



**SEMINÁRIO: EDUCAÇÃO, INFORMAÇÃO, COMUNICAÇÃO E SAÚDE:
PROTEÇÕES CONTRA A DESINFORMAÇÃO**

EIXO TEMÁTICO: GT 5 - TEMAS LIVRES EM DESINFORMAÇÃO, CIÊNCIA E SAÚDE

**AS EMOÇÕES E AS CRENÇAS NO PROCESSO DE DISSEMINAÇÃO DE
DESINFORMAÇÃO**

EMOTIONS AND BELIEFS IN THE PROCESS OF DISINFORMATION
DISSEMINATION

Modalidade: texto completo

Resumo: O fenômeno da desinformação no século XXI vem sendo construído mediante um processo que envolve, dentre outros elementos, agentes humanos e ferramentas tecnológicas. A arquitetura da desinformação se utiliza de elementos como as emoções e as crenças para fazer circular conteúdos de teor manipulado ou falso em um curto espaço de tempo. Para compreender esse processo e suas nuances, esse trabalho elegeu como objetivo geral identificar publicações que abordam o tema das emoções e das crenças, relacionando-as ao processo de disseminação da desinformação. Metodologicamente, a pesquisa é caracterizada como descritiva, composta por um levantamento realizado no ano de 2024 no Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior e da reunião de livros eletrônicos e impressos, artigos científicos, informes e cadernos que fazem parte do acervo documental das autoras deste trabalho. A seleção desses materiais é composta por 10 publicações geradoras de 14 citações. O estudo enunciou possíveis vinculações entre as emoções e crenças no processo de disseminação da desinformação, a partir das citações, ficando fortalecida a premissa de que a circulação de conteúdos manipulados ou falsificados se utiliza de elementos que perpassam as questões tecnológicas. Ao fim deste estudo, sugere-se que novas pesquisas sejam realizadas, seja de cunho quantitativo para recuperação de mais publicações sobre o tema; seja com o viés qualitativo voltado para a coleta de dados com pessoas, ou por levantamento quantitativo que amplie os resultados acerca dos temas abordados nesta pesquisa.

Palavras-chave: desinformação; emoções; crenças.

Abstract: The phenomenon of disinformation in the 21st century has been constructed through a process that involves, among other elements, human agents and technological tools. The architecture of disinformation uses elements such as emotions and beliefs to circulate manipulated or false content in a short space of time. In order to understand this process and its nuances, the general objective of this study was to identify publications that address the issue of emotions and beliefs, relating them to the process of spreading disinformation. Methodologically, the research is characterized as descriptive, comprising a survey carried out in 2024 at Portal de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior and the gathering of electronic and printed books, scientific articles, reports and notebooks that are part of the documentary collection of the authors of this work. The selection and incorporation of these materials is organized in Table 1, made up of 10 publications that generated 14 citations. The study identified possible links between emotions and beliefs in the process of disseminating disinformation, based on the citations, strengthening the premise that the circulation of manipulated or falsified content uses elements that go beyond technological issues. At the end of this study, it is suggested that further research be carried out, either of a quantitative nature to retrieve more publications on the subject; or with a qualitative bias aimed at collecting data from people, or through a quantitative survey that expands the results on the themes addressed in this research.

Keywords: disinformation; emotions; beliefs.

1 INTRODUÇÃO

O fenômeno da desinformação no século XXI vem sendo construído por meio de um processo que envolve, dentre outros elementos, agentes humanos e ferramentas tecnológicas que contribuem para a disseminação de conteúdos manipulados, parcial ou totalmente falsos. Acredita-se que o impulsionamento desse tipo de conteúdo envolve um trabalho que observa o comportamento humano em relação à receptividade do bizarro, do fantasioso e daquilo que é alheio aos fatos. Essa configuração também se utiliza de elementos inerentes às subjetividades das pessoas, como as emoções (agradáveis e desagradáveis) e as crenças, para atingir seus objetivos.

As considerações mencionadas anteriormente fizeram emergir o seguinte problema de pesquisa: qual o papel das emoções e das crenças no processo de disseminação da desinformação? Assim, o objetivo geral delineado para a pesquisa foi identificar publicações científicas que abordam o tema das emoções, das crenças, relacionando-as ao processo de disseminação da desinformação.

Assim, para consecução pretensão foram delineados os seguintes objetivos específicos: mapear estudos científicos que discorrem sobre as emoções e as crenças, relacionando-as à disseminação de conteúdos desinformativos; analisar as publicações selecionadas para identificar como as crenças e emoções são exploradas pelos agentes da desinformação, tendo em vista que esses elementos subjetivos levam à predisposição à aceitação destas informações, bem como o seu compartilhamento.

