

**A desinformação no contexto evangélico de Recife:
notas analíticas sobre a circulação de notícias falsas entre cristãos**

***Misinformation in the evangelical context of Recife:
analytical notes on the circulation of fake news among christians***

André VOUGA¹

Resumo

O presente estudo aprofunda a compreensão dos processos de circulação de notícias falsas e teorias da conspiração tomando como referência grupos evangélicos da região metropolitana de Recife. Mapeia as estratégias de disseminação da desinformação empregadas, as motivações envolvidas no seu compartilhamento e os aspectos que auxiliam em sua fixação na memória coletiva. Indica alguns dos seus impactos sociais, marcadamente quanto à definição de agendas políticas. Discute a necessidade de melhorias na regulação das redes sociais e, principalmente, de promoção ampla da educação midiática.

Palavras-chave: Desinformação. Notícias falsas. Recepção. Evangélicos.

Abstract

This study deepens the understanding of the processes of circulation of fake news and conspiracy theories, taking as a reference evangelical groups in the metropolitan region of Recife. It maps the strategies used to disseminate disinformation, the motivations involved in its sharing and the aspects that help it to be fixed in the collective memory. It indicates some of its social impacts, mainly regarding the definition of political agendas. And it discusses the need for improvements in the regulation of social networks and, mainly, for the broad promotion of media literacy.

Keywords: Misinformation. Fake news. Reception. Evangelicals.

Introdução

A circulação de notícias falsas e teorias da conspiração não é um fenômeno novo, mas há numerosos indícios de que seu impacto tem aumentado com o tempo, com aceleração na última década. Seus efeitos problemáticos incluem o abandono de responsabilidades ecológicas, a exemplo da necessidade de reduzir emissões de carbono.

¹ Doutor em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense. Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco. Email: andre.vouga@ufpe.br

Também o agravamento de problemas de saúde pública, como a redução da taxa de cobertura vacinal.

A questão de particular interesse neste artigo é a de como esses processos vêm sendo explorados para a obtenção de ganhos políticos, na medida em que certa parcela da população parece se agarrar a facções que os reiteram, endossando visões que lhes são “mais confortáveis”. Haidt (2012) coloca que a resistência individual à mudança de comportamentos arraigados diante de informações científicas que os renegam, como ocorre em casos como o do aquecimento global, é parte fundamental do maquinário acionado pelas forças de extrema direita na atualidade. Ele argumenta que a ascensão do populismo é sintomática de uma reação “alérgica” às forças de transformação com as quais convivemos, caracterizada por uma rejeição de normas e instituições políticas de feição moderna, bem como uma desconfiança de especialistas e conhecimentos científicos. Também é alimentada por uma sensação de ansiedade e deslocamento provocada pelo ritmo acelerado das mudanças sociais e econômicas na sociedade contemporânea. Ele argumenta que esse contexto deriva da busca de soluções simples e diretas para os problemas complexos que têm emergido em nosso tempo, implicando na rejeição de entendimentos mais sutis sobre questões políticas e sociais.

Cugler (26/06/24) demonstra que esse quadro é fundamentalmente agravado pelo ambiente de mídia com o qual convivemos, que facilitou grandemente a circulação de informação não verificada, tanto por simplesmente permitir a publicação de longo alcance a praticamente qualquer um, mas inclusive porque o suporte à desinformação tem um quê de modelo de negócios para vários dos grandes operadores da comunicação atualmente. Um exemplo específico vem dos “Facebook Papers”, um conjunto de documentos provando que a Meta ignorou inúmeras denúncias de *fake news* no interior de suas plataformas visando preservar sua lucratividade e prevenir reduções em sua base de usuários.

Um aspecto de interesse nessa discussão tem a ver com o quanto estamos lidando efetivamente com um cenário radicalmente novo ou com transformações e intensificações de antigos problemas. Livingstone (2009) argumenta que os desafios colocados pelas mídias sociais não são inteiramente recentes, fazem parte de um padrão histórico mais amplo, ligado ao estabelecimento de ambientes de mídia que exigem aprofundamento nas formas de engajamento crítico. Ela enfatiza a necessidade de se proceder a uma

abordagem historicamente informada dessa discussão, que reconheça tanto as continuidades quanto as diferenças entre os ambientes de mídia do passado e do presente.

