

# **DESINFORMAÇÃO COMO ARMA POLÍTICA E CONFLITO MORAL: fronteiras identitárias e clivagens geracionais nas guerras culturais brasileiras<sup>1</sup>**

## **DISINFORMATION AS A POLITICAL WEAPON AND MORAL CONFLICT: identity boundaries and generational cleavages in Brazil's culture wars**

Cristiane Sinimbu Sanchez<sup>2</sup>  
Rafael Cardoso Sampaio<sup>3</sup>

**Resumo:** Este artigo explora como as fake news operam como armas de conflitos morais no contexto das guerras culturais brasileiras. A partir de doze grupos focais com participantes de diferentes idades e alinhamentos políticos, analisamos como os indivíduos percebem e argumentam sobre desinformação. A análise temática revela que as fake news funcionam como uma arma simbólica que reforça visões de mundo e constrói fronteiras morais. Concluimos que a desinformação é um recurso performativo para o alinhamento identitário, cujas dinâmicas são moldadas pela desconfiança na mídia e pela polarização afetiva, aprofundando a compreensão de suas rotinas comunicativas.

**Palavras-Chave:** Fake News. Guerras Culturais. Polarização. Desinformação.

**Abstract:** This article examines how fake news is weaponized in moral conflicts within the Brazilian culture wars. Drawing on twelve focus groups with participants from diverse age ranges and political alignments, we analyze how individuals engage with and make sense of disinformation. Thematic analysis reveals that fake news functions as a symbolic weapon that reinforces worldviews and draws moral boundaries. We conclude that disinformation is a performative resource for identity alignment, a process shaped by media distrust and affective polarization, thus offering a deeper understanding of its communicative routines.

**Keywords:** Fake News. Culture Wars. Polarization. Disinformation.

## **1. Introdução**

A disseminação de desinformação tornou-se uma característica definidora da vida política contemporânea, um fenômeno globalmente documentado desde eventos como a

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Política. 35º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Natal - RN. 9 a 12 de junho de 2026.

<sup>2</sup> Doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná. Bibliotecária e Pós-Doutoranda em Saúde Coletiva da Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: [cristiane.sinimbu@ufpr.br](mailto:cristiane.sinimbu@ufpr.br).

<sup>3</sup> Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Professor do Departamento de Ciência Política na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Bolsista produtividade do CNPq nível 1D. E-mail: [cardososampaio@gmail.com](mailto:cardososampaio@gmail.com).

eleição de Donald Trump nos Estados Unidos e as campanhas do Brexit. Estudos demonstram como as *fake news*, impulsionadas pela viralidade emocional e pela lógica das plataformas digitais, são crescentemente utilizadas como estratégia para desestruturar relações sociais e influenciar o contexto sociopolítico (Allcott; Gentzkow, 2017; Barcelos; Tobias; Corrêa, 2021; Marwick; Lewis, 2017; Vosoughi; Roy; Aral, 2018).

Este artigo contribui para esse debate transnacional ao analisar o contexto brasileiro, marcado por intensa polarização e pelo acirramento do que se convencionou chamar de “guerras culturais”. Originalmente conceituado por James Davison Hunter (1991) para descrever conflitos baseados em valores morais nos EUA, o termo ganhou força no Brasil nos últimos anos, especialmente por meio da influência de figuras como Olavo de Carvalho e da ascensão do bolsonarismo. Nesse ambiente, as *fake news* funcionam como mais do que um artefato de comunicação, visto que elas se tornam uma arma simbólica mobilizada para reforçar narrativas do bem *versus* o mal e tradição *versus* progresso. De alegações sobre o “kit gay” a teorias conspiratórias sobre fraude eleitoral, a desinformação tem sido fundamental para alimentar o pânico moral em todo o espectro político.

Embora o conceito de *fake news* tenha sido amplamente estudado nos últimos anos, grande parte da literatura se concentrou em seus efeitos na cognição individual, no comportamento eleitoral e no papel dos algoritmos de mídia social na amplificação de conteúdo falso (Allcott; Gentzkow, 2017; Pennycook; Rand, 2019; Vosoughi; Roy; Aral, 2018). Esses e outros estudos contribuíram muito para nossa compreensão dos mecanismos por trás da disseminação da desinformação. No entanto, poucos trabalhos adotaram uma lente qualitativa e culturalmente situada para explorar como as *fake news* são interpretadas, compartilhadas e debatidas por pessoas comuns nas interações cotidianas (Duffy; Tandoc; Ling, 2020; Mendonça *et al.*, 2023). Menos ainda examinaram como valores morais, diferenças geracionais e identidades políticas se cruzam na formação dessas interações, especialmente em países como o Brasil, onde as guerras culturais não são apenas dispositivos retóricos, mas experiências vividas (Echeverri Vásquez; Wolter, 2022).

Este artigo procura preencher essa lacuna, analisando, a partir de doze grupos focais com setenta e um participantes em Curitiba, como as *fake news* se tornam um dispositivo de posicionamento moral e reconhecimento de identidade, operando menos como uma mentira a ser desmascarada e mais como um recurso simbólico para articular crenças, valores e narrativas coletivas. Os grupos foram segmentados por alinhamento político (Esquerda, Centro e Direita)

e por faixa etária (18 a 30, 31 a 40, 41 a 50 e 51 a 65 anos), permitindo-nos investigar como fatores geracionais e ideológicos moldam atitudes em relação a *fake news* e conflitos morais.

Nossa abordagem se baseia em três premissas principais. Primeiro, que as pessoas tendem a consumir e compartilhar informações alinhadas com suas crenças pré-existentes e relações emocionais. Em segundo lugar, que as *fake news* não são apenas recebidas passivamente, mas muitas vezes mobilizadas ativamente como uma ferramenta para justificar a visão de mundo de alguém. Terceiro, que as *fake news* operam em um registro simbólico e performativo, servindo como um marcador de pertencimento ao grupo e orientação moral. Essas premissas encontram apoio em pesquisas existentes sobre desinformação e confirmação de crenças, dissonância cognitiva e emoções morais na comunicação política (Aronson; Aronson, 2023; McLoughlin *et al.*, 2024; Pennycook; Rand, 2019).

Ao adotar uma metodologia qualitativa centrada em discussões em grupo, pudemos observar não apenas o que as pessoas dizem sobre as *fake news*, mas como o dizem e em relação a quem, permitindo uma compreensão mais rica dos significados sociais e dos investimentos morais em jogo na desinformação (Paula *et al.*, 2024). A partir dessa análise, o artigo contribui para os debates em comunicação política e cultura digital ao defender a necessidade de uma compreensão mais rebuscada das *fake News*, aqui entendidas não como uma simples ameaça à verdade, mas como um artefato cultural embutido na vida cotidiana, moldado pela emoção e pelo pertencimento. Nosso objetivo é, portanto, colocar luz sobre as dimensões sociais e simbólicas da desinformação e suas implicações para a deliberação democrática em sociedades polarizadas.

