

## Verdade e seus desvios:

# uma pesquisa empírica sobre vieses ideológicos e filtros-bolha na cidade de São Paulo na eleição de 2018

Ana Luiza Noblat de Aguiar<sup>1</sup>

Bernardo Queiroz<sup>2</sup>

**Resumo:** Na era da informação digital, a comunicação por redes sociais potencializou a circulação de notícias e informações nem sempre verdadeiras. Notícias imprecisas e distorcidas têm sido usadas para poluir a esfera pública e influenciar pessoas. Buscamos com esta pesquisa entender o quanto a ideologia política preexistente influencia a capacidade das pessoas de distinguir notícias verdadeiras de notícias falsas quando expostas a elas vias redes sociais – além de discutirmos a complexidade do termo fake news. Também investigamos até que ponto as câmaras de eco e os filtros-bolha impactam na circulação de determinadas notícias dentro de grupos com perfis ideológicos distintos. Em uma pesquisa de campo que entrevistou 1162 pessoas em todas as regiões do município de São Paulo, foram coletados dados demográficos e político-ideológicos que foram cruzados com as respostas fornecidas para definir se os entrevistados acreditavam ou não nas notícias que lhes foram mostradas durante a entrevista. Cartelas apresentadas pelos auxiliares de pesquisa continham quatro notícias políticas falsas ou imprecisas (que haviam sido desmentidas por pelo menos duas agências de checagem de dados) e duas notícias verdadeiras. Aos entrevistados foi perguntado se já tinham visto aquelas notícias e, no caso de responderem positivamente, se eles acreditavam no que estava sendo dito. Os resultados demonstraram que o viés político-ideológico influencia diretamente a crença das pessoas sobre notícias falsas. Mas, surpreendentemente, os dados não demonstraram uma segregação de notícias entre perfis ideológicos distintos. Com isso, não conseguimos comprovar a influência de filtros-bolha ou câmaras de eco na circulação de notícias falsas na cidade de São Paulo em 2018, e atualizaremos este cenário para a discussão do estado da arte em 2022 – novamente ano eleitoral.

**Palavras-chave:** Comunicação. *Fake news*. Filtros-bolha. Câmaras de eco. Política.

<sup>1</sup> Ana Luiza Noblat de Aguiar é mestre em Filosofia no programa de pós-graduação em estudos culturais da USP, sob orientação do Prof. Dr. Pablo Ortellado. Pesquisa o uso de redes sociais para disseminação de informações falsas de cunho político. Também faz parte do Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas e Acesso à Informação. Esta pesquisa foi realizada com fundos da Ford Foundation. CV Lattes: [lattes.cnpq.br/7390550863820851](https://lattes.cnpq.br/7390550863820851). ORCID: [orcid.org/0000-0003-1178-0084](https://orcid.org/0000-0003-1178-0084). E-mail: [tcardoso@ufba.br](mailto:tcardoso@ufba.br).

<sup>2</sup> Bernardo Queiroz é Doutor em Comunicação em Semiótica pela PUC-SP (2017) e mestre em comunicação pela UFPE (2012). Pesquisa mudanças da cultura e estética em ambientes de rede. É Pesquisador-Membro do Grupo de Criação e Comunicação nas Mídias (CCM), e coordenador da grande área de Comunicação no campus Paulista da Universidade Anhembi Morumbi. CV Lattes: [lattes.cnpq.br/8956816215942693](https://lattes.cnpq.br/8956816215942693). ORCID: [orcid.org/0000-0003-2484-5932](https://orcid.org/0000-0003-2484-5932).

## **Truth and its bias: an empirical study about ideological bias and filter bubbles in São Paulo city in the 2018 elections**

**Abstract:** In the age of digital information, communication through social networks has boosted the circulation of news and information that are not always true. Inaccurate and distorted news has been used to pollute the public sphere and influence people. With this research, we seek to understand how much preexisting political ideology influences people's ability to distinguish true news from fake news when exposed to them via social networks - in addition to discussing the complexity of the term Fake News. We also investigated the extent to which echo chambers and bubble filters impact the circulation of certain news within groups with different ideological profiles. In a field survey that interviewed 1,162 people in all regions of the city of São Paulo, demographic and political-ideological data were collected and crossed with the answers provided to define whether or not the interviewees believed in the news they were shown during the interview. Cartes presented by the research assistants contained four false or inaccurate political news (which had been denied by at least two data-checking agencies) and two true news. Respondents were asked if they had already seen that news and, when they responded positively, if they believed what was being said. The results showed that the political-ideological bias directly influences people's belief about fake news. But, surprisingly, the data did not show a segregation of news between different ideological profiles. As a result, we were unable to prove the influence of bubble filters or echo chambers on the circulation of fake news in the city of São Paulo in 2018, and we will update this scenario for the discussion of the state of the art in 2022 – again, an election year.

**Key words:** Communication. Fake news. Bubble filters. Echo chambers. Politics

O termo *fake news* virou tópico recorrente em discussões políticas durante a campanha presidencial estado-unidense de 2016, possivelmente graças ao uso repetido do termo pelo então candidato Donald Trump e também por seus opositores. Mas a verdade é que o fenômeno é bastante anterior. As razões pelas quais o ser humano mente têm sido motivo de estudos de diversos campos, e as hipóteses são tão numerosas quanto amplas.

O primeiro registro que encontramos da associação de divulgação de mentiras – quer sejam elas informações imprecisas, falsas e/ou danosas – a instrumentos tecnológicos foi na revista *Harper's*, em 1925, em um artigo intitulado *Fake News and the public*:

Uma vez que o fabricante de notícias falsas consegue acesso às linhas de transmissão de imprensa, todos os editores honestos não serão capazes de corrigir o malefício que pode causar. Um editor que recebe uma notícia por cabo não tem como verificar a sua autenticidade, como ele normalmente faria com uma reportagem produzida localmente. Os escritórios do The Associated Press neste país são conectados uns com os outros, e seu trabalho de coleta e distribuição de notícias é feito usando um sistema único de cabos telegráficos cuja extensão equivale a cinco voltas ao redor do mundo. Trata-se de um organismo muito sensível. Se você toca nele em Nova Iorque, ele vira em São Francisco. (McKERNON, 1925, p. 23, tradução nossa)

Quase um século depois, o binômio informação e tecnologia se tornou peça fundamental para entender o funcionamento da nossa era, apesar do ecossistema midiático ter mudado substancialmente nesse período. Há 100 anos, notícias só circulavam se fossem produzidas por veículos de comunicação de massa tradicionais, como jornais, revistas, emissoras de televisão ou de rádio. Manter estruturas como essas era, e ainda é, caro, o que acabava limitando o volume de notícias, falsas ou não, circulando na sociedade. Porém, a popularização da internet comercial na década de 1990 e a revolução da auto-publicação online após a virada do milênio acabou barateando esse processo de divulgação de notícias, porque permitiu o surgimento de sites não geridos por veículos de mídia tradicional e que também relatam acontecimentos ou fatos. Com isso, a chamada grande mídia perdeu a hegemonia sobre a definição do que é notícia. É também nessa mesma década que surgem os primeiros blogs e o chamado jornalismo-cidadão – quando uma pessoa sem formação acadêmica em comunicação apura, relata fatos, redige e distribui informações (BOWMAN; WILLIS, 2003).

O que vivemos hoje é uma proliferação de fontes de textos noticiosos (jornalísticos ou não) que são distribuídos de forma massiva via redes sociais. Novos canais de distribuição de informação estão sendo desenvolvidos mais rapidamente do que nossa habilidade de entendê-los ou analisá-los. E essa transformação gera preocupações sobre a vulnerabilidade das sociedades democráticas frente às fake news e a outras formas de desinformação (BAUM; LAZER; MELE, 2017).

### **Estado da arte: notícias falsas, imprecisas e/ou distorcidas**

Lazer *et al.* (2018) definem o termo como “informação fabricada que simula um informe jornalístico na sua forma, mas não no seu processo de apuração ou na sua intenção”. Já Tandoc Jr., Lim e Ling (2017), acharam seis tipos de notícias falsas. Eles revisaram 34 estudos sobre o assunto, divulgados entre 2003 e 2017, e concluíram que o termo é usado para descrever as seguintes categorias: sátira de notícias, paródia de notícias, fabricação de informação, manipulação de imagens e textos, propaganda para fins comerciais e propaganda para fins políticos.

Ireton e Posetti (2018), no manual para educação e treinamento jornalístico encomendado pela Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (Unesco), identificam sete formas de desinformação: as mesmas quatro primeiras catalogadas pelos autores citados acima, acrescidas de: conteúdo tirado de contexto, utilização tendenciosa de títulos, estatísticas e gráficos e, por último, conteúdo impostor – quando a notícia utiliza o nome de um jornalista ou de um veículo de comunicação sem que tenha nenhuma ligação com eles.

O termo “conteúdo impostor” foi, na verdade, criado por Claire Wardle (2017). Porém, nesse texto, a autora dá especial atenção ao que chamou de “conexão falsa” e “contexto falso”. Nos informes contendo conexões falsas, Wardle explica que o título ou o destaque da mensagem está em desacordo com o restante do conteúdo. Já nos casos envolvendo contextos falsos, o fato/informação é verdadeiro, mas foi utilizado de forma descontextualizada para confundir o receptor da mensagem.

Mais recentemente, termos como “conteúdo inautêntico” e “conteúdo malicioso” também passaram a fazer parte do léxico do fenômeno. Não há um consenso sobre qual a melhor definição para o termo *fake news*. Há, inclusive, estudiosos que rejeitam por completo sua associação ao fenômeno que nos propomos a pesquisar. Mas o ponto de interseção entre todos parece ser que, para classificar uma notícia como falsa, é pre-

ciso analisar dois aspectos: a veracidade dos fatos e a intenção do autor da notícia (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017; LAZER *et al.*, 2018; WARDLE; DERAKHSHAN, 2017; BENKLER; FARIS; ROBERTS, 2018; TANDOC JR., LIM; LING, 2017).