Mas, se o quadro atual não é de todo novo, é visível que assistimos a transformações importantes em anos recentes. Para Lee (2019), o significado da expressão “notícias falsas” evoluiu significativamente após as eleições presidenciais norte-americanas de 2016. A cultura popular e os estudos acadêmicos convergiram para redefini-las, indicando novos focos temáticos e, principalmente, novas estratégias de circulação. Boyd (2014) argumenta que, nesse novo contexto, sistemas tradicionais de credibilidade, como os associados ao jornalismo ou à ciência, estão sendo desafiados pelo surgimento de novas plataformas midiáticas. A crescente ênfase no conteúdo gerado pelos usuários e a indefinição das fronteiras entre os diferentes tipos de mídia estão desafiando os modelos tradicionais de autoridade. Rosen (2010) aponta que os receptores estão cada vez mais céticos em relação às mídias tradicionais e são mais propensos a recorrer a fontes alternativas, incluindo as mídias sociais. E essa tendência tem afetado, por exemplo, a leitura geral do processo político, pondo em xeque a legitimidade das eleições e dos governos eleitos.

No entanto, vale destacar que a profundidade desse fenômeno é um tanto assimétrica através de diferentes recortes do espectro ideológico. Silverman (out. 2016) já colocava que a fonte principal de notícias falsas no contexto norte-americano são os veículos de extrema direita. E, a partir de um estudo maciço no Facebook, González-Bailón (jul 2023) apontou que a desconfiança em relação aos veículos tradicionais e a exposição às notícias falsas são bem mais presentes entre aqueles que se declararam conservadores.

Assim como nos EUA, no Brasil há uma forte associação entre conservadorismo político e religiosidade evangélica. E pesquisas indicam que esse grupo também convive por aqui com maior circulação de notícias falsas (MOURA et al, 2023). Cunha (2021) ainda aponta que oito dos dez perfis brasileiros de redes sociais mais ativos na disseminação de desinformação pertencem a esse grupo religioso. Portanto, é visível o interesse desse público para o estudo do fenômeno. Além disso, um relatório da OCDE sobre a capacidade de reconhecimento de notícias falsas pela população, em diferentes países, mostra que o Brasil tem uma das piores taxas (N.A., jun 2024).

Nossa abordagem

Em função do exposto acima, consideramos de fundamental interesse o aprofundamento do conhecimento sobre o tema. E assim propusemos o processo de pesquisa aqui relatado, que vem sendo articulado desde meados de 2023 e ainda se encontra em andamento.

Dada a antes indicada suscetibilidade do público evangélico à desinformação, ele foi escolhido como grupo modelo para o levantamento, na esperança de que a intensidade observada do fenômeno entre eles possa facilitar a detecção dos diferentes aspectos envolvidos.

O trabalho se pautou por sondagens qualitativas, feitas tanto através de entrevistas individuais em profundidade, quanto via discussão em um grupo focal. A metodologia envolvida deriva da mistura das técnicas de focus groups, como estabelecidas na tradição sociológica da chamada Escola de Colúmbia, somada a aspectos derivados de técnicas de observação participante, advindas da tradição etnográfica. Também foi feito algum acompanhamento do que foi compartilhado nos grupos de mensagens ligados à congregação, através da demonstração delas trazidas por seus próprios membros.

Para compor o público da sondagem, foram selecionados indivíduos de diversas denominações evangélicas. As taxas de aceitação dos prospectados foram baixas e houve também demora para que os participantes se sentissem à vontade no processo de pesquisa, aparentemente devido à desconfiança gerada pela nossa afiliação universitária. Buscou-se diversidade de gênero e idade, mas sem preocupação com correspondência estatística plena com dados populacionais mais amplos, como os do IBGE, devido ao porte e ao tipo da pesquisa.

Nos primeiros dois meses de trabalho, as entrevistas tinham um caráter mais fechado, seguindo um roteiro definido de perguntas, com eventual espaço para digressões, no caso da aparição de temas considerados de alto interesse. Nos dois meses posteriores, estas tomaram um caráter mais aberto, com discussão geral do que circulou nos grupos de mídia social ligados às congregações, no espaço de tempo entre elas.

Depois de uma fase inicial mais intensiva que durou 4 meses, na qual o trabalho junto aos pesquisados fazia alternância entre um grupo focal e entrevistas individuais, ainda são mantidas algumas rodadas regulares de acompanhamento desse público no formato coletivo.