## 2. Referencial Teórico

Como dito, entendemos as *fake news* não como mentiras isoladas ou falhas epistêmicas individuais, mas como um dispositivo comunicativo embutido em conflitos culturais e lutas por identidade. Nosso referencial se fundamenta em um diálogo interdisciplinar que articula três dimensões: 1) a desinformação como uma desordem sociocultural; 2) as *fake news* como um dispositivo moral e identitário nas guerras culturais brasileiras; e 3) a influência dos sistemas de crenças e da polarização afetiva na sua circulação.

Primeiramente, para além da definição de conteúdo falso disseminado com a intenção de enganar (Wardle; Derakhshan, 2017), compreendemos a desinformação por sua função de ruptura sociocultural, principalmente porque ela gera confusão, reforça divisões e mina

realidades compartilhadas. Sua viralidade é frequentemente impulsionada pelo apelo emocional, explorando sentimentos como a indignação moral para se propagar mais rápido que a verdade (McLoughlin *et al.*, 2024; Vosoughi; Roy; Aral, 2018).

Conceitualmente adotamos a caracterização proposta por Dourado (2021), que identifica seis características definidoras das *fake news* distribuídas digitalmente. Três se referem à natureza do conteúdo, a saber: *postulação factual*: o conteúdo é enquadrado para denotar uma alegação factual e uma conexão com a realidade, pretendendo ser um relato verdadeiro; *informação inverídica*: a alegação central é comprovadamente falsa e tem a intenção de enganar; e *sentido de notícia*: o conteúdo emula o formato, o estilo e a percepção de urgência do jornalismo profissional para obter legitimidade. As outras três características se referem às suas dinâmicas digitais: *múltiplos formatos*: o conteúdo é formatado em áudio, vídeo e texto; *circulação multiplataforma*: um conteúdo circula em diversas plataformas e suas *multiversões*, assumindo novos significados e contextos. Essas características explicam a plausibilidade e a “aderência” das *fake news*, que mimetizam as convenções jornalísticas ao mesmo tempo que engajam os usuários emocionalmente. Este componente emocional é crítico.

Em segundo lugar, posicionamos as *fake news* no contexto das guerras culturais brasileiras. Baseamo-nos no conceito de James Davison Hunter (1991), que descreve conflitos sociais profundos articulados por meio de valores morais opostos. No Brasil, esse quadro foi ressignificado a partir da influência de figuras como Olavo de Carvalho, acelerando a moralização do debate político em oposições binárias como “bem *versus* mal” (Rocha, 2021). Nesse cenário, as *fake news* funcionam como um dispositivo de criação de limites morais, mobilizando lealdade afetiva e distinguindo quem pertence à comunidade imaginada daqueles que representam uma ameaça. Sua circulação se torna, assim, uma performance de lealdade e clareza moral dentro de batalhas simbólicas mais amplas. A mimetização das práticas jornalísticas, aliada ao forte engajamento emocional, faz com que os conteúdos fraudulentos operem como um dispositivo discursivo dentro das guerras culturais (Hunter, 1991), funcionando como uma “retórica do ódio” que visa deslegitimar o adversário e consolidar uma visão de mundo imune à contestação da verdade factual (Rocha, 2021).

Finalmente, a recepção e a circulação da desinformação dependem de sistemas de crenças e do clima de polarização afetiva. Mecanismos psicológicos como o viés de confirmação e a dissonância cognitiva (Aronson; Aronson, 2023) explicam por que narrativas falsas, mas ideologicamente convenientes, são aceitas. No Brasil, essa dinâmica é

superalimentada pela polarização afetiva, que transforma o adversário político em inimigo moral (Nunes; Traumann, 2023). Nesse contexto, compartilhar *fake news* se configura como um ato que reforça a lealdade ao grupo e a aversão ao “outro”. Essas dinâmicas, por sua vez, são moduladas por assimetrias geracionais, visto que enquanto adultos mais velhos demonstram maior confiança em redes fechadas como o WhatsApp, os mais jovens são expostos a uma desinformação estetizada e afetiva em plataformas como TikTok e Instagram (Baptista; Gradim, 2020).

Em síntese, a interseção dessas três dimensões, sistemas de crenças individuais, um ambiente de polarização afetiva e ambientes midiáticos geracionalmente segmentados, resulta na erosão de uma realidade compartilhada. As *fake news* reforçam as diferenças epistêmicas não apenas entre divisões políticas, mas também entre gerações, criando esferas públicas fragmentadas. Elas se tornam um marcador performático de identidade, e sua circulação sustenta universos morais paralelos, nos quais visões de mundo opostas não são apenas diferentes, mas irreconciliáveis

### 3. Metodologia

Adotamos os grupos focais como método qualitativo por permitirem investigar a construção de significado socialmente compartilhado, especialmente em tópicos emocionalmente carregados (Krueger; Casey, 2015; Paula *et al.*, 2024). A escolha se justifica por possibilitar a observação de como os participantes negociam a verdade e constroem limites morais em interação discursiva. Partindo do pressuposto de que a desinformação não é recebida uniformemente, mas mediada por posicionamento ideológico e experiência geracional, o desenho da pesquisa visou capturar essa pluralidade e contraste por meio de uma estratégia de recrutamento segmentada por idade e autoidentificação política.

Foram selecionados 71 participantes, distribuídos em doze grupos focais realizados em Curitiba, de forma on-line, em junho de 2024. Os participantes foram recrutados por meio de um questionário de triagem que identificou idade, alinhamento político (Esquerda, Centro e Direita), interação com conteúdos digitais e vontade de participar de discussões em grupo. Os participantes foram então agrupados de acordo com os critérios de idade e alinhamento político. Cada sessão durou entre 1h15min a 1h56min e foi moderada por meio de um roteiro semiestruturado que abordou temas como identificação de *fake news*, fontes de informação, motivos de compartilhamento, percepções de confiança e viés da mídia e argumentos morais

usados em debates sobre desinformação. Todas as sessões foram gravadas em imagem e áudio, transcritas na íntegra e conduzidas em português. O projeto de pesquisa obteve a devida aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa da universidade proponente. Para promover o diálogo aberto e evitar possíveis hierarquias, cada grupo era homogêneo em orientação política e faixa etária, equilibrando gênero e renda, permitindo que os participantes expressassem suas opiniões em um ambiente mais confortável.

O *corpus* transcrito dos doze grupos focais foi submetido a uma Análise Temática (AT), abordagem que permite identificar, organizar e interpretar padrões de significado (temas) em dados qualitativos. O processo seguiu as seis fases sistematizadas por Braun e Clarke (2006), a saber: 1) imersão e familiarização com os dados; 2) geração de códigos iniciais; 3) busca por temas a partir do agrupamento dos códigos; 4) revisão crítica dos temas; 5) definição e nomeação final dos temas; e 6) produção do relatório analítico.