Embora não seja novo, o sentido comumente associado ao termo *fake news* sofreu uma metamorfose nas últimas décadas, e é seguro afirmar que o processo de digitalização das notícias e a existência de redes interconectadas de modo não hierárquico foram as molas propulsoras dessa transformação. As diversas plataformas online existentes hoje permitiram que a produção de notícias deixasse de ser um atributo exclusivo de jornalistas, o que impulsionou o jornalismo-cidadão, especialmente com a popularização dos blogs há cerca de duas décadas. Para esses produtores de conteúdo, as redes sociais se tornaram uma ferramenta importante de engajamento de público, e a utilização delas foi o próximo passo na busca pela ampliação de audiência.

Com isso, as redes sociais alteraram não apenas a forma de distribuição de notícias, mas também o conceito sobre o que é uma notícia e quem pode ser considerado um produtor de conteúdo. Hoje, uma frase com 280 caracteres publicada no *Twitter*, a depender de quem a publique, pode ser considerada uma notícia por si só.

Tandoc Jr., Lim e Ling (2017) identificaram que essa mudança teve impacto direto no conceito do que era chamado de *fake news*. Para eles, os estudos que precedem a explosão do jornalismo-cidadão e o uso massivo de redes sociais tendem a associar o termo a sátiras, paródias políticas e notícias produzidas para fins de propaganda política. Já o discurso contemporâneo tende a usá-lo para definir publicações online que “viralizam” (são compartilhadas, republicadas ou ainda que geram interações significativamente acima da média) e são baseadas em relatos ou informações falsas e apresentadas em formatos que simulam artigos jornalísticos com o intuito de enganar o leitor.

Além da categorização de *fake news*, os autores propuseram um sistema de catalogação quanto ao grau de veracidade (fato) e malícia (intenção) desses informes. A sátira, por exemplo, seria classificada como uma notícia falsa de alta veracidade, mas de baixa intenção de enganar o leitor. Já um conteúdo impostor teria baixo teor de veracidade e alta intenção de dissimular/enganar o leitor. Essa classificação proposta por Tandoc Jr., Lim e Ling (2017) é, antes de tudo, uma tentativa de mapear o fenômeno, mas também de delimitar o grau de periculosidade desses textos. O objetivo deles foi criar uma classificação que permitisse refutar o rótulo

de *fake news* que algumas figuras de autoridade, quer sejam políticos ou instituições, usam para desacreditar reportagens jornalísticas contrárias às suas opiniões.

Essa também é uma preocupação de Wardle e Derakhshan (2017), que rejeitam o uso do termo *fake news* por entender que ele vem sendo apropriado por atores que enxergam a mídia tradicional como um adversário e o utilizam para desacreditar o trabalho jornalístico do qual discordam. Os autores acreditam que a adoção do termo por essas figuras de autoridade é feita de forma consciente e faz parte de uma campanha de desinformação que teria como objetivo final desprestigiar ou restringir a liberdade de imprensa.

Wardle e Derakhshan (2017) defendem que o termo *fake news* simplifica e restringe o fenômeno, que batizam de “distúrbio informacional” por acreditar que ele vai além da criação e difusão de notícias falsas. Para explicar essa ideia, eles criaram uma estrutura conceitual que utiliza três definições para o fenômeno: “informação incorreta” (*misinformation*), “má informação” (*mal-information*) e “desinformação” (*disinformation*). Assim como em Tandoc Jr., Lim e Ling (2017), os informes também são classificados de acordo com o grau de facticidade e a intenção do emissor da informação.

Wardle e Derakhshan (2017) classificam como “informação incorreta” o ato de passar adiante uma informação falsa ou imprecisa sem a intenção de prejudicar os envolvidos (emissor, receptor ou objeto da notícia). Por exemplo, quando a atriz Michelle Williams anunciou estar grávida, o site de notícias australiano *Wonderwall* fez uma matéria anunciando a gravidez como sendo da cantora homônima Michelle Williams.

A “má informação” acontece quando uma informação factual, genuína ou fora de contexto, é difundida com o intuito de causar dano. Um bom exemplo disso é quando uma informação que deveria ser restrita à esfera privada vaza para a esfera pública, como quando o site partidário de esquerda da revista Fórum revelou que Alexandre Frota, então apoiador do bolsonarismo, havia implantado uma prótese peniana. A revelação fez de Frota motivo de chacota na internet.

Por fim, na classificação de Wardle e Derakhshan, há o que eles definiram como “desinformação”, que é quando um emissor decide repassar uma informação falsa com o intuito de causar um impacto negativo. Nesse caso, é mais difícil dar um exemplo, porque, para ser classificado como desinformação, é necessário comprovar que o emissor sabia que a informação era falsa ou imprecisa quando a divulgou.

As três classificações se referem, primariamente, a ações em detrimento do conteúdo. Isso se dá porque os autores entendem que o conteúdo – ou a mensagem, termo usado por eles – repassado é apenas um dos elementos do fenômeno. Eles também analisam a importância do que chamaram de agentes (os emissores da informação) e as fases ou etapas de divulgação dele.

Em outubro de 2019, Wardle lançou uma atualização do seu estudo sobre distúrbio informacional, *Understanding information disorder* (2019), com base no que documentou da eleição presidencial estadunidense de 2016. A partir desta atualização, a autora afirma que foi possível verificar um aumento significativo de difusão de má informação em detrimento da desinformação – forma que até então era considerada a mais “popular” de notícia falsa. Para a pesquisadora, isso se deu por dois motivos: a) as empresas de tecnologia com foco no social, como o *Facebook* e o *Google*, têm adotado um discurso menos tolerante em relação a tentativas de manipulação de opinião e têm banido regularmente perfis considerados falsos ou automatizados; e b) a utilização de conteúdo genuíno fora de contexto ou de forma tendenciosa funciona melhor como mecanismo de persuasão por conter uma parcela de verdade, o que acaba provocando um aumento de engajamento. “Agentes de desinformação aprenderam que é mais fácil enganar sistemas de inteligência artificial usados para detectar notícias falsas quando eles usam conteúdo genuíno fora de contexto ou de forma tendenciosa” (WARDLE, 2019, p. 10, tradução nossa).

Na atualização do estudo, Wardle não alterou sua percepção de que para entender o fenômeno por completo é preciso analisar outros dois elementos além da mensagem: o agente/emissor e o receptor/intérprete. As motivações por trás dos agentes podem ser bastante diversas e, para entender o papel deles, de acordo com Wardle (2019), é necessário classificá-los de acordo com sete características: sua natureza institucional; seu grau de organização; seu principal fator motivacional; o público que pretende atingir; sua natureza tecnológica (se é um humano, um robô ou ambos); seu grau de intenção de confundir ou manipular o receptor; e, por fim, sua intenção em causar dano.

Outro aspecto do distúrbio informacional, segundo Wardle (2019), é a existência de três fases distintas dentro do fenômeno: criação, (re) produção e distribuição. Criação é a concepção da mensagem/contéudo; produção, a transformação dessa ideia em um produto de mídia; e a distribuição dissemina esse produto criado. Eles destacam que nem sempre o mesmo agente atua em todas as fases. É possível que o criador da men-

sagem não seja o agente por trás da sua produção, e que a distribuição seja delegada para um terceiro agente.

Atualmente, a classificação criada por Wardle e Derakhshan (2017) – má informação, desinformação e informação incorreta – é a mais comumente empregada por pesquisadores do assunto. Embora reconheçamos a importância dessa proposta, acreditamos que, por ser construída sobre dois pilares – a veracidade da informação e a intenção inicial do agente que criou a mensagem –, ela apresenta problemas.

A classificação em função da veracidade não leva em consideração a possibilidade do receptor da mensagem interpretá-la de forma errada nem a influência dos veículos de mídia sobre o processo. Além disso, ao afirmar que existe uma forma correta de contar a verdade, fica implícito que há uma forma errada de fazê-lo.

A mudança provocada pela internet no papel do receptor da mensagem, que hoje também pode ser um emissor, é outro aspecto que dificulta a adoção universal da classificação por eles proposta. A intenção, algo muito particular de cada agente, é um conceito individual, no entanto o distúrbio da informação é apresentado como um processo coletivo. A intenção do agente inicial que fabrica uma notícia falsa nem sempre é a mesma da pessoa que a passa adiante. Portanto, a classificação proposta só faz sentido se aplicada a cada envio, compartilhamento ou curtida, e não de forma coletiva. Há ainda o problema da circulação de notícias verdadeiras antigas tiradas de contexto, que também não se encaixa nas definições propostas no estudo sobre distúrbio informacional. Por exemplo, após a morte do neto de ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva em março de 2018, voltou a circular nas redes sociais uma matéria de 2010, em que o então presidente vetou a inclusão da vacina contra a meningite meningocócica (doença apontada inicialmente como a causa da morte do neto) no calendário padrão do Sistema Único de Saúde (SUS). Em 2010, quando foi escrita, essa matéria não poderia ser enquadrada como distúrbio da informação. O agente que a emitiu naquela época fez uma matéria jornalística factual. Já o agente que trouxe a notícia de volta à circulação em 2019 praticou má informação – por ter a intenção de associar a decisão de Lula de 2010 à morte do neto em 2019 e assim prejudicá-lo. Porém, o receptor/intérprete, que se tornou agente ao passar adiante essa mensagem, pode tê-lo feito por querer reforçar seus valores – Lula foi um mau presidente, falhou com essa decisão e agora paga o preço –, algo que também não está descrito em nenhum dos conceitos estabelecidos por



Wardle e Derakhshan (2017) e que não pode ser mensurado de forma precisa, já que a intenção do segundo agente é subjetiva.