Mapeamentos iniciais

Primeiramente, foram sondadas questões de interesse geral para a pesquisa, começando pelo consumo de mídia. A fonte de notícias mais citada foi a mídia jornalística tradicional, ainda apontada como mais confiável. A TV foi o suporte mais importante, com Record e Globo sendo os canais mais assistidos. A segunda citação foi a “internet”, com significado um tanto aberto, indicando materiais diversos, recebidos por alguns caminhos diferentes, tais como grupos de WhatsApp, postagens no Facebook, no Instagram e no YouTube. Nas raras vezes nas quais havia fontes efetivamente mapeáveis, apareciam com alguma frequência canais de órgãos associados à extrema-direita, tais como: Jovem Pan, revista Oeste, Brasil Paralelo e Gazeta do Povo, pareados com os do R7 e G1. Mas havia muito material sem referência de origem ou assinatura.

A maioria dos entrevistados participa de ao menos um grupo de WhatsApp com vínculos religiosos, geralmente com pessoas de idade e gênero semelhantes, devido à participação em ministérios como os de jovens, idosos e mulheres. Além dos temas cotidianos das congregações e ligados à fé, aparecem frequentemente comentários sobre notícias envolvendo questões comportamentais.

Um segundo aspecto mapeado foi a visão de mundo do público, que frequentemente rejeita a esfera pública, acreditando que a política e os poderes estão fortemente corrompidos. Essa percepção inclui a imprensa industrial, o que pode explicar a tendência à indiferença quanto às origens das mensagens recebidas, fator que tende a reduzir a percepção de relevância de fontes que poderiam sinalizar notícias falsas e indicar estratégias de proteção contra elas. Também apareceu um forte sentimento de abandono pelas autoridades, de desamparo. E uma certa percepção de que a família e os círculos religiosos representam os lugares nos quais se pode encontrar efetivamente apoio, nesse quadro.

Ideários aparentemente incompatíveis figuram articulados entre si. De um lado, há apoio a uma perspectiva liberal meritocrática, combinada com a ideia de que fé e retidão moral são essenciais para justificar retornos materiais diferenciados. Por outro lado, há desejo de mais proteção trabalhista e melhorias no ensino estatal e na saúde pública. Mas há dificuldade em diferenciar o que seria promovido pela direita e pela esquerda em termos de ação econômica e social, e parece haver menos peso atribuído às agendas sociais em relação às comportamentais.

Os grupos estudados se sentem hostilizados por entes progressistas de forma geral e os identificam em categorias como a dos professores, dos partidários da esquerda, das feministas e outros ativistas de gênero. Já os pares religiosos são vistos como mais confiáveis e são a caixa de ressonância para definir a leitura das informações recebidas, desconsiderando um tanto as visões “externas à comunidade cristã”.

Percepções sobre a desinformação

Quanto às percepções sobre as notícias falsas, a maioria dos entrevistados entende que as notícias falsas são produzidas e disseminadas por uma estrutura profissional. E quanto aos seus efeitos, os riscos mais mencionados foram a eleição de maus políticos e a disseminação de receios infundados sobre cuidados com a saúde.

Já quanto às percepções sobre a desinformação em si, cerca de um quarto dos entrevistados não acredita ter recebido notícias falsas recentemente. Em contraste, mais da metade acha que as encontra regularmente. Um terço afirma tê-las detectado de contatos ou grupos de sua congregação. A maioria percebeu um aumento durante o último período eleitoral e acredita que, mesmo fora dele, elas visam ganhos políticos. Uma pequena minoria admite ter repassado notícias falsas, o que contrasta com as indicações de recepção que obtivemos. Aqui aparece uma perspectiva da desinformação como “um problema dos outros”. A maioria afirma já ter sido enganada eventualmente por conteúdos falsos. Mesmo assim, mais da metade confia na própria capacidade de distinguir informações falsas das verdadeiras. Sobre o conteúdo da desinformação que receberam, os temas mais relatados foram os de efeitos de políticas públicas (como as de vacinação), escândalos envolvendo políticos e exageros sobre a economia e a segurança pública.

Motores sociais da replicação

As justificativas para repassar conteúdos localizadas variam, mas algumas são mais frequentes. Muitos acham o que recebem curioso ou cômico e querem despertar o mesmo sentimento nos outros. Alguns mencionam prestar um serviço ao alertar aos demais sobre a verdade dos fatos. Uma certa parcela participa claramente de um jogo de imitação, replicando conteúdos de forma semelhante aos demais, no que parece ser um exercício de integração que visa reiterar posições políticas e morais diante dos pares, algo

já enfatizado em estudos sobre desinformação nos EUA (DELANEY et al, março de 2024). E, como é típico, os exercícios de identificação também são feitos pela via da diferenciação. Assim, provocar os que pensam de modo diferente também foi um fator apontado para o repasse de conteúdos, mas em menor escala, também em sintonia com o relatado na literatura (MOROSOLI et al, 2022).