A análise combinou uma abordagem indutiva, na qual os códigos emergiram diretamente do discurso dos participantes, com uma abordagem teórica que partiu de um conjunto preliminar de categorias derivado dos objetivos da pesquisa e de conceitos como conflito moral e sinalização de identidade. Para gerenciar a complexidade dos dados e garantir a sistematicidade, utilizamos o *software* de análise qualitativa MAXQDA (versão 24.6.0). Em uma primeira rodada, empregamos a ferramenta *AI Coding* do *software* para realizar uma codificação automatizada e identificar padrões e recorrências discursivas no vasto volume de texto. Contudo, essa etapa tecnológica foi concebida como um ponto de partida. Todos os códigos e segmentos gerados automaticamente foram, em seguida, submetidos a uma meticulosa revisão e validação manual. Esse processo de refinamento humano foi significativo para garantir a adequação dos códigos à abordagem interpretativa da pesquisa, permitindo a fusão de categorias, a reclassificação de trechos e a atribuição de novos códigos conforme as nuances do debate emergiam em cada grupo focal.

Por meio desse processo, identificamos quatro domínios temáticos que estruturam a seção de resultados, a saber: 1) Fontes de informação e confiança: plataformas, mídia e verificação; 2) Reconhecimento e compartilhamento: por que e como as *fake news* são mobilizadas?; 3) Argumentação e moralidade: desinformação como dispositivo de identidade; e 4) Diferenças geracionais e políticas na percepção e ação. Esses temas refletem tanto o conteúdo das *fake news* quanto as dimensões afetivas, morais e epistêmicas de sua

interpretação. Em vez de isolar as *fake news* como um fenômeno discreto, a análise buscou entender sua inserção na subjetividade política, no conflito cultural e nas rotinas comunicativas.

#### 4. Apresentação dos Resultados

A análise temática dos doze grupos focais revelou que as *fake news* funcionam não apenas como conteúdo informativo, mas como um artefato simbólico e moral embutido na comunicação cotidiana. Participantes de grupos políticos e geracionais revelaram padrões distintos de como as *fake news* são avaliadas, compartilhadas e discutidas. Esses padrões são apresentados a seguir.

##### 4.1 Confiança e fontes de informação: ambientes fragmentados e credibilidade afetiva

As percepções dos participantes sobre as *fake news* foram significativamente mediadas pelas fontes pelas quais eles acessaram informações políticas e pela confiança afetiva que depositaram nelas. Em todas as linhas políticas e geracionais, a confiança não seguiu critérios jornalísticos ou institucionais, mas foi moldada pela proximidade ideológica percebida, consistência moral e confiabilidade emocional.

Entre os participantes de Direita, a rejeição à grande mídia foi recorrente. A Rede Globo e o G1 foram descritos como manipuladores ou tendenciosos, e houve uma forte preferência por canais digitais alternativos, particularmente YouTube, Telegram e conteúdo direto de figuras políticas:

A Globo aqui em casa é praticamente proibida. Não gostamos de nada que a Globo diga ou publique. (Direita, 41 a 50 anos, Mulher).

O G1, para mim, é muito tendencioso [...] sempre ajuda um lado. Agora, se há alguém que eles não querem no cargo, eles atacam. (Direita, 18 a 30 anos, Homem).

Nesse discurso, a rejeição do jornalismo tradicional não foi enquadrada como desconfiança do profissionalismo da mídia em si, mas como uma reação à interferência política percebida e à parcialidade moral. Esse grupo favoreceu a circulação *peer-to-peer*, especialmente em grupos de WhatsApp, e o discurso direto de aliados políticos, muitas vezes valorizando o tom emocional sobre a credibilidade institucional.

Entre os participantes de Centro, há uma desconfiança generalizada e a busca por moderação. Eles frequentemente expressaram uma sensação de fadiga diante da polarização,

mas ainda recorrem a diferentes fontes tradicionais para triangular informações. Um participante resumiu essa postura:

Mas, por exemplo, a Globo a gente sabe que hoje em dia ela tá indo mais para esquerda, um viés de esquerda, né? Se você pegar a Record, por exemplo, ela é totalmente o contrário, é um viés de extrema direita, não é? Os demais, aí eles têm um viés, assim, que vão ou por um lado ou para o outro, e me parece que na Bandeirantes ainda é um local mais equilibrado, né? Não é bem essa palavra que eu queria falar. É neutro, isso, é neutro. No Twitter, tem de tudo. E no G1 e UOL, eu sei que eles são mais, digamos, enviesados, né, mas ainda também é uma forma de se informar um pouco melhor. (Centro, 51 a 65 anos, Homem).

Esse grupo oscilou entre a resignação e o pragmatismo cauteloso, ilustrando o que poderíamos chamar de um pluralismo relutante, ou seja, mais do que uma forte convicção epistêmica, uma tentativa de navegar em uma paisagem confusa de narrativas concorrentes.

Para os participantes de Esquerda, a mídia institucional e os serviços de checagem de fatos foram referenciados de forma mais positiva, embora com algumas reservas. Eles reconheceram as tentativas de manipulação, mas enfatizaram a necessidade de verificar o conteúdo em várias fontes, especialmente durante períodos eleitorais ou crises de saúde.

Se for por WhatsApp, eu já, para mim, já perde um tantão de credibilidade por ser o veículo mais utilizado para *fake news*, né? [...] É que, assim, eu fui muito bombardeado por *fake news*. Então, assim, eu sei muito bem distinguir assim só de ver o que é uma *fake news* ou que não é. Sabe? Tipo, foi uma guerra. Às vezes a questão ideológica atrapalha até a narrativa daquela informação, não é? (Esquerda, 41 a 50 anos, Homem).

Para este espectro, a divergência ideológica não era apenas sobre crenças factuais, mas refletia estruturas afetivas e morais mais profundas, o que contava como “verdade” muitas vezes dependia da lealdade do grupo e da coerência simbólica. Essa postura crítica se manifesta no reconhecimento de que a “questão ideológica atrapalha até a narrativa daquela informação”, como aponta o participante, revelando a consciência de que a própria informação se tornou um campo de “guerra”.

Esses padrões revelam uma profunda fragmentação da autoridade epistêmica. A confiança na mídia, em vez de ser distribuída uniformemente, é construída de forma relacional, com base na proximidade afetiva, no alinhamento ideológico e nos hábitos de cada plataforma. Participantes de Direita confiam em ambientes digitais fechados e figuras carismáticas; de Centro expressam ceticismo e fadiga; e os de Esquerda valorizam a mediação institucional, ainda que de forma crítica. Nesse cenário, a credibilidade deixa de estar ancorada em critérios universais de jornalismo ou ciência para residir na lealdade percebida e na coerência simbólica de cada grupo. As *fake news* prosperam nesse ambiente não apenas porque as pessoas acreditam

nelas, mas porque elas se alinham a quem esses indivíduos confiam e a como se sentem em relação ao mundo político.

