

O efeito da polarização política na crença em notícias falsas

Gabriela de Miranda Ribeiro

João Gabriel Modesto

RESUMO

A polarização política pode ser entendida como o afastamento severo de grupos com pensamentos e sentimentos opostos aos do seu grupo político. No cenário brasileiro, a polarização está presente em diversos contextos, principalmente no contexto político e pode ser capaz de influenciar o endosso de notícias falsas. Buscando entender as *fake news* em um contexto de polarização política, o presente artigo buscou avaliar a relação entre a polarização política e a crença em notícias falsas, tanto de esquerda quanto de direita. Para tanto, 211 participantes responderam um questionário contendo quatro instrumentos distintos: termômetro de sentimentos; avaliação de notícias; posicionamento político; e suscetibilidade às notícias falsas. Os resultados indicaram que os indivíduos tendem a acreditar em notícias falsas do seu próprio grupo político, embora participantes de direita apresentem uma maior tendência de endossar *fake news* em comparação com participantes de esquerda. De maneira geral, verificou-se que a polarização política afeta o endosso de *fake news*. Implicações para compreensão e combate às *fake news* são discutidas.

Palavras-chave: polarização; desinformação; *fake news*; posicionamento político; psicologia política.

ABSTRACT

The effect of political polarization on belief in fake news

Political polarization can be understood as the strong alienation of groups with thoughts and feelings opposite to those of their political group. In the Brazilian scenario, polarization is present in different contexts, especially in the political context and can influence the endorsement of fake news. Seeking to understand fake news in the context of political polarization, the present article sought to evaluate the relationship between political polarization and belief in fake news, both on the left and on the right. To this end, 211 participants completed a questionnaire that included four different instruments: mood thermometer; news rating; political positioning; and susceptibility to fake news. The results indicate that individuals tend to believe fake news from their own political group, although participants from the right-wing participants are more likely to endorse fake news than participants to left-wing participants. Overall, political polarization was found to affect the endorsement of fake news. Implications for understanding and combating fake news are discussed.

Keywords: polarization; misinformation; *fake news*; political positioning; political psychology.

Sobre os Autores

G.M.R.

orcid.org/0002-7167-3523
Centro Universitário de Brasília
(CEUB) - Brasília, DF
gabider@sempreceub.com

J.G.M.

orcid.org/0001-8957-7233
Centro Universitário de Brasília
(CEUB) - Brasília, DF
Universidade Estadual de Goiás
(UEG) - Luziânia, GO
joao.modesto@ueg.br

Direitos Autorais

Este é um artigo aberto e pode ser reproduzido livremente, distribuído, transmitido ou modificado, por qualquer pessoa desde que usado sem fins comerciais. O trabalho é disponibilizado sob a licença Creative Commons CC-BY-NC



A polarização política é um fenômeno presente em diversos países na atualidade, em que é comum uma ligação entre a polarização e a disseminação de desinformação sobre eventos políticos (Soares, 2020). No contexto brasileiro, os posicionamentos ideológicos mudam constantemente (Santos Junior, 2019), sendo possível pensar na polarização como um movimento dinâmico e que se molda de acordo com os acontecimentos políticos (Soares, 2020), possuindo implicações na opinião pública, em diferentes temas, a exemplo dos direitos dos homossexuais (Ortellado et al., 2022). Sendo assim, este artigo buscou analisar a relação entre a polarização política e o julgamento de *fake news*, no espectro político tanto de esquerda quanto de direita.

Pesquisas no campo de psicologia e áreas afins têm entendido a polarização como o afastamento severo de dois grupos com pensamentos e sentimentos opostos, promovendo um distanciamento de posições moderadas (Mason, 2013). A polarização política, portanto, diz respeito à oposição entre posicionamentos políticos divergentes (a exemplo da direita e esquerda). O acirramento da polarização evidencia um esvaziamento de posições centristas ou pensamentos mistos (Soares, 2020), favorecendo a necessidade de escolha de um lado.

Sentimentos negativos e de oposição ao grupo diferente são resultados da polarização afetiva (Benkler et al., 2018). A falta ou o excesso de sentimento de pertencimento a determinado grupo é capaz de interferir na identificação com outras pessoas que possuem crenças políticas diferentes (Glória Filho & Modesto, 2019). Sendo assim, há uma animosidade imediata, um preconceito partidário (Mason, 2013) em relação a indivíduos com posicionamentos políticos diferentes. As pessoas escolhem seus lados, suas ideologias, e passam a se identificar com o seu grupo, ao passo que se opõem ao “adversário” (Benkler et al., 2018). Essa antipatia e essa raiva pela oposição, juntamente com o sentimento de desconfiança, falta de representatividade, injustiça e defesa de mudança social, podem contribuir para o radicalismo político (Glória Filho & Modesto, 2019).

Apesar de passar uma ideia de simetria, o fenômeno da polarização é assimétrico (Chaia & Brugnano, 2015; Benkler et al., 2018; Miguel, 2019; Soares, 2020). Sendo assim, as ideologias discordantes não têm a mesma intensidade de radicalização. Nas eleições presidenciais estadunidenses de 2016, por exemplo, observou-se uma radicalização maior dos republicanos (pró-Trump) em relação aos democratas (pró-Hillary) (Benkler et al., 2018). No Brasil, durante as eleições de 2014, a direita se mostrou mais polarizada e radical em relação à esquerda (Chaia & Brugnago, 2015).