Na abordagem desse fenômeno é comum a literatura científica elencar possíveis motivos que justificam o compartilhamento desse tipo de material, entre as pessoas que fazem uso de plataformas de mídias sociais, a saber: problemas relacionados às limitações relativas às competências informacionais dos sujeitos, política educacional incipiente que trabalhe a educação midiática desde o nível básico, ausência de legislação que regule as corporações detentoras de plataformas de mídias sociais e aplicativos de mensagens, entre outros. Esses fundamentos são essenciais para o entendimento sobre o ecossistema da desinformação, no entanto, infere-se que há interesse dos agentes da desinformação em elementos não palpáveis, subjetivos, de difícil comprovação, como os que envolvem as emoções e as crenças das pessoas.

Partindo dessa premissa, esse estudo justifica-se como publicação que pretende contribuir com a literatura científica sobre a temática da desinformação, alcançando assim áreas do conhecimento como Ciência da Informação, Biblioteconomia, dentre outras, tendo em vista que, de acordo com Penteado e Chaves (2023, p. 72), “[...] a relação entre as emoções, as crenças e a disseminação da desinformação não é um tema recorrente em pesquisas científicas”.

O desvelamento da relação entre esses elementos e o fenômeno citado também passa pelo entendimento acerca das possibilidades de enfrentamento à desinformação quando as possíveis causas estão relacionadas a algo intrínseco do ser humano, relacionado ao comportamento, situações de vulnerabilidades emocionais que podem tornar as pessoas suscetíveis ao consumo e partilha de vídeos, imagens, textos, áudios com potencial de enganar.

2 A ARQUITETURA DA DESINFORMAÇÃO NO SÉCULO XXI

O uso da expressão ‘arquitetura’ considera que a configuração de desinformação vigente é composta por agentes de elaboração e disseminação e construída a partir da intencionalidade no impulsionamento da mentira, da falsificação,

não é um fato isolado e próprio desse período, inclusive, há registros desse fenômeno na historiografia de forma universal.

Essa figura de desinformação contemporânea pode ser equivalente ao que Schneider (2022, p. 15) aponta como “[...] conjunto de ações desinformacionais veiculadas nas diversas redes digitais existentes, tais como *Facebook*, *Twitter* (atual *X*), *Instagram*, *WhatsApp*, *Telegram*, *TikTok* e similares.”

O universo contemporâneo da “comunicação sem fronteiras” fez com que as pessoas deixassem a posição de apenas consumidores de informação para tornarem-se criadores de conteúdos. Ainda que não haja essa criação, a forma de consumir informação alterou, de certa forma, os rumos do fluxo informacional. Essa nova configuração pode ter interferido no desejo de uma democratização e acesso à informação de qualidade para todas as pessoas. Neste cenário, a desinformação avança e vem buscando desacreditar a informação verídica. Nesse sentido, Pires (2023, p. 88) afirma que “fazer as pessoas desconfiarem de informação é uma das consequências da desinformação”. No bojo dessa arquitetura, emerge a desacreditização de instituições, a verdade alternativa, os “especialistas” nos mais diversos temas que circulam em mídias sociais.

A figura da desinformação contemporânea pode ser equivalente ao que Schneider (2022, p. 15) aponta como “[...] conjunto de ações desinformacionais veiculadas nas diversas redes digitais existentes, tais como *Facebook*, *Twitter* (atual *X*), *Instagram*, *WhatsApp*, *Telegram*, *TikTok* e similares.”

O universo contemporâneo da “comunicação sem fronteiras” fez com que as pessoas deixassem a posição de apenas consumidores de informação para tornarem-se criadores de conteúdos. Ainda que não haja essa criação, a forma de consumir informação alterou, de certa forma, os rumos do fluxo informacional. Essa nova configuração pode ter interferido no desejo de uma democratização e acesso à informação de qualidade para todas as pessoas. Neste cenário, a desinformação avança e vem buscando desacreditar a informação verídica. Nesse sentido, Pires (2023, p. 88) afirma que “fazer as pessoas desconfiarem de informação é uma das consequências da desinformação”. No bojo dessa arquitetura, temos também a desacreditização de instituições, a verdade alternativa, os “especialistas” nos mais diversos temas que circulam em mídias sociais.