#### 4.2 Reconhecimento de *fake news*: entre a plausibilidade emocional e a incerteza epistêmica

O reconhecimento de *fake news* entre os participantes foi moldado não por critérios formais de facticidade, mas pela coerência moral, plausibilidade percebida e posição social do grupo. Participantes de diferentes alinhamentos políticos e faixas etárias convergiram para expressar incerteza sobre o que poderia ser classificado como “verdadeiramente falso”, especialmente quando o conteúdo estava alinhado com seus próprios valores ou suspeitas.

Um tema recorrente entre os participantes de Centro, especialmente aqueles com idade entre 41 e 50 anos, foi a dificuldade de saber o que é verdade. Isso foi frequentemente associado à percepção de que “todos mentem” ou “todos os lados manipulam”, levando a uma relativização da verdade e ao afastamento do conteúdo político, conforme comenta a participante “Mas principalmente [sobre] política, essa realmente, eu não repasso porque é muito difícil assim, sabe? E hoje em dia é tudo tão polarizado, né?” (Centro, 41 a 50 anos, Mulher). Essa sensação de saturação e fadiga levou muitos a adotar posturas epistêmicas defensivas, evitando o engajamento para reduzir conflitos ou sobrecarga cognitiva. Os participantes da Direita muitas vezes expressaram a crença de que o que é rotulado como “*fake news*” pode, na verdade, refletir uma verdade mais profunda que está sendo ocultada por instituições ou pela imprensa:

Aham, eu acho que a mídia, a mídia joga muito *fake news* para endossar o que o STF está fazendo. Então ele usa da mídia para endossar o que estão fazendo. Então eles usam muita *fake news*, né, e começam a usar a mídia para jogar essas ideias na mente das pessoas, né? E não vão a fundo ali no que está sendo, porque um assunto morre na casca ou outro ele fica ali cutucando, achando uma brecha. (Direita, 41 a 50 anos, Mulher).

Nesses casos, as “*fake news*” são ressignificadas como uma arma discursiva usada pelos oponentes, invertendo sua função acusatória. Os participantes, portanto, rejeitaram a verificação de fatos institucionais e, em vez disso, confiaram em suas próprias estruturas interpretativas, que muitas vezes eram emocionalmente carregadas e alinhadas com a identidade do grupo.

Os participantes de Esquerda, por outro lado, descreveram as *fake news* como uma ferramenta de manipulação usada para minar o debate público, principalmente durante as eleições. Ainda assim, esses participantes admitiram que o conteúdo emocional pode enganar,

conforme disse o participante “Porque a *fake news* ela serve para quê? Pra manchar a reputação, seja de uma entidade, ou de uma pessoa, não é? Esse é o, na minha opinião, o principal foco da *fake news*”. (Esquerda, 41 a 50 anos, Homem).

Em todos os grupos, o conteúdo visual e afetivo, como vídeos, memes e mensagens políticas, de gênero e religiosas, foi descrito como mais difícil de verificar e mais propenso a ser mal interpretado. Isso foi especialmente verdadeiro entre os participantes mais velhos ou em contextos de grupos familiares de WhatsApp, onde as mensagens circulam rapidamente e raramente são questionadas:

Então, eu tenho uma cautela, assim, por causa do WhatsApp, não é? A gente recebe muita notícia assim nesses grupos de amigos, né? E daí tem muito essa tendência, né, da pessoa ser ou da direita ou da esquerda, aí vem aquelas notícias meio assim cabeludas, digamos assim, né, uma forma, às vezes, de mostrar aquela notícia com vídeos, textos [...]. (Direita, 51 a 65 anos, Mulher).

Em resumo, ainda que a verificação institucional seja um recurso mais valorizado por participantes de Esquerda, a análise geral dos grupos demonstra que o reconhecimento de *fake news* se baseia prioritariamente na intuição moral, ressonância contextual e confiança na fonte. O que é aceito como “verdadeiro” é muitas vezes o que parece emocionalmente consistente ou confirma a visão de mundo de um participante. Essas descobertas sugerem que o problema das *fake news* não se limita à crença na falsidade, mas à erosão de pontos de referência comuns e ao crescente domínio da plausibilidade afetiva sobre a verificação factual.

#### 4.3. Compartilhando práticas e motivações: entre crença, cautela e estratégia social

Os participantes descreveram motivações e racionalidades variadas por trás do ato de compartilhar informações, especialmente conteúdo político, em plataformas digitais. O compartilhamento raramente era apresentado como uma prática neutra. Em vez disso, foi configurado como uma ação estratégica e relacional, embutida em redes de confiança, laços emocionais e preocupações com conflitos ou risco reputacional. No entanto, essa lógica estratégica nem sempre impediu o reforço não intencional de falsas narrativas, principalmente quando o conteúdo era enquadrado como moralmente urgente.

Em todos os espectros políticos, muitos participantes expressaram relutância em compartilhar conteúdo político, seja devido a preocupações sobre sua veracidade ou ao custo social de estar associado à desinformação. Entre os de Centro e os participantes mais jovens, a cautela dominou suas narrativas:

É, por receio, mais por receio. Não chegou a acontecer, mas eu tenho receio de compartilhar uma informação assim que não seja verdadeira ou né? Então, eu tenho esse cuidado (Centro, 31 a 40 anos, Mulher).

“Mas principalmente [sobre] política. Essa, realmente, eu não repasso porque é muito difícil assim, sabe? E hoje em dia é tudo tão polarizado, né? (Centro, 41 a 50 anos, Mulher).

Esse tipo de cautela refletia preocupações epistêmicas e relacionais, não apenas o desejo de evitar a disseminação de falsidades, mas também a necessidade de proteger os relacionamentos da tensão política. Em contraste, os participantes de Direita descreveram práticas de compartilhamento mais seletivas e alinhadas com a afirmação do grupo. As mensagens foram compartilhadas em redes fechadas (família, amigos), nas quais o alinhamento ideológico era presumido e as mensagens políticas poderiam servir como uma ferramenta de mobilização ou reafirmação:

Então, eu não compartilho com todo mundo, eu compartilho mais com as pessoas do meu meio e que a gente tem mais ou menos a mesma opinião ou com parente próximo ou em casa mesmo. Mas assim, para compartilhar em geral, não. É mais com pessoas do convívio. E uma coisa, assim, também. Você vê se você vai compartilhar aquilo que você tem uma certeza também, né? Dá uma verificada antes de repassar. (Direita, 41 a 50 anos, Mulher).