Importante ressaltar que a radicalização extrema de opiniões, entretanto, não significa necessariamente uma radicalização de ações (McCauley & Moskalenko, 2017). Ou seja, o indivíduo pode ter opiniões radicais, mas não agir de forma radical e violenta em relação ao membro do outro grupo político. Sendo assim, nem sempre a polarização política/afetiva

vai se converter em atos de violência.

É interessante notar que em uma sociedade que elenca mídias sociais como fontes confiáveis de informação (Ramos et al., 2022), o processo de radicalização política, típica de contextos polarizados, parece ter relação com o incremento do uso de redes sociais (Couto & Modesto, 2021), sobretudo pela combinação de *fake news* e filtro-bolha. Ou seja, é possível perceber a relação entre a disseminação de desinformação na internet com o cenário polarizado atual.

As *fake news* são notícias falsas criadas e espalhadas intencionalmente a fim de enganar o receptor, enviesar opiniões ou prejudicar algo e/ou alguém (Barreto Junior & Venturi Junior, 2020). É possível dividi-las em sete categorias: sátira/paródia; falsa conexão; conteúdo enganoso; falso contexto; conteúdo impostor; conteúdo manipulado; e conteúdo fabricado.

A sátira/paródia não se encaixa precisamente no conceito de desinformação, pois, apesar de haver o potencial de enganar o leitor, não é feita de forma intencional. A falsa conexão engloba manchetes desconexas em relação ao conteúdo real da notícia, levando o leitor a tirar conclusões precipitadas caso leia somente o título principal. O conteúdo enganoso é a informação utilizada de forma falsa contra alguém ou algum assunto. O falso contexto é um conteúdo real, verdadeiro, utilizado em um contexto distorcido. O conteúdo impostor confere afirmações falsas às pessoas (geralmente figuras públicas). O conteúdo manipulado é uma informação real, porém manipulada para enganar os leitores. Por fim, o conteúdo fabricado é uma notícia falsa integralmente construída (Wardle, 2016).

Os diversos tipos de desinformação expostos acima foram disseminados nas últimas eleições presidenciais brasileiras (Barreto Junior & Venturi Junior, 2020). A utilização das *fake news* como manobra política acirrou ainda mais a polarização no país (Duda da Silva, 2018). A desinformação foi usada como ferramenta, especialmente pelo presidente eleito em 2018, Jair Messias Bolsonaro, para desestabilizar o oponente e criar, nos seus eleitores, desconfiança e sentimento de ódio (Bittencourt, 2020) pelo partido “rival”.

Em um contexto de polarização, as *fake news* parecem ser mais facilmente disseminadas nas redes sociais por conta dos filtros-bolha. O conceito de filtro-bolha pode ser entendido como espaço nas redes sociais personalizado pelos algoritmos de acordo com nossos hábitos, interações, curtidas e compartilhamentos na internet (Pariser, 2011). Dentro da bolha, o usuário tende a “conviver” e receber informações/notícias de pessoas que dividem os mesmos pensamentos, crenças e posicionamentos políticos, reforçando um viés de confirmação (Del Vicario et al., 2017), bem como um raciocínio motivado (Calvert, 2017), e desestimulando a busca por dados aprimorados (D’Ancona, 2018). Dessa forma, ao receber uma notícia dentro da bolha, o indivíduo fica mais propenso a acreditar que as informações disponibilizadas

são verdadeiras por terem sido transmitidas por pessoas consideradas confiáveis (Pennycook & Rand, 2021) e por compartilharem o mesmo posicionamento político (Pennycook & Rand, 2019). Tal efeito foi identificado em estudos brasileiros sobre a covid-19, segundo os quais as *fake news* e o posicionamento político têm afetado o comportamento dos brasileiros no enfrentamento da pandemia (Modesto et al., 2020).

Embora ocorra um impulsionamento orgânico nesses ambientes virtuais, são utilizados recursos artificiais para o disparo em massa de mensagens. Os robôs políticos, movidos por algoritmos, são estratégias de disseminar a desinformação em uma velocidade mais acelerada. Há, também, os perfis *fakes* e os ativistas em série, que, por sua vez, trabalham impulsionando e promovendo a notícia falsa para que ela atinja e acesse mais facilmente diferentes filtros-bolha da internet (Barreto Junior & Venturi Junior, 2020). Apesar da semelhança entre os termos, há diferenças nas conceituações entre robôs políticos e perfis *fakes*. Os robôs podem ser entendidos como perfis de militantes reais que autorizaram que suas contas fossem conectadas a páginas políticas. Os perfis *fakes* são perfis falsos que escondem a identidade do usuário (Barreto Junior & Venturi Junior, 2020).