Além da estratégia de descredibilização informacional, onde a capacidade de desconfiar e de criticar é reduzida, esse sistema foca na repetição da mentira, em conteúdos com títulos chamativos e sensacionalistas e no apelo para sua distribuição em massa. A visibilidade constante da informação ou da desinformação faz com que, segundo Ariely (2024), nosso cérebro o associe a algo “familiar e verdadeiro” e isso faz com que esse material “grude” no cérebro. A percepção de desinformação se apresenta como algo que “[...] ativa gatilhos emocionais nem sempre acessíveis ao controle racional do indivíduo, pois que enraizados no inconsciente ou nas camadas mais profundas da psique” (Bachur (2021, p. 438). Essa consideração reforça o entendimento de que o aspecto comportamental e da psicologia humana podem ser, infelizmente, um aliado na elaboração/manipulação de conteúdos que serão disseminados.

Para descortinar as intenções por trás da desinformação - que muitas vezes apresenta características de informação, mostra-se confiável e engana até o mais competente sujeito informacional – é importante que as pessoas tenham conhecimentos sobre as ferramentas de checagem, entretanto, esta é apenas uma tática a ser adotada na complexa rede que envolve a desinformação. Por outro lado, considerando que os aspectos da psicologia humana influenciam na decisão sobre o que consumir e compartilhar, faz-se necessário que outras estratégias de enfrentamento à desinformação sejam utilizadas, um caminho seja insuficiente para o enfrentamento à desinformação.

A necessidade de enfrentamento a essa situação deve-se ao fato de estarmos presenciando um cenário de desinformação que atravessa todos os setores do tecido social (saúde, educação, política, poder judiciário, entre outros). No âmbito da saúde pública, várias dessas ocorrências foram fortalecidas durante a Pandemia de COVID-19. A engrenagem opera na perspectiva de atingir a sensibilidade das pessoas, uma vez que, a doença fragiliza e torna vulneráveis as pessoas, condição ideal para acreditarem em dicas de fórmulas milagrosas para cura do mal, rejeitem tratamentos médicos e imunização conforme retrata a realidade empírica.

3 EMOÇÕES E CRENÇAS: breves considerações

As considerações sobre as emoções e crenças humanas trazidas para essa seção do trabalho serão concisas, porém necessárias para posicionar essas reações humanas e estados mentais dentro do quadro de partícipes do fortalecimento da desinformação. Dentro desse escopo, apresentar-se-ão alguns conceitos e características dessas duas vertentes.

A etimologia da palavra emoção adotada neste trabalho é abordada por Sodré (2006) citado por Meneghini (2020, p. 34). Consoante o autor, a palavra deriva do grego *Emotus* e ‘significa abalado, sacudido, posto em movimento’. No contexto da filosofia, a partir do pensamento de Aristóteles (Et. nic, II, 4. 1105 b 21) citado por Abbagnano (2007, p. 311) “A emoção é toda afeição da alma, acompanhada pelo prazer ou pela dor, sendo o prazer e a dor a percepção do valor que o fato ou a situação a que se refere a afeição tem para a vida ou a necessidade do animal”. Segundo Figueiredo (2012) citado por Meneghini (2020, p. 50) se as emoções e as crenças influenciam e se modificam, reciprocamente.

Emoções ruins, como o ódio e determinadas crenças pessoais, podem influenciar na escolha do que compartilhar em plataformas de mídias sociais e aplicativos de mensagens e, a depender do momento político, do contexto religioso e dos valores morais que carregam, essa ação pode ser intensificada. Essa propriedade humana de resposta interna a fenômenos ou movimentos externos está presente na publicação de Ariely (2024, p. 47) quando afirma que “[...] os seres humanos são

criaturas emotivas [...] as emoções tendem a preceder as crenças e costumam ser as principais impulsionadoras das nossas ações [...].”

A proximidade do conteúdo recebido com o que se deseja, de repente, pode surtir, no receptor, a identificação e o desejo de compartilhamento de um conteúdo. Em um dos trechos de sua publicação, Meneghini (2020, p. 72), discorre sobre a relação entre desinformação e as emoções humanas:

Algo ficcional tende a chamar mais atenção, mesmo beirando o absurdo. E, a partir desta visão, fica evidente que os seres humanos buscam por indícios e caminhos que forneçam uma comunicação mais direta à emoção, desta forma ficando os seres humanos à frente das máquinas e robôs na distribuição de conteúdos falsos. E mesmo as tecnologias e a robótica, com o poder da automação e escalabilidade, ainda não conseguem o mesmo poder de adicionar camadas novelísticas e de ficção conforme a capacidade da mente humana de moldar situações e conteúdos que vão atender as pulsões que habitam a mente das pessoas [...]