Nesses contextos, o compartilhamento era menos sobre transmissão de informações e mais sobre reforço ideológico, sugerindo que as *fake news* operam como um ato performativo de sinalização comunitária.

Entre os adultos mais velhos, particularmente na faixa etária de 51 a 65 anos, o WhatsApp emergiu como o principal espaço de circulação de informações. Alguns expressaram cautela deliberada, reconhecendo os riscos da desinformação:

Então, eu tenho uma cautela, assim, por causa do WhatsApp, não é? A gente recebe muita notícia assim nesses grupos de amigos, né? E daí tem muito essa tendência, né, da pessoa ser ou da direita ou da esquerda, aí vem aquelas notícias meio assim cabeludas, digamos assim, né, uma forma, às vezes, de mostrar aquela notícia com vídeos, textos [...]. Então isso aí é um cuidado que eu costumo ter, de não ficar disparando essas notícias assim que chegam pelo WhatsApp. (Direita, 51 a 65 anos, Mulher).

Apesar dessa cautela declarada, o participante também reconheceu ter recebido grandes volumes de conteúdo emocionalmente carregado, destacando uma lacuna entre a intenção e a exposição. No entanto, outros admitiram que o alto volume de mensagens e o enquadramento emocional às vezes levavam ao encaminhamento de conteúdo sem verificação completa.

Os participantes de Esquerda, particularmente em grupos mais jovens e de meia-idade, enfatizaram o senso de responsabilidade de não espalhar desinformação, e alguns relataram

experiências anteriores de ter compartilhado conteúdo falso involuntariamente, levando a uma maior vigilância.

Em suma, as *fake news* são compartilhadas não simplesmente porque são acreditadas, mas porque servem a funções interpessoais estratégicas, tais como evitar conflitos, reforçar a identidade, expressar preocupação ou alertar os outros. O ato de não compartilhar, da mesma forma, revela o desejo de proteger a própria imagem, de manter a neutralidade ou de resistir à saturação ideológica. No entanto, essa lógica estratégica nem sempre impediu o reforço não intencional de falsas narrativas, principalmente quando o conteúdo era enquadrado como moralmente urgente.

O compartilhamento, nesse sentido, torna-se um filtro comunicativo, revelando não apenas o que os indivíduos pensam ser verdade, mas com o que eles estão dispostos a se associar em um ambiente polarizado e moralmente carregado.

#### 4.4 Argumentação e enquadramento moral: *fake news* como arma moral em disputas políticas

Além de seu conteúdo informativo, as *fake news* foram frequentemente interpretadas pelos participantes como uma ferramenta de argumentação moral e posicionamento político. Em vez de enquadrar as *fake news* como meramente incorretas ou enganosas, muitos participantes as viram como um dispositivo deliberado para atacar, desqualificar ou mobilizar emocionalmente o público em torno de causas morais ou inimigos ideológicos.

Entre os participantes de Esquerda, as *fake news* eram frequentemente descritas como uma forma estratégica de difamação usada para prejudicar reputações ou construir inimigos. Essa perspectiva foi especialmente aparente em referências a contextos eleitorais, em que a desinformação era vista como parte de um plano mais amplo para manipular as massas. Essa divergência ideológica não era apenas sobre crenças factuais, mas refletia estruturas afetivas e morais mais profundas, isto é, o que contava como “verdade” muitas vezes dependia da lealdade do grupo e da coerência simbólica.

Eu acho que é mais prático você atacar alguma coisa usando uma *fake news* do que, sei lá. [...]. Você atacar algum outro candidato, gerar uma notícia falsa para baixar uma popularidade, alguma coisa assim do que outro tipo de notícia. (Esquerda, 18 a 30 anos, Homem).

Nesses relatos, as *fake news* operam como um atalho retórico, ou seja, como um meio de gerar forte reação emocional e condenação moral sem o ônus da argumentação. Os

participantes viram esse mecanismo como particularmente eficaz entre populações vulneráveis e públicos religiosos, reforçando a noção de exploração afetiva estratégica.

Os participantes do Centro ecoaram essa lógica, acrescentando que as *fake news* ajudaram a sustentar narrativas ideológicas, simplificando realidades complexas em slogans polarizados:

Eu acho que é para sustentar a ideologia deles, na verdade, porque quando você sustenta uma ideologia, você tem, você não tem só pessoas, você tem meio que um exército assim, digamos, assim, o das fake news e de mentiras. (Centro, 18 a 30 anos, Homem).

Esses comentários sugerem uma consciência de que as *fake news* não operam isoladamente, mas dentro de ecologias narrativas, por meio de séries de histórias, símbolos e figuras interligadas que consolidam identidades políticas.

Entre os participantes de Direita, o argumento mudou. Embora alguns reconhecessem a existência de *fake news*, eles frequentemente revertiam a acusação, sugerindo que a grande mídia e as instituições eram as verdadeiras fontes de desinformação:

Aham, eu acho que a mídia, a mídia joga muito *fake news* para endossar o que o STF está fazendo. Então ele usa da mídia para endossar o que estão fazendo. Então eles usam muita *fake news*, né, e começam a usar a mídia para jogar essas ideias na mente das pessoas, né? E não vão a fundo ali no que está sendo, porque um assunto morre na casca ou outro ele fica ali cutucando, achando uma brecha. (Direita, 41 a 50 anos, Homem).

Aqui, as *fake news* parecem uma acusação projetada para fora, visto que o próprio conceito é mobilizado para deslegitimar narrativas institucionais, reforçando a sensação de que a verdade está sob cerco e que canais alternativos são necessários para a sobrevivência ideológica.

Esses padrões discursivos mostram que as *fake news* desempenham um papel central na construção de limites morais. Ajuda a delinear “nós” versus “eles”, “verdade” versus “manipulação” e “ordem” versus “caos”. Não é apenas acreditada ou rejeitada, mas é usada como uma arma retórica, um marcador de identidade e uma estratégia para reivindicar autoridade moral. Assim, as implicações são profundas em ambientes altamente polarizados, nota-se que as *fake news* não são apenas mal interpretadas, mas também transformadas em arma, tornando-se um ato performativo de posicionamento político e afirmação moral.

#### 4.5 Dimensões políticas e geracionais: estilos epistêmicos ao longo da idade e da ideologia

A interseção entre alinhamento político e pertencimento geracional emergiu como uma das forças estruturantes mais consistentes na forma como os participantes avaliaram, compartilharam e responderam a *fake news*. Essas dimensões não operaram isoladamente, mas moldaram o estilo epistêmico de cada grupo por meio de suas plataformas preferidas, estratégias interpretativas e investimentos afetivos.