A familiaridade do indivíduo com outros assuntos e com as crenças que ele assume serem verdadeiras aumenta a probabilidade de informações enganosas/falsas serem vistas como verdadeiras e diminui a chance da correção do erro (Lewandowsky et al., 2012), ao passo que, ao se deparar com informações conflitantes com suas crenças, sentimentos negativos podem ser ativados. As crenças pessoais, portanto, podem facilitar o processo de desinformação, aumentando a confiança do indivíduo na notícia falsa (Lewandowsky et al., 2012). Um dos vieses que podem interferir nessa análise parece ser a identidade política do indivíduo.

Estudos também investigaram a forma como as pessoas se autoavaliam em diversas situações e o porquê de não reconhecerem quando cometem erros (Dunning et al., 1989; Dunning et al., 2003; Hodges et al., 2001), como o compartilhamento de *fake news*. Ao se basearem nas percepções pré-estabelecidas sobre suas habilidades, os indivíduos tendem a se autoavaliar melhor. Dessa forma, ficam privados de enxergar seus erros e diferenciar o que é real do que é falso (Dunning et al., 2003), dando margem para a desinformação.

Em um estudo desenvolvido em Portugal, o posicionamento político dos participantes foi um fator importante na análise de crença e disseminação de *fake news*. Observou-se que indivíduos de direita tinham maior probabilidade de acreditar e disseminar desinformação (Baptista et al., 2021). Nos Estados Unidos, do mesmo modo, os republicanos se mostraram mais propensos a acreditar em *fake news* sobre os democratas do que os democratas sobre os republicanos (Pereira et al., 2018). Já no cenário brasileiro, em uma análise sobre a intenção de voto nas eleições de 2018 e a dissemina-

ção de *fake news* no mesmo período, foi identificada uma correlação temporal entre a disseminação de *fake news* “pró-direita” e a elevada taxa de rejeição do candidato da esquerda (Barreto Junior & Venturi Junior, 2020).

Compreende-se, então, que a polarização política e afetiva parece favorecer o endosso das *fake news*. A polarização parece afetar a rede de comunicação, uma vez que não há diálogo entre as partes, prejudicando a circulação e o acesso de informação dos diferentes grupos políticos (Miguel, 2019). Dessa forma, os grupos se guiam por (e compartilham) informações enviesadas, recebidas por indivíduos do mesmo círculo, principalmente em redes sociais. Diante do exposto, tendo em vista a importância de compreender os fenômenos, o objetivo da presente pesquisa é avaliar a relação entre polarização política e o julgamento de notícias falsas, tanto de direita quanto de esquerda.

MÉTODO

Participantes

Participaram desta pesquisa 211 respondentes, sendo 65,7% do sexo feminino e 33,3% do sexo masculino. Todos os participantes eram maiores de 18 anos, e suas idades variaram de 18 a 69 anos, sendo a maioria de etnia branca (67,6%), com renda familiar acima de sete salários-mínimos (61,4%), com escolaridade de ensino superior incompleto (31,9%), de religião católica (39%) e heterossexuais (76,2%). Dos 211 participantes, 64 se identificaram como sendo de esquerda, 69 como centro-esquerda, 32 como centro, 29 como centro-direita e 17 como direita. A amostra foi composta por moradores de 13 estados brasileiros, sendo 71,4% do Distrito Federal.

Instrumentos

Termômetro de sentimentos: Para mensurar a polarização política, foi utilizado o termômetro de sentimentos, instrumento utilizado pela *American National Election Services* (ANES) para medir os sentimentos dos eleitores em relação ao partido com o qual se identificam e em relação ao partido com o qual não se identificam. O instrumento varia de 0 a 100 e o participante respondeu em uma escala de 0 a 10, sendo ela: 0) 0 – totalmente frio e distante; 1) 10 – muito frio e distante; 2) 20 – bastante frio e distante; 3) 30 – frio e distante; 4) 40 – pouco frio e distante; 5) 50 – indiferente; 6) 60 – pouco caloroso e receptivo; 7) 70 – caloroso e receptivo; 8) 80 – bastante caloroso e receptivo; 9) 90 – muito caloroso e receptivo; e 10) 100 – totalmente caloroso e receptivo. Essa medida já tem sido utilizada em outros estudos sobre polarização política no Brasil (Glória Filho & Modesto, no prelo).

Avaliação de notícias: Para avaliar o julgamento das notícias, foram apresentados recortes de reportagens falsas, selecionadas através de sites de checagem (como Lupa e

AosFatos). Foram selecionados cinco tipos de *fake news* de direita e cinco de esquerda, com base na classificação de Wardle (2016): conteúdo enganoso; falso contexto; conteúdo impostor; conteúdo manipulado; e conteúdo fabricado. Após a exposição da notícia, o participante respondeu se aquela informação era totalmente verdadeira ou totalmente falsa em uma escala Likert de 5 pontos (1 = totalmente falsa; 5 = totalmente verdadeira). Ressalta-se que, dos tipos de *fake news* indicados por Wardle (2016), optou-se por não incluir notícias de falsa conexão, em função da sua dificuldade de operacionalização.

Posicionamento político: Para identificar a posição política de cada participante, foi apresentado um item com uma escala de 1 a 5, sendo 1 totalmente à esquerda e 5 totalmente à direita. O item continha a seguinte instrução: “Indique seu posicionamento político de acordo com a seguinte escala”.