Entre os poucos que admitem abertamente repassar notícias que acham duvidosas, é comum a justificativa com discursos como: “mesmo que não seja 100% certo, é meio que fumaça onde há fogo”. Ou seja, tratam de questões que acham necessário denunciar e dar visibilidade, independentemente da precisão dos dados. Temos indícios indiretos de que esse padrão é mais frequente nas práticas do que foi declarado. Uma pequena parcela dos entrevistados admitiu disseminar conteúdo que suspeitava ser falso, justificando isso como um meio para atingir um fim, como eleger alguém com quem teria afinidade política. Essa admissão geralmente vinha acompanhada de frases como: “o outro lado também faz isso” ou “é parte do jogo”. No entanto, é importante destacar que esse tipo de depoimento foi proporcionalmente raro nas entrevistas.

É fundamental discutir os efeitos criados sobre os receptores desse conteúdo. Entre eles, há alguns aspectos introdutórios quantificáveis. Por exemplo, ser enganado por uma notícia falsa causa sensação de ingenuidade em cerca de um terço dos entrevistados, outro terço fica com raiva e uma parcela menor se sente envergonhada. Um terço sinaliza eventualmente para conhecidos que os conteúdos enviados são falsos, e outro terço já fez isso algumas vezes, poucos nunca alertaram conhecidos.

Cerca de metade dos entrevistados considera a desinformação inerente à atualidade e não se preocupa em confirmar o que recebe. Algo como um quarto diz checar eventualmente com pessoas de confiança, geralmente parentes com mais educação formal ou habilidades tecnológicas. Aproximadamente um quinto afirma fazer buscas na internet quando tem dúvidas sobre a veracidade de alguma informação. Uma parcela ainda menor indica recorrer aos sites da grande imprensa. E poucos acreditam que os outros chequem.

***Ethos* envolvido**

Para analisar a suscetibilidade ao repasse de desinformação, é necessário considerar mais do que traços sociais básicos como escolaridade e renda. E mapear o domínio de equipamentos e aplicativos também não parece suficiente. Avaliar a

veracidade de informações exige conhecimentos sobre a estrutura política e institucional do país, o posicionamento de certos emissores e as formas típicas de apresentação de dados em sistemas peritos. Além disso, requer a constância de habilidades básicas cada vez mais raras, como foco e atenção.

Os mais idosos parecem ser mais suscetíveis a serem enganados, por confiarem mais nas pessoas, enquanto os mais jovens são usuários mais intensivos, equilibrando um tanto o volume repassado. Brashier e Schacter (2020) mencionam a imagem comum de um idoso da família que compartilha conteúdos falsos ou enganosos, atribuindo isso a déficits cognitivos, mas que esse dado não é claramente detectável na pesquisa de campo.

Entrevistados de classes mais altas e com mais educação confiam mais no que recebem em suas redes, aparentemente acreditando que a formação de seus pares ajuda a filtrar a qualidade do que repassam. Os mais letrados também avisam um pouco mais os conhecidos sobre notícias falsas, mas a diferença de proporção em relação aos demais grupos não é marcante.

Aqueles que são enganados pela desinformação não podem, em princípio, ser eticamente questionados por repassá-la. Mas cerca de um terço dos pesquisados afirma não checar a veracidade do que compartilham e, alguns, que não se preocupam sequer com a possibilidade de reencaminhar falsidades. Uma minoria as compartilha por acreditar que o tema e o ponto de vista devem ser discutidos, independentemente da precisão das informações. Uma certa parcela pouco pensa nas consequências de repercutir notícias falsas e o faz para replicar as emoções que sente ao recebê-las, sem considerar efeitos sociais mais amplos. Assim, haveria uma dimensão de conscientização mais profunda envolvida, ligada ao entendimento mais amplo do que está em jogo.

Estratégias acionadas

É importante destacar que o sucesso de circulação das notícias falsas não advém apenas da atitude de seus receptores diante das informações. É fundamental compreender também como diversos aspectos cognitivos são especificamente acionados para motivar sua fixação e repasse.