Entre os adultos mais velhos (51 a 65 anos), particularmente aqueles alinhados à Direita, o conteúdo político foi consumido e circulado principalmente em aplicativos de mensagens fechadas, como WhatsApp e Telegram. A confiança no conteúdo era muitas vezes relacional e não institucional, baseada na credibilidade do remetente e não na verificação da fonte. Apesar de reconhecer o potencial de desinformação, esse grupo também demonstrou maior tolerância à ambiguidade, especialmente quando o conteúdo estava alinhado com seus valores. O compartilhamento era frequentemente filtrado por meio de julgamento pessoal, com um senso de responsabilidade de alertar os outros ou reforçar uma visão de mundo compartilhada. Apesar de certa cautela declarada, os participantes também reconheceram ter recebido grandes volumes de conteúdo emocionalmente carregado, destacando uma lacuna entre a intenção e a exposição.

Entre os participantes de 31 a 50 anos, particularmente de Centro e Esquerda, o conteúdo político foi abordado com mais cautela. Esses indivíduos frequentemente expressavam uma sensação de fadiga discursiva, frustração com a polarização e relutância em se envolver no debate público, especialmente em contextos familiares ou ambientes ideológicos mistos. Esse grupo demonstrou o que poderíamos chamar de desengajamento seletivo: politicamente consciente, mas emocionalmente distanciado, buscando evitar conflitos enquanto mantém algum nível de consumo de informações entre as plataformas.

Os participantes mais jovens (18 a 30 anos), particularmente os de Centro, envolveram-se com menos frequência com conteúdo político e mais com informações práticas ou relacionadas à família. Eles descreveram uma dieta de mídia moldada por plataformas algorítmicas (por exemplo, Instagram, TikTok), mas evitaram amplamente a discussão política, citando o medo de compartilhar algo falso ou ser mal interpretado.

O que atravessa todas as faixas etárias é a sensação de que a responsabilidade epistêmica é individualizada, deixando os participantes à própria sorte para navegar em um ambiente de mídia fragmentado e sem pontos de referência claros. No entanto, o alinhamento político modula a forma como os participantes respondem, enquanto os indivíduos de Esquerda enfatizam a verificação e a confiança institucional, os indivíduos de Direita expressam desconfiança nas instituições e confiam mais na validação baseada na comunidade.

Essas descobertas reforçam a ideia de que a desinformação não é consumida igualmente por todos os públicos. Em vez disso, é filtrado por compromissos ideológicos, experiências geracionais e rotinas comunicativas, formando epistemologias segmentadas que refletem e aprofundam as divisões políticas e culturais.

#### 4.6 *Fake news* como sinalização de identidade e pertencimento moral

Um dos dados mais significativos que surgiram dos grupos focais foi que as *fake news* muitas vezes servem não como fonte de informação, mas como um artefato simbólico, como uma forma de sinalizar identidade, reforçar o pertencimento e traçar limites morais. Em todas as orientações políticas, os participantes descreveram de que forma as *fake news* circulam nas comunidades não apenas pelo que dizem, mas pelo que representam.

Entre os participantes de Direita, o compartilhamento de conteúdo politicamente carregado era frequentemente enquadrado como uma forma de defender valores percebidos como sob ataque, tais como crenças religiosas, soberania nacional ou estruturas familiares tradicionais. Mesmo quando o conteúdo foi posteriormente identificado como falso, sua função moral permaneceu intacta. Os participantes indicaram um compartilhamento seletivo, que reflete uma estratégia de afirmação em grupo. As *fake news* operam menos como uma reivindicação da verdade objetiva e mais como um gesto performativo, ou seja, são uma declaração de lealdade e preocupação compartilhada.

Os participantes de grupos de Esquerda frequentemente descreviam *fake news* em termos de sua capacidade de mobilizar emoções contra os oponentes. Eles viram isso como uma tática intencional para manipular o discurso público, mas também como uma forma de propaganda ideológica que revela o quão profundamente a identificação emocional influencia o debate público. Neste sentido, as *fake news* foram narrativamente produtivas, visto que

reforçaram as narrativas do grupo, simplificaram a complexidade em binários morais e reafirmaram as queixas existentes.

Os de Centro, particularmente os mais jovens, expressaram fadiga com a moralização do conteúdo político, muitas vezes se posicionando como estranhos em ambos os extremos. Suas narrativas foram marcadas por uma sensação de desconforto ético ao não saber como responder quando confrontadas com conteúdos exagerados ou emocionais. Para esse grupo, o silêncio ou o desengajamento se tornam uma forma de afirmação identitária, ou seja, uma rejeição da polarização e uma defesa da moderação em um espaço cada vez mais moldado por extremos performativos.

Estas descobertas reforçam a função das *fake news* como um potente sinalizador moral em meio às disputas contemporâneas. Mais do que peças de desinformação, elas dão forma a sentimentos difusos de perda ou ressentimento, expressam os valores que um grupo preza e, de forma relevante, demarcam as fronteiras em um conflito cultural. Nessa perspectiva, o compartilhamento de conteúdo falso deixa de ser um mero erro cognitivo para se tornar algo que as pessoas fazem, isto é, um gesto para construir alianças, atacar adversários e reforçar a coesão do grupo. Trata-se, como aponta a tese, de um “ato deliberado de afirmação de identidade e alinhamento ideológico”. Em última análise, as *fake news* se revelam um recurso simbólico central pelo qual os indivíduos navegam nas ecologias de comunicação contemporâneas, definem suas comunidades morais e defendem seu senso de realidade em um mundo politicamente fraturado.

## 5. Discussão

As descobertas apresentadas neste estudo reforçam e expandem um crescente corpo de pesquisas que conceituam as *fake news* não como um produto da ignorância, ou de um mero engano cognitivo, tão pouco como uma falha epistêmica individual, mas como um artefato moral e afetivo embutido na vida política. Os participantes dos grupos focais se envolveram com *fake news* de maneiras que refletem não apenas vieses cognitivos, mas também necessidades simbólicas, laços emocionais e performances de identidade. Essa discussão articula essas descobertas com os debates teóricos atuais sobre desinformação, formação de crenças e polarização comunicativa.

Pennycook e Rand (2019) argumentam que os indivíduos não são necessariamente enganados por *fake news* por falta de capacidade, mas porque priorizam a identidade em detrimento da precisão. Seu conceito de desatenção à precisão sugere que as pessoas são mais propensas a compartilhar informações falsas quando elas se alinham com sua visão de mundo, mesmo que possam reconhecê-las como duvidosas em diferentes condições. Isso se refletiu claramente nas declarações dos participantes sobre plausibilidade emocional, visto que o conteúdo que “parece verdadeiro” ou corresponde à sua bússola moral tem maior probabilidade de ser compartilhado ou aceito.

