


Dossiê Temático

Identidade política e *fake news*: percepção de indivíduos sobre credibilidade e compartilhamento de notícias

Political identity and *fake news*: individuals' perceptions about credibility and sharing news

Júlia Alves Mendes^I , Fernanda Dias Brandão^I , João Gabriel Modesto^{II} 

^I Centro Universitário de Brasília , Brasília, DF, Brasil

^{II} Universidade Estadual de Goiás , Anápolis, GO, Brasil

RESUMO

Identidade social é marcada pelo pertencimento ou não a grupos criados para categorizar objetos, eventos ou pessoas de acordo com semelhanças e distinguir o que é igual do que é diferente. As pessoas tendem a se aproximar daquelas que compartilham suas crenças e valores, formando bolhas sociais que, em um cenário político polarizado, tornam-se ambientes propícios para criação e disseminação de Fake News. A presente pesquisa tem como objetivo analisar a relação entre identidade política dos indivíduos e suas percepções sobre credibilidade e compartilhamento de notícias falsas. Para alcançar esse objetivo, foi desenvolvida uma pesquisa correlacional com 139 participantes, que analisaram um conjunto de notícias (falsas e verdadeiras), indicando a credibilidade de cada uma e a possibilidade de compartilharem tais notícias. Os resultados evidenciaram uma correlação positiva entre o nível de credibilidade dado às notícias e suas chances de compartilhamento. Conclui-se que o entendimento de uma notícia como verdadeira se relaciona com seu compartilhamento, o que evidencia que, em geral, as pessoas parecem contribuir com a desinformação ao acreditar genuinamente na notícia que compartilham.

Palavras-chave: Identidade social; *Fake news*; Credibilidade; Viés de confirmação; Polarização

ABSTRACT

Social identity is marked by belonging or not belonging to groups created to categorize objects, events or people according to similarities and distinguish what is the same from what is different. People tend to get closer to those who share their beliefs and values, forming social bubbles which, in a polarized political scenario, become an environment conducive to the creation and dissemination of Fake News. This research aims to analyze the relationship between individuals' political identity and their perceptions of the credibility and sharing of fake news. To achieve this goal, a correlational survey was carried out

with 139 participants, who analyzed a set of news items (fake and real), indicating the credibility of each one and the possibility of sharing such news. The results showed a positive correlation between the level of credibility given to news stories and their likelihood of being shared. It was concluded that the perception of news as true is related to its sharing, which shows that, in general, people seem to contribute to disinformation by genuinely believing the news they share.

Keywords: Social identity; Fake news; Credibility; Confirmation bias; Polarization

1 INTRODUÇÃO

Na última década, o Brasil vem sendo palco de uma série de eventos que favoreceram a polarização política no país (Costa, 2019), como, por exemplo: as manifestações de junho de 2013; o impeachment presidencial em 2016; a ascensão da extrema direita; a eleição polêmica, acirrada e turbulenta em 2018; a pandemia da COVID-19; a controversa condução do governo federal durante esse período; e a mais recente eleição presidencial de 2022, com a volta da esquerda ao poder em uma realidade social extremamente fragilizada e dividida. Sendo assim, o país vem enfrentando um cenário sociopolítico conturbado e fortemente polarizado nos últimos anos. Apesar de muito discutido na mídia e pelo público em geral, esse assunto ainda demanda maior atenção de pesquisadores no Brasil (Fuks; Marques, 2023; Ortellado *et al.*, 2022).

A partir da crescente dificuldade de diálogo entre grupos políticos (Gloria-filho; Modesto, 2019, *Fakes News* se configuram como um dispositivo político que tornou esse cenário ainda mais desafiador para possíveis discussões. O surgimento de notícias que fomentam a descrença na ciência e nos canais de acesso à informação confiável e que propagam inverdades sem possuir qualquer tipo de critério para a validação do que está sendo exposto, combinado ao avanço da tecnologia que possibilita o acesso ilimitado e incontrolável às redes sociais e a esse tipo de notícia, fez com que essa polarização se acentuasse e se fortalecesse (Machado; Miskolci, 2019; Miguel, 2019).

Deste modo, o atual cenário político brasileiro é fortemente marcado pela polarização política e pelo crescente debate a respeito do fenômeno das *Fake News*. A

fim de ampliar o conhecimento acerca dessa temática e de contribuir com o avanço das pesquisas na área, a presente pesquisa busca compreender como a polarização política relaciona-se às questões de identidade e credibilidade às notícias de natureza política. Tendo em vista a importância do tema, a presente pesquisa enfoca o papel da identidade social para a compreensão do fenômeno das *Fake News*, tendo como objetivo analisar a relação entre a identidade política e percepções sobre credibilidade e compartilhamento de notícias falsas.

Para alcançar esse objetivo, foi desenvolvida uma pesquisa correlacional com 139 participantes, que analisaram um conjunto de notícias (falsas e verdadeiras), indicando a credibilidade de cada uma e a possibilidade de compartilharem tais notícias. Do ponto de vista teórico, nos baseamos na Teoria da Identidade Social (Tajfel; Turner, 1979) para compreender a polarização política no âmbito dos estudos sobre *Fake News*, bem como na análise de vieses associados à identidade social, como o viés de confirmação (Baptista; Aguiar, 2020; Klayman, 1995; Glick, 2017). Acreditamos que o presente artigo permitirá uma boa compreensão sobre o papel da identidade política e da credibilidade da notícia no estudo da desinformação em um contexto político polarizado.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Apesar de ser tradicionalmente associada aos conceitos de unidade e permanência, diferentes perspectivas teóricas compreendem a identidade como uma construção social, e não como uma forma estática e definitiva. O humano se define com base em seu passado e em função de um futuro que dá sentido às suas posições enquanto sujeito, produzindo significações a partir do que vivencia no mundo. Com isso, é possível entender a identidade enquanto resultado transitório de processos de identificação; como produto das relações do corpo (dimensão objetiva) e da consciência (dimensão subjetiva) de um sujeito com o mundo e seu contexto social, em dialética. Trata-se de um fenômeno marcado pela contradição, pela multiplicidade e pela ambiguidade entre o individual e o coletivo (Maheirie, 2002).

Segundo a Teoria da Identidade Social (TIS) (Tajfel; Turner, 1979), a identidade social parte do autoconceito dos indivíduos relacionado à internalização de sua pertença a um ou mais grupos sociais que, por sua vez, contribuem para a construção da identidade de seus membros. A TIS considera que as pessoas têm uma tendência cognitiva de categorizar objetos, eventos ou pessoas em grupos de acordo com suas semelhanças, distinguindo-os e os contrapondo. Esta categorização serve para classificar e ordenar o ambiente social, ajudando a definir o lugar de indivíduos na sociedade — o que inclui também o próprio sujeito, devido às suas autodefinições e ao seu desempenho de diferentes papéis sociais. Além deste componente cognitivo, são destacados os componentes afetivos e valorativos que tal agregação traz à pessoa. Respectivamente, esses componentes relacionam-se aos sentimentos estabelecidos ao pertencimento a determinado grupo e se ligam à percepção do sujeito sobre a forma como esse grupo é valorizado por outros e associado a conotações positivas ou negativas. Estes três componentes implicam também na motivação do indivíduo para assumir comportamentos que levem a uma percepção positiva, procurando manter ou realçar a sua autoestima e autodefinição ao adotar e compartilhar valores, normas e crenças de grupos considerados de maior prestígio, além de expressar atributos que os caracterizem e distinguem dos demais (Tajfel; Turner, 1979; Nascimento; Souza, 2017).

Apesar da ênfase dada à percepção de pertença, é importante destacar que a identidade social é relacional e comparativa. Portanto, além de se estabelecer pelo pertencimento, ela também envolve a noção de não pertencimento a outros grupos, apenas se definindo em comparação com outras identidades. Aqueles indivíduos que compartilham uma identificação social se consideram como de uma mesma categoria social e tendem a perceber os membros de grupos aos quais não se pertence como mais homogêneos do que aqueles com os quais se identifica. Outro possível efeito da categorização ao se comparar grupos é o favoritismo ao grupo ao qual se pertence (*ingroup*), o que implica em uma maior associação de exemplos positivos do que

negativos a ele, enquanto associações negativas ao *ingroup* seriam entendidas como “anormais” (Nascimento; Souza, 2017; Paiva, 2007; Marques, 1988).