Percebe-se também na espécie humana, a necessidade de pertencimento e de estar na companhia daqueles que partilham de ideias semelhantes e de objetivos comuns. Além disso, um fato os particulariza em relação às outras espécies: o gosto pelo exótico e pelo irreal. Nesse sentido, Santaella (2019, p. 32) esclarece que “[...] a irresistível atração que o sensacionalismo exerce sobre as emoções humanas está longe de ser uma invenção da internet, embora esta tenha levado isso ao extremo, com adição agora da dificuldade de se diferenciar o trágico factual do trágico fantasiado”, realidade que torna a sociedade complexa com múltiplos desafios.

Trágico é identificar que o acolhimento às semelhanças e a partilha de objetivos possam servir como pano de fundo para a construção de uma realidade caracterizada pelo compartilhamento de conteúdos que carregam a mentira para detratir opositores políticos, como o Brasil, em que a comunicação da extrema-direita vem alimentando um discurso antipetista, para promover a descredibilização da educação brasileira e associação do fato ao método Paulo Freire, afirmações de que estamos à beira do comunismo e o Brasil se transformará em uma Venezuela, numa alusão a um governo antidemocrático.

O tipo de comunicação que desinforma é carregado, às vezes, de imagens e mensagens com teor raivoso e onde o emissor afirma que a solução para esses problemas está no apoio das pessoas de bem e patriotas ao projeto político e ideológico vinculado à extrema-direita. Essa situação desencadeia uma série de sentimentos por parte das pessoas que desejam combater a desinformação, com isso, o espaço para o diálogo parece cada vez mais limitado. Observando esse cenário,

entende-se que as chances de uma pessoa convencer outra que está emocionalmente envolvida com a desinformação, direcionada para o ódio a determinado partido político ou grupo de pessoas, são as mínimas possíveis.

Os exemplos citados localmente são apenas uma parcela do enorme aparato de conteúdos desinformativos que circulam nas plataformas de mídias sociais e nos aplicativos de mensagens instantâneas. Conforme mencionado, esse fenômeno é global e atemporal. O interesse por entender e combatê-lo movimenta o cenário das pesquisas científicas em alguns países. O Relatório da *África Check* (2020, p. 4, tradução nossa)¹ trouxe dados de um trabalho realizado nos Estados Unidos, Reino Unido, Argentina, Nigéria e África do Sul. O referido estudo, em uma de suas abordagens sobre a relação entre as crenças e a desinformação, afirma que:

Nossas crenças são moldadas pela repetição, pela fluência cognitiva e pelo raciocínio motivado, mesmo quando não temos consciência disso. [...] as crenças são também um processo altamente social. Apoiar ou compartilhar um artigo errôneo não se trata apenas de uma incapacidade de compreender as provas, mas também do impulso para reinterpretar a informação para confirmar os nossos próprios valores¹

Neste mesmo documento há uma referência sobre o que eles chamam de *Os três preconceitos cognitivos que afetam todas as nossas crenças*: 1) a repetição e o efeito ilusório da verdade; 2) a fluidez e a credibilidade de “informações” que parecem verdadeiras; 3) raciocínio motivado (Africa Check, 2020, p. 8-10, tradução nossa)².

As informações do citado Relatório podem reforçar a tese de que a repetição é um elemento que forte no processo de disseminação de materiais desinformativos, que nem toda desinformação é totalmente falsa, inclusive, pode-se usar algo verídico e misturá-lo ao manipulado ou falso. Repetição que se mistura às crenças e reforça a negativa, a não aceitação do fato, pois isso não contraria sua verdade e a do grupo a

¹ Nuestras creencias son moldeadas por la repetición, la fluidez cognitiva y el razonamiento motivado, aun cuando no somos conscientes de ello. Por otro lado, los estudios que analizan la persistencia de imprecisiones desmentidas hace mucho tiempo, como el escepticismo con respecto al cambio climático, hacen hincapié en que las creencias también son un proceso muy social. Apoyar o compartir un artículo erróneo no se trata solo de una incapacidad para entender las pruebas, sino también del impulso de reinterpretar información en maneras que confirman nuestros propios valores.

²La repetición y el efecto ilusorio de la verdad; La repetición y el efecto ilusorio de la verdad; El razonamiento motivado.

que pertence. Segundo Ariely (2024, p. 143) “crenças são poderosas porque, depois que as estabelecemos, torna-se muito raro questioná-las”. Pessoas com valores e crenças enraizadas no extremismo religioso e moral exacerbada podem disseminar informações falsas sobre temas como: legalização do aborto e da maconha, por exemplo.