O mais grave, talvez, seja o menosprezo dos autores pela importância da forma como a mensagem é transmitida. Os efeitos que as plataformas sociais e aplicativos têm sobre a difusão de desinformação são inegáveis. O alcance e a velocidade de propagação de notícias falsas mudaram completamente na última década por causa deles. Wardle e Derakhshan não são os únicos a subestimar o impacto da forma de transmissão no distúrbio informacional. Lazer *et al.* (2018) e Tandoc Jr., Lim e Ling (2017) também estão mais interessados em estudar conteúdo, atores, intenção e modelo de difusão do que a relevância do meio no fenômeno que estamos analisando.

## Metodologia

Toda a discussão teórica não se apoia sem uma tentativa de medição do aspecto humano do processamento de informação e literacia digital. Temos tido recentes discussões sobre os possíveis efeitos de manipulações algorítmicas de informação através de exposição seletiva de indivíduos e seus efeitos na compreensão de mundo. Observamos também os conceitos de fechamento de horizontes paradigmáticos através do isolamento de grupos sociais em tribos digitalizadas – também com efeitos na percepção de fenômenos sociais. No entanto, nenhuma destas suposições – os chamados filtros-bolha e câmaras de eco – se sustentam sem testagem metodológica, e existem poucas pesquisas deste tipo feitas em território nacional.

No dia 19 de outubro de 2019, uma equipe formada por 38 auxiliares de pesquisa entrevistou presencialmente 1168 pessoas com mais de 16 anos em 12 pontos espalhados nas cinco regiões do município de São Paulo. Aos entrevistados foi mostrado um conjunto de seis cartelas com imagens e legendas. Quatro delas foram elaboradas com base em notícias falsas ou imprecisas que vinham circulando em redes sociais de forma ostensiva nas semanas anteriores à pesquisa. As outras duas eram formadas por informações verdadeiras, mas com componentes políticos marcantes.

A metodologia aplicada nesta pesquisa foi adaptada daquela desenvolvida por Murphy *et al.* (2019), que teve como objetivo investigar a criação de memórias falsas associadas a notícias fabricadas e correlacioná-las com a orientação político-ideológica dos entrevistados. Essa pesquisa ana-

lisou as respostas de 3140 pessoas expostas, de forma aleatória, a seis cartelas produzidas pelos pesquisadores contendo duas notícias fabricadas e quatro notícias verdadeiras, sendo cada uma delas formada por uma imagem e uma legenda curta. Após a exibição das cartelas, os participantes eram informados de que alguns deles tinham visto cartelas com notícias fabricadas, e era perguntado a eles se achavam que algumas das notícias mostradas tinham sido fabricadas e, em caso de resposta positiva, quais seriam.

Na nossa adaptação da metodologia, não era informada aos entrevistados a existência de notícias falsas entre as apresentadas nas cartelas porque queríamos testar duas hipóteses: a que afirma que as pessoas estão mais dispostas a acreditar em notícias falsas, fabricadas ou imprecisas quando elas estão alinhadas à sua identidade ideológica ou política por causa do viés de confirmação; a segunda é a de que as notícias falsas, fabricadas ou imprecisas estavam circulando de forma segregada por diferentes grupos político-ideológico, ou seja, os filtros-bolha e câmaras de eco de fato estavam tendo efeito.

Aos nossos entrevistados era perguntado se eles tinham ouvido falar na informação descrita na cartela e se eles confiavam no que estava sendo apresentado. Se algum dos participantes declarava não ter visto aquela informação, o entrevistador passava automaticamente para a próxima cartela, já que só nos interessava medir o grau de confiança de quem tinha sido exposto à notícia.

Os assuntos retratados nas cartelas foram escolhidos com base em dois critérios: eles precisavam ter circulado em veículos de comunicação tradicional ou veículos hiperpartidários nas seis semanas anteriores à pesquisa e ter alcançado um mínimo de 20 mil interações cada; e, no caso das notícias falsas ou imprecisas, elas tinham que ter sido desmentidas por pelo menos duas agências diferentes de checagem.

Os assuntos foram divididos quanto à natureza da informação (falsa ou imprecisa versus verdadeira) e quanto à orientação política do leitor (se agradariam conservadores ou progressistas). Com isso chegamos a seis categorias: notícias falsas ou imprecisas que agradariam conservadores; notícias falsas ou imprecisas que desagradariam conservadores; notícias falsas ou imprecisas que agradariam progressistas; notícias falsas ou imprecisas que desagradariam progressistas; notícias verdadeiras que desagradariam conservadores; notícias verdadeiras que desagradariam progressistas.

## Cartelas usadas

### Cartela 1: Laudo isenta PM da morte da menina Ágatha.



O laudo da Polícia Civil atestou que a bala que matou a menina Ágatha partiu do fuzil de um traficante e não da arma de um PM.

**Figura 1:** Fonte (cartela): AGUIAR, 2020, p. 56

O tema foi escolhido para ser usado por três razões: a proximidade com a data da pesquisa (o assassinato aconteceu um mês antes da pesquisa), o grau de repercussão das notícias a respeito do fato e a disputa política em torno do episódio – com familiares e moradores da região acusando a Polícia Militar (PM) de ter disparado um único tiro na direção da Kombi onde a menina estava, e a PM declarando em nota oficial que houve um confronto e os policiais: “foram atacados de forma simultânea por marginais daquela localidade”.

Essa cartela foi a que escolhemos para representar a categoria “notícia falsa ou imprecisa que agradaria conservadores”. Ela foi considerada falsa pelo projeto Fato ou *Fake*, do portal G1 e pelas agências de checagem Lupa e Aos Fatos.

## Cartela 2: Fernando Haddad condenado por caixa 2



O ex-candidato do PT à presidência, Fernando Haddad, foi condenado à prisão, em 1ª Instância, por ter praticado caixa 2 na sua campanha de 2012 e está recorrendo da decisão.

Figura 2: Fonte (cartela): AGUIAR, 2020, p. 58

O tema da Cartela 2 foi escolhido porque Fernando Haddad foi o candidato do PT à presidência da República em 2018. Ele perdeu a eleição para o presidente Jair Bolsonaro, que tem um discurso político conservador. É notório que a polarização política brasileira se deu, na primeira metade da década 2010, entre petistas e antipetistas, por isso essa notícia foi a escolhida para representar a categoria “notícia verdadeira que desagradaria progressistas”.

## Cartela 3: Capa da revista Veja em que Moro confessa crimes contra Lula

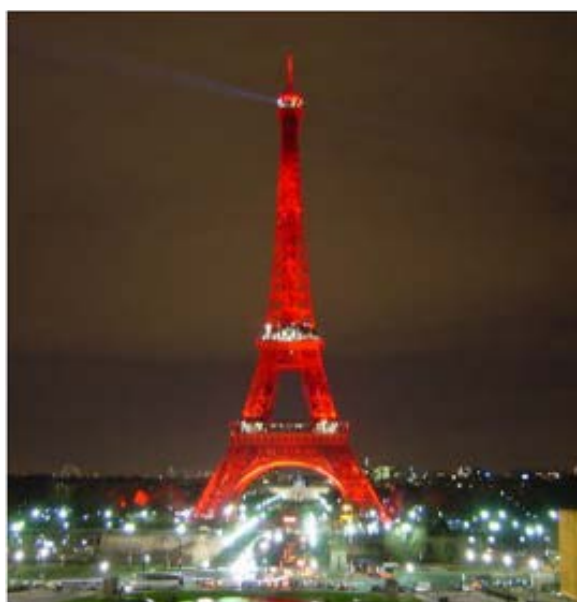


Sérgio Moro deu uma entrevista onde ele contou que praticou crimes de abuso de autoridade e improbidade administrativa para condenar o ex-presidente Lula.

Figura 3: Fonte (cartela): AGUIAR, 2020, p. 59

O tema corrupção está no centro da polarização política brasileira, e a bandeira de combate à corrupção foi uma das principais usadas pelo presidente Bolsonaro na sua campanha vitoriosa de 2018 (ORTELLADO; RIBEIRO, 2018). Sérgio Moro deu início à Operação Lava Jato em 2014, quando ainda era juiz. Ele é considerado pelos conservadores como o principal representante do movimento anticorrupção no Brasil. Já os progressistas criticam seus métodos, e vê-lo admitir ter cometido crimes para condenar Lula seria algo positivo para eles. O assunto foi escolhido por ser falso e porque desagradaria conservadores (agradando progressistas ao mesmo tempo). A imagem e as informações foram consideradas falsas pelo Fato ou Fake, do portal G1, e pelas agências de checagem Aos Fatos e Lupa.

#### Cartela 4: Torre Eiffel iluminada de vermelho



A Torre Eiffel foi iluminada de vermelho para homenagear o ex-presidente Lula.

**Figura 4:** Fonte (cartela): AGUIAR, 2020, p. 61

No dia 3 de outubro, cerca de três semanas antes da pesquisa ser realizada, o ex-presidente Lula recebeu o título honorário de cidadão parisiense. Pouco após essa condecoração, começou a circular nas redes sociais essa imagem da Torre Eiffel vermelha. Ela foi desmentida pelo Estadão Verifica e pelas agências de checagem Aos Fatos, Lupa e AFP Checamos. Esse assunto foi escolhido para representar a categoria notícia falsa que agradaria progressistas.