Susceptibilidade a fake news/grau de confiança na informação: Para analisar a opinião e avaliar o efeito das notícias falsas nos participantes e seus grupos sociais, foi apresentado um item com escala de 1 a 5. O item foi apresentado da seguinte forma: *Qual a probabilidade de você acreditar em uma fake news?* Além da análise autorreferente, o participante respondeu à mesma pergunta tendo em vista: i) pessoas com o mesmo posicionamento político; e ii) pessoas com posicionamento político diferente.

Procedimentos de coleta de dados

Os instrumentos foram compilados em um formulário *on-line*, que foi divulgado nas redes sociais. Antes de iniciar o estudo, os participantes aceitaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) também *on-line*. Após aceite, responderam ao item de posicionamento político, seguido do termômetro de sentimentos. Depois, responderam aos itens sobre grau de confiança na informação e fizeram a avaliação das notícias. Por último, informaram seus dados sociodemográficos (gênero, orientação sexual, idade, etnia, renda familiar, escolaridade, religião e estado de residência). As informações coletadas foram anônimas; a participação foi voluntária; e o participante teve a opção de desistir a qualquer momento. Antes de iniciar a coleta de dados, a pesquisa foi submetida ao Comitê de Ética (CAAE: 50732721.6.0000.00.23).

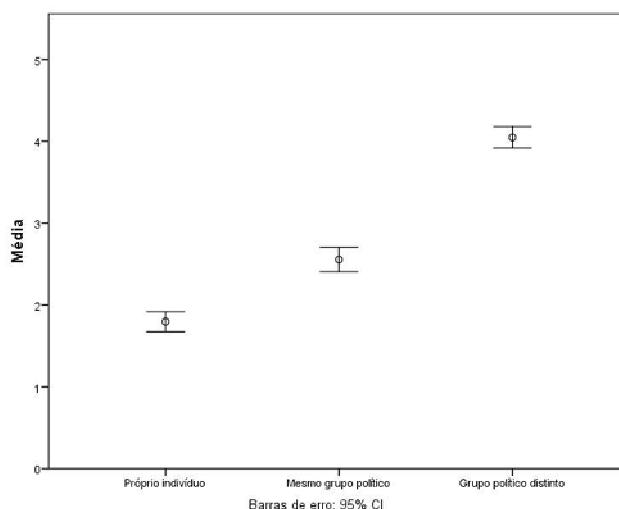
Procedimentos de análise de dados

A fim de comparar o endosso de *fake news* entre participantes de direita e esquerda, foram realizadas uma série de ANOVA's. Para estas análises, foi estimado o tamanho do efeito por meio do cálculo do eta parcial ao quadrado. Já para testar a associação entre os índices de polarização (por meio do termômetro de sentimentos) e o endosso de *fake news*, foram realizadas uma série de testes de Correlação de Pearson. Para todos os testes inferenciais, foi considerado o nível de significância de 5%.

RESULTADOS

O presente artigo buscou investigar a relação entre polarização política e o julgamento de notícias falsas, tanto de direita quanto de esquerda. Inicialmente, em uma perspectiva exploratória, buscou-se comparar como os participantes da pesquisa avaliam sua suscetibilidade para acreditar em notícias falsas em relação: (a) ao mesmo grupo político com o qual se identificam; e (b) a grupo político distinto do seu. Os resultados podem ser visualizados na Figura 1.

Figura 1. Diagrama de barra de erros sobre a avaliação de endosso a fake news



Conforme exposto na Figura 1, as pessoas tendem a acreditar que estão menos suscetíveis a endossar *fake news* ($M = 1,80$; $DP = 0,91$) quando comparadas com seu próprio grupo político ($M = 2,55$; $DP = 1,10$) e quando comparadas com grupo político distinto ($M = 4,05$; $DP = 0,97$). Ou seja, os participantes acreditam serem menos propensos a validarem uma *fake news*.

Na Figura 2, optou-se por comparar o endosso das *fake news* pró-direita e pró-esquerda com base na identidade política dos participantes. De maneira geral, houve uma tendência dos participantes de endossar *fake news* que corroboram sua própria identidade política. Ou seja, os participantes demonstraram uma maior inclinação a acreditar em *fake news* que beneficiaram o seu próprio grupo político. Em seguida, foram conduzidos testes ANOVA a fim de refinar essa comparação. Os resultados podem ser visualizados na Tabela 1.

Figura 2. Diagrama de barra do endosso de fake news por posição política e tipo de fake news

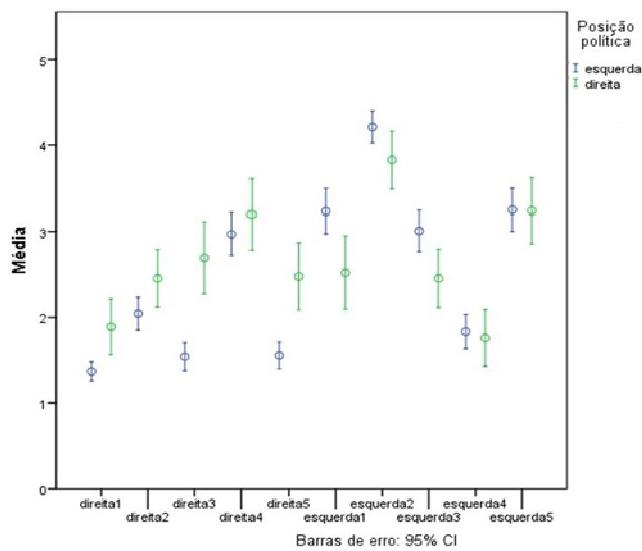


Tabela 1. Comparações do endosso de fake news entre participantes de esquerda e direita

