renda, cor ou raça e zona residencial. No modelo para preferência pela democracia (Nagelkerke Pseudo- $R^2 = 0,13$), verificamos que indivíduos que confiam menos no Facebook, entendem que as redes sociais exercem um papel importante na política e se identificam ideologicamente com a esquerda tendem a optar pela democracia em detrimento de qualquer outra forma de governo. Já no modelo para apoio a um golpe militar em circunstâncias de muita criminalidade (Nagelkerke Pseudo- $R^2 = 0,16$), observamos que aqueles

que discutem menos sobre política nos grupos de familiares e amigos no WhatsApp, reportam ter recebido *fake news* e acham que as redes sociais não têm tanta importância na política brasileira atual tendem a apoiar a tomada de poder por militares em um golpe de Estado nesses casos. Por fim, no modelo de apoio a um golpe militar diante de muita corrupção (Nagelkerke Pseudo- $R^2 = 0,22$), a exposição a *fake news* e a opinião de que as redes sociais não são importantes na política atual também são preditores estatisticamente significativos. Cabe destacar que a maior confiança no Presidente da República à época da pesquisa, Jair Bolsonaro, e a identificação ideológica com a direita também predizem o apoio a um golpe militar em ambos os modelos

Figura 6 – Regressões para preferência pela democracia e apoio a golpes militares



Fonte: elaboração das autoras, com base em dados de “A Cara da Democracia” (INCT IDDC, 2019). * = significativo a 0,01; ** = significativo a 0,05; *** = significativo a <0,001. Em vermelho estão os efeitos negativos, em azul estão os efeitos positivos.

Em suma, os resultados reforçam a compreensão de Vizcarra Castillo, Oliveira Santos e Castro (2020) e de Bilić (2024) de que as *fake news* podem e devem ser compreendidas como um fenômeno político, e não apenas comunicacional. Os modelos de regressão identificam que o autoritarismo político, na forma de golpes militares, está associado ao recebimento de *fake news* e à falta de uma visão crítica acerca dos riscos e da importância dessas notícias na política brasileira atual. Nesse sentido, os nossos resultados vão ao encontro do trabalho de outros autores que já assinalaram como a disseminação de notícias falsas pode impactar negativamente o sistema político democrático (Jungherr, 2023; Farkas; Schou, 2019; Humprecht, 2023; Andreeva, 2019; Bennet; Livingston, 2018; Flaxman; Goel; Rao, 2016; Allcott; Gentzkow, 2017) e avançam ao constatar, empiricamente, a relação entre *fake news* e atitudes em relação à democracia. Nossos resultados ainda indicam uma clara assimetria ideológica entre indivíduos que preferem a democracia e aqueles que apoiam golpes de Estado pelos militares. Essa evidência não apenas se soma a achados anteriores sobre a associação entre ideologia de direita e tendências antidemocráticas (Oliveira Santos; Jost, 2024; Borba; Ribeiro; Fuks, 2024), mas também fornece indícios sobre a potencial influência da polarização política no país (Nunes; Traumann, 2023) — que faz parte do repertório da desinformação política no Brasil (Vizcarra Castillo; Piccinin; Castro, 2022) — e da mediação da ideologia nos impactos gerados pelo consumo de *fake news* na democracia. Considerando estudos sobre os efeitos do partidismo na correção à desinformação no contexto brasileiro (Batista Pereira *et al.*, 2022), intervenções que visem mitigar os efeitos das *fake news* na democracia precisam considerar a dimensão ideológica.

Conclusões

A reconfiguração da relação entre comunicação, sociedade e política trazida pelas redes sociais gera preocupações sobre a manutenção e a estabilidade do sistema político democrático, sobretudo em virtude dos riscos da desinformação produzida pelas *fake news* em redes sociais. Nesse sentido, é importante compreender que as *fake news* não constituem apenas um fenômeno comunicacional. A instrumentalização das notícias falsas para finalidades políticas e o seu impacto nas condições de agência dos cidadãos e no próprio debate público sugerem que elas devem ser compreendidas também como um fenômeno político. Isso implica uma reflexão mais

detida acerca das manifestações da comunicação na contemporaneidade, bem como dos elementos político-culturais que propiciam o fortalecimento de determinadas narrativas que delineiam as *fake news*. Assim, a presente pesquisa voltou-se à perspectiva da cultura política para analisar opiniões, atitudes e comportamentos em relação a meios de comunicação, redes sociais e *fake news*, considerando também seu potencial impacto na democracia. De maneira mais específica, abordamos o caso brasileiro, cujos dados quantitativos e qualitativos examinados forneceram um retrato de como essas relações têm sido estabelecidas na sociedade brasileira.