### Cartela 5: Bolsonaro e Trump



Ao encontrar com Donald Trump na ONU, Jair Bolsonaro disse "Eu te amo". O presidente americano respondeu apenas com um "bom te ver novamente".

Figura 5: Fonte (cartela): AGUIAR, 2020, p. 63

A imagem e a legenda escolhidas para a Cartela 5 foram baseadas nas informações publicadas no blog do jornalista Lauro Jardim no portal do jornal O Globo no dia 25 de setembro de 2019. Trata-se de uma notícia verdadeira, publicada em um veículo de mídia tradicional. O assunto foi escolhido para representar a categoria verdadeira que desagradaria conservadores.

### Cartela 6: Greta Thunberg sorridente comendo em frente a crianças subnutridas



financiada pelo bilionário George Soros, conhecido por apoiar movimentos sociais de esquerda como a Fundação Marielle Franco e o ex-deputado Jean Wylis.

Figura 6: Fonte (cartela): AGUIAR, 2020, p. 64

A Cartela 6 mostra uma imagem adulterada da ativista Greta Thunberg que circulou entres os meses de setembro e outubro de 2019. Greta se tornou símbolo da luta contra a mudança climática, recorrente na polarização do discurso político no Brasil. A imagem e as informações foram consideradas falsas pelos projetos Estadão Verifica, Fato ou *Fake* e pelas agências de checagem Aos Fatos e AFP Checamos. Essa cartela foi escolhida para representar a categoria falsa que desagradaria progressistas.

## Resultados encontrados

As respostas dadas para as duas perguntas feitas aos entrevistados – se eles tinham visto aquela informação e se acreditavam nela – foram cruzados com 18 variáveis<sup>3</sup> demográficas, sobre identidade política, sobre participação política e sobre uso e confiança em meios de comunicação, buscando correlações entre elas que confirmassem ou negasse as duas hipóteses levantadas.

Os dados confirmaram a primeira hipótese, a de viés de confirmação. Mas não confirmaram a segunda – que filtro-bolhas e câmaras de eco estavam segregando a circulação de notícias de forma polarizada.

## Primeira hipótese

Com base em nossos dados podemos afirmar que a identidade política e/ou ideológica é fundamental para fazer com que as pessoas acreditem em notícias falsas, fabricadas ou imprecisas. Para chegar a essa conclusão, comparamos os resultados de dois universos distintos. O primeiro foi formado pelas pessoas que foram expostas às notícias – três falsas ou imprecisas e duas verdadeiras<sup>4</sup> com fortes traços ideológicos. Esse número variou consideravelmente para cada uma das cartelas. Por isso, cada cartela tem uma margem de erro própria. O segundo universo é formado pelas pessoas que, além de terem sido expostas às notícias, ti-

---

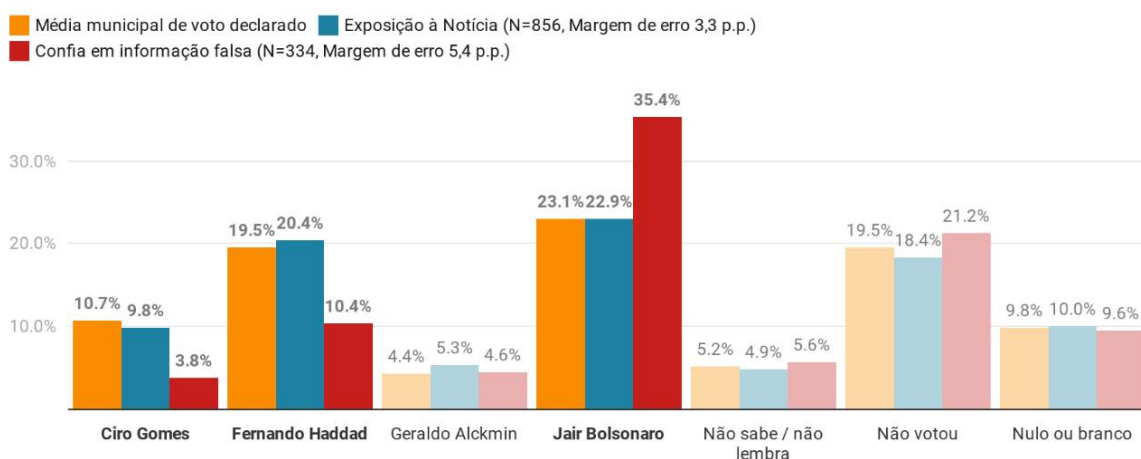
3 As dezoito variáveis analisadas foram: gênero, faixa etária, identidade política autodeclarada, identidade ideológica autodeclarada, voto no primeiro turno da eleição presidencial de 2018, grau de engajamento político, frequência com que vê notícias políticas na televisão, frequência com que ouve notícias na rádio, frequência com que recebe notícias políticas em aplicativos de mensagem instantânea como WhatsApp e Telegram, frequência com que lê notícias políticas em redes sociais, frequência com que lê notícias em jornais ou revistas, qual a principal fonte de notícias políticas, grau de confiança na apuração de veículos tradicionais de comunicação, grau de confiança na isenção de veículos tradicionais de comunicação, grau de instrução, raça ou cor, religião e renda familiar.

4 Apesar de termos realizados a pesquisa com seis cartelas, a Cartela 4, com a notícia falsa sobre a iluminação da Torre Eiffel de vermelho para homenagear o ex-presidente Lula, foi vista por apenas 186 dos entrevistados. Com isso, a margem de erro das respostas ficou alta, em 7,2%, o que nos levou a desconsiderar seus resultados.

nham respondido que confiavam nas falsas ou imprecisas ou declararam não confiar nas verdadeiras. Como o segundo universo está contido no primeiro, a margem de erro dele é maior.

A única variável que mostrou uma correlação acima ou igual à margem de erro de todas as cinco cartelas foi a do “voto declarado no primeiro turno da eleição presidencial de 2018”. *Eleitores de Haddad erraram mais ao dizer que confiavam em notícias fabricadas que eram prejudiciais ao campo político progressista, assim como eleitores de Bolsonaro erraram mais ao analisar tanto as notícias falsas que eram benéficas para políticos conservadores quanto notícias falsas que eram prejudiciais para progressistas.*

### Cartela 1 - Voto Declarado



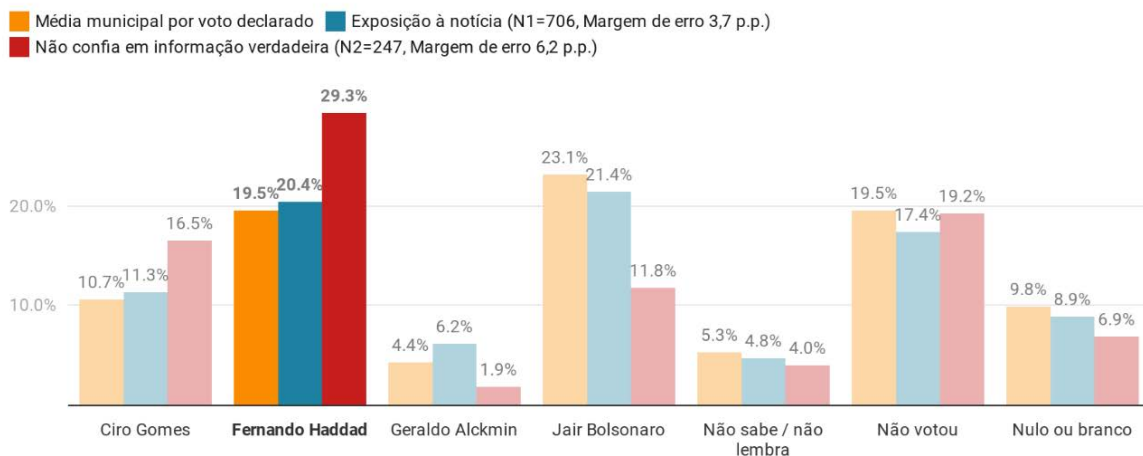
Created with Datawrapper

**Gráfico 1: Cartela 1 – Voto Declarado.** Fonte: AGUIAR, 2020, p. 69

O Gráfico 1 compara os resultados encontrados em três universos distintos: em amarelo, a média municipal de pessoas subdivididas por voto declarado no primeiro turno da eleição presidencial de 2018; em azul, está a média municipal de pessoas expostas à notícia, também subdivididas com base em voto declarado; e, em vermelho, está o percentual de pessoas que declararam confiar em uma informação falsa, também subdivididas com base em quem elas votaram. Para facilitar a visualização, foram incluídos dados apenas dos quatro candidatos mais citados.