Notícia	Posição política	ANOVA
Direita 1: Em 2017, Lula concedeu entrevista para a Rádio Teófilo Otoni AM na qual chamou Dilma Rousseff de "cretina, maldosa, mentirosa, safada".	Esquerda (M = 1,37; DP = 0,66) Direita (M = 1,89; DP = 1,10)	F (1, 177) = 14,85, p < 0,001, $\eta^2p = 0,08$
Direita 2: José Dirceu (ex-ministro da Casa Civil do Governo Lula) postou, em sua rede social, que, após vitória do presidente dos EUA, Joe Biden, o foco agora era "caçar fascistas de direita".	Esquerda (M = 2,05; DP = 1,11) Direita (M = 2,46; DP = 1,13)	F (1, 177) = 4,63, p = 0,033, $\eta^2p = 0,03$
Direita 3: Em 2015, o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) destruiu um laboratório de pesquisa para vacinas.	Esquerda (M = 1,54; DP = 0,96) Direita (M = 2,70; DP = 1,42)	F (1, 177) = 38,25, p < 0,001, $\eta^2p = 0,18$
Direita 4: Silvio Santos, dono da emissora SBT, alegou que "se o brasileiro mantiver a esquerda longo do poder por uns 20 anos, o Brasil será uma das nações mais prósperas do mundo".	Esquerda (M = 2,98; DP = 1,43) Direita (M = 3,20; DP = 1,40)	F (1, 177) = 0,86, p = 0,354, $\eta^2p = 0,01$
Direita 5: Jornalistas da Globo-News, no programa Estúdiol, apresentaram uma reportagem sobre um evento de hackers que acontecia nos EUA. Durante o	Esquerda (M = 1,56; DP = 0,93) Direita (M = 2,48; DP = 1,32)	F (1, 177) = 27,02, p < 0,001, $\eta^2p = 0,13$

Notícia	Posição política	ANOVA
evento, os hackers foram capazes de hackear urnas eletrônicas brasileiras em menos de 2 horas.		
Esquerda 1: Durante sessão da CPI da covid, o senador Luis Carlos Heinze (PP-RS) citou a ex-atriz pornô Mia Khalifa como sendo uma médica infectologista, participante de pesquisas sobre hidroxicloroquina.	Esquerda (M = 3,23; DP = 1,52) Direita (M = 2,52; DP = 1,45)	F (1, 177) = 7,75, p = 0,006, $\eta^2p = 0,04$
Esquerda 2: Durante o depoimento de Lula (PT) para a Operação Lava Jato, Sergio Moro questionou o interrogado sobre as "denúncias que saíram na Folha de São Paulo e no jornal O Globo". Em seguida, Lula pediu para o juiz: "doutor, não me julgue por notícias, mas com provas".	Esquerda (M = 4,21; DP = 1,09) Direita (M = 3,83; DP = 1,15)	F (1, 177) = 4,16, p = 0,043, $\eta^2p = 0,02$
Esquerda 3: Após prisão do deputado Daniel Silveira (PSL-RJ), circula pelas redes foto de Luciano Huck abraçado com ele.	Esquerda (M = 3,01; DP = 1,38) Direita (M = 2,46; DP = 1,15)	F (1, 177) = 5,88, p = 0,016, $\eta^2p = 0,03$
Esquerda 4: Após a má repercussão do discurso de abertura do Presidente Jair Bolsonaro na Assembleia Geral da ONU, Lula foi convidado a discursar no evento.	Esquerda (M = 1,83; DP = 1,17) Direita (M = 1,76; DP = 1,12)	F (1, 177) = 0,14, p = 0,709, $\eta^2p = 0,01$
Esquerda 5: General Eduardo Pazuello (ex-ministro da saúde) ameaçou veículos de imprensa: "gostaria de avisar à Folha e ao Uol que vocês não estão brincando com moleques ou com os bandidos que vocês estão acostumados a lidar. (...) e que não aceitaremos intimidações e difamações".	Esquerda (M = 3,25; DP = 1,45) Direita (M = 3,24; DP = 1,29)	F (1, 177) = 0,01, p = 0,970, $\eta^2p = 0,01$

De acordo com a Tabela 1, foi possível observar que, em relação às notícias falsas de direita, as notícias um, dois, três e cinco foram mais endossadas pelos participantes que se identificaram com o posicionamento político à direita se comparados aos participantes de esquerda. No caso das notícias falsas de esquerda, as notícias um, dois e três foram mais endossadas pelo grupo político de esquerda em comparação ao da direita. Para as demais notícias, não foram encontradas diferenças significativas. Ainda na Tabela 1, pode-

se observar que o tamanho do efeito foi maior nas notícias pró-direita, indicando que os participantes de direita acreditaram mais nas fake news (favoráveis ao próprio grupo) em comparação aos participantes de esquerda (também na análise de notícias favoráveis ao próprio grupo).