De forma geral, nossos resultados indicaram que, em 2019, a maioria dos brasileiros utilizava meios tradicionais e novas redes sociais para se informar sobre política, mas não confiava nas informações desses veículos, devido tanto à dificuldade de compreensão de assuntos políticos quanto à circulação de desinformação. Em relação aos comportamentos online, os resultados mostraram que a maioria dos brasileiros adotava uma postura relativamente passiva, com baixo engajamento para expressar suas opiniões nos espaços virtuais. No entanto, quando ocorria tal engajamento, havia indicativos da potencial presença de vieses cognitivos de confirmação, homofilia e bolhas informacionais. Ainda, apesar da alta incidência de *fake news* nas redes sociais dos brasileiros, a análise de dados demonstrou que poucos acessam sites e aplicativos de *fact-checking* para verificar a veracidade dos conteúdos aos quais são expostos. Embora essas não sejam as únicas maneiras de averiguar informações, tal constatação fornece indícios que reforçam a interpretação de uma *information literacy* baixa no país. A relação ambígua entre reconhecer uma notícia falsa e não buscar verificá-la intensifica a desconfiança epistêmica, uma vez que, embora reconheça que muitos podem ser afetados pelas *fake news*, o informante não entende que ele próprio pode estar suscetível.

Por si só, esses achados chamam atenção para como a desinformação pode afetar as condições do debate público. Porém, os resultados das análises multivariadas sugerem um quadro ainda mais preocupante. Nelas, constatamos que o apoio a formas autoritárias de governo está também associado ao recebimento de *fake news* e à falta de uma visão crítica acerca dos riscos e da importância das redes sociais e da desinformação para a política brasileira atual. Isso indica que, além de influenciar preferências eleitorais e desequilibrar as regras do jogo democrático, as *fake news* também estão associadas a atitudes políticas autoritárias, sem que os cidadãos consigam perceber com precisão o grau dos riscos que elas representam para a democracia. Ademais, as correlações e regressões logísticas indicam que a identificação ideológica com a direita tem um papel importante na associação entre desinformação e apoio à

democracia, com um potencial efeito mediador na relação entre opiniões e atitudes acerca das redes sociais e das *fake news* e as atitudes (anti)democráticas. Essa é uma hipótese que precisa ser considerada em estudos futuros sobre o tema, sobretudo em pesquisas comparadas que investiguem como a dinâmica entre identificação ideológica, desinformação e apoio à democracia pode ser influenciada pela ideologia do incumbente.

As dinâmicas horizontais de propagação de informações nas redes sociais, marcadas por processos descentralizados de comunicação, em teoria, poderiam promover formas mais democráticas de comunicação. Porém, há uma lacuna entre o conteúdo compartilhado e a capacidade das pessoas de construir estratégias para identificar informações e dados. Por isso, a ausência de mediação nas redes deixa de ser uma oportunidade para estabelecer o debate público e se apresenta como um espaço para a desinformação, o obscurecimento da verdade e a manipulação, com efeitos na confiança, nos comportamentos e nas tomadas de decisão dos cidadãos, que podem impactar, por consequência, as regras do jogo do próprio sistema político democrático e a legitimidade dele frente à opinião pública.

Como as *fake news* nas redes sociais implicam na relativização de emissores e receptores de informação, o combate a elas também depende dessas duas dimensões do processo comunicacional. Portanto, a eficácia e a resiliência no enfrentamento à desinformação e a seus efeitos deletérios na democracia exigem tanto a ação de instituições comprometidas com a verdade quanto o desenvolvimento das habilidades informacionais dos indivíduos, capacitando-os a elaborar, de forma crítica, a informação recebida.

AGRADECIMENTOS: D. O. S. e B. F. A. agradecem ao grupo de pesquisa “Pesquisa Mundial de Valores” (World Values Survey – WVS Brasil), ao Prof. Dr. Henrique Carlos de Oliveira de Castro, à Profa. Dra. Sonia Ranincheski (*in memoriam*) e à Profa. Dra. Sofia Isabel Vizcarra Castillo. B. F. A. declara apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior — Brasil (CAPES) — Código de Financiamento 001.