Por exemplo, como relatado por Papacharissi (2014), é facilmente observável o papel fundamental das emoções no impulsionamento do compartilhamento da desinformação. Os materiais circulantes borram frequentemente a separação entre

diferentes tipos de discurso, como o factual e o opinativo, ou mesmo o satírico. E é incontroverso que as plataformas de redes sociais têm sido desenhadas para amplificar as respostas emocionais.

Como indicado por Melchior e Oliveira (fev 2024) e por Phillips (2015), um dos recursos mais acionados nesse sentido é o humor, com o uso de técnicas estéticas como a ironia e sátira. E, realmente, muitos dos entrevistados disseram repassar informações pelas redes com o intuito de divertir seus contatos, ou mesmo de desafiá-los, uma ação para a qual o humor funciona como estratégia de alívio.

Assim como foi detectado por Wolters et al (set 2021), também são visíveis as contribuições de alguns outros sentimentos, tais como: a excitação, comumente explorada na sensação de novidade e de se estar comunicando-a aos demais. Também aparece o choque, atrelado ao escândalo moral, um elemento central ao se falar o público evangélico, principalmente entre o de idades mais avançadas. E, ainda, é evidente o recurso ao ódio, explorado de forma um tanto sutil, codificado em discursos do tipo “nós contra eles”, apontado para os grupos vistos como “inimigos”, antes citados.

Padrões cognitivos explorados

Para além da importância dos impactos emocionais, Kahneman (2019) identificou padrões cognitivos específicos que podem contribuir para a suscetibilidade à desinformação. Capturamos alguns deles nos processos observados, incluindo:

O viés de disponibilidade, a tendência a confiar em informações que estão prontamente disponíveis, ao invés de buscar confirmação dos dados em fontes mais abrangentes. Esse caso é largamente perceptível nos processos observados, através da própria velocidade de interação com os conteúdos. E pode ser vinculado à chamada ilusão de compreensão, a tendência que temos de superestimar nosso entendimento de questões complexas. Mas também deriva superficialização do processamento da informação na atualidade, com caminho do menor esforço como um fator fundamental para a replicação de conteúdo de baixa qualidade (WOLTERS et al, set. 2021).

Kahneman (2019) também menciona o viés de confirmação, a tendência de buscar informações que endossem nossas crenças, rejeitando as que as contradizem. Inclui nele também um efeito de "tiro pela culatra", no qual nos tornamos ainda mais firmes em nossas visões quando confrontados com evidências contrárias. Observou-se uma

tendência clara de reafirmação dos sistemas de crença dos grupos estudados. Por exemplo, cada novo processo aberto contra certas figuras políticas servia apenas para reiterar a ideia de que se dá uma perseguição judicial contra elas, sem observação dos elementos factuais envolvidos. Kahneman sugere que recursos das mídias sociais, como curadoria algorítmica e bolhas de filtro, tendem a agravar esse padrão.

Ajuste às crenças

É importante destacar que os processos retratados se utilizam bastante das limitações relativas de conhecimento de seu público-alvo, aproveitando-as no direcionamento das narrativas criadas. Inclusive, esse dado é determinante para que, como mapeado por Sundar (2021), diferentes grupos demográficos respondam à desinformação de formas diversas.

Um exemplo básico, ilustrativo da exploração dos diferentes níveis de conhecimento formal, deriva da complexidade das atribuições principais dos diversos níveis de poder do país. Entre os materiais circulantes, alguns apontavam erroneamente os responsáveis específicos por diferentes problemas sociais. Um caso no qual isso pode ser destacado foi o do material relativo às enchentes do Rio Grande do Sul, no qual as atribuições de prevenção, que seriam principalmente das prefeituras e do governo estadual, foram redirecionadas para o governo federal.

Também aparece o apelo e o ajuste às crenças populares estabelecidas. A busca dessa sintonia é um processo típico de qualquer ação de comunicação persuasiva, mas ela se mostra mais intensificada. Foi perceptível a tendência à exploração de percepções coletivas que seriam vistas como aquém dos marcos civilizatórios por *gatekeepers* mais tradicionais na comunicação. Um exemplo vem do acionamento de visões como o punitivismo extremado em relação aos encontrados saqueando o comércio durante as mesmas enchentes do sul.