### Cartela 2 - Voto Declarado

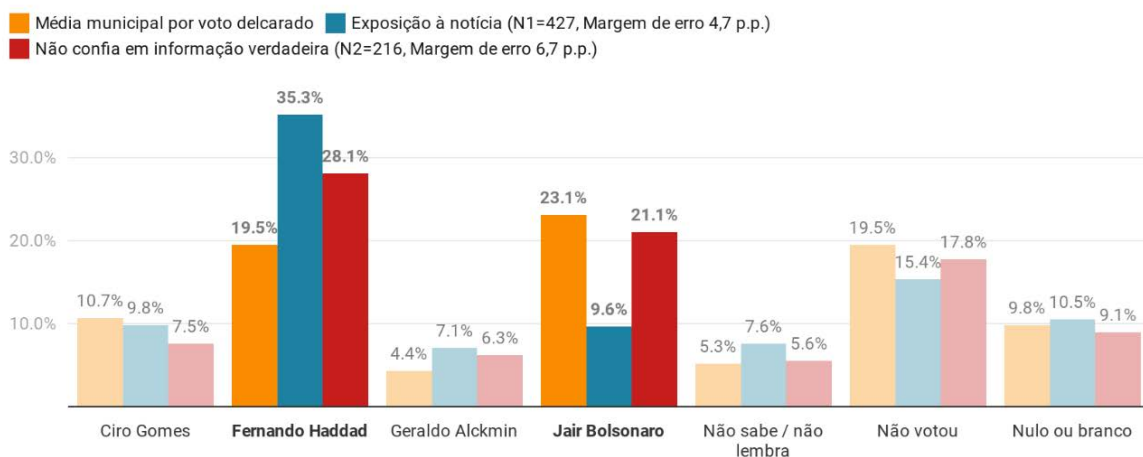


Created with Datawrapper

**Gráfico 2: Cartela 2 – Voto Declarado.** Fonte: AGUIAR, 2020, p. 74

O Gráfico 2 compara os resultados encontrados em três universos distintos: em amarelo, a média municipal de pessoas subdivididas por voto declarado no primeiro turno da eleição presidencial de 2018; em azul, está a média municipal de pessoas expostas à notícia, também subdivididas com base em voto declarado; e, em vermelho, está o percentual de pessoas que declararam confiar em uma informação falsa, também subdivididas com base em quem elas votaram.

### Cartela 3 - Voto Declarado



Created with Datawrapper

**Gráfico 3: Cartela 3 – Voto Declarado.** Fonte: AGUIAR, 2020, p. 78

O Gráfico 3 compara os resultados encontrados em três universos distintos: em amarelo, a média municipal de pessoas subdivididas por voto declarado no primeiro turno da eleição presidencial de 2018; em azul, está a média municipal de pessoas expostas à notícia, também subdivididas com base em voto declarado; e, em vermelho, está o percentual de pessoas que declararam confiar em uma informação falsa, também subdivididas com base em quem elas votaram.

### Cartela 5 - Voto Declarado

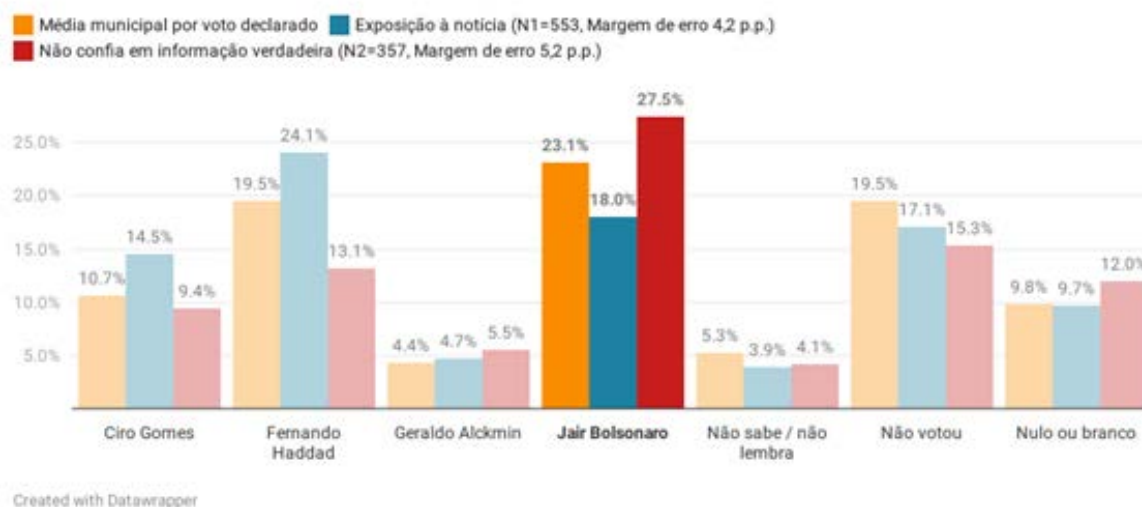
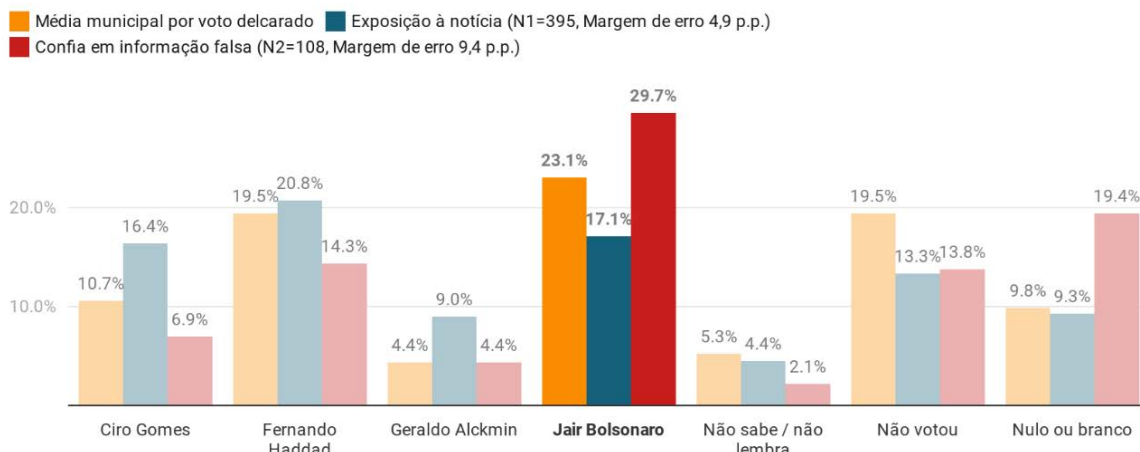


Gráfico 4: Cartela 5 – Voto declarado. Fonte: AGUIAR, 2020, p. 80

O gráfico compara os resultados encontrados em três universos distintos: em amarelo, a média municipal de pessoas subdivididas por voto declarado no primeiro turno da eleição presidencial de 2018; em azul, está a média municipal de pessoas expostas à notícia, também subdivididas com base em voto declarado; e, em vermelho, está o percentual de pessoas que declararam confiar em uma informação falsa, também subdivididas com base em quem elas votaram.

### Cartela 6 - Voto Declarado

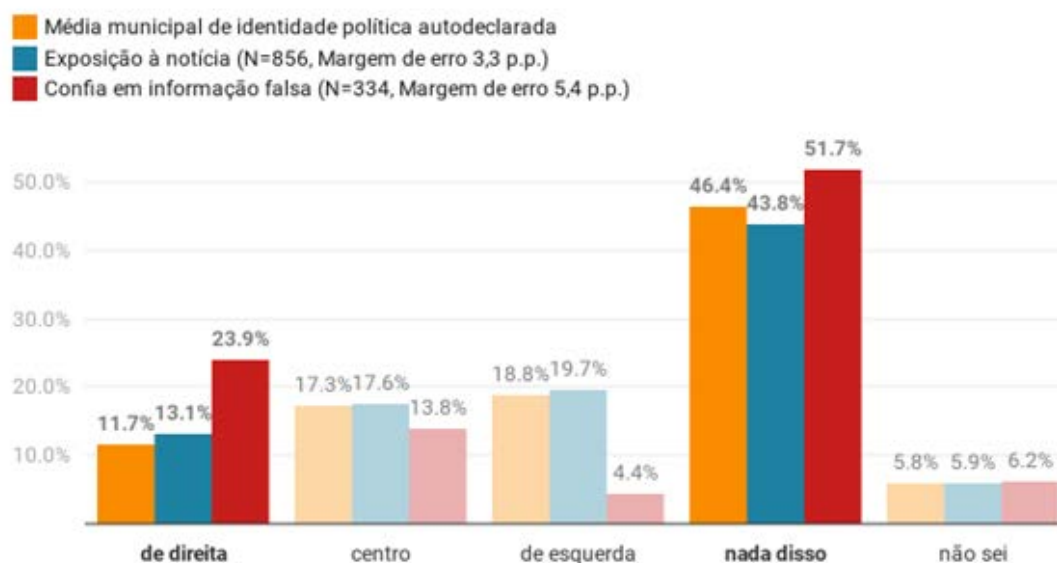


Created with Datawrapper

**Gráfico 5: Cartela 6 – Voto Declarado.** Fonte: AGUIAR, 2020, p. 87

O Gráfico 5 compara os resultados encontrados em três universos distintos: em amarelo, a média municipal de pessoas subdivididas por voto declarado no primeiro turno da eleição presidencial de 2018; em azul, está a média municipal de pessoas expostas à notícia, também subdivididas com base em voto declarado; e, em vermelho, está o percentual de pessoas que declararam confiar em uma informação falsa, também subdivididas com base em quem elas votaram.