Ao analisar os tipos de fake news que obtiveram maior e menor média entre os participantes, tanto de esquerda quanto de direita, é possível observar distinção entre eles. A notícia falsa da direita com maior endosso dos participantes está enquadrada na categoria “conteúdo impostor” e a com menor endosso está em “conteúdo enganoso”, notícias quatro e um, respectivamente. Já a notícia falsa de esquerda com maior endosso dos participantes está enquadrada na categoria “conteúdo manipulado” e a com menor endosso está em “falso contexto”, notícias dois e quatro, respectivamente.

Além de analisar a identidade política dos participantes, optou-se por investigar a polarização afetiva (o quanto frio e distante ou caloroso e receptivo o indivíduo se percebe em relação ao grupo político oposto ao seu). Testou-se a relação da polarização quanto à esquerda e o endosso de notícias falsas de direita. Os resultados podem ser visualizados na Tabela 2.

Tabela 2. Termômetro de sentimentos em relação à esquerda

		Ter- môme- tro de sen- ti- men- tos	Di- reita 1	Di- reita 2	Di- reita 3	Di- reita 4	Direi- ta 5
Ter- môme- tro de de Sen- ti- men- tos	Corre- lação 3**	1	-	-	-	-	-
			0,29	0,21	0,38	0,08	0,309
			0**	0**	2**	3	**
		Sig.	<0,01	0,002	<0,01	0,228	<0,001

Nota. Quanto menor o valor, mais frio e distante o participante se sente em relação ao posicionamento político oposto; quanto maior o valor, mais caloroso e receptivo.

**. Correlação é significativa ao nível de 0,01.

Assim como visto na análise de identidade política, o padrão se manteve ao analisar a polarização dos participantes. Ou seja, quanto mais frios e distantes em relação à esquerda, maior o endosso das notícias um, dois, três e cinco pró-direita. Testou-se, também, a relação da polarização em relação à direita e o endosso de notícias falsas de esquerda. Quanto mais frio e distante em relação à direita, maior o endosso das notícias um, dois e três pró-esquerda. Mantendo, assim, o padrão da identidade política, os resultados podem ser visualizados na Tabela 3.

Tabela 3. Termômetro de sentimentos em relação à direita

Ter- môme- tro de sen- ti- men- tos	Ter- môme- tro de de Sen- ti- men- tos	Cor- rela- ção de Pe- ar- son	Ter- mô- metro da 1	Es- quer da 2	Es- quer da 3	Es- quer da 4	Es- quer da 5
			1	-	-	-	-
				0,168 **	0,178 **	0,195 **	0,070 0,074
		Sig.		0,015	0,010	0,004	0,311
							0,284

Nota. Quanto menor o valor, mais frio e distante o participante se sente em relação ao posicionamento político oposto; quanto maior o valor, mais caloroso e receptivo.

**. Correlação é significativa ao nível de 0,01.

DISCUSSÃO

Considerando o processo de polarização política do Brasil (Glória Filho & Modesto, 2019), bem como o uso de fake news como arma política no país (Barreto Junior & Venturi Junior, 2020), o presente artigo teve como objetivo analisar a relação entre a polarização política e o julgamento de notícias falsas pró-esquerda e pró-direita.

Em primeiro lugar, os resultados deste artigo indicaram um viés otimista, na medida em que os participantes acreditaram estar menos suscetíveis a endossar notícias falsas quando comparados ao próprio grupo político e ao grupo político distinto. Esse efeito corrobora estudos que investigaram a capacidade dos indivíduos de se autoavaliarem (Dunning et al., 1989; Dunning et al., 2003; Hodges et al., 2001), na medida em que as pessoas tendem a basear suas percepções de desempenho em noções pré-estabelecidas sobre suas habilidades; entretanto, essas noções não necessariamente condizem com a realidade, podendo ser algo negativo.

O equívoco na autopercepção, muitas vezes, ocorre pois o indivíduo não é capaz de distinguir se seu desempenho está correto ou não (Dunning et al., 2003). Ao manifestar um viés otimista em relação a si mesmo e sua capacidade de identificar notícias falsas, o indivíduo fica mais suscetível ao risco das fake news, uma vez que deixa de pensar criticamente acerca da notícia que lhe é apresentada (Pennycook & Rand, 2019), baseando-se nas percepções sobre suas habilidades.

Os achados da presente pesquisa também evidenciam a influência da identidade política no endosso de notícias falsas. Houve uma tendência dos participantes de endossarem

fake news que beneficiam seu grupo político (esquerda ou direita), ou seja, indivíduos com posicionamento político de esquerda apresentaram uma maior inclinação às notícias falsas pró-esquerda, e indivíduos com posicionamento de direita apresentaram uma maior inclinação às notícias pró-direita.