4 METODOLOGIA

O trabalho baseia-se na abordagem descritiva, aquela que na concepção de Cervo, Bervian e Silva (2007) “[...] permite observar, analisar, correlacionar variáveis e considerar os dados que já existem ou coletá-los a partir da realidade existente”, estando, portanto, adequada ao objetivo delineado nessa pesquisa.

A construção bibliográfica da investigação foi consolidada a partir do levantamento de informações sobre o tema, da leitura do material recuperado e da extração de trechos que abordam as temáticas das emoções, das crenças e da desinformação, resultando, assim, em uma revisão de literatura.

Para a composição dos resultados presentes no quadro 1, inicialmente fez-se um levantamento de fontes de informação no Portal de Periódicos da Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), a partir dos seguintes termos: *emoções AND desinformação*, *crenças AND desinformação*, *emociones y desinformación*, *creencias y desinformación*, *emotions AND misinformation* e *beliefs AND misinformation*. Esse formato de busca estratégica tornou-se mais efetiva do que utilizar essas palavras de forma isolada, uma vez que desinformação, emoções e crenças são conceitos pesquisados em várias áreas do conhecimento. Assim, buscá-los de forma separada poderia alterar o resultado numérico dos itens recuperados e trazer documentos onde a relação entre os três conceitos fosse pouco consistente ou mesmo inexistente. Enfim, optou-se pelo critério de especificidade o mais aproximado possível.

O levantamento excluiu alguns materiais que, em uma leitura de resumos e de palavras-chave, não foram incorporados por não atender às necessidades das pesquisadoras naquele momento. A busca com o uso dos descritores *emociones y desinformación* e o uso dos termos *beliefs AND misinformation* foram mais efetivas no que se refere à relação entre o conteúdo apresentado e o objetivo desta pesquisa, pois recuperaram os estudos de Simon-Astudillo e Chaves (2022) e de Ecker *et al.* (2022), ambos passaram a compor o quadro 1.

Para além dessa estratégia de levantamento realizado no Portal da CAPES, outros autores citados no quadro foram selecionados a partir da leitura de capítulos de livros eletrônicos e impressos que pertencem ao acervo de fontes de informação de uma das autoras deste trabalho. Nesse caso, citam-se publicações de Ariely (2024) e Macedo (2024).

Após a busca, leitura e seleção dos textos, os materiais foram lidos e em seguida foram extraídas citações que apontam a relação entre emoções, desinformação e crenças, resultando na construção do Quadro 1 composto por 10 fontes de informação categorizadas conforme o tipo de suporte em: livros impressos e eletrônicos, artigos científicos, informes e caderno onde os autores discutem os temas das emoções, das crenças e da desinformação de forma conjunta.

5 RESULTADOS

A busca por produções científicas que abordassem a relação entre as emoções, as crenças e a disseminação da desinformação foi movida pelo intuito de comprovar a premissa que os agentes da desinformação se utilizam das vulnerabilidades humanas, de emoções negativas como a raiva, ódio, tristeza, decepção e as crenças para impulsionar conteúdos desinformativos.

A leitura da produção levantada buscou encontrar, nos textos de três línguas distintas, indícios da existência de relações entre o problema e o objetivo geral da pesquisa, isto é, entre os termos desinformação, emoção e crenças.

Ao finalizar esse processo, foi possível elaborar o quadro 1, no qual foram sistematizados 14 trechos encontrados na literatura analisada, nos quais os autores abordam a temática e estabelecem relações entre os termos adotados. Desse total, quatro trabalhos foram escritos em língua portuguesa, quatro em língua inglesa e dois trabalhos escritos em língua espanhola.

Quadro 1 – Temas relacionados na literatura sobre emoções, crenças e desinformação

Trechos de citações	Autores consultados
As táticas de compartilhamento de desinformação por <i>Facebook, WhatsApp, Telegram, Instagram, YouTube</i> , entre outras plataformas, encontram eco nas crenças conservadoras presentes no campo social	Segurado (2021, p. 53)
Cognitive dissonance is the negative experience that follows an encounter with information that contradicts your beliefs. This can lead people to reject credible information to alleviate the dissonance.	Shane (2021, não paginado)
[...] as emoções costumam ser motivador subconsciente das nossas	Ariely (2024, p. 47)