REFERÊNCIAS

- ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social media and fake news in the 2016 election. **Journal of Economic Perspectives**, v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017. DOI: 10.1257/jep.31.2.211. Disponível em: <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211>. Acesso em: 13 jan. 2022.
- ALMEIDA NETO, H.; SANTOS, R. E.; CASTRO, H. C. O.; MOURA, J. A. R. As perspectivas da felicidade na era digital: o caso brasileiro. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 16, p. 1-15, 2021. DOI: 10.33448/rsd-v10i16.23518. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/23518>. Acesso em: 25 jun. 2023.
- ALMOND, G. A.; VERBA, S. **The civic culture**: political attitudes and democracy in five countries. Newbury Park: Sage, 1989.
- ANDRADE, B. F.; TIMMERS, M. J. Estabilidade Democrática frente à Infodemia: estudo do caso brasileiro. In: 30a Jornadas de Jóvenes Investigadores de la Asociación de Universidades Grupo Montevideo. **Compendio de resúmenes**, 2023. Disponível em: https://jji2023.una.py/wp-content/uploads/2023/10/COMPENDIO_Resumenes_JJI-AUGM-1.pdf. Acesso em: 19 ago. 2025.
- ANDREEVA, M. (Re)shaping political culture and participation through social networks. **Journal of Liberty and International Affairs**, [S. l.], v. 5, n. 2, p. 43-54, 2019. Disponível em: <https://e-jlia.com/index.php/jlia/article/view/153>. Acesso em: 19 ago. 2025.
- BAKIR, V.; MCSTAY, A. Fake news and the economy of emotions. **Digital Journalism**, v. 2, n. 1, p. 154-175, 2017. DOI: 10.1080/21670811.2017.1345645. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2017.1345645>. Acesso em: 04 ago. 2024.
- BAQUERO, M.; CASTRO, H. C. de; RANINCHESKI, S. M. (Des)confiança nas instituições e partidos políticos na constituição de uma democracia inercial no Brasil: o caso das eleições de 2014. **Política & Sociedade**, v. 15, n. 32, p. 9-38, 2016. DOI: 10.5007/2175-7984.2016v15n32p9. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/2175-7984.2016v15n32p9>. Acesso em: 8 set. 2022.
- BAQUERO, M.; RANINCHESKI, S.; CASTRO, H. C. O. A formação política do Brasil e o processo de democracia inercial. **Revista Debates**, v. 12, n. 1, p. 87-106, 2018. DOI: 10.22456/1982-5269.81460. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/debates/article/view/81460>. Acesso em: 27 mar. 2022.
- BATISTA PEREIRA, F.; BUENO, N. S.; NUNES, F.; PAVÃO, N. Fake News, Fact Checking, and Partisanship: The Resilience of Rumors in the 2018 Brazilian Elections. **Journal of Politics**, v. 84, p. 2188-2201, 2022. DOI: 10.1086/719419. Disponível em: <https://www.journals.uchicago.edu/doi/10.1086/719419>. Acesso em: 3 jul. 2022.

BENNET, W.; LIVINGSTON, S. The disinformation order: disruptive communication and the decline of democratic institutions. **European Journal of Communication**, v. 33, n. 2, p. 122-139, 2018. DOI: 10.1177/0267323118760317. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323118760317>. Acesso em: 24 ago. 2023.

BENT, M. *et al.* **The SCONUL seven pillars of information literacy: Core model**. Reino Unido: SCONUL, 2011.

BENTES, A. Comunicação política da extrema-direita nas eleições de 2022: análise das narrativas de desinformação no Telegram. **E-Compós**, v. 26, p. 1-21, 2023. DOI: 10.30962/ec.2960. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2960>. Acesso em: 21 jan. 2024.

BERGMAN, M. M. **Advances in Mixed Methods Research Theories and Applications**. London: SAGE, 2008. DOI: 10.4135/9780857024329. Disponível em: https://methods.sagepub.com/book/edvol/advances-in-mixed-methods-research/toc#__. Acesso em: 10 jan. 2020.

BILIĆ, P. Frankfurt school legacy and the critical sociology of media: lifeworld in digital capitalism. **Critical Sociology**, v. 50, n. 4, p. 615-628, 2023. DOI: 10.1177/08969205231201. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/08969205231201386>. Acesso em: 9 fev. 2025.

BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N.; PASQUINO, G. **Dicionário de política**. 11. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1998. v. 2.