Um outro fator relevante na obtenção de adesão às notícias falsas é o acionamento estratégico da nossa tendência a localizar padrões explicativos, que nos ajudem a reduzir a angústia causada pelo que é complexo, pouco cognoscível. Esse fator pesa ainda mais em meio a eventos geradores de incertezas, tais como a pandemia de Covid, para os quais procuramos com ainda mais afínco explicações diretas, mesmo que simplistas. E, uma vez inseridas em certos imaginários, essas teorias passam a se autoalimentar, dado que

sua aceitação contribui para a localização futura de novos padrões que as referendam, dentro dos eixos do viés de confirmação antes citado. Estabelecem, inclusive, um bom ambiente para a adesão a outras teorias pouco embasadas, por compartilharem de sistemas de crença estruturantes. (DOW et al, 2021)

Assim, as teorias da conspiração dependem muitas vezes da ambientação prévia do público receptor numa espécie de "realidade própria", com a ideia de que certos elementos factuais são índices de operações sub-reptícias fantasiosas. É comum que diferentes grupos tenham leituras diversas sobre as causalidades ocultas dos fenômenos sociais aparentes, mas as encaminhadas nesses casos tendem a carregar bem mais nas tintas ficcionais do que a média. Nelas, é frequente a busca da conexão entre fatos com pouca ou nenhuma relação entre si, com a sobreposição de informações falsas, para criar uma amálgama com uma coerência própria.

Essas narrativas costumam apresentar uma estrutura dramática na qual um grupo de atores poderosos está manipulando o mundo “nos bastidores”. Sendo que apenas alguns poucos selecionados que conhecem a verdade podem lutar contra eles, estabelecendo uma espécie de senso de superioridade “dos nossos”. A esses escolhidos se clama para que confiem em sua intuição, mais que em dados factuais que lhes são apresentados “pelo sistema”, indicando que o grosso das fontes tradicionais não é confiável. E também pela manutenção de uma atitude antagônica ao “sistema” (NOVAK, jun 2023).

Por conta desse processo ser articulado no longo prazo, fala-se da sementeira sutil de um campo informacional. Oxenham (2016) aponta que mesmo notícias percebidas inicialmente como falsas podem melhorar sua percepção de verossimilhança, se impactarem repetidamente um mesmo grupo, principalmente vindo de origens diferentes, num efeito de orquestração que costuma ser acionado nesses sistemas.

Essa mesma repetição ainda contribui em processos mais amplos dentro do mesmo campo de problemas: as *fake news* são constantemente reutilizadas dentro dos mesmos sistemas que as divulgaram a princípio, ajudando a erigir visões de mundo bastante particulares que, por sua vez, contribuem para o embasamento da recepção de novas notícias falsas. Fala-se de um padrão de influência contínua, no qual informações desacreditadas ou obsoletas continuam a modelar as crenças que servem de suporte para novas narrativas de desinformação. E, assim, se constrói uma espécie de memória social que torna, inclusive, a desinformação resistente à correção. (Kan et al, 2021)

Boyd (2014) descreve como esse processo contribui na construção de bolhas, que isolam e reforçam as crenças e, ao mesmo tempo, limitam a exposição a diversidade de pontos de vista, tornando os expostos ainda mais suscetíveis à desinformação. Malin e Lubinski (2022) apontam uma questão de poluição informacional, na qual se injeta uma tal quantidade de desinformação em determinado campo ideológico a ponto de impossibilitar diferenciar o falso do verdadeiro, o anedótico do que é sério, e assim por diante. No mesmo sentido, fala-se da existência de uma espécie de caldeirão de ideias, permanentemente em fervura, ao qual vão sendo agregados novos temperos para manter vivo o sistema de pensamento. (VELASQUEZ et al, 2021)

Dessa forma, se dá a constante construção de fios narrativos, com coerência interna e com interligações entre si. Um caso exemplar dentro dos materiais observados é o das denúncias sobre uma suposta rede de pedofilia na ilha de Marajó. Ele é paradigmático tanto pela constante reaparição através dos anos, quanto pela interligação com outras teses conspiracionistas, tal como a da existência de uma rede internacional de pedofilia interligada aos operadores ocultos da grande política internacional.

Considerações finais

Aprofundar a compreensão dos fenômenos ligados à desinformação é fundamental, como primeiro passo para o enfrentamento do problema. Na medida em que se tornam evidentes os descompassos entre os desdobramentos de nossas capacidades regulatórias e a velocidade das transformações nos processos que o embasam, fica visível como todas as frentes de atuação se fazem necessárias.