Além de considerar sua construção social e sua ambiguidade entre o igual e o diferente, aponta-se para o paradoxo da identidade por trazer o sentido de permanência e metamorfose simultaneamente. Ao mesmo tempo em que se transforma a si mesmo, a identidade envolve questões de poder e se define enquanto categoria política por possibilitar a identificação de indivíduos, grupos ou coletividades como uma coisa ou outra, localizando-os no tempo e no espaço, podendo exercer uma função de escudo e defesa em relação ao que é estranho ou ameaçador a um sujeito (Dantas; Ciampa, 2014; Dantas, 2017; Maheirie, 2002).

A própria sociedade contemporânea também é marcada por transformações, especialmente em questões tecnológicas. Ao se falar de grupos e coletividades, um fenômeno interessante a ser apontado é o da formação das chamadas “bolhas sociais”: as pessoas tendem a se aproximar de outras que reforcem suas visões de mundo, crenças e valores (Couto; Modesto, 2020). Com o crescimento da internet, esse fenômeno é intensificado graças a algoritmos das mais diversas redes sociais que são alimentados por dados pessoais e padrões de uso desses meios. Esses algoritmos se tornam uma valiosa ferramenta durante uma era em que a informação se torna mercadoria e seu processo de criação se dá de forma muito rápida (Barreto Junior; Venturi Junior, 2020; Pellizzari; Barreto Junior, 2019).

O fenômeno das bolhas faz com que as pessoas se cerquem de outras que pensam e se manifestam de forma similar em diferentes âmbitos, seja por um estilo de vida ou uma ideologia política em comum, dando a elas um sentimento de pertencimento. Esses grupos revelam certa homogeneidade entre seus membros e o funcionamento dos algoritmos faz com que os usuários percam o controle sobre seus ciclos sociais que inicialmente eram voltados para sua privacidade e personalização voluntária a partir de afinidades. Cria-se uma espécie de confinamento virtual, em que as pessoas se encontram cercadas por seus iguais, recebendo informações cada

vez mais alinhadas àquelas que eles já endossam (Barreto Junior; Venturi Junior, 2020; Pellizzari; Barreto Junior, 2019). Essas bolhas acabam sendo um espaço conveniente para criação e disseminação de *Fake News*.

Fake News podem ser definidas como desinformação devido à sua característica de serem criadas e planejadas com o intuito de enganar usuários propositalmente e por serem disseminadas para atingir objetivos econômicos ou políticos (BARRETO JUNIOR; VENTURI JUNIOR, 2020). Além da intencionalidade de se enganar leitores ao produzir desinformação, é importante lembrar que as pessoas que as recebem podem acabar engajando notícias falsas através de compartilhamento sem que estejam necessariamente agindo de má-fé (Pellizzari; Barreto Junior, 2019).

Além do compartilhamento por estes indivíduos que acreditam estar em contato com uma notícia verídica ou aqueles que têm outras intenções, as *Fake News* também podem ser disseminadas de forma artificial, a exemplos de *bots* e contas falsas, usadas para aumentar o nível de engajamento dessas publicações ou mensagens e fazer com que o algoritmo dessas redes sociais promova a disseminação desses conteúdos e sua visibilidade (Recuero; Gruzd, 2019; Barreto Junior; Venturi Junior, 2020).

Considerando as definições de narrativas, as *Fake News* são narrativas criadas que podem ser coerentes ou não em si mesmas e que se reivindicam como factuais, mas que não são de ordem que relata essencialmente fatos ou eventos da realidade — seja porque os fatos não aconteceram ou aconteceram de forma diferente do que está sendo relatado. Elas aproveitam a descentralização e fragmentação das fontes de informação através de meios alternativos de comunicação, apelam ao sensacionalismo e ao anonimato em canais comumente viesados ideologicamente e que estabelecem uma relação com a mídia tradicional pautada em um ceticismo generalizado com relação a ela, buscando desqualificá-la (Gomes; Dourado, 2019; Perosa, 2017).

Tratando de informações, é possível entender que as relações de poder são redefinidas graças à influência de novas tecnologias informacionais. Além disso, a própria capacidade dos cidadãos de se relacionar com governos de forma crítica

dialoga com a quantidade e qualidade das informações às quais eles têm acesso e à sua habilidade de compreendê-las, que deve ser fortalecida pelo próprio Estado através de oportunidades educacionais. O poder, por sua vez, pode existir em diferentes formas — sejam elas econômicas, ideológicas ou políticas — relacionando-se à “aptidão” de se obter algum comportamento desejado por meio de punições ou recompensas. O conhecimento pode ser apontado como uma das principais fontes de poder, e a manutenção de seu exercício continuado tem como pilar fundamental a disposição de meios de comunicação. Quando bem administrados, as pessoas sequer percebem que estão sendo controladas, mostrando o valor estratégico que a Internet assume atualmente, o que vai além de seu entendimento como uma nova interface de comunicação (Silveira, 2000).

A sociedade encontra-se submetida a um contexto marcado por um grande fluxo de notícias, valendo chamar atenção à possível utilidade social deste “excesso de informações” para a sua manipulação. No caso das *Fake News*, é comum haver a replicação de diversas manchetes em diferentes sites que, além de adotar nomes similares aos de fontes já conhecidas, buscam passar a sensação de veracidade pela notícia estar disponível em mais de uma fonte. Além disso, *Fake News* normalmente despertam emoções. Estas, por sua vez, também podem ser consideradas como elemento nas relações de poder, em que se enxerga como mais fraco aquele que é incapaz de controlá-las. Na sociedade, o controle não inclui apenas a consciência ou a ideologia, ele engloba também aquilo que é corporal, neste caso, as emoções — as *Fake News* costumam chamar a atenção de seu público-alvo ao convocá-lo afetivamente a uma posição valorizada de leitor privilegiado capaz de “desmascarar” a imprensa tradicional. Apela para seus medos e crenças, dialogando com subjetividades e tendo como objetivo a manipulação da opinião pública por meio das emoções (Allcott; Gentzkow, 2017; Loureiro, 2020; Pellizzari; Barreto Junior, 2019).

A credibilidade é atribuída às informações pelos sujeitos que as recebem, relacionando-se com o caráter tanto da informação quanto de seu autor e fonte e à sua imparcialidade. Em termos de comunicação, ela implica em precisão e neutralidade e está

associada à confiança do indivíduo baseada em seus conhecimentos de fatos passados e em suas expectativas futuras. Em uma definição mais simples, a credibilidade pode ser entendida como “algo crível”, frequentemente dando-se importância para a identidade e reputação das fontes. Em parte, a confiança é afetada pela mudança nos formatos midiáticos e pelas discrepâncias encontradas entre as informações e os fatos ou entre falas e ações, por exemplo. A perda de confiança relacionada a incidentes e representações midiáticas pode se tornar uma crise que afeta política, economia e instituições (Bentele; Seidenglanz, 2008; Fachin; Araujo; Sousa, 2020; Hasnat, 2014).

A polarização política, atrelada às bolhas sociais e à falta de credibilidade em determinados canais de informação, torna o contexto propício para a circulação de notícias falsas, considerando também a tendência das pessoas de compartilhar informações baseadas em suas próprias percepções sem ao menos perceber que seu comportamento online acaba guiando o funcionamento de algoritmos que filtram e disponibilizam as informações (Recuero; Gruzd, 2019; Pellizzari; Barreto Junior, 2019). Devido ao seu potencial comprometedor à sociedade, o fenômeno das *Fake News* se torna preocupante e recebe atenção de diferentes áreas, especialmente ao se tratar de jornalismo, de comunicação e de política, incluindo também discussões acerca de aspectos psicológicos de seu público.