Esse resultado corrobora estudos no contexto estadunidense que identificaram que participantes estavam mais dispostos a compartilharem e acreditarem em notícias que refletem positivamente seu grupo político ou prejudicam o grupo oposto (Pereira et al., 2018). As pessoas são comumente influenciadas pelos grupos com os quais se identificam e pelas crenças que compartilham, o que pode ser explicado a partir do viés de confirmação (Del Vicario et al., 2017) e do raciocínio motivado (Calvert, 2017). A probabilidade de notícias falsas serem aceitas aumenta à medida que há compatibilidade entre as informações e as crenças pré-existentes do indivíduo. Nesse sentido, a suposição de que as informações são incompatíveis com as crenças da pessoa provoca sentimentos negativos (Lewandowsky et al., 2012), acentuando a polarização política/afetiva.

Observou-se, ainda, que, apesar do efeito ter sido encontrado tanto em notícias pró-direita quanto em notícias pró-esquerda, o tamanho do efeito foi maior nas notícias pró-direita, indicando que os participantes com o posicionamento político de direita endossaram mais fortemente as *fake news* pró-direita quando comparados à intensidade do endosso da esquerda para as *fake news* pró-esquerda.

Estudos realizados nos Estados Unidos apontam que os republicanos acreditam mais em notícias falsas quando comparados com democratas (Pereira et al., 2018; Pennycook & Rand, 2019), do mesmo modo que, em Portugal, pessoas com o posicionamento político de direita são mais propensas a acreditarem em *fake news* quando comparadas com pessoas com o posicionamento político de esquerda (Baptista et al., 2021). Esses estudos corroboram os achados da presente pesquisa. Além disso, uma análise realizada durante as eleições de 2018 no Brasil apontou para uma possível relação entre o aumento de propagação de *fake news* e o fortalecimento da “nova direita” no país (Barreto Junior & Venturi Junior, 2020). Ou seja, ainda que os dois espectros políticos estejam suscetíveis às *fake news*, o fenômeno aparenta ser mais robusto e típico da direita.

Identificou-se, também, que os participantes endossaram tipos diferentes de *fake news*. Os respondentes de direita endossaram mais a notícia do tipo “conteúdo impostor”, enquanto os da esquerda endossaram mais a notícia do tipo “conteúdo manipulado”. O inverso ocorreu com relação às notícias que os participantes menos endossaram. Os participantes de direita endossaram menos notícias do tipo “conteúdo enganoso”, e os de esquerda endossaram menos notícias do tipo “falso contexto”. Pelo caráter exploratório da pesquisa, não foram feitas hipóteses específicas para expli-

car essa distinção entre os diferentes tipos de notícias. Dessa forma, sugere-se investigar, em estudos futuros, os diferentes tipos de *fake news* e o posicionamento político dos participantes, bem como comparar a percepção dos indivíduos quando expostos a notícias verdadeiras além das notícias falsas.

O presente artigo possui como limitação a quantidade de participantes que se identificaram como sendo de esquerda/centro-esquerda se comparado ao número de participantes de direita/centro-direita. Portanto, acreditamos que pesquisas futuras poderão equilibrar melhor essa distribuição da amostra. Por fim, por se tratar de um estudo correlacional, não é possível estabelecer uma relação de causa e efeito entre as variáveis estudadas, sendo outra limitação.

Entretanto, apesar das limitações, ressalta-se que a presente pesquisa traz importantes contribuições para o campo da Psicologia Social e Política, sendo um estudo inovador no contexto brasileiro, uma vez que a literatura sobre esse tema no Brasil é escassa. Ademais, esta pesquisa é capaz de auxiliar em estudos sobre o comportamento dos brasileiros frente às *fake news*, em especial para as agências de checagem de fatos.

REFERÊNCIAS

- Baptista, J. P., Correia, E., Gradim, A., & Piñeiro-Naval, V. (2021). The Influence of Political Ideology on Fake News Belief: The Portuguese Case. *Open Access Journal*, 9(3), 1–17. <https://doi.org/10.3390/publications9020023>
- Baptista, J. P., Correia, E., Gradim, A., & Piñeiro-Naval, V. (2021). The Influence of Political Ideology on Fake News Belief: The Portuguese Case. *Open Access Journal*, 9(3), 1–17. <https://doi.org/10.3390/publications9020023>
- Barreto Junior, I. F. B., & Venturi Júnior, G. V. (2020). Fake News em imagens: um esforço de compreensão da estratégia comunicacional exitosa na eleição presidencial brasileira de 2018. *Revista Debates*, 14(1), 4–35. <https://doi.org/10.22456/1982-5269.96220>
- Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. (2018). *Network Propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics*. Oxford University Press.
- Bittencourt, M. C. A. (2020). A construção da figura política de Bolsonaro no El País: um exercício metodológico para análise sobre produção de sentido no jornalismo. *Galáxia [online]*, 43, 168–187. <https://doi.org/10.1590/1982-25532020143054>
- Calvert, D. (2017, 06 março). The Psychology Behind Fake News. *KelloggInsight*. <https://insight.kellogg.northwestern.edu/article/the-psychology-behind-fake-news>