BORBA, J.; RIBEIRO, E.; FUKS, M. Polarization and ideology: exploring the contextual nature of democratic commitment. **Revista de Sociologia e Política**, v. 32, e006, 2024. DOI: 1590/1678-98732432e006. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rsocp/a/7RbNQ7pFbGzCtc7w8nLNnCc/>. Acesso em: 15 mar. 2025.

CASTELLS, M. **Comunicación y Poder**. Madrid: Alianza Editorial, 2009.

CASTRO, H. C. O. **Cultura Política Comparada: democracia e mudanças econômicas: Brasil, Argentina e Chile**. Brasília: Verbena, 2014.

CASTRO, H. C. O. New Social Networks and Unionism (or new clothings for new forms of doing politics). In: **Contemporary unionism: A new view for the trade union movement**. São Paulo: Selected Texts UGT/CESIT, 2015. p. 180-189. Disponível em: <https://cedoc.cut.org.br/cedoc/livros-e-folhetos/4954>. Acesso em: 15 mar. 2025.

CASTRO, H. C.; OLIVEIRA SANTOS, D.; BEAL, L. I. A insatisfação política e a ascensão do autoritarismo-populista: uma análise da América do Sul e da Europa. **Revista Debates**, v. 14, n. 3, p. 99-125, 2020. DOI: 10.22456/1982-5269.109421. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/debates/article/view/109421>. Acesso em: 19 out. 2022.

CASTRO, H. C. O.; VIZCARRA CASTILLO, S. I. Uma democracia frágil e sem valores democráticos. **Revista Debates**, v. 15, n. 2, p. 45-73, 2021. DOI: 10.22456/1982-5269.110968. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/debates/article/view/110968>. Acesso em: 16 nov. 2023.

CHARMAZ, K. **Constructing ground theory**: a practical guide through qualitative analysis. London: Sage Publications, 2006.

CHIODI, A. *et al.* **Narrativa e desinformação no contexto da crise climática do Rio Grande do Sul #2**. São Paulo: Instituto Democracia em Xequê, 2024. Disponível em: <https://institutodx.org/publicacoes/narrativas-e-desinformacao-no-contexto-da-crise-climatica-do-rio-grande-do-sul-2/>. Acesso em: 23 jan. 2025.

DAHL, R. **La Poliarquia**: Participacion y Oposición. Madrid: Tecnos Editorial S.A., 2002.

DALTON, R. J.; WELZEL, C. **The Civic Culture Transformed**: from allegiant to assertive citizens. Nova York: Cambridge University Press, 2014. DOI: 10.1017/CBO9781139600002. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/books/civic-culture-transformed/70BA0E19D33AAE8C01BEBF5D776D8445#fndtn-contents>. Acesso em: 29 mai. 2022.

OLIVEIRA SANTOS, D.; JOST, J. T. Liberal-conservative asymmetries in anti-democratic tendencies are partly explained by psychological differences in a nationally representative U.S. sample. **Communications Psychology**, v. 2, n. 61, p. 1-15, 2024. DOI: 10.1038/s44271-024-00096-3. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/s44271-024-00096-3>. Acesso em: 10 jan. 2025.

DOMENACH, J. **La propagande politique**. Paris: Presses Universitaires de France, 1973.

DOURADO, T. **Fake news na eleição presidencial de 2018 no Brasil**. 2020. Tese (Doutorado Comunicação e Cultura Contemporâneas) — Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/31967>. Acesso em: 3 set. 2023.

DUFF, A. S. **A normative theory of the information society**. Londres: Routledge, 2012.

ECKER, U. K. H. *et al.* The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. **Nature Reviews Psychology**, v. 1, p. 13-29, 2022. DOI: 10.1038/s44159-021-00006-y. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/s44159-021-00006-y>. Acesso em: 23 jan. 2023.

EGELHOFFER, J. L.; AALDERING, L.; EBERL, J. M.; GALYGA, S.; LECHERER, S. From Novelty to Normalization? How Journalists Use the Term “Fake News” in their Reporting. **Journalism Studies**, v. 21, n. 10, p. 1323-1343, 2020. DOI: 10.1080/1461670X.2020.1745667. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2020.1745667>. Acesso em: 20 jul. 2021.

FARKAS, J.; SCHOU, J. **Post-truth, fake news and democracy**: Mapping the politics of falsehood. Londres: Routledge, 2019.