Um estudo no contexto estadunidense menciona duas motivações principais para a criação das *Fake News*: a primeira delas é o retorno financeiro que seus criadores podem ganhar com propagandas e clicks em suas postagens quando elas se tornam “virais” pela Internet com um alto número de interações; a segunda é uma motivação ideológica vinda de pessoas que pretendem favorecer seus candidatos de escolha ou ridicularizar adversários (Allcott; Gentzkow, 2017). Para realizar a pesquisa, os autores apresentaram manchetes de notícias, questionando seus participantes se eles se lembravam de terem as visto durante o período de eleições e se eles acreditaram nelas quando as viram. Também foram incluídas notícias verdadeiras e as “placebo” falsas, inventadas para controlar respostas de falsa memória. Seus resultados indicaram

que Republicanos apresentavam uma tendência a acreditarem mais, tanto em artigos falsos quanto em verdadeiros; sendo menos prováveis de dizer que não acreditaram em um falso e mais prováveis de acreditar corretamente em artigos verdadeiros do que Democratas (Allcott; Gentzkow, 2017).

No cenário brasileiro, Barreto Junior e Venturi Junior (2020) analisaram o uso das *Fake News* como uma estratégia utilizada na campanha eleitoral do presidente Jair Bolsonaro. Aponta-se então o envolvimento de mecanismos artificiais e automáticos, bem como o financiamento por parte de empresas apoiadoras à sua candidatura para a produção em massa de notícias contra o partido do ex-presidente Lula e de Fernando Haddad, seu candidato na época. Os autores chamam atenção para a aparente correlação temporal entre a crescente rejeição de Haddad e a estratégia de propagação de *Fake News*, que evidencia a intencionalidade de propagação dessas notícias pelo impulso artificial recebido por elas e que leva ao aumento de sua exposição por meio de algoritmos nas redes sociais. Ao analisar o conteúdo de uma seleção de notícias falsas, os autores ressaltam sua valorização em ambientes de polarização política e sua conexão ao contexto através de imagens cujo teor dialoga com a realidade de forma distorcida (Barreto Junior; Venturi Junior, 2020).

Em outra investigação, focada na análise de diferentes notícias relacionadas a “fraude nas urnas”, foi identificado um volume maior de compartilhamento de *Fake News* por perfis pessoais em comparação com páginas, registrando-se o impacto da formação de redes de propagação de notícias e mostrando perfis e páginas com ideias sociais, políticas e morais em comum envolvidas. A análise também mostra que a construção dessas notícias costumava ser simples e direta, contribuindo para uma imagem de narração de fatos séria e com suposta credibilidade, sem exatamente mimetizar o formato jornalístico e apresentando mais similaridades com as formas mais comuns de publicações em redes sociais (Gomes; Dourado, 2019).

Dentro do cenário de pandemia da COVID-19, destacam-se narrativas conspiratórias marcadas por desconfiança na ciência e teorias que buscam explicar a origem da doença alegando que o vírus seria uma arma biológica ou uma farsa criada por interesses políticos e econômicos e que o uso forçado de máscara não teria qualquer base científica, por exemplo. Esse tipo de narrativa chama atenção à polarização política em questões de saúde pública no Brasil, tendo em vista que essas crenças conspiratórias estão mais associadas à orientação política do que à capacidade de discernimento sobre a qualidade das informações de saúde. Além disso, elas são marcadas pelos efeitos dos discursos e ações de líderes políticos que encorajam o endosso de informações falsas e teorias conspiratórias (Galli; Modesto, 2021). Buscando investigar o efeito mediador de crenças conspiratórias e do endosso às informações oficiais na relação entre orientação política e intenção de vacinação contra COVID-19, foi observado que indivíduos mais à direita apresentam um maior endosso das crenças conspiratórias, o que diminuiu significativamente sua intenção de se vacinar (Galli; Modesto, 2021).

Em um cenário cada vez mais marcado pela preocupação com notícias falsas, diferentes sites se comprometem com a checagem e verificação de notícias, incluindo aquelas relacionadas à pandemia. De acordo com Galhardi et al. (2020), 65% das *Fake News* propagadas nas redes sociais a respeito da COVID-19 se referiam a métodos caseiros para prevenir o contágio da doença, enquanto 20% eram métodos caseiros para sua cura e 4,3% afirmavam que a doença é uma estratégia política. Em consonância com estudos que enfatizam os impactos de crenças conspiratórias neste cenário, também são incluídas notícias negacionistas relacionadas à doença e aquelas que geram algum tipo de angústia, medo ou desconfiança (Galhardi et al., 2020; Falcão; Souza, 2021).

Assim como Barreto Junior e Venturi Junior (2020), que levantam alertas às possíveis consequências negativas das *Fake News* (o que abrange o comportamento e reação das pessoas ao entrarem em contato com notícias verídicas), os estudos

voltados ao cenário pandêmico destacaram o perigo de propagação desse tipo de notícias enganosas, produzidas por ignorância ou más intenções, considerando o grande número de pessoas que ouviram e chegaram a acreditar nelas. A influência de líderes políticos e suas declarações a respeito de medidas preventivas e tratamento da COVID-19 também pode contribuir para essa onda de desinformação e confusão que se espalha pela sociedade, além do endosso de teorias conspiratórias (Galhardi *et al.* 2020; Falcão; Souza, 2021). Por exemplo, em um estudo ficou evidenciado como as *Fake News*, amplamente difundidas pela direita política durante a pandemia, afetaram cuidados com higiene e medidas de distanciamento social durante a pandemia no Brasil (Modesto; Keller; Rodrigues; Lopes, 2022).

Um conceito que pode ajudar a entender o endosso das *Fake News* é o viés de confirmação. Vieses de confirmação levam indivíduos a desconsiderar informações que contradizem suas crenças e posições, buscando evitar um estado de dissonância cognitiva através da forma de se adquirir ou assimilar informações, afetando o processo de tomada de decisões e de raciocínio. Autores citam a importância de algum nível de aderência com o mundo real ao teor de *Fake News* para lhes envolver com certa credibilidade mesmo quando apresentam conteúdos que podem soar exagerados ou absurdos. Isso se dá pela preferência dada pelas pessoas a informações que corroborem suas visões de mundo e crenças, fazendo com que argumentos sejam filtrados por lentes dessa ou daquela visão de mundo (Baptista; Aguiar, 2020; Barreto Junior; Venturi Junior, 2020; Costa *et al.*, 2020).

Viés de confirmação se trata, portanto, dessa tendência que as pessoas têm de favorecer suas hipóteses com confiança e sua inclinação a mantê-las, podendo começar desde a procura de informações às suas interpretações, especialmente em um mundo em que as pessoas estão cercadas de dados e notícias das mais variadas fontes. É uma tendência que funciona para seleção, incorporação e conseqüente divulgação de notícias, inclusive daquelas fraudulentas (Baptista; Aguiar, 2020; Klayman, 1995; Glick, 2017).

A polarização política nas redes sociais e a criação de “bolhas” com certo grau de homogeneidade entre seus membros pode ser um resultado da combinação de viés de confirmação e influência social, que moldam as opiniões das pessoas. Também é importante lembrar que todos estão sujeitos a tomar decisões baseadas em convicções enviesadas, sem considerar se algo é verdade ou se é apenas desejável que o fosse. Assim como as pessoas tendem a consumir aquilo que as agrada, elas também questionam ou ignoram aquilo que é negativo e vai de encontro às suas convicções. A mudança de opinião é pouco provável quando um novo dado vai contra crenças pré-estabelecidas, o que mostra que o poder da crença tende a ultrapassar a argumentação baseada em fatos. E, como já foi ressaltado, os mecanismos de criação e disseminação das *Fake News* se aproveitam de diferentes recursos tecnológicos e de fatores psicológicos (Del Vicario *et al.*, 2017; Glick, 2017; Pellizzari; Barreto Junior, 2019).