**SEMINÁRIO: EDUCAÇÃO, INFORMAÇÃO, COMUNICAÇÃO E SAÚDE: PROTEÇÕES CONTRA A
DESINFORMAÇÃO**

SALVADOR – 29, 30 e 31 de julho de 2025

crenças.	
[...] a psicologia humana contribui para a crise da verdade. Nossas crenças e percepções são moldadas por uma série de fatores, incluindo experiências pessoais, preconceitos e o desejo de pertencer a um grupo. A tendência de buscar informações que confirmem nossas crenças pré-existentes, conhecida como viés de confirmação, torna-nos suscetíveis à desinformação.	Macedo (2024, local 51)
La información que compartimos puede verse afectada por nuestras emociones	Africa Check (2020, P.4)
[...] as desinformações construídas com intuito de alcançar a emoção do interlocutor são mais passíveis de persuadi-lo, levando-o não só a acreditar no conteúdo falso como também a compartilhá-lo	Ferreira (2020, p. 1)
[...] forças emocionais e psicológicas nos levam a buscar um vilão e a nos interessar por histórias complexas e nefastas. <i>O ódio é apontado pelo autor como uma dessas forças.</i>	Ariely (2024, p.113)
Os criadores de notícias falsas já estão “sentindo” lucrando com coletivos de longe. Por exemplo, os provedores de notícias falsas da Macedônia exploram as crenças, desejos e preocupações de públicos específicos dos EUA [...], ou seja, tecnologias que medem emoções, intenções e contextos de vida para maximizar a adequação do feedback e do conteúdo	Weeks (2015)
Notícias falsas já representam um aumento na carga emocional, mas notícias automatizadas têm o potencial de intensificar essa situação.	Weeks (2015)
En cuanto al fenómeno de la mis y disinformation, y teniendo en mente la cuestión afectiva, se entiende que las emociones se vuelven clave para el proceso en que opera la circulación de noticias y de informaciones falsas, principalmente por medio de estrategias que construyen las narrativas de manera que apelan a las emociones (Lelo y Fígaro, 2021; Mercenier, 2021)	Santana Chaves; Simon-Astudillo (2022, p. 882)
La desinformación se aprovecha de las emociones para ganar más atención y repercusión (Bakir y McStay, 2018). Para eso, se apoya en una distribución de contenidos emocionales y de estrategias para divulgar contenidos no solo falsos por completo, sino también imprecisos, fuera de contexto.	Santana-Chaves; Simon-Astudillo (2022, p. 882)
[...] human behavior contributes more to the differential spread of falsity and truth than automated robots do.	VOUSOGHI; ROY; ARAL (2018, p. 1150)
Las emociones negativas promueven mayor desinformación	Santana Chaves; Simón-Astudillo (2022, p. 888)
The emotional content of the information shared also affects false-belief formation. Misleading content that spreads quickly and widely ('virally') on the internet often contains appeals to emotion, which can increase persuasion.	ECKER et al. (2022, p. 15)

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

Os dados mostram que a abordagem sobre a questão está presente em diferentes nacionalidades, evidenciando que: trata-se de um problema com abrangência mundial. Outra inferência resultante dessa leitura é que essas publicações apresentam elementos que remetem a uma relação entre as emoções, as crenças e a desinformação gerada e circulante em plataformas de mídias sociais e aplicativos de mensagens instantâneas. Além disso, foi possível compreender que a engrenagem é moldada para impulsionar a produção e disseminação de conteúdo inverídico e desenvolver um trabalho voltado para conhecer comportamentos e personalizar materiais com elementos de desinformação.

Observando publicações como de Ariely (2024), Ecker *et al.* (2022), Meneghini (2020) e Ferreira (2020) há uma certa convergência no tratamento das emoções como uma espécie de impulsionador de crenças. Com isso, infere-se que, uma vez fortalecidas, essas crenças podem dificultar o processo de mudança e aceitação de uma verdade que não atenda as necessidades desse sujeito, e, mesmo diante de um fato, emoções consideradas negativas podem impedir que a razão e a capacidade crítica sejam efetivas diante de uma matéria, foto, vídeo, áudio que apresentam narrativas contrárias aquilo em que o receptor acredita.

A dissonância cognitiva e o viés de confirmação atravessam o viés emocional e as crenças dos sujeitos na perspectiva apresentada nos trabalhos de Shane (2021) e Macedo (2024). Esses mecanismos psicológicos reforçam as ações de um sujeito no impulsionamento de conteúdos não verídicos.