O fenômeno se articula com os conceitos de Aronson e Aronson (2023) sobre viés de confirmação e dissonância cognitiva, que ajudam a explicar por que informações contraditórias são frequentemente ignoradas ou reinterpretadas para se adequar a crenças anteriores. Nesse sentido, as *fake news* funcionam não apenas como desinformação, mas como uma performance retórica e moral, como uma forma de afirmar o lugar de alguém em alguma posição política e expressar indignação, medo ou lealdade. O desempenho da crença se torna mais importante do que a própria crença. Os participantes que reconheceram a falsidade de certas mensagens consideram que há a circulação com base em alinhamento com “o que realmente está acontecendo”, indicando uma lógica simbólica em jogo.

A ressonância emocional das *fake news* se torna particularmente potente em espaços pautados pela confiança afetiva, como o WhatsApp, onde o caráter interpessoal do meio amplifica o impacto da mensagem. Nesses espaços, a lógica da desinformação se alinha ao que pesquisas recentes demonstram, pois, sua circulação é impulsionada menos pelo conteúdo factual e mais pela forma como “faz as pessoas se sentirem”. Mensagens que ativam sentimentos de indignação, medo ou pertencimento são compartilhadas com maior urgência, pois, como apontam Sundar *et al.* (2025) e McLoughlin *et al.* (2024), elas cumprem a função de explorar necessidades afetivas e reforçar narrativas morais. Essa lógica foi observada de forma particularmente nítida entre os participantes de Direita mais velhos, que descreveram o compartilhamento como um ato de cuidado, advertência ou vigilância. Para eles, a intenção não era enganar, mas alertar sua comunidade sobre o que a grande mídia supostamente “não mostrará”. Nesse ato, as *fake news*, como argumentam Mendonça *et al.* (2023), passam a fazer parte de um repertório político, no qual servem como mobilização, boato e protesto, tudo ao mesmo tempo.

Por outro lado, os participantes mais jovens e de Centro, descreveram o silêncio, o desejo de evitar falar ou o desengajamento seletivo como estratégias defensivas. Isso se alinha com Ortellado, Ribeiro e Zeine (2022), que observam que a polarização não é apenas resultado da radicalização, mas também da resignação, ou seja, uma sensação de que o espaço discursivo está tão contaminado que a participação se torna cara ou fútil.

Essas economias afetivas estruturam o que Sundar *et al.* (2025) chamam de “heurística de credibilidade”, quando o tom emocional, a proximidade do remetente e a familiaridade simbólica substituem os padrões jornalísticos ou a verificação científica. Isso reformula a desinformação não apenas como falsa, mas como simbolicamente carregada.

Outro tema relevante que emerge é a fragmentação da autoridade epistêmica. Os participantes não compartilharam um horizonte comum do que conta como credível, confiável ou legítimo. Em vez disso, eles operaram dentro de microambientes epistêmicos, estruturados por alinhamento político, experiência geracional e confiança afetiva. As descobertas de Pennycook e Rand (2019) sobre o raciocínio partidário ecoam na maneira como os participantes de Direita rejeitaram a mídia institucional e enquadraram as agências de verificação de fatos como tendenciosas ou manipuladoras. Como visto em estudos anteriores (Vosoughi; Roy; Aral, 2018), a desinformação prospera em tais condições porque explora a ausência de árbitros compartilhados da verdade. Dito de outra forma, na ausência de “juízes” em quem todos confiam, cada comunidade moral se torna sua própria autoridade sobre o que é verdadeiro, e a desinformação que valida a visão de mundo do grupo é frequentemente aceita não como uma mentira, mas como uma verdade inconveniente que os oponentes tentam suprimir.

Os participantes de Centro e de Esquerda, embora mais inclinados a usar fontes institucionais, também não expressaram total confiança. Sua abordagem foi marcada por ceticismo, triangulação e confiança seletiva. Muitos enfatizaram que, mesmo quando usavam plataformas de verificação de fatos, ainda consideravam o contexto político mais amplo antes de decidir se acreditavam ou compartilhavam. Isso evidencia o que Mendonça *et al.* (2023) descrevem como uma crise epistêmica mais ampla, na qual as fontes tradicionais de verdade (mídia, ciência, educação, por exemplo) perdem autoridade normativa, os públicos recorrem a estruturas emocionais, morais e comunitárias para determinar o que é “verdadeiro o suficiente” (Dourado, 2021).

Neste sentido, nosso estudo reforça a necessidade de entender as *fake news* não apenas como desinformação, mas como um artefato cultural e uma prática comunicativa coletiva. Como mostram as narrativas dos participantes, as *fake news* circulam não por ignorância ou intenção maliciosa, mas porque cumprem funções relacionais, emocionais e políticas. A utilização de *fake news* no dia a dia funciona como um objeto de comunicação, ajudando os participantes a articular quem são, o que valorizam e em quem confiam. Torna-se parte do discurso político cotidiano, não apenas on-line, mas em grupos familiares, círculos religiosos e espaços comunitários. Como tal, deve ser abordada por meio de estruturas que levem em conta o apego afetivo, o posicionamento moral e o pertencimento narrativo.

Ao trazer dados empíricos do contexto brasileiro para o diálogo com a literatura internacional, este estudo contribui para uma compreensão mais refinada das *fake news* como operações simbólicas e afetivas, ou seja, menos sobre o valor de verdade da mensagem e mais sobre sua capacidade de produzir significado, coerência e identidade em uma esfera pública fragmentada.

## 6. Conclusões

Este artigo analisou como as *fake news* são percebidas, interpretadas e compartilhadas por cidadãos brasileiros de diferentes alinhamentos políticos e faixas etárias, em um contexto de intensa disputa ideológica. Com base na análise de doze grupos focais, nossas descobertas demonstram que as *fake news* operam menos como um ruído no sistema comunicacional e mais como um dispositivo estratégico de engajamento afetivo e reforço identitário. No cenário das guerras culturais brasileiras, o discurso público é atravessado por antagonismos morais que delimitam quem pertence a um “nós” virtuoso e quem deve ser combatido como um “outro” ameaçador.

A principal contribuição teórica deste estudo é a demonstração empírica de como a verdade se tornou um campo de negociação política e simbólica. Em vez de aderir a critérios de verificação institucionais, os diferentes grupos constroem seus próprios regimes de veracidade, ancorados em redes de confiança e códigos morais compartilhados. A credibilidade, portanto, revelou-se uma construção social e situada, regida menos por parâmetros técnicos de apuração e mais por critérios identitários e afetivos. As *fake news* que

ressoam com as visões de mundo dos participantes são mais propensas a serem aceitas, não por ignorância, mas porque se alinham à sua identidade e à coerência simbólica de seu grupo.