Considerando a importância do tema, o presente estudo tem como objetivo analisar a relação entre a identidade política dos indivíduos e suas percepções sobre credibilidade e compartilhamento de notícias falsas em uma amostra (não representativa) de brasileiros. Com isso, formulou-se como hipótese (H1) que, em função do viés de confirmação, a identidade política se relacionaria com a percepção de credibilidade, bem como com a intenção de compartilhamento de notícias alinhadas à identidade política do indivíduo. Adicionalmente (H2), acreditamos que a percepção de credibilidade se relacionaria com a intenção de compartilhamento das notícias, independente da identidade política. A presente pesquisa, por meio de desenho correlacional, permite contribuir com a compreensão de processos de desinformação a partir do papel exercido pela identidade política e análise de credibilidade, o que se mostra relevante para um contexto polarizado e de fortalecimento de uma extrema direita no Brasil. Ressalta-se que a maior parte dos estudos empíricos sobre o tema foram desenvolvidos em outros contextos culturais, portanto, apresentar evidências dessas relações no contexto brasileiro é uma importante contribuição da presente pesquisa.

3 MÉTODO DE PESQUISA

3.1 Participantes

A pesquisa contou com 139 participantes com idades entre 18 e 67 anos ($M=26,48$; $DP=12,50$). Do total de participantes, a maioria declarou ser do sexo feminino (71,9%). Predominaram na amostra participantes solteiros (84,9%). Quanto à região, foram identificados participantes de todas as regiões do Brasil, sendo a amostra majoritariamente do Centro-Oeste (45,3%) e do Sudeste (26,6%). Sobre a frequência do uso de redes sociais, 77,7% indicaram que sempre as utilizam e a maioria (61,9%) também utiliza as redes sociais como sua principal fonte de informação. Quanto ao posicionamento político, grande parcela da amostra se identificou como de esquerda e centro esquerda (71,2%).

3.2 Instrumentos

Notícias: Foram selecionadas notícias verdadeiras e falsas de diferentes portais de notícias e checagem de Fake News – como BBC, G1, Boatos.org, Folha de São Paulo e Aos Fatos. As notícias foram classificadas, por juízes (pesquisadores das áreas de humanidades com expertise no estudo de polarização política), como “pró-direita” ou “pró-esquerda” em função do seu conteúdo. A escolha das fontes, bem como das notícias em específico, se deu de modo a viabilizar a classificação das notícias como “pró-direita” e “pró-esquerda”, conforme objetivo da pesquisa. Nessas escolhas, os autores buscaram selecionar notícias que não tivessem tido demasiada circulação, o que poderia facilitar a identificação delas como “falsas” ou “verdadeiras”. Ressalta-se que as “pró-direita” incluíam notícias pró-Bolsonaro e anti-PT, e as “pró-esquerda” incluíam notícias pró-PT e anti-Bolsonaro. Para ilustrar essas classificações, a notícia “apoiadores de Bolsonaro cantam Hino Nacional em frente ao hospital em que o presidente estava internado em São Paulo” é uma notícia falsa classificada como pró-direita, enquanto a notícia “polícia investiga agressão de presidente do PT de Contagem

a ex-companheira” é uma notícia verdadeira pró-direita por seu teor anti-PT. Seguindo esta lógica, a notícia “rejeitado por 62% da população, Bolsonaro perderia para Lula, Mandetta, Ciro, Haddad e Dória no segundo turno” foi classificada como verdadeira pró-esquerda e a notícia “ex-presidente Lula é convidado pela ONU para discursar após “fiasco” de Bolsonaro” é uma notícia falsa pró-esquerda.

Credibilidade da notícia: Para avaliar o nível de credibilidade dado à notícia, foi perguntado aos participantes “qual nível de credibilidade você daria a essa notícia?” e eles deveriam responder de acordo com uma escala do tipo likert que variava de 1 (totalmente verdadeira) a 5 (totalmente falsa).

Compartilhamento da notícia: Em relação ao compartilhamento da notícia, foi perguntado aos participantes se eles compartilhariam a notícia. Eles deveriam responder de acordo com uma escala do tipo likert que variava de 1 (definitivamente compartilharia) e 5 (definitivamente não compartilharia).

Questionário sociodemográfico: O questionário sociodemográfico coletava informações como idade, sexo, estado civil, a região em que mora, nível de escolaridade, frequência de uso das redes sociais, fonte principal de notícias e identificação política.

3.3 Procedimentos

A pesquisa foi divulgada de forma online por meio de redes sociais no primeiro semestre de 2022. O formulário foi dividido em 13 seções: a primeira delas continha o questionário sociodemográfico e, da segunda em diante, era apresentada uma notícia por seção, cada uma delas seguida pelas perguntas relacionadas à credibilidade e compartilhamento.

Primeiramente foi apresentado aos participantes um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Após concordarem em participar voluntária e anonimamente, eles prosseguiram para as etapas seguintes.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Em uma perspectiva exploratória, buscou-se identificar o grau de credibilidade a cada uma das notícias selecionadas (tendo como referência o ponto médio da escala), como demonstrado na Tabela 1.

Tabela 1 – Média e desvio padrão do grau de confiança às notícias selecionadas

Continua...

Notícia	Média	Desvio Padrão	Teste <i>t</i>
Notícia 1 “Apoiadores de Bolsonaro cantam o Hino Nacional em frente ao hospital em que o presidente estava internado.” – falsa pró-direita	3,67	1,12	$t(138)=7,05$, $p<0,001$
Notícia 2 “Crítico de Bolsonaro, Dória promove aglomeração com prefeitos e pede desculpas pelo excesso de convidados.” – verdadeira pró-direita	3,24	1,27	$t(138)=2,28$, $p=0,024$
Notícia 3 “Em homenagem a Lula, Torre Eiffel é iluminada de vermelho durante visita do petista à capital francesa para receber título de cidadão honorário” – falsa pró-esquerda	1,82	1,21	$t(138)= -11,48$, $p<0,001$
Notícia 4 “Repórter Laurene Santos, após questionar Bolsonaro sobre o não uso de máscaras, foi flagrada sem máscara durante a pandemia.” – falsa pró-direita	2,83	1,10	$t(138)= -1,86$, $p=0,065$
Notícia 5 “Falso enfermeiro foi preso em hospital onde Bolsonaro estava internado. Investigação aponta que homem é filiado ao PCdoB e tem passagem na polícia por tentativa de homicídio” – falsa pró-direita	1,68	1,06	$t(138)= -14,60$, $p<0,001$
Notícia 6 “Polícia investiga agressão de presidente do PT de Contagem a ex-companheira.” – verdadeira pró-direita	3,09	1,08	$t(138)=1,03$, $p=0,307$
Notícia 7 “Vereadora do PT é agredida com spray de pimenta pela PM durante protesto contra Bolsonaro em Recife.” – verdadeira pró-esquerda	3,95	1,11	$t(138)=10,07$, $p<0,001$
Notícia 8 “Ex-presidente Lula é convidado pela ONU para discursar após “fiasco” de Bolsonaro.” – falsa pró-esquerda	2,60	1,34	$t(138)= -3,53$, $p=0,001$

Tabela 1 – Média e desvio padrão do grau de confiança às notícias selecionadas

Notícia	Média	Desvio Padrão	Conclusão
			Teste <i>t</i>
Notícia 9 “Bolsonaro é citado como um dos parlamentares que não recebiam dinheiro em troca de apoio em votações no esquema de corrupção no Partido Progressista” – verdadeira pró-direita	2,14	1,18	$t(138) = -8,58, p < 0,001$
Notícia 10 “Príncipe Harry fez questão de conhecer Fernando Haddad e envia uma carta ao ex-presidente Lula.” – falsa pró-esquerda	1,83	1,08	$t(138) = -12,85, p < 0,001$
Notícia 11 “Como análises matemáticas afastam hipótese de fraude nas urnas, ao contrário do que diz Bolsonaro.” – verdadeira pró-esquerda	3,99	1,29	$t(138) = 9,05, p < 0,001$
Notícia 12 “Rejeitado por 62% da população, Bolsonaro perderia para Lula, Mandetta, Ciro, Haddad e Doria no segundo turno.” – verdadeira pró-esquerda	3,67	1,29	$t(138) = 6,10, p < 0,001$

Fonte: os autores

Ao analisar os resultados do Teste *t*, nota-se que a maioria das notícias apresenta uma diferença significativa em relação ao ponto médio da escala, com exceção das notícias 4 e 6. Isso indica que os participantes não julgaram essas duas notícias nem como verdadeiras nem como falsas, diferentemente das demais que apresentaram uma diferença significativa. Além disso, chama atenção que, de forma geral, as notícias foram corretamente identificadas como verdadeiras ou falsas, com exceção das notícias 1 e 9.