FLAXMAN, S.; GOEL, S.; RAO, J. M. Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption. **Public Opinion Quarterly**, v. 80, n. 1, p. 298-320, 2016. DOI: 10.1093/poq/nfw006. Disponível em: <https://academic.oup.com/poq/article/80/S1/298/2223402?login=false>. Acesso em: 17 nov. 2020.

GAUGHAN, A. J. Illiberal democracy: the toxic mix of fake news, hyperpolarization, and partisan election administration. **Duke Journal of Constitutional Law Public Policy**, v. 12, n. 3, p. 57-140, 2017. Disponível em: <https://scholarship.law.duke.edu/djclpp/vol12/iss3/3>. Acesso em: 10 maio 2023.

INCT IDDC. **A Cara da Democracia no Brasil**. Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia, Instituto da Democracia e da Democratização da Comunicação, 2019. Disponível em: <https://www.institutodademocracia.org/a-cara-da-democracia>. Acesso em: 10 maio 2023.

INGLEHART, R.; WELZEL, C. **Modernization, Cultural Change, and Democracy**: The Human Development Sequence. New York: Cambridge University Press, 2005. DOI: 10.1017/CBO9780511790881. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/books/modernization-cultural-change-and-democracy/4321210B04C63808615846DB0E3EEC34>. Acesso em: 12 nov. 2024.

HANITZSCH, T.; VAN DALEN, A.; STEINDL, N. Caught in the nexus: A comparative and longitudinal analysis of public trust in the press. **International Journal of Press/Politics**, v. 23, n. 1, p. 3-23, 2018. DOI: 10.1177/1940161217740695. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1940161217740695>. Acesso em: 17 dez. 2021.

HELLMAN, M. **Security, Disinformation and Harmful Narratives**: RT and Sputnik News Coverage about Sweden. The Palgrave Macmillan Series in International Political Communication. London: Palgrave Macmillan, 2024. DOI: 10.1007/978-3-031-58747-4. Disponível em: <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/92318>. Acesso em: 9 abr. 2025.

HUMPRECHT, E. The Role of Trust and Attitudes toward Democracy in the Dissemination of Disinformation—a Comparative Analysis of Six Democracies. **Digital Journalism**, p. 1-18, 2023. DOI: 10.1080/21670811.2023.2200196. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2023.2200196>. Acesso em: 10 mai. 2024.

JUNGHERR, A. Artificial Intelligence and Democracy: A Conceptual Framework. **Social Media + Society**, v. 9, n. 3, p. 1-14, 2023. DOI: 10.1177/2056305123118635. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/20563051231186353>. Acesso em: 4 jan. 2024.

LANE, R. E.; SEARS, D. O. **A opinião pública**. Rio de Janeiro: Zahar, 1964.

MAQUIAVEL, N. **Discursos sobre a primeira década de Tito Lívio**. São Paulo: Martins Fontes Editora, 2007.

MORLINO, L. **Democracia y democratizaciones**. Madrid: Centro de Investigaciones Sociales (CIS), 2009.

NUNES, F.; TRAUMANN, T. **Biografia do abismo**: como a polarização divide famílias, desafia empresas e compromete o futuro do Brasil. Rio de Janeiro: Harper Collins, 2023.

OGNYANOVA, K. *et al.* Misinformation in Action: Fake News Exposure is Linked to Lower Trust in Media, Higher Trust in Government When Your Side is in Power. **Harvard Kennedy School Misinformation Review**, v. 1, n. 4, p. 1-19, 2020. DOI: 10.37016/mr-2020-024. Disponível em: <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/misinformation-in-action-fake-news-exposure-is-linked-to-lower-trust-in-media-higher-trust-in-government-when-your-side-is-in-power/>. Acesso em: 29 out. 2023.

REGLITZ, M. Fake news and democracy. **Journal of Ethics and Social Philosophy**, v. 22, n. 2, p. 162-187, 2022. Disponível em: <https://jesp.org/index.php/jesp/article/view/1258>. Acesso em: 25 jun. 2023.

ROCHA, J. C. C. **Bolsonarismo**: da guerra cultural ao terrorismo doméstico. São Paulo: Autêntica, 2023.

ROCHA, Y. M. *et al.* The impact of fake news on social media and its influence on health during the COVID-19 pandemic: a systematic review. **Journal of Public Health: From Theory to Practice**, v. 31, p. 1007-1016, 2021. DOI: 10.1007/s10389-021-01658-z. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10389-021-01658-z>. Acesso em: 30 out. 2023.