É perceptível que emoções vistas como maléficas, dificultam o exercício da razão e da crítica e estimulam os seres humanos a compartilharem conteúdos desinformativos. Por outro lado, o medo e desencanto com a situação política e econômica, a sobrecarga emocional e a busca por vilões também são fatores que podem desencadear nas pessoas a necessidade de escape, de fuga e da verdade, com isso, possibilitando que as emoções negativas predominem sobre a racionalidade.

A análise da literatura retratou que, além das emoções, as crenças e a desinformação, o viés de confirmação está entre os assuntos tratados nos textos citados. Esse conceito é frequentemente relacionado aos aspectos psicológicos e do comportamento humano encontrados em alguns estudos que investigam fatores e elementos que constituem o ecossistema da desinformação, a exemplo de Wardle (2017) e Shane (2021). Essa abordagem busca uma espécie de ajustamento ao que se deseja e, com isso, limita a ação do sujeito questionador e crítico.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A investigação conclui que o objetivo do trabalho foi alcançado, pois a literatura e os trechos apresentados no quadro 1 e uma parte considerável do que foi escrito por esses autores e autoras, colaboram para confirmar a premissa sobre a relação entre as emoções, as crenças e disseminação da desinformação.

Os três elementos norteadores desta investigação, presentes no problema de pesquisa e no objetivo geral, foram citados por todos os autores,. Essa aproximação entre os temas e os trabalhos apresentados no quadro 1 demonstraram que: a problemática da disseminação da desinformação não está restrita apenas aos aparatos tecnológicos, que os seres humanos são constituídos de emoções e crenças e que os agentes produtores e disseminadores de conteúdos desinformativos se apropriam desses elementos comportamentais, pois sabem que as pessoas buscam informações que as confortem, que são reflexos de seus desejos, dos seus ideais de vida e de suas ideologias políticas, religiosas e morais.

A conclusão desse trabalho demonstra que é importante conhecer os meandros da arquitetura da desinformação, especialmente no que diz respeito aos aspectos psicológicos humanos, como as emoções, as crenças, os afetos e o lugar ocupado por eles no ecossistema da desinformação. Isso figura como um dos grandes desafios para o combate a esse fenômeno secular, logo, está inserido nas subjetividades dos sujeitos, muitas vezes acompanhada de crenças sólidas, o que compromete o diálogo e a mudança de postura das pessoas que estão imersas em um cenário avesso aos fatos.

Outra constatação diz respeito ao reconhecimento das limitações que essa pesquisa apresenta no que se refere ao escopo de documentos e autores apresentados no quadro 1, situação que pode caracterizar em certo ponto, uma pesquisa com dados incipientes com necessidade de um número maior de trabalhos, embora o intuito dessa investigação não tenha sido direcionado por um viés quantitativo. Com isso, entende-se ser possível a ampliação de um escopo teórico acerca do tema, com uma maior abrangência de buscas em bases de dados em um cenário brasileiro e estrangeiro, para tanto, novas pesquisas podem ser realizadas, inclusive, aquelas que permitem incursões *in loco*, onde a coleta de dados possa ser realizada com pessoas que vivenciam em meio a desinformação disseminada em plataformas de mídias sociais e aplicativos de mensagens, por exemplo.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001”

REFERÊNCIAS

ABBAGNANO, Nicola. Emoção. *In*: ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de filosofia**. Edição revista e ampliada. Tradução da 1ª edição brasileira, coordenada e revista por Alfredo Bosi. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

AFRICA CHECK. ¿Quién es más propenso a creer y compartir desinformación?. Johannesburg. Fevereiro, 2020. P. 4. Disponível em: <https://chequeado.com/wp-content/uploads/2020/02/Quien-Cree-Comparte-Desinformacion.pdf>. Acesso em: 30 jun. 2024.

ARIELY, Dan. Parte 1 – O funil da falácia. *In*: ARIELY, Dan. **Desinformação: o que faz pessoas racionais acreditarem em fake news, teorias da conspiração e outras coisas irracionais**. Tradução: Carolina Summer. Rio de Janeiro: Sextante. 2024. Livro eletrônico. Disponível em: https://www.amazon.com.br/dp/B0CW1KBFK5/ref=docs-os-doi_0. Acesso em: 5 junho 2025.

BACHUR, João Paulo. Desinformação política, mídias digitais e democracia: como e porque as *fake news* e eleições. **Assunto especial**. RDP, Brasília, v. 18, n.99, p. 426-459, jul./set. 2021. Disponível em: <https://www.portaldeperiodicos.idp.edu.br/direitopublico/article/view/5939>. Acesso em: 25 jun. 2024.