4.1 Nível de credibilidade e identidade política

Neste primeiro eixo, foi analisada a relação entre credibilidade dada às notícias e identidade política dos indivíduos por meio de testes de correlação de Pearson. As notícias foram divididas em 4 blocos conforme suas classificações: notícias falsas pró-direita; verdadeiras pró-direita; falsas pró-esquerda e verdadeiras pró-esquerda. A Tabela 2 apresenta resultados relacionados ao bloco de notícias falsas pró-direita.

Tabela 2 – Grau de credibilidade atribuído às notícias falsas pró-direita em relação com a identificação política dos participantes

		Id. Política	Credibilidade Notícia 1	Credibilidade Notícia 4	Credibilidade Notícia 5
Id. Política	Pearson Correlation	1	,090	,128	,165
	Sig. (2-tailed)		,291	,132	,053
	N	139	139	139	139

Fonte: os autores

Conforme os resultados apresentados na Tabela 2, foi encontrado que há uma relação marginalmente significativa entre a identidade política e o nível de credibilidade atribuído à notícia apenas com a notícia 5. Isso indica que quanto mais à direita, mais o indivíduo acreditou no conteúdo dessa notícia falsa pró-direita.

Em seguida, foram analisadas as notícias verdadeiras pró-direita, conforme mostrado na Tabela 3.

Tabela 3 – Grau de credibilidade atribuído às notícias verdadeiras pró-direita em relação com a identificação política dos participantes

		Id. Política	Credibilidade Notícia 2	Credibilidade Notícia 6	Credibilidade Notícia 9
Id. Política	Pearson Correlation	1	-,046	,094	,410**
	Sig. (2-tailed)		,592	,271	,000
	N	139	139	139	139

Fonte: os autores

Conforme apresentado na Tabela 3, uma relação significativa entre as variáveis foi encontrada apenas no caso da notícia 9, indicando que quanto mais à direita, mais o indivíduo acreditou na notícia verdadeira pró-direita.

Seguindo para as notícias falsas pró-esquerda, os dados obtidos são apresentados na Tabela 4.

Tabela 4 – Grau de credibilidade atribuído às notícias falsas pró-esquerda em relação com a identificação política dos participantes

		Id. Política	Credibilidade Notícia 3	Credibilidade Notícia 8	Credibilidade Notícia 10
Id. Política	Pearson Correlation	1	-,025	-,212*	-,055
	Sig. (2-tailed)		,766	,012	,521
	N	139	139	139	139

Fonte: os autores

Conforme o que é apresentado na Tabela 4, uma relação significativa somente foi observada com relação à notícia 8, indicando que quanto mais à direita, menos os indivíduos acreditaram na notícia, ainda mantendo uma tendência de viés de confirmação.

Por fim, a Tabela 5 apresenta a análise das notícias verdadeiras pró-esquerda.

Tabela 5 – Grau de credibilidade atribuído às notícias verdadeiras pró-esquerda em relação com a identificação política dos participantes

		Id. Política	Credibilidade Notícia 7	Credibilidade Notícia 11	Credibilidade Notícia 12
Id. Política	Pearson Correlation	1	-,398**	-,324**	-,466**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	139	139	139	139

Fonte: os autores

No caso das notícias verdadeiras pró-esquerda, o padrão encontrado é de que quanto mais à direita, menos as pessoas acreditam nas notícias apresentadas. Essa relação foi significativa no caso das três notícias analisadas. Ou seja, a identidade política pode ser apontada como um fator que interferiu na percepção de notícias verdadeiras e falsas.

4.2 Compartilhamento e identidade política

Nesse eixo, foi analisada a relação entre compartilhamento das notícias e identidade política dos indivíduos por meio de testes de correlação de Pearson. As notícias foram divididas em 4 blocos conforme suas classificações: notícias falsas pró-direita; verdadeiras pró-direita; falsas pró-esquerda e verdadeiras pró-esquerda, assim como feito para a análise da relação entre nível de credibilidade e identidade política. A Tabela 6 apresenta resultados em relação às notícias falsas pró-direita.

Tabela 6 – Análise da relação entre identidade política dos indivíduos e compartilhamento de notícias falsas pró-direita

		Id. Política	Compart. Notícia 1	Compart. Notícia 4	Compart. Notícia 5
Id. Política	Pearson	1	,371**	,046	,266**
	Correlation		,000	,594	,002
	Sig. (2-tailed)	139	139	139	139
N					

Fonte: os autores

Conforme apresentado na Tabela 6, a identidade política teve uma relação significativa com o compartilhamento das notícias 1 e 5. Esse padrão indica que quanto mais à direita, maiores as chances de compartilhamento dessas notícias falsas pró-direita.

Em seguida, foram analisadas as notícias verdadeiras pró-direita, conforme ilustrado na Tabela 7.

Tabela 7 – Análise da relação entre identidade política dos indivíduos e compartilhamento de notícias verdadeiras pró-direita

		Id. Política	Compart. Notícia 2	Compart. Notícia 6	Compart. Notícia 9
Id. Política	Pearson	1	-,089	-,065	,286**
	Correlation		,298	,448	,001
	Sig. (2-tailed)		139	139	139
	N	139	139	139	139

Fonte: os autores

A partir dos resultados da Tabela 7, é possível notar uma relação significativa apenas com a notícia 9. Com isso, quanto mais à direita, maiores as chances de compartilhamento desta notícia.

Seguindo para as notícias falsas pró-esquerda, os dados obtidos são apresentados na Tabela 8.

Tabela 8 – Análise da relação entre identidade política dos indivíduos e compartilhamento de notícias falsas pró-esquerda

		Id. Política	Compart. Notícia 3	Compart. Notícia 8	Compart. Notícia 10
Id. Política	Pearson	1	-,120	-,296**	,036
	Correlation		,158	,000	,674
	Sig. (2-tailed)		139	139	139
	N	139	139	139	139

Fonte: os autores

A partir da Tabela 8, é possível notar uma relação significativa no caso da notícia 8. Neste caso, esse padrão indica que quanto mais à direita, menores as chances de o indivíduo compartilhar essa notícia falsa pró-esquerda.

Por fim, a Tabela 9 apresenta os dados das notícias verdadeiras pró-esquerda.

Tabela 9 – Análise da relação entre identidade política dos indivíduos e compartilhamento de notícias verdadeiras pró-esquerda

		Id. Política	Compart. Notícia 7	Compart. Notícia 11	Compart. Notícia 12
Id. Política	Pearson Correlation	1	-,452**	-,317**	-,548**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	139	139	139	139

Fonte: os autores

Conforme observado na Tabela 9, todas as notícias apresentam uma relação significativa entre identidade política do indivíduo e compartilhamento. Este padrão indica que quanto mais à direita, menores as chances de o indivíduo compartilhar as notícias verdadeiras pró-esquerda.

4.3 Nível de credibilidade e compartilhamento

Nesse último eixo, foi analisada a relação entre o nível de credibilidade dado às notícias e seu compartilhamento por meio de testes de correlação de Pearson. As notícias foram divididas em 4 blocos conforme suas classificações: notícias falsas pró-direita; verdadeiras pró-direita; falsas pró-esquerda e verdadeiras pró-esquerda, assim como nas análises anteriores. A Tabela 10 apresenta resultados em relação às notícias falsas pró-direita.