- Chaiá, V., & Brugnano, F. (2015). A nova polarização política nas eleições de 2014: radicalização ideológica da direita no mundo contemporâneo do Facebook. *Aurora: Revista de arte, mídia e política*, 7(21), 99–129. <https://revistas.pucsp.br/index.php/aurora/article/view/2032>
- Couto, C., & Modesto, J. G. (2021). "The influence of Facebook on Political Activism and Radicalism". *Psico-USF*, 25(4), 637-644. <https://doi.org/10.1590/1413/82712020250404>
- D'ancona, M. (2018). *Pós Verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake News* (1nd ed.). Faro Editorial.
- Del Vicario, M., Scala, A., Caldarelli, G., Stanley, E., & Quattrociocchi, W. (2017). Modeling confirmation bias and polarization. *Scientific Reports*, 7(40391), 1–9. <https://doi.org/10.1038/srep40391>
- Duda Da Silva, E. (2018). As bases da nova direita: estudo de caso do Movimento Brasil Livre na cidade de São Paulo. *Conversas & Controvérsias*, 5(1), 75–95. <https://doi.org/10.15448/2178-5694.2018.1.30257>
- Dunning, D., Johnson, K., Ehrlinger, J., & Kruger J. (2003). Why People Fail to Recognize Their Own Incompetence. *Current Directions in Psychological Science*, 12(3), 83–87. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.01235>
- Dunning, D., Meyerowitz, J. A., & Holzberg, A. D. (1989). Ambiguity and self-evaluation: The role of idiosyncratic trait definitions in self-serving assessments of ability. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(6), 1082–1090. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.57.6.1082>
- Glória Filho, M. & Modesto, J. G. (2019). "Morality, Activism and Radicalism in the Brazilian Left and the Brazilian Right". *Trends in Psychology*, 27(3), 763-777. <https://doi.org/10.9788/TP2019.3-12>
- Glória Filho, M., & Modesto, J. G. (na imprensa). Polarização política afetiva e bem-estar subjetivo no contexto político. *Psico – PUCRS*.
- Hodges, B., Regehr, G., & Martin, D. (2001). Difficulties in recognizing one's own incompetence: novice physicians who are unskilled and unaware of it. *Academic Medicine*, 76(10), S87–S89. <https://doi.org/10.1097/00001888-200110001-00029>
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., Seifert, C. M., Schwarz, N., & Cook, J. (2012). Misinformation and Its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing. *Psychological Science in the Public Interest*, 2(13), 106–131. <https://doi.org/10.1177/1529100612451018>
- Mason, L. (2013). The Rise of Uncivil Agreement: Issue Versus Behavioral Polarization in the American Electorate. *American Behavioral Scientist*, 57(1), 140–159. <https://doi.org/10.1177/0002764212463363>
- McCauley, C., & Moskalenko, S. (2017). Understanding political radicalization: The two-pyramids model. *American Psychologist*, 72(3), 205–216. <https://doi.org/10.1037/amp0000062>
- Miguel, L. F. (2019). Jornalismo, polarização política e a querela das fake news. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 16(2), 46–58.
- https://www.researchgate.net/publication/337759789_Jornalismo_polarizacao_politica_e_a_querela_das_fake_news
- Modesto, J. G., & Zacarias, D. O., & Galli, L. M., & Neiva, B. D. A (2020). "COVID-19 and attitudes toward social isolation: The role of political orientation, morality, and fake news". *Estudos de Psicologia*, 25(2), 124-132. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-294X2020000200003
- Ortellado, P., Ribeiro, M. M., & Zeine, L. (2022). Existe polarização política no Brasil? Análise das evidências em duas séries de pesquisas de opinião. *Opinião Pública*, 28(1), 62–91. <https://doi.org/10.1590/1807-0191202228162>
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. (1st ed). Penguin.Copyright.
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). Lazy, not biased: susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*, 188, 39–50. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2018.06.011>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(5), 388–402. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007>
- Pereira, A., Harris, E., & Bavel, J. J. V. (2018). Identity concerns drive belief: The impact of partisan identity on the belief and dissemination of true and false news. *PsyArXiv Pre-prints*, 1–56. <https://doi.org/10.31234/osf.io/7vc5d>
- Ramos, M. de M., Machado, R. de O., & Cerqueira-Santos, E. (2022). "It's true! I saw it on WhatsApp": social media, Covid-19, and political-ideological orientation in Brazil. *Trends in Psychology*, 30, 570–590. <https://doi.org/10.1007/s43076-021-00129-4>
- Santos Junior, M. A. (2019). *Desarranjo da visibilidade, desordem informacional e polarização no Brasil entre 2013 e 2018*. [Tese de Doutorado em Comunicação, Universidade Federal Fluminense]. Repositório Institucional UFF. <https://app.uff.br/riuff/handle/1/15381>
- Soares, F. B. (2020). *Polarização, fragmentação, desinformação e intolerância: dinâmicas problemáticas para a esfera pública nas discussões políticas no Twitter*. [Tese de Doutorado em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Lume Repositório Institucional UFRGS. <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/217461>
- Wardle, C. (2016, 18 novembro). 6 types of misinformation circulated this election season. *Columbia Journalism Review*. https://www.cjr.org/tow_center/6_types_election_fake_news.php

Data de submissão: 03/08/2022
 Primeira decisão editorial: 29/11/2022
 Aceite: 18/12/2022