Uma das implicações sociais mais significativas reveladas por este estudo é a frustração generalizada em relação ao debate público e a percepção de que a argumentação contra crenças consolidadas é ineficaz. Os participantes de todos os espectros relataram um profundo desgaste emocional, o que os levou a adotar o recuo e o silêncio como estratégias de autopreservação. A decisão de não confrontar quem acredita em *fake news* é frequentemente uma escolha para manter relações sociais e afirmar a própria identidade em espaços seguros, em vez de buscar um consenso improvável. Esse comportamento, embora compreensível no nível individual, acaba por reforçar a fragmentação da esfera pública e a consolidação de bolhas informacionais, que são produções ativas dos sujeitos em busca de conforto cognitivo e coesão simbólica.

Este estudo possui limitações inerentes à sua abordagem qualitativa. A amostra, restrita a residentes de Curitiba, limita possíveis generalizações para a população brasileira, embora ofereça uma análise aprofundada das dinâmicas em um contexto urbano relevante. A condução on-line dos grupos pode ter limitado a comunicação não verbal, e variáveis como escolaridade e renda não foram eixos centrais da análise. Pesquisas futuras podem expandir este trabalho, incorporando análises comparativas entre diferentes regiões e explorando o papel de influenciadores digitais e lideranças religiosas como curadores informacionais que redirecionam o fluxo de autoridade e credibilidade.

Dadas as descobertas, sugerimos uma agenda de pesquisa focada não apenas na verificação de fatos, mas na compreensão das gramáticas emocionais que sustentam a desinformação. Intervenções de alfabetização midiática precisam evoluir para abordar o apelo moral e simbólico das *fake news*, promovendo uma consciência afetiva sobre como as emoções são mobilizadas em disputas políticas. É relevante também entender como diferentes gerações constroem seus próprios contratos epistêmicos e como a verdade é negociada na vida cotidiana.

Os esforços para combater as *fake news* devem, portanto, ir além das soluções técnicas. Ferramentas de moderação são insuficientes se não forem acompanhadas por uma reconstrução da confiança como valor comunicacional. Isso exige abordagens dialógicas que promovam a escuta pública e o pluralismo narrativo. Ao iluminar como as *fake news* operam como um marcador de identidade, este estudo contribui para uma compreensão mais fundamentada da desinformação, entendendo o fenômeno não como uma anomalia da era digital, mas como um

sintoma e expressão das tensões sociopolíticas, ansiedades morais e transformações midiáticas que definem a vida democrática contemporânea.

## Referências

- ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social media and fake news in the 2016 election. **Journal of Economic Perspectives**, [s. l.], v. 31, n. 2, p. 211–236, 2017.
- ARONSON, E.; ARONSON, J. **O animal social**. Tradução: Marcello Borges. São Paulo: Goya, 2023.
- BAPTISTA, J. P.; GRADIM, A. Understanding fake news consumption: a review. **Social Sciences**, [s. l.], v. 9, n. 10, p. 1–22, 2020.
- BARCELOS, M. S.; TOBIAS, M. S.; CORRÊA, E. C. D. Netnografia das fake news nas eleições presidenciais do Brasil em 2018: fontes, endosso e sensacionalismo. **Movendo Ideias**, Belém, PA, v. 26, n. 2, p. 5–28, 2021. Disponível em: <http://revistas.unama.br/index.php/Movendo-Ideias/article/view/2577>. Acesso em: 31 jan. 2024.
- BRAUN, V.; CLARKE, V. Using thematic analysis in psychology. **Qualitative Research in Psychology**, [s. l.], v. 3, n. 2, p. 77–101, 2006.
- DOURADO, T. **Fake news: quando mentiras viram fatos políticos**. Porto Alegre, RS: Zouk, 2021.
- DUFFY, A.; TANDOC, E.; LING, R. Too good to be true, too good not to share: the social utility of fake news. **Information Communication and Society**, [s. l.], v. 23, n. 13, p. 1965–1979, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1623904>. Acesso em: 31 jan. 2024.
- ECHEVERRI VÁSQUEZ, G.; WOLTER, R. P. Social media and diatopic tension: A psychosocial study with Haddad and Bolsonaro’s voters in Brazil. **Journal for the Theory of Social Behaviour**, [s. l.], v. 52, n. 3, p. 454–472, 2022.
- HUNTER, J. D. **Culture Wars: the struggle to define America**. New York, USA: Basic Books, 1991.
- KRUEGER, R. A.; CASEY, M. A. **Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research**. 5. ed.ed. Singapure: SAGE Publications, 2015. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=APtDBAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 21 fev. 2025.
- MARWICK, A.; LEWIS, R. **Manipulação da mídia e desinformação online**. New York: Data&Society, 2017. Disponível em: <https://datasociety.net/wp-content/uploads/2024/04/Manipulacao-da-midia-e-desinformacao-online.pdf>. Acesso em: 14

out. 2024.

MCLOUGHLIN, K. L. *et al.* Misinformation exploits outrage to spread online. **Science**, New York, v. 386, n. 6725, p. 991–996, 2024.

MENDONÇA, R. F. *et al.* Fake news e o repertório contemporâneo de ação política. **DADOS**, Rio de Janeiro, RJ, v. 66, n. 2, p. 1–31, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/dados/a/M47Czv8v8HzwQ6DKjBqJvjg/>. Acesso em: 13 set. 2024.

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

ORTELLADO, P.; RIBEIRO, M. M.; ZEINE, L. Existe polarização política no Brasil? Análise das evidências em duas séries de pesquisas de opinião. **Opinio Publica**, [s. l.], v. 28, n. 1, p. 62–91, 2022.

PAULA, C. de *et al.* Grupos focais em Ciência Política. In: SAMPAIO, R. C.; PAULA, C. de (org.). **Manual de introdução às técnicas de pesquisa qualitativa em Ciência Política**. Brasília: ENAP, 2024. p. 109–133. Disponível em: <https://repositorio.enap.gov.br/handle/1/8513/>. Acesso em: 27 fev. 2025.

PENNYCOOK, G.; RAND, D. G. Fighting misinformation on social media using crowdsourced judgments of news source quality. **Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America**, [s. l.], v. 116, n. 7, p. 2521–2526, 2019.

ROCHA, J. C. de C. **Guerra Cultural e retórica do ódio: crônicas de um Brasil pós-político**. Goiânia: Caminhos, 2021.

SUNDAR, S. S. *et al.* Sharing without clicking on news in social media. **Nature Human Behaviour**, [s. l.], v. 9, n. 1, p. 156–168, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.1038/s41562-024-02067-4>.

VOSOUGHI, S.; ROY, D.; ARAL, S. The spread of true and false news online. **Science**, [s. l.], v. 359, n. 6380, p. 1146–1151, 2018. Disponível em: <https://news.1242.com/article/148290>. Acesso em: 13 dez. 2023.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making** Council of Europe report DGI. [S. l.: s. n.], 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666?ct=t>. Acesso em: 13 dez. 2023.