Os dados da Tabela 10 indicam que há uma relação significativa entre o nível de credibilidade dado à notícia e a possibilidade de compartilhamento para todas as notícias deste bloco. A seguir, foram analisadas as notícias verdadeiras pró-direita, conforme indicado na Tabela 11.

Tabela 10 – Análise da relação entre compartilhamento de notícias e nível de credibilidade dado a notícias falsas pró-direita

		Compart. Notícia 1	Compart. Notícia 4	Compart. Notícia 5
Credibilidade Notícia 1	Pearson Correlation	,232**		
	Sig. (2-tailed)	,006		
	N	139		
Credibilidade Notícia 4	Pearson Correlation		,264**	
	Sig. (2-tailed)		,002	
	N		139	
Credibilidade Notícia 5	Pearson Correlation			,586**
	Sig. (2-tailed)			,000
	N			139

Fonte: os autores

Tabela 11 – Análise da relação entre compartilhamento de notícias e nível de credibilidade dado a notícias verdadeiras pró-direita

		Compart. Notícia 2	Compart. Notícia 6	Compart. Notícia 9
Credibilidade Notícia 2	Pearson Correlation	,359**		
	Sig. (2-tailed)	,000		
	N	139		
Credibilidade Notícia 6	Pearson Correlation		,418**	
	Sig. (2-tailed)		,000	
	N		139	
Credibilidade Notícia 9	Pearson Correlation			,543**
	Sig. (2-tailed)			,000
	N			139

Fonte: os autores

Os resultados da Tabela 11 indicam, assim como os da Tabela 10, que quanto maior o nível de credibilidade dado à notícia, maior a probabilidade de compartilhamento dela. Essa relação significativa é novamente encontrada nas três notícias. Em seguida, foram analisadas as notícias falsas pró-esquerda, conforme indicado na Tabela 12.

Tabela 12 – Análise da relação entre compartilhamento de notícias e nível de credibilidade dado a notícias falsas pró-esquerda

		Compart. Notícia 3	Compart. Notícia 8	Compart. Notícia 10
Credibilidade Notícia 3	Pearson Correlation	,618**		
	Sig. (2-tailed)	,000		
	N	139		
Credibilidade Notícia 8	Pearson Correlation		,650**	
	Sig. (2-tailed)		,000	
	N		139	
Credibilidade Notícia 10	Pearson Correlation			,460**
	Sig. (2-tailed)			,000
	N			139

Fonte: os autores

Os dados da Tabela 12 seguem o mesmo padrão das tabelas anteriores, apresentando uma relação significativa com relação às três notícias, indicando que quanto maior o nível de credibilidade dado a uma notícia, maiores as chances de seu compartilhamento.

Por fim, a Tabela 13 apresenta os resultados em relação às notícias verdadeiras pró-esquerda.

Tabela 13 – Análise da relação entre compartilhamento de notícias e nível de credibilidade dado a notícias verdadeiras pró-esquerda

		Compart. Notícia 7	Compart. Notícia 11	Compart. Notícia 12
Credibilidade Notícia 7	Pearson Correlation	,472**		
	Sig. (2-tailed)	,000		
	N	139		
Credibilidade Notícia 11	Pearson Correlation		,576**	
	Sig. (2-tailed)		,000	
	N		139	
Credibilidade Notícia 12	Pearson Correlation			,648**
	Sig. (2-tailed)			,000
	N			139

Fonte: os autores

Ao observar os dados da Tabela 13, nota-se que o padrão visto anteriormente ainda é mantido em relação às três notícias, indicando que quanto maior o nível de credibilidade dado à notícia, maior a probabilidade de seu compartilhamento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme mencionado, a presente pesquisa teve como objetivo analisar a relação entre a identidade política dos indivíduos e suas percepções sobre credibilidade e compartilhamento de notícias falsas em uma amostra de brasileiros. Formulou-se como hipótese (H1) que, em função do viés de confirmação, a identidade política se relacionaria com a percepção de credibilidade, bem como com a intenção de compartilhamento de notícias alinhadas à identidade política do indivíduo. Adicionalmente (H2), acreditávamos que a percepção de credibilidade se relacionaria com a intenção de compartilhamento das notícias, independente da identidade política.

Em primeiro lugar, em uma perspectiva exploratória, identificamos que os indivíduos, de maneira geral, souberam reconhecer as notícias verdadeiras e as notícias falsas. Em relação às notícias falsas, apenas a notícia 1 (pró-direita) foi percebida erroneamente como verdadeira. Quanto às notícias verdadeiras, apenas a notícia 9 (pró-direita) teve sua informação percebida como falsa. Esse resultado indica que os participantes se mostraram mais cautelosos com relação às notícias, revelando um panorama mais favorável a respeito do fenômeno na amostra investigada. É possível chamar atenção sobre a importância da conscientização dos indivíduos em meio ao grande fluxo de informações da atualidade: o acesso à informação não é o suficiente, é preciso entendê-la; também cabe aos usuários das redes um maior cuidado e atenção à verificação de notícias, bem como a possibilidade de abertura para diferentes linhas de raciocínio (Silveira, 2000; Pellizzari; Barreto Junior, 2019).

É interessante destacar que a notícia 1 (falsa pró-direita) ser julgada pelos participantes como verdadeira é chamativo, especialmente ao considerar o seu

conteúdo. A notícia em questão descreve um suposto comportamento adotado por determinado grupo, caracterizado enquanto apoiadores do presidente Jair Bolsonaro. Retomando os conceitos da Teoria da Identidade Social, as pessoas usam a identidade para classificar indivíduos e grupos, diferenciando-se pela sua noção de pertença ou não a dado grupo e associando pessoas a determinados comportamentos esperados (Nascimento; Souza, 2017). Relacionando essa noção ao conceito de viés de confirmação, é percebido que as pessoas tendem a acreditar em notícias que corroborem suas crenças, tornando-as propensas a julgar essa informação recebida como verdadeira graças a certo nível de aderência com o mundo real e à sua ligação com a própria expectativa sobre o comportamento deste grupo (Barreto Junior; Venturi Junior, 2020). Logo, a notícia 1, que afirmava que apoiadores de Bolsonaro se reuniram em frente ao hospital em que ele estava internado e cantaram o hino nacional em sua homenagem, foi entendida como verdadeira graças à sua semelhança com acontecimentos previamente noticiados envolvendo o comportamento de pessoas deste grupo.

Sobre a Hipótese 1, especificamente no que se refere à relação entre a credibilidade dada às notícias e a identidade política dos indivíduos, nota-se, de maneira geral, que quanto mais à direita, mais as pessoas tendem a acreditar em notícias pró-direita, embora algumas notícias não apresentem um padrão significativo. Para além desse padrão, em termos de credibilidade, é válido destacar que foi notada desconfiança nos indivíduos mais vinculados à direita com relação às notícias verdadeiras pró-esquerda, mostrando que não é apenas a credibilidade dada às notícias falsas que deve ser alvo de análise dos pesquisadores.

Esses achados ressaltam a importância do viés de confirmação ao mostrar que as pessoas tendem a acreditar em notícias e informações que confirmam suas crenças e que aquilo que segue um padrão do que elas já acreditam tende a ser simplesmente aceito como verdade (Pellizzari; Barreto Junior, 2019). A desconfiança relacionada a notícias favoráveis ao polo político oposto ao qual o indivíduo se identifica também pode se relacionar a sua identidade social e à percepção de pertencimento e não

pertencimento a determinados grupos, considerando a forma como indivíduos associam grupos a conotações positivas ou negativas – também marcadas por estereótipos e vieses (Tajfel; Turner, 1979; Nascimento; Souza, 2017).

Ainda sobre a Hipótese 1, agora sobre a relação entre compartilhamento de notícias e identidade política, é possível observar que esse padrão se manteve. Quanto mais à direita, mais propícios eram os indivíduos a compartilharem notícias pró-direita e menos propícios a compartilharem notícias pró-esquerda. Novamente, é interessante destacar que essa relação foi significativa no caso de todas as notícias verdadeiras pró-esquerda, mostrando que quanto mais à direita, menos propensas as pessoas eram a compartilhá-las.