Se a discussão sobre a regulamentação, apesar de central, enfrenta inúmeros percalços na sua efetivação, vale destacar que as iniciativas ligadas à prevenção parecem prometer efeitos mais sólidos no longo prazo. Ao pensar a chamada alfabetização midiática, é recorrente a ideia de que ela demanda um processo contínuo de aprendizado paralelo à sua própria prática. Ao melhorar sua compreensão de como as mensagens são construídas e distribuídas, os indivíduos ficam progressivamente mais informados e engajados e, por sua vez, tornam-se ainda mais capazes de aprofundar sua avaliação dos conteúdos, num ciclo contínuo de crescimento.

Dada a complexidade envolvida nesses processos, fica caracterizada a importância da integração ampla desse tema nos currículos pedagógicos, com o conceito de educação

para a mídia. Vale lembrar que o contexto escolar tende a ser um ambiente respeitoso, que permite iniciar essas discussões de forma suave, o que ajuda na elaboração de debates mais qualificados, inclusive porque ali pode-se induzir o contato com uma variedade maior de perspectivas e fontes de informação.

De todo modo, é visível a complexidade envolvida em cultivar as competências necessárias para a detecção e questionamento da desinformação. Assim como também são evidentes as dificuldades de regulação de seus principais suportes na atualidade. Juntam-se também os retornos crescentes obtidos por grupos políticos que a propagam. Por conta deste somatório, acreditamos lidar com problemas que nos acompanharão no longo prazo, com grande perniciosidade em múltiplas dimensões. Assim, cremos também que é válido e necessário todo esforço que vise a sua compreensão e correção. Esperamos ter contribuído aqui um tanto nesse extenso processo de análise e combate, coletando elementos que possam ajudar nessa longa caminhada.

Referências

- ARAL, Sinan. **The hype machine: how social media disrupts our elections, our economy, and our health and how we must adapt.** London: Harper Collins, 2020.
- BOYD, Danah. **It's complicated: the social lives of networked teens.** New Haven: Yale University Press, 2014.
- BRASHIER, N. e SCHACTER, D. **Aging in an era of fake news.** Current Directions in Psychological Science, n 29 vol. 3, 2020, p. 316–323. doi: 10.1177/0963721420915872
- CUGLER, E. **A desinformação como modelo de negócio.** Jornal da USP. Publicado em 26/06/24. Disponível em: <https://jornal.usp.br/?p=774728> Acesso em: 13/08/24
- CUNHA, C.; MARQUES, R.; MOURA, J. L.; RIBEIRO, W. C.; HERCULANO, G. **Entrevista com Tiago Santos.** Revista Comunicações do ISER n 73, v. 40, p. 53-65, 2021.
- DELANEY, T.; CASTILLO, L.; FRIEHS, M.; BUTTLAR, B.; GREENE, C. **Us versus them: the role of national identity in the formation of false memories for fake news** Journal of Experimental Psychology Applied, n 1 vol. 30, Março de 2024. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/getdoi.cfm?doi=10.1037/xap0000498> Acesso em: 16/04/24
- DOW, B.; JOHNSON, A.; WANG, C.; WHITSON, J.; MENON, T. **The COVID-19 pandemic and the search for structure: social media and conspiracy theories.** So c Personal Psychology Compass. 2021; v 15 e12636. Disponível em: <https://anderson-review.ucla.edu/wp-content/uploads/2022/01/covid.conspiracy.pdf> Acesso em: 08/05/24

GONZÁLEZ-BAILÓN, S; BARBER, P.; ZHANG, M.; ALLCOTT, H.; , T.; CRESPO-TENORIO, A.; FREELON, D.; GENTZKOW, M.; GUESS, A.; IYENGAR, S.; KIM, Y.; MALHOTRA, N.; MOEHLER, D.; NYHAN, B.; PAN, J.; RIVERA, C.; SETTLE, J.; THORSON, E. TROMBLE, R.; WILKINS, A.; WOJCIESZAK, M.; JONGE, C.; FRANCO, A.; MASON, W.; STROUD, N.; TUCKER, J.. **Asymmetric ideological segregation in exposure to political news on Facebook**. Science Magazine Vol 381, Issue 6656, Jul 2023, pp. 392-398. Disponível em: <https://www.science.org/doi/10.1126/science.ade7138>. Acesso em: 18/12/23

HAIDT, J. **The righteous mind: why good people are divided by politics and religion**. New York: Pantheon Books, 2012.