SAMPSON, T. D.; MADDISON, S.; ELLIS, D. **Affect and Social Media**: Emotion, Mediation, Anxiety, and Contagion. London: Rowman & Littlefield, 2018.

SEGURADO, R. **Desinformação e democracia**: a guerra contra as fake news na internet. São Paulo: Hedra, 2021.

SHIN, D. Misinformation, Extremism, and Conspiracies: Amplification and Polarization by Algorithms. In: SHIN, D. **Artificial Misinformation**: Exploring Human-Algorithm Interaction Online. London: Palgrave Macmillan, 2024.

STROMBACK, J. *et al.* News media trust and its impact on media use: Toward a framework for future research. **Annals of the International Communication Association**, v. 44, n. 2, p. 139-156, 2020. DOI: 10.1080/23808985.2020.1755338. Disponível em: <https://academic.oup.com/anncom/article/44/2/139/7906093?login=false>. Acesso em: 24 dez. 2023.

TREEN, K.; WILLIAMS, H.; O'NEILL, S. Online misinformation about climate change. **Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change**, v. 11, n. e665, p. 1-20, 2020. DOI: 10.1002/wcc.665. Disponível em: <https://wires.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/wcc.665>. Acesso em: 9 ago. 2022.

URBINATI, N. **Democracia desfigurada**: la opinión, la verdad y el pueblo. Buenos Aires: Prometeo, 2023.

VAN DIJCK, J. **La cultura de la conectividad**. Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 2016.

VIZCARRA CASTILLO, S. I.; OLIVEIRA SANTOS, D. **Em caso de emergência, confie nas instituições**. *Jornal da Universidade*, Porto Alegre, 16 maio 2024. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/jornal/em-caso-de-emergencia-confie-nas-instituicoes/>. Acesso em 10 jan. 2025.

VIZCARRA CASTILLO, S. I.; OLIVEIRA SANTOS, D.; CASTRO, H. C. O. Fake news no contexto da pandemia de Covid-19: Considerações a partir da Cultura Política. **Rizoma**, v. 8, n. 1, p. 185-204, 2020. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/232521>. Acesso em: 7 jan. 2022.

VIZCARRA CASTILLO, S. I.; PICCININ, F.; CASTRO, H. C. O. Cultura política y fake news en las elecciones presidenciales 2018 en Brasil. **Animus**: Revista Interamericana de Comunicação Midiática, v. 21, n. 46, p. 59-79, 2022. DOI: 10.5902/2175497770486. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/70486>. Acesso em: 3 out. 2023.

WVSA, World Values Survey Association. **World Values Survey Trend File (1981-2022) Cross-National Data-Set**. WVSA Secretariat, 2022. Disponível em: <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSEVTrend.jsp>. Acesso em: 23 jun. 2024.

CRedit Author Statement

- **Reconhecimentos:** Agradecemos ao grupo de pesquisa “Pesquisa Mundial de Valores” (World Values Survey – WVS Brasil), ao Prof. Dr. Henrique Carlos de Oliveira de Castro, à Profa. Dra. Sonia Ranincheski (*in memoriam*) e à Profa. Dra. Sofia Isabel Vizcarra Castillo, responsáveis pelo levantamento dos dados qualitativos utilizados neste artigo.
 - **Financiamento:** B. F. A. declara apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior — Brasil (CAPES) — Código de Financiamento 001.
 - **Conflitos de interesse:** Não há conflitos de interesse.
 - **Aprovação ética:** Não se aplica aos dados quantitativos; os dados qualitativos foram coletados com participantes que assinaram termos de consentimento livre e esclarecido e foram informados sobre os procedimentos éticos da pesquisa.
 - **Disponibilidade de dados e material:** Os dados quantitativos analisados estão disponíveis para acesso nos sites das respectivas pesquisas: (i) dados do WVS, em <https://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>; (ii) dados da pesquisa “A Cara da Democracia”, em <https://www.institutodademocracia.org/a-cara-da-democracia>. Já os dados qualitativos dos grupos focais são de uso restrito do WVS Brasil.
 - **Contribuições dos autores:** D. O. S. foi responsável pela concepção, desenho, análise de dados qualitativos e quantitativos, escrita e revisão final do texto. B. F. A. foi responsável pela concepção, revisão teórica, análise de dados qualitativos e escrita do texto.
-

Processamento e editoração: Editora Ibero-Americana de Educação
Revisão, formatação, normalização e tradução