O compartilhamento e endosso de notícias parecem mais relacionados à preferência e ao fortalecimento da identidade social e partidária do que à informação em si (Galli; Modesto, 2021). A sociedade vive em uma era marcada pelo grande fluxo de informações, em que elas são tratadas como mercadoria e podem ser utilizadas como instrumentos de poder, especialmente para influenciar indivíduos em processos de tomadas de decisões. Nesse contexto, notícias são rapidamente criadas, advindas de diversos meios de comunicação e canais que seguem agendas políticas e se aproveitam de um cenário politicamente polarizado, além de virtualmente influenciado por algoritmos que estudam comportamentos e interesses de seus usuários (Pellizzari; Barreto Junior, 2019).

É válido ressaltar que, no caso das *Fake News*, seu compartilhamento pode estar relacionado também a interesses políticos e econômicos a partir de motivações ideológicas (Allcott; Gentzkow, 2017). A polarização política, o viés de confirmação e a formação de bolhas sociais em que circulam informações cada vez mais alinhadas àquelas que os indivíduos já endossam (Barreto Junior; Venturi Junior, 2020) podem ajudar a explicar o padrão encontrado.

Por fim, sobre a Hipótese 2, a qual postulava a relação entre credibilidade e compartilhamento de notícias, também foi corroborada, na medida em que foi

identificado que entender a notícia como verídica é um fator que se relaciona positivamente com a possibilidade de compartilhamento desta por parte do indivíduo.

Apesar dos participantes terem sido capazes de identificar as notícias falsas, a relação entre credibilidade e compartilhamento merece ser destacada no caso das *Fake News* especialmente pelo intuito dessas notícias de enganar usuários, apelando às emoções e à adoção de uma linguagem que visa atrair e convencer um público específico, ligando-se a ele por uma sensação de que seu conteúdo é verdade ou poderia ser a partir de suas invocações de alegria, esperança, ressentimento ou raiva (Loureiro, 2020). Com isso, ressalta-se que nenhum grupo ou indivíduo está imune aos efeitos de vieses e das *Fake News*, podendo fazer parte de sua corrente de disseminação ao acreditar que está assumindo uma posição privilegiada de conhecimento, sem perceber mecanismos estratégicos de poder que operam em diferentes canais (Silveira, 2000; Loureiro, 2020). Porém, embora qualquer grupo esteja suscetível ao fenômeno, resta evidente, pelas pesquisas revisadas, como as *Fake News* têm funcionado como arma política da extrema direita no Brasil.

A maior limitação desta pesquisa se deve ao fato de que a maioria dos participantes (71,2%) relatou se identificar politicamente como sendo de esquerda. Novas pesquisas podem diversificar o perfil da amostra para que sejam obtidos dados mais representativos. Além disso, conduzimos, majoritariamente, testes de correlação. Portanto, novas pesquisas podem complexificar as relações testadas, como, por exemplo, investigar os efeitos da mediação da credibilidade na relação entre identidade política e compartilhamento de notícias.

Apesar das limitações ressaltadas, a pesquisa possibilita ampliar o entendimento dos fenômenos observados a partir de diferentes facetas, aprofundando o debate a respeito das *Fake News*, identidade política e percepções dos indivíduos sobre credibilidade e compartilhamento de notícias, chamando atenção para as possíveis ligações entre eles.

REFERÊNCIAS

- ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social Media and Fake News in the 2016 Election. **Journal of Economic Perspectives**, v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017. Disponível em: <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211>. Acesso em: 31 ago. 2022. DOI: 10.1257/jep.31.2.211.
- BAPTISTA, Renata Ribeiro; AGUIAR, Julio Cesar de. Fake news, eleições e comportamento. **Direito, Estado e Sociedade**, p. 1-32, 2020. No prelo. Disponível em: <https://revistades.jur.puc-rio.br/index.php/revistades/article/view/1320>. Acesso em: 31 ago. 2022. DOI: 10.17808/des.0.1320.
- BARRETO JUNIOR, Irineu Francisco; VENTURI JUNIOR, Gustavo. Fake news em imagens: um esforço de compreensão da estratégia comunicacional exitosa na eleição presidencial brasileira de 2018. **Revista Debates**, v. 14, n. 1, p. 4-35, 2020. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/debates/article/view/96220>. Acesso em: 31 ago. 2022.
- BENTELE, Günter; SEIDENGLANZ, René. 2008. Trust and Credibility - Prerequisites for Communication Management. In: ZERFASS, Ansgar; RULER, Betteke van; SRIRAMESH, Krishnamurthy (eds.). **Public Relations Research: European and International Perspectives and Innovations**. Wiesbaden, Hesse: Vs Verlag Fur Sozialwissenschaften, 2008, p. 49-62. DOI: doi:10.1007/978-3-531-90918-9_4
- COSTA, André Bello Sá Rosas. **Origem, causas e consequências da polarização política**. 2019. Tese (Doutorado) – Universidade de Brasília, Brasília, 2019. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/37008>. Acesso em: 12 set. 2023.
- COSTA, Daniel Fonseca et al. Viés de confirmação na tomada de decisão gerencial: um estudo experimental com gestores e contadores. *Revista de Contabilidade e Organizações*, v. 14: e164200, 2020. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/2352/235262949011/235262949011.pdf>. Acesso em: 13 de set. 2023. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-6486.rco.2020.164200>
- COUTO, Cleno; MODESTO, João Gabriel. The influence of Facebook on political activism and radicalism. **Psico-USF**, v.25, n.4, p. 637-644, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psuf/a/xfMqPRjxhkWzfSCMQMS335x/?format=pdf&lang=en>. Acesso em: 10 mar. 2023.
- DANTAS, Sérgio Silva; CIAMPA, Antonio da Costa. 2014. Projeto de vida e identidade política: um caminho para a emancipação. **Revista de Psicologia**, v. 4, n. 2, p. 138-152, 2014. Disponível em: <http://www.periodicos.ufc.br/psicologiaufc/article/view/1482>. Acesso em: 31 ago. 2022.
- DANTAS, Sergio Silva. Identidade política e projetos de vida: uma contribuição à teoria de Ciampa. **Psicologia & Sociedade**, v. 29, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psoc/a/NWfPsD3ggnRchV3x5bgCjwg/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 31 ago. 2022.
- DEL VICARIO, Michela *et al.* Modeling confirmation bias and polarization. **Scientific Reports**, v. 7, n. 1, 40391 (2017). Disponível em: <https://www.nature.com/articles/srep40391#citeas>. Acesso em: 31 ago. 2022.

FACHIN, Juliana; ARAUJO, Nelma Camelo de; SOUSA, Juliana Carvalho de. Credibilidade de informações em tempos de COVID-19. **Revista Interamericana De Bibliotecologia**, v. 43, n. 3, 2020. Disponível em: <https://revistas.udea.edu.co/index.php/RIB/article/view/342619>. Acesso em: 14 de set. 2023. DOI: <https://doi.org/10.17533/udea.rib.v43n3eRf3>

FALCÃO, Paula; SOUZA, Aline Batista de. Pandemia de desinformação: as fake news no contexto da covid-19 no Brasil. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, v. 15, n. 1, p. 55-71, 2021. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/2219>. Acesso em: 31 ago. 2022.