CERVO; Amado L.; BERVIAN, Pedro A.; SILVA, Roberto da. Pesquisa; conceitos e definições. *In*: CERVO; Amado L.; BERVIAN, Pedro A.; SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. P. 57-70.

ECKER, Ullrich K. H. et al. The Psychological drives of misinformation belief and its resistance to correction. **Nature Reviews Psychology**, v. 1, p. 13-29, january, 2022. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/s44159-021-00006-y#citeas>. Acesso em 05 jul. 2024.

FERREIRA, Marta Aparecida Paulo. Fake news: emoções como estratégia discursiva. **Cadernos de linguística**, v. 1, n. 4, p. 1. 2020. Disponível em: <https://cadernos.abralin.org/index.php/cadernos/article/view/266>. Acesso em: 10 jun. 2024.

MACEDO, Richard. **A ditadura da verdade:** em um mundo de desinformação, a busca pela verdade é um ato de coragem. 2024. Disponível em: <https://www.amazon.com.br/DITADURA-VERDADE-desinforma%C3%A7%C3%A3o-verdade-coragem-ebook/dp/B0D7D4RHDZ>. Acesso em: 2 jul. 2024.

MENEGHINI, Julio Cesar. Emoções e afetos. *In*: MENEGHINI, Julio Cesar. Emoções e afetos na desorganização da informação: o medo e a esperança em conteúdos falsos de saúde no *Whatsapp*. Dissertação (Mestrado em Produção jornalística e mercado) – Escola Superior de Mercado e propaganda e Marketing. São Paulo, 2020. P. 33-39. Disponível em: https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/ESPM_45f24d370d400c797ea13ae6c26b8d02. Acesso em: 20 jul. 2024.

PENTEADO, Claudio Luis de Camargo; CHAVES, Julia Marks Santana. Desórdenes informativos Y polarización afectiva; en un análisis de las emociones en publicaciones con desinformación en tres conflictos políticos brasileños en Twitter. **MHJournal**, Universidade Miguel Hernández, v. 14, 1, p. 67-68, 2023. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8787065>. Acesso em: 02 jul. 2024.

PIRES, Jorge Guerra. Ferramentas na luta contra a desinformação: chatGPT+bing. *In*: PIRES, Jorge Guerra. Desinformação, infodemia, discurso de ódio e fake news: saiba o que são e como se informar online de forma saudável. 2023. P. 88-97. <https://www.amazon.com.br/Desinforma%C3%A7%C3%A3o-infodemia-discurso%C3%B3dio-fake-ebook/dp/B0CJXBQDS9>. Acesso em: 26 jun. 2024.

SANTAELLA, Lucia. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2019.

SANTANA CHAVES, Julia Marks; SIMÓN-ASTUDILLO, Iris. El papel de las emociones en la construcción y difusión de la desinformación en Twitter: una comparativa entre Brasil y España. **Estudios sobre el Mensaje Periodístico**, v. 28, n. 4, p. 881-894. 2022. <https://openurl.ebsco.com/EPDB%3Agcd%3A14%3A22467582/detailv2?sid=ebsco%3Aplink%3Ascholar&id=ebsco%3Agcd%3A161096544&crl=f>. Acesso em: 30 jun. 2024.

SCHNEIDER, Marco. Introdução. *In*: SCHNEIDER, Marco. **A era da desinformação: pós-verdade, fake news e outras armadilhas**. Rio de Janeiro: Garamond, 2022. p. 13-21.

SEGURADO, Rosemary. **Desinformação e democracia: a guerra contra as fake news na internet**. São Paulo: Hedra, 2021. 122 p.

SHANE, Tommy. The psychology of misinformation: why we're vulnerable. 30 jun. 2021. **First Draft**. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/latest/the-psychology-of-misinformation-why-were-vulnerable/>. Acesso em: 22 jun. 2024.

VOUSOGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. The spread of true and false news online. **Science**, Washington, 9 mar. 2018, v. 359, p. 1146-1151. Disponível em: <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aap9559>. Acesso em: 27 jun. 2024.

WARDLE, Claire. *Fake news* It's complicated. 16 February, 2017. **First draft**. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>. Acesso em: 28 jun. 2024.

WEEKS, Brian E. Emotions, partisanship, and misperceptions: how anger and anxiety moderate the effect of partisan bias on susceptibility to political misinformation. **Journal of communication**. v. 65, edição 4, 2015. p. 699-719. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/jcom.12164>. Acesso em: 03 jul. 2024.