### Cartela 1 - Identidade Política

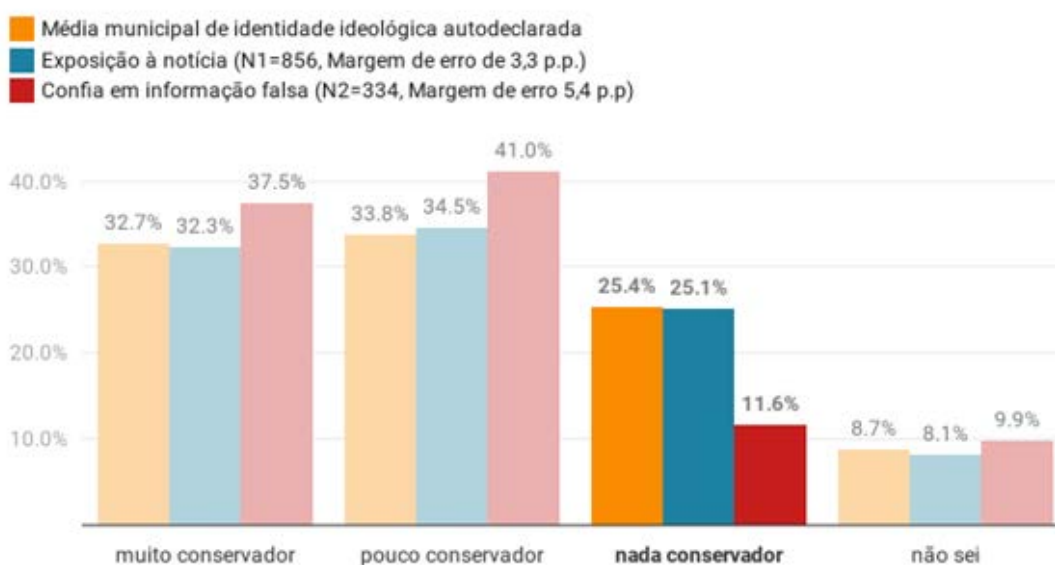


Created with Datawrapper

**Gráfico 6: Cartela 1 – Identidade Política.** Fonte: AGUIAR, 2020, p. 71

O Gráfico 6 compara os resultados encontrados em três universos distintos: em amarelo, a média municipal de pessoas subdivididas por identidade política autodeclarada; em azul, está a média municipal de pessoas expostas à notícia, também subdivididas com base em identidade política; e, em vermelho, está o percentual de pessoas que declararam confiar em uma informação falsa, também subdivididas de acordo com a identidade política.

### Cartela 1 - Identidade Ideológica

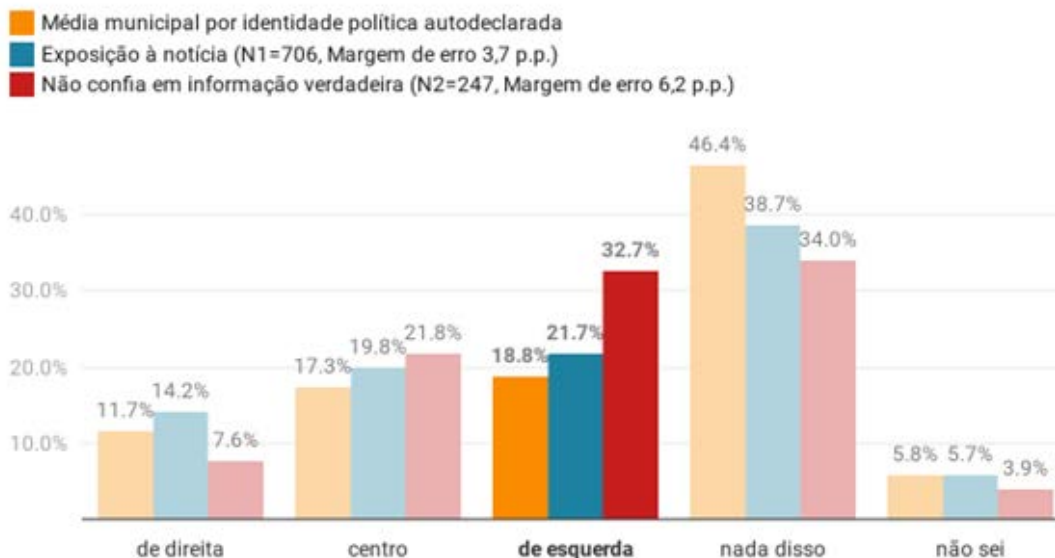


Created with Datawrapper

Gráfico 7: Cartela 1 – Identidade Ideológica. Fonte: AGUIAR, 2020, p. 72

O Gráfico 7 compara os resultados encontrados em três universos distintos: em amarelo, a média municipal de pessoas subdivididas por identidade ideológica autodeclarada; em azul, está a média municipal de pessoas expostas à notícia, também subdivididas com base em identidade ideológica; e, em vermelho, está o percentual de pessoas que declararam confiar em uma informação falsa, também subdivididas de acordo com a identidade ideológica.

## Cartela 2 - Identidade Política

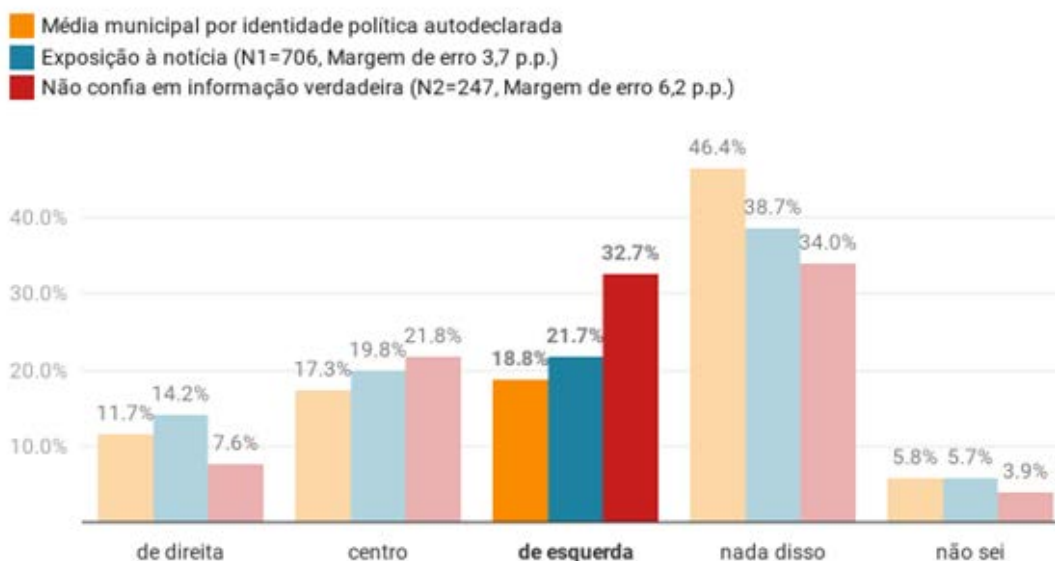


Created with Datawrapper

**Gráfico 8: Cartela 2 – Identidade Política.** Fonte: AGUIAR, 2020, p. 75

O Gráfico 8 compara os resultados encontrados em três universos distintos: em amarelo, a média municipal de pessoas subdivididas por identidade política autodeclarada; em azul, está a média municipal de pessoas expostas à notícia, também subdivididas com base em identidade política; e, em vermelho, está o percentual de pessoas que declararam confiar em uma informação falsa, também subdivididas de acordo com a identidade política.

## Cartela 2 - Identidade Política

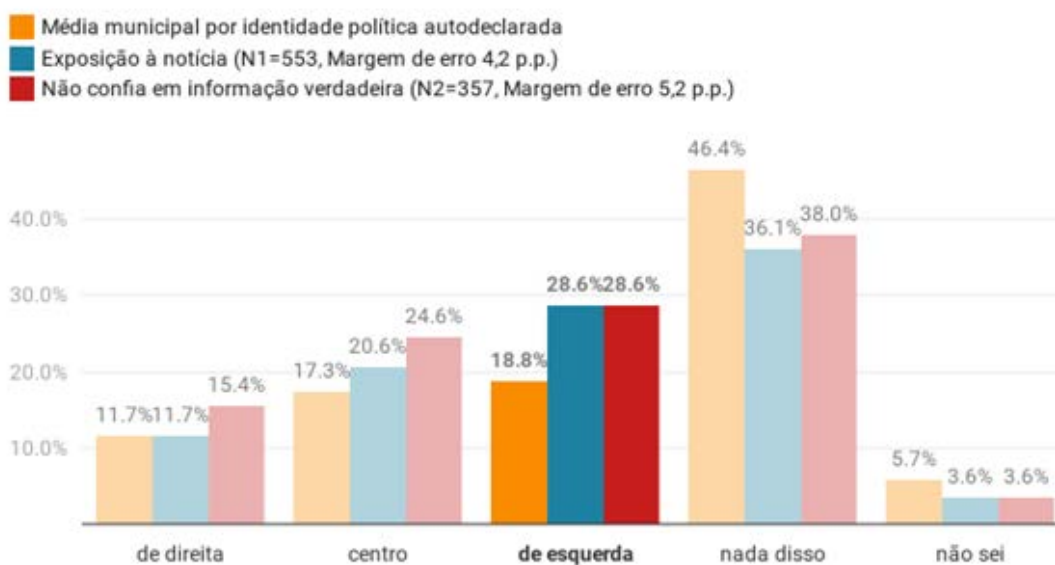


Created with Datawrapper

**Gráfico 9: Cartela 2 – Identidade Ideológica.**

O Gráfico 9 compara os resultados encontrados em três universos distintos: em amarelo, a média municipal de pessoas subdivididas por identidade ideológica autodeclarada; em azul, está a média municipal de pessoas expostas à notícia, também subdivididas com base em identidade ideológica; e, em vermelho, está o percentual de pessoas que declararam confiar em uma informação falsa, também subdivididas de acordo com a identidade ideológica.