FUKS, Mario; MARQUES, Pedro Henrique. Polarização e contexto: medindo e explicando a polarização política no Brasil. **Opinião Pública**, v. 28, p. 560-593, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/op/a/SCmKT44FzwmGMP6jtBZ3Dfk/>. Acesso em: 12 set. 2023. DOI: <https://doi.org/10.1590/1807-01912022283560>

GALHARDI, Cláudia Pereira *et al.* 2020. Fato ou fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil. **Revista Ciência & Saúde Coletiva**, v. 25, p. 4201-4210, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/XnfpYRR45Z4nXskC3PTnp8z/?lang=pt>. Acesso em: 31 ago. 2022. DOI: <https://doi.org/10.1590/1413-812320202510.2.28922020>

GALLI, Luccas Moraes; MODESTO, João Gabriel. A Influência das Crenças Conspiratórias e Orientação Política na Vacinação. **Revista de Psicologia da IMED**, v. 13, n. 1, p. 179-193, 2021. Disponível em: <https://seer.atitus.edu.br/index.php/revistapsico/article/view/4491>. Acesso em: 31 ago. 2022. DOI: <https://doi.org/10.18256/2175-5027.2021.v13i1.4491>

GLICK, Michael. Believing is seeing: Confirmation bias. **The Journal of the American Dental Association**, v. 148, n.3, p. 131-132, 2017. Disponível em: [https://jada.ada.org/article/S0002-8177\(17\)30038-7/fulltext](https://jada.ada.org/article/S0002-8177(17)30038-7/fulltext). Acesso em: 31 ago. 2022. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.adaj.2017.01.009>

GLORIA-FILHO, Mário; MODESTO, João Gabriel. Morality, Activism and Radicalism in the Brazilian Left and the Brazilian Right. **Trends in Psychology**, v. 27, n. 3, p. 763-777, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tpsya/FzvXRCXxghJ7SxjrBGg8dCf/?lang=en>. Acesso em: 12 set. 2023. DOI: <https://doi.org/10.9788/TP2019.3-12>.

GOMES, Wilson da Silva; DOURADO, Tatiana. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, n. 2, p. 33-45, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n2p33>. Acesso em: 12 set. 2023. DOI: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2019v16n2p33>

HASNAT, Mohammad Ofiul. Credibilidade das redes sociais online: aos olhos dos jornalistas profissionais finlandeses. **Comunicação e Sociedade**, v. 25, p. 202-219, 2014. Disponível em: <https://revistacomsoc.pt/article/view/879>. Acesso em: 15 set. 2023. DOI: [https://doi.org/10.17231/comsoc.25\(2014\).1869](https://doi.org/10.17231/comsoc.25(2014).1869)

KLAYMAN, Joshua. Varieties of confirmation bias. **Psychology of learning and motivation**, v. 32, p. 385-418, 1995. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0079742108603151>. Acesso em: 15 set. 2023. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0079-7421\(08\)60315-1](https://doi.org/10.1016/S0079-7421(08)60315-1)

LOUREIRO, Eliana Regina Lopes. **Isso a Globo não mostra: convocações afetivas ao consumo de fake news e descredibilização da grande mídia nas eleições de 2018**. 2020. Dissertação (Mestrado) – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2020. Disponível em: <http://tede2.espm.br/handle/tede/494>. Acesso em: 31 ago. 2022.

MACHADO, Jorge; MISKOLCI, Richard. Das jornadas de junho à cruzada moral: o papel das redes sociais na polarização política brasileira. **Sociologia & Antropologia**, v. 9, p. 945-970, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/sant/a/q8zsyyjYW3Jf3DBFSzZJPBg/?lang=pt#>. Acesso em: 12 set. 2023. DOI: <https://doi.org/10.1590/2238-38752019v9310>.

MAHEIRIE, Kátia. Constituição do sujeito, subjetividade e identidade. **Interações**, v. 7, n. 13, p. 31-44, 2002. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-29072002000100003&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 31 ago. 2022.

MARQUES, José. Categorização social, identidade social e homogeneidade do *outgroup*: uma análise conceptual. **Análise Psicológica**, v. 3-4, n. VI, p. 279-305, 1988. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.12/2211>. Acesso em: 31 ago. 2022.

MODESTO, João Gabriel; KELLER, Victor Nahuel; RODRIGUES, Carlos Manoel Lopes; LOPES, Julia Louise Silva. **Investigación, Tecnología e Innovación**, v.14, n.16, p. 29-36. Disponível em: <https://revistas.ug.edu.ec/index.php/iti/article/view/1439>. Acesso em: 10 mar. 2023.

MIGUEL, Luis Felipe. Jornalismo, polarização política e a querela das fake news. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, n. 2, p. 46-58, 2019. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Luis-Felipe-Miguel/publication/337759789_Jornalismo_polarizacao_politica_e_a_querela_das_fake_news/links/5de8eb564585159aa462f79c/Jornalismo-polarizacao-politica-e-a-querela-das-fake-news.pdf. Acesso em: 12 set. 2023.

NASCIMENTO, Thiago Gomes; SOUZA, Eda Castro Lucas de. 2017. Escala Trifatorial da Identidade Social (ETIS): Evidências de sua Adequação Psicométrica. **PSICO**, v. 22, n., p. 217-234, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psuf/a/LCcdBcMPB7v8MjhpvW6mKqQ/>. Acesso em: 31 ago. 2022. DOI: <https://doi.org/10.1590/1413-82712017220203>

ORTELLADO, Pablo; RIBEIRO, Marcio Moretto; ZEINE, Leonardo. Existe polarização política no Brasil? Análise das evidências em duas séries de pesquisas de opinião. **Opinião Pública**, v. 28, n. 1, p. 62-91, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/op/a/xLJ4grqd96n3VmVx3Xs-Gv5D/?lang=pt#>. Acesso em: 12 set. 2023. DOI: <https://doi.org/10.1590/1807-0191202228162>

PAIVA, Geraldo José de. Identidade psicossocial e pessoal como questão contemporânea. **PSICO**, v. 38, n. 1, p. 77-84, 2007. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistapsico/article/view/1926>. Acesso em: 31 ago. 2022.

PELLIZZARI, Bruno Henrique Miniuchi; BARRETO JUNIOR, Irineu Francisco. Bolhas sociais e seus efeitos na sociedade da informação: ditadura do algoritmo e entropia na internet. **Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias**, v. 5, n. 2, p. 57-73, 2019. Disponível em: <https://indexlaw.org/index.php/revistadgnt/article/download/5856/pdf>. Acesso em: 31 ago. 2022.

PEROSA, Teresa. O império da pós-verdade. **Época**, 25 de abril, 2017. Disponível em: <https://epoca.oglobo.globo.com/mundo/noticia/2017/04/o-imperio-da-pos-verdade.html>. Acesso em: 31 ago. 2022.

RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatolij. Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter. **Galáxia**, v. 41, p. 31-47, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/Kvx-g4btPzLYdxXk77rGrmJS/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 15 set. 2023. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542019239035>

SILVEIRA, Henrique Flávio Rodrigues da. 2000. Um estudo do poder na sociedade da informação. **Ciência da Informação**, v. 29, n. 3, p. 79-90, 2000. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/J7gpDbB67VckK8rYdG3p7Cj/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 31 ago. 2022.

Contribuição dos autores

1 – Julia Alves Mendes

Graduanda em Psicologia pelo Centro Universitário de Brasília (CEUB)
<https://orcid.org/0000-0002-2017-592X> • julia.alvesm@sempreceub.com
Contribuição: Curadoria de dados, Redação – rascunho original, Redação – revisão e edição

2 – Fernanda Dias Brandão

Mestranda em Psicologia Jurídica pelo Centro Universitário de Brasília (CEUB)
<https://orcid.org/0000-0002-1498-9775> • bdiasfernanda@sempreceub.com
Contribuição: Curadoria de dados, Redação – revisão e edição

3 – João Gabriel Modesto

Doutor em Psicologia Social. Professor do Programa de Pós-Graduação em Gestão de Educação e Tecnologias da Universidade Estadual de Goiás
<https://orcid.org/0000-0001-8957-7233> • joao.modesto@ueg.br
Contribuição: Curadoria de dados, Redação – revisão e edição, Supervisão

Como citar este artigo

MODESTO, João Gabriel; MENDES, Júlia Alves; BRANDÃO, Fernanda Dias. Identidade política e *fake news*: percepção de indivíduos sobre credibilidade e compartilhamento de notícias. **Revista Sociais e Humanas**, Santa Maria, v. 36, n. 1, e74577, 2023. DOI: 10.5902/2317175874577. Disponível em: <https://doi.org/10.5902/2317175874577>. Acesso em: dia mês abreviado. ano.