KAHNEMAN, Daniel. **Rápido e devagar: duas formas de pensar**. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 2012.

KAN, I.; MIKKELSEN, E.; DRUMMEY, A.; PIZZONIA, K. **Exploring factors that mitigate the continued influence of misinformation**. Cognitive Research: Principles and Implications n.6 v.76, 2021, disponível em: <https://cognitiveresearchjournal.springeropen.com/articles/10.1186/s41235-021-00335-9>. Acesso em: 3/10/22.

LEE, Terry. **The global rise of “fake news” and the threat to democratic elections in the USA**. Public Administration and Policy. Vol. 22 No. 1, pp. 15-24. 2019. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/PAP-04-2019-0008/full/html>. Acesso em: 5/6/22.

LIVINGSTONE, S. M. **On the mediation of everything**. Journal of Communication, e d 59 vol 1, pag 1-18. 2009.

MALIN, J. e LUBIENSKI, C. **Information pollution in an age of populist politics**. Education Policy Analysis Archives, [S. l.], v. 30, p. (94), 2022. DOI: 10.14507/epaa.30.6144. Disponível em: <https://epaa.asu.edu/index.php/epaa/article/view/6144>. Acesso em: 7/2/23.

MELCHIOR, C. OLIVEIRA, M. **A systematic literature review of the motivations to share fake news on social media platforms and how to fight them**. New Media & Society. n 2 vol 26, fevereiro de 2024. Issue 2. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/14614448231174224> Acesso em: 30/03/24

MOROSOLI, S.; AELST, P.; ERKEL, P. **To convince, to provoke or to entertain: a study on individual motivations behind engaging with conspiracy theories online**. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies. n 4 vol 28, julho de 2022. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/13548565221105792> Acesso em: 04/02/24

MOURA, M.; TOSI, N.; MACHADO, C. **Demographic factors influencing the sharing of fake news in Brazil, a multivariate and qualitative study**. The Journal of Social Media In Society. Vol 12 n 2, 2023. Disponível em: <https://www.thejsms.org/index.php/JSMS/article/view/1293> Acesso em: 15/3/24

Não Assinado. **The OECD truth quest survey**. Relatório de pesquisa emitido pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. Junho de 2024. Disponível em: https://www.oecd.org/en/publications/the-oecd-truth-quest-survey_92a94c0f-en.html. Acesso em: 05/07/24

NOVAK, K. **The psychology of conspiracy theorists: more than just paranoia.** Neuroscience News. Junho 2023. Disponível em: <https://neurosciencenews.com/psychology-conspiracy-theories-23531/> Acesso em: 25/04/24.

OXENHAM, Simon. **Fake news shapes our opinions even when we know it's not true.** New Scientist, dezembro de 2016 Disponível em: <https://www.newscientist.com/article/211542-fake-news-shapes-our-opinions-even-when-we-know-its-not-true/> Acesso em: 14/8/21

PAPACHARISSI, Z. **Públicos afetivos: sentimento, tecnologia e política.** Nova York: Oxford University Press, 2014.

PHILLIPS, Whitney. **This is why we can't have nice things: mapping the relationship between online trolling and mainstream culture.** Cambridge: MIT Press, 2015.

ROSEN, Jay. **The view from nowhere: questions and answers about journalism's core problem.** Entrevista cedida à Columbia Journalism Review em novembro de 2010. Disponível em: <https://pressthink.org/2010/11/the-view-from-nowhere-questions-and-answers/>. Acesso em: 13/07/2023.

SILVERMAN, C.; STRAPAGIEL, L.; SHABAN, H.; HALL, E.; SINGER-VINE, J. **Hyperpartisan Facebook pages are publishing false and misleading information at an alarming rate.** BuzzFeed News, postado em outubro de 2016 Disponível em: <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/partisan-fb-pages-analysis>. Acesso em: 13/5/20.

SUNDAR, S.; MOLINA, M.; LE, T.; LEE, D. **“Fake news” is not simply false information: a concept explication and taxonomy of online content.** American Behavioral Scientist, v. 65, n. 2, p. 180–212, 2021.

WOLTERS, H.; STRICKLIN, K.; CAREY, N.; MCBRIDE, M. **The psychology of (dis)information: a primer on key psychological mechanisms.** Relatório de pesquisa publicado em setembro de 2021. Disponível em: <https://www.cna.org/reports/2021/10/psychology-of-disinformation-key-psychological-mechanisms>. Acesso em: 27/03/24.