### Cartela 5 - Identidade Política

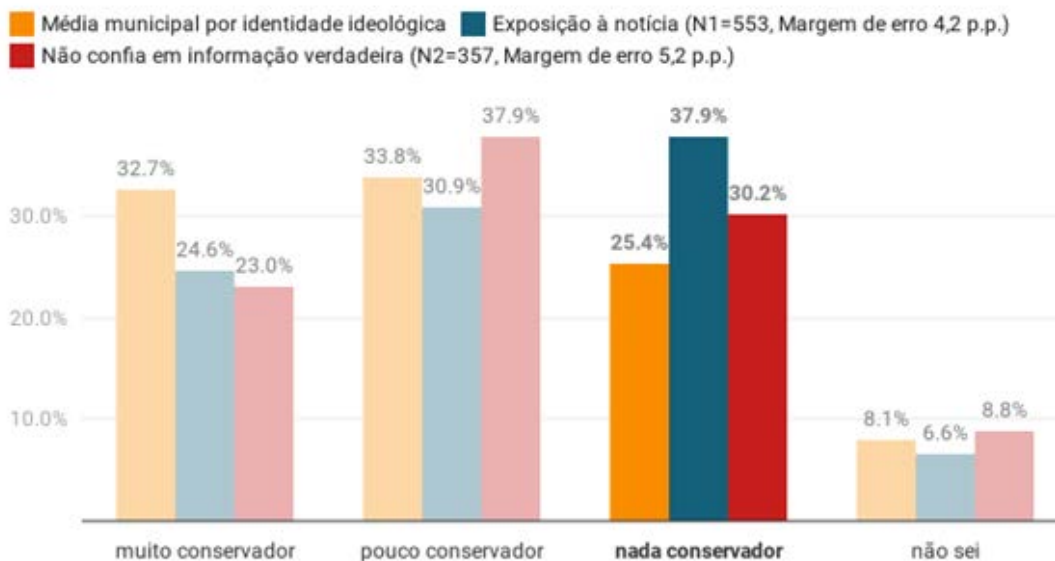


Created with Datawrapper

Gráfico 10: Cartela 5 – Identidade Política. Fonte: AGUIAR, 2020, p. 81

O Gráfico 10 compara os resultados encontrados em três universos distintos: em amarelo, a média municipal de pessoas subdivididas por identidade política autodeclarada; em azul, está a média municipal de pessoas expostas à notícia, também subdivididas com base em identidade política; e, em vermelho, está o percentual de pessoas que declararam confiar em uma informação falsa, também subdivididas de acordo com a identidade política.

## Cartela 5 - Identidade Ideológica

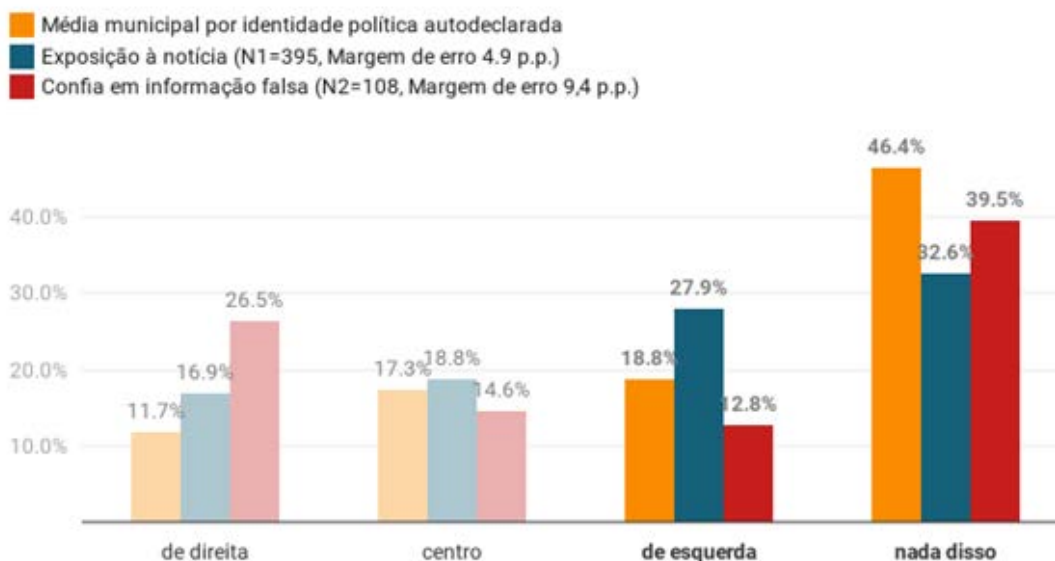


Created with Datawrapper

Gráfico II: Cartela 5 – Identidade Ideológica. Fonte: AGUIAR, 2020, p. 82

O Gráfico II compara os resultados encontrados em três universos distintos: em amarelo, a média municipal de pessoas subdivididas por identidade ideológica autodeclarada; em azul, está a média municipal de pessoas expostas à notícia, também subdivididas com base em identidade ideológica; e, em vermelho, está o percentual de pessoas que declararam confiar em uma informação falsa, também subdivididas de acordo com a identidade ideológica.

## Cartela 6 - Identidade Política



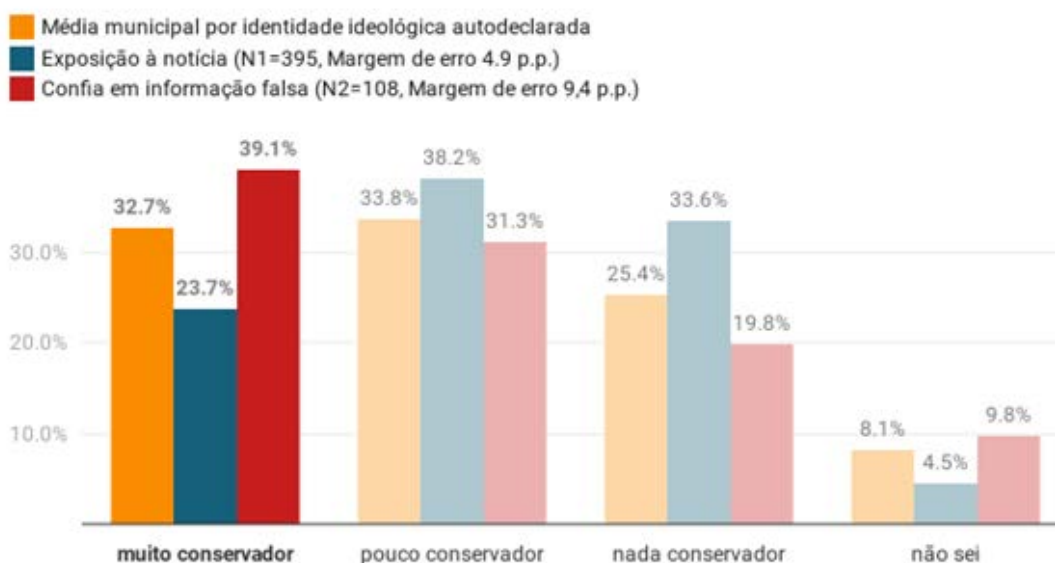
Created with Datawrapper

Gráfico I2: Cartela 6 – Identidade Política. Fonte: AGUIAR, 2020, p. 84



O Gráfico 12 compara os resultados encontrados em três universos distintos: em amarelo, a média municipal de pessoas subdivididas por identidade política autodeclarada; em azul, está a média municipal de pessoas expostas à notícia, também subdivididas com base em identidade política; e, em vermelho, está o percentual de pessoas que declararam confiar em uma informação falsa, também subdivididas de acordo com a identidade política.

## Cartela 6 - Identidade Ideológica



Created with Datawrapper

Gráfico 13: Cartela 6 – Identidade Ideológica. Fonte: AGUIAR, 2020, p. 85

O Gráfico 13 compara os resultados encontrados em três universos distintos: em amarelo, a média municipal de pessoas subdivididas por identidade ideológica autodeclarada; em azul, está a média municipal de pessoas expostas à notícia, também subdivididas com base em identidade ideológica; e, em vermelho, está o percentual de pessoas que declararam confiar em uma informação falsa, também subdivididos de acordo com a identidade ideológica.

Entre as outras 15 variáveis pesquisadas, além das três citadas acima, também encontramos correlações positivas nas que mediam grau de instrução (duas cartelas), faixa etária (uma cartela), grau de engajamento político<sup>5</sup> (uma cartela) e confiança na apuração dos veículos de mídia tradicional (uma cartela).

<sup>5</sup> Para fins desta pesquisa, foram considerados “engajados” todos os entrevistados que declararam ter ido a pelo menos uma manifestação de rua desde as Jornadas de Junho de 2013. Na cidade de São Paulo, isso representou o número expressivo de 30% dos entrevistados.



## Segunda hipótese

Já com relação à segunda hipótese – sobre o impacto de filtros-bolha e câmaras de eco na circulação de notícias ideologicamente carregadas na cidade de São Paulo –, os dados não mostraram resultados tão contundentes. Comparamos o universo das pessoas que foram expostas às notícias com o universo de todos os entrevistados. Ao todo foram analisados 90 cenários (18 variáveis para cada uma das cinco cartelas), e em apenas sete deles os resultados deram um pouco acima da margem de erro, indicando alguma forma de segregação na circulação da notícia.

Interpretamos isso como um indicativo de que os filtros-bolha e as câmaras de eco não estavam tendo impacto significativo na circulação das notícias, já que em 83 cenários as notícias tinham circulado de forma igual entre bolsonaristas e petistas, conservadores e progressistas, jovens e velhos, ricos e pobres etc. Essa interpretação foi corroborada pelo fato da variável “voto declarado no primeiro turno da eleição presidencial de 2018” não apresentar resultados acima da margem de erro em nenhuma das cinco cartelas, e a de “identidade ideológica autodeclarada” só ter variado acima da margem em uma delas.

Porém, ao olharmos mais de perto os sete cenários que apresentaram resultados acima da margem de erro, há um componente inegável. Em três cartelas (2: menina Ágatha, 4: Fernando Haddad condenado por caixa 2 e 6: Greta Thunberg comendo em frente a crianças subnutridas), a variável “identidade política autodeclarada” apresentou problemas de reconhecimento de informações falsas acima da margem de erro para as pessoas que declararam não ter alinhamento político. Nesse grupo, as notícias circularam menos em comparação com a média municipal. Isso indica que pessoas sem posicionamento político definido estão sendo menos expostas a notícias políticas. Porém, as notícias circularam de forma similar entre os grupos politicamente posicionados de um lado e de outro do espectro político. A Cartela 2 (Menina Ágatha), por exemplo, que desagradaria progressistas, circulou de forma virtualmente idêntica entre conservadores, centristas e progressistas.

Na variável “identidade política autodeclarada” da Cartela 4 (Fernando Haddad condenado por caixa 2), além do subgrupo dos que declararam não ter identificação política, os que declararam ser “de esquerda” foram muito mais expostos à notícia do que a média municipal. Ainda na Cartela 4, o subgrupo dos “nada conservadores” foi muito mais exposto à notícia do que a média municipal.

A Cartela 6 (Greta Thunberg) circulou mais intensamente em quatro subgrupos: dos mais engajados, dos mais instruídos, dos sem religião e dos com identidade política autodeclarada de esquerda. Isso é particularmente interessante porque essa foi a notícia que menos circulou entre as cinco cartelas pesquisadas e, portanto, era a que continha a maior margem de erro. Ainda assim, os resultados foram acima dessa margem.

Ao analisarmos todas as variáveis sobre circulação das notícias, os resultados da nossa pesquisa sugerem que as câmaras de eco e os filtros-bolha não estavam isolando as pessoas em grupos homogêneos na cidade de São Paulo, já que as notícias falsas circulam igualmente em grupos político ideológicos distintos. Porém, em uma das cartelas, a de número 6 sobre a Greta Thunberg, ficou comprovada uma segregação. Para conseguirmos afirmar categoricamente que os filtros-bolha e a câmara de eco não surtem efeito em São Paulo seria necessário ampliar o número de pessoas entrevistadas, visto que, como estávamos cruzando dados de dois universos diferentes, a margem de erro composta era muito alta. Para negar categoricamente a nossa segunda hipótese, o universo pesquisado precisaria ser pelo menos duas vezes maior.

### Considerações finais

Quando esta pesquisa teve início, o objetivo era identificar quais tipos de pessoas estariam mais predispostas a acreditar em notícias falsas, imprecisas ou distorcidas. Depois, isso se transformou em entender o que faz as pessoas acreditarem nessas mentiras.

Essa jornada nos levou a investigar o que a academia considera *fake news*, o porquê da rejeição ao termo e as várias alternativas usadas na problematização do fenômeno. Foi preciso aprofundar o conhecimento sobre comunicação por meios digitais e analisar o impacto do meio na transmissão da mensagem.

Foi inevitável estudar como as empresas de tecnologia social, por meio dos seus algoritmos, interferem no que as pessoas assistem, leem e com quem interagem, conduzindo-as para o lado que pretendem. Para tal, estudamos os conceitos de filtro-bolha, câmara de eco, exposição seletiva e viés de confirmação, conceitos psicológicos que se misturam com ferramentas tecnológicas para criar uma verdade enviesada.

Zuboff (2019) discute formas como as empresas de *big tech* interferem na economia mundial por meio do monitoramento de informações

que os usuários entregam diária e voluntariamente para elas. Mas o grande receio da autora não é apenas a manipulação econômica resultante dessa coleta massiva de dados, mas os possíveis efeitos devastadores que elas exercem sobre a democracia representativa. “Sob o domínio do capitalismo de vigilância, os ‘meios de produção’ se tornam ‘meios de modificação comportamental’. O processamento mecânico substitui o relacionamento humano de modo que a certeza substitui a verdade” (ZUBOFF, 2019, p. 351, tradução nossa). E testar o que é percebido como verdade e como ela é enviesada eletronicamente foi o principal objetivo deste artigo.

Fomos a campo e entrevistamos 1168 pessoas no dia 19 de outubro de 2019, cerca de um ano depois da eleição presidencial brasileira que elegeu Jair Bolsonaro, um político que soube aproveitar a polarização crescente na população brasileira – algo inegável depois das Jornadas de Junho de 2013 – e que tem reputação de usar frases polêmicas e dados nem sempre comprovados. Durante a sua campanha eleitoral, Bolsonaro repetiu diversas vezes que o seu opositor, Fernando Haddad, era o responsável pelo chamado *Kit Gay*, algo que nunca existiu. No entanto, o assunto que teve 1,5 milhão de interações no YouTube, 1,3 milhão no *Facebook* e cerca de 1 milhão no *Twitter* entre o primeiro e o segundo turno das eleições de acordo com pesquisa realizada pela FGV (DAPP/FGV, 2018). O uso de notícias fabricadas, imprecisas, distorcidas ou fora de contexto é uma prática constante na propaganda política, mas, com a consolidação do capitalismo de vigilância (ZUBOFF, 2019), seu poder é ainda mais devastador.

Esperávamos provar que ideologia política é um fator crucial na predisposição das pessoas a acreditar em uma notícia falsa ou desconfiar de uma notícia verdadeira que contradiga a sua visão de mundo. Isso de fato aconteceu. Mas também esperávamos comprovar que as câmaras de eco e os filtros-bolha estavam isolando as pessoas em grupos homogêneos que não se comunicam. Os resultados da nossa pesquisa sugerem que isso não acontece na cidade de São Paulo, já que as notícias falsas circulam igualmente em grupos político ideológicos distintos. Porém, em uma das cartelas ficou comprovada uma segregação. Para conseguirmos afirmar categoricamente que os filtros-bolha e a câmara de eco não surtem efeito em São Paulo seria necessário ampliar o número de pessoas entrevistadas, visto que, como estávamos cruzando dados de dois universos diferentes, a margem de erro composta era muito alta.

## Referências

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social media and fake news in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, vol. 31, n. 2, p. 211-36, 2017. Disponível em: <[aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211](http://aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211)>. Acesso em: 2 mar. 2019.

AGUIAR, Ana Luiza Noblat de. *Verdade enviesada: um estudo sobre a influência do viés de confirmação e dos filtros-bolha na circulação de notícias políticas falsas na cidade de São Paulo*. Dissertação de Mestrado. USP, 2020.

BAUM, Matthew; LAZER, David; MELE, Nico. Combating fake news: an agenda for research and action. *Harvard Kennedy School*, 2017. Disponível em: <[hks.harvard.edu/publications/combating-fake-news-agenda-research-and-action](http://hks.harvard.edu/publications/combating-fake-news-agenda-research-and-action)>. Acesso em: 25 fev. 2019.

BENKLER, Yochai; FARIS, Robert; ROBERTS, Hal. *Network propaganda: manipulation, disinformation, and radicalization in American politics*. Oxford: University Press, 2018.

BOWMAN, Shayne; WILLIS, Chris. *We media: How audiences are shaping the future of news and information*. Reston: American Press Institute, 2003.

DAPP/FGV. Fraude nas urnas e 'kit gay' têm mais impacto que outras notícias falsas. 2018. Disponível em: <[observa2018.dapp.fgv.br/posts/fraude-nas-urnas-e-kit-gay-tem-maior-impacto-que-outras-noticias-falsas-em-twitter-facebook-e-youtube](http://observa2018.dapp.fgv.br/posts/fraude-nas-urnas-e-kit-gay-tem-maior-impacto-que-outras-noticias-falsas-em-twitter-facebook-e-youtube)>. Acesso em: 3 out. 2020.

IRETON, Cherilyn; POSETTI, Julie. *Journalism, fake news & disinformation: Handbook for journalism education and training*. Paris: Unesco Publishing, 2018. Disponível em: <[en.unesco.org/sites/default/files/journalism\\_fake\\_news\\_disinformation\\_print\\_friendly\\_0.pdf](http://en.unesco.org/sites/default/files/journalism_fake_news_disinformation_print_friendly_0.pdf)>. Acesso em: 29 ago. 2020.

LAZER, David M. J. *et al.* The science of fake news. *Science*, vol. 359, n. 6380, p. 1094-1096, 2018. Disponível em: <[science.sciencemag.org/content/359/6380/1094](http://science.sciencemag.org/content/359/6380/1094)>. Acesso em: 17 maio 2018.

McKERNON, E. Fake news and the public: How the press combats rumor, the market rigger, and the propagandist. *Harper's Magazine*, New York, vol. 151, p. 528-536, November 1925.

MURPHY, Gillian *et al.* False memories for fake news during Ireland's abortion referendum. *Psychological Science*, vol. 30, 2019. Disponível em: <[researchgate.net/publication/335312554\\_False\\_Memories\\_for\\_Fake\\_News\\_During\\_Ireland%27s\\_Abortion\\_Referendum](https://researchgate.net/publication/335312554_False_Memories_for_Fake_News_During_Ireland%27s_Abortion_Referendum)>. Acesso em: 4 jun. 2021.

ORTELLADO, Pablo; RIBEIRO, Márcio Moreto. O que são e como lidar com as notícias falsas. *Sur-Revista Internacional de Direitos Humanos*, vol. 15, p. 71-83, 2018.

TANDOC JR., Edson C.; LIM, Zheng Wei; LING, Richard. Defining fake news a typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, vol. 6, n. 2, p. 137-153, 2017. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>>. Acesso em: 25 fev. 2019.

WARDLE, Claire. Fake news: It's complicated. *First Draft News*, v. 16, 2017. Disponível em: <<https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/>>. Acesso em: 25 fev. 2019.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making. *Council of Europe Report*, DGI, vol. 9, 2017. Disponível em: <[theewc.org/content/download/2105/18430/file/INFORMATION%20DISORDER.pdf](https://theewc.org/content/download/2105/18430/file/INFORMATION%20DISORDER.pdf)>. Acesso em: 26 fev. 2019.

ZUBOFF, Shoshana. *The age of surveillance capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power*. London: Profile Books, 2019.