

Fake News no contexto da pandemia de COVID-19:

considerações a partir da cultura política

Resumo: Neste artigo analisamos as *Fake News* sobre COVID-19 a partir da perspectiva da cultura política. A partir da análise de dados da Pesquisa Mundial de Valores e de grupos focais, evidenciamos que as características da cultura política brasileira funcionam como um caldo de cultura de *Fake News*. Nesse sentido, as *Fake News* da COVID-19 devem ser compreendidas como fenômeno político. Esta perspectiva é fundamental para projetar estratégias que combatam as *Fake News* relacionadas com a pandemia.

Palavras-chave: *Fake News*; cultura política; COVID-19; desconfiança.

Fake news en el contexto de la pandemia Covid-19: consideraciones desde la cultura política

Resumen: En este artículo analizamos las *Fake News* sobre el COVID-19 a partir de la perspectiva de la cultura política. Analizamos datos de la Encuesta Mundial de Valores y de grupos focales, y evidenciamos las características de la cultura política brasileña que funcionan como caldo de cultivo de *Fake News*. Por ello, las *Fake News* sobre COVID-19 deben ser comprendidas como fenómeno político. Esta perspectiva es fundamental para proyectar estrategias de combate contra *Fake News* sobre COVID-19.

Palabras clave: *Fake News*; cultura política; COVID-19; desconfianza.

Fake News in the context of the COVID-19 pandemic: considerations from a political culture

Abstract: In this paper we propose an analytical perspective for understanding COVID-19 Fake News based on the concept of political culture. For this, we analyze data from the World Values Survey and focus groups. We state that the characteristics of brazilian political culture work as a breeding stock for Fake News. In that sense, we must understand COVID-19 Fake News as a political phenomenon. These insights are highly valuable for designing strategies against COVID-19 Fake News.

Key-words: Fake News; political culture; COVID-19; mistrust.



Sofia Isabel Vizcarra
Castillo¹

Débora de Oliveira Santos²

Henrique Carlos de
Oliveira de Castro³

¹ Professora da Graduação de Relações Internacionais da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Foi pos-doutoranda no Departamento de Economia e Relações Internacionais no Projeto sobre Cultura Política e a Cultura Mundial de Valores da Universidade Federal de Rio Grande do Sul (UFRGS). Doutora em Sociologia e mestre em Ciência Política pela Pontifícia Universidade Católica do Peru (PUCP) e Mestre em Segurança Internacional pelo Institut d'études Politiques de Paris – Sciences Po.

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Mestre em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Bacharel em Direito pela Universidade Federal do Mato Grosso do Sul.

³ Doutor em Ciência Política e Professor do Programa de Pós-graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Brasil. Foi Brazilian Fulbright Distinguished Chair in Democracy and Human Development no Kellogg Institute, University of Notre Dame e professor convidado na École des hautes études en sciences sociales, Paris. Pesquisador Principal da Pesquisa Mundial de Valores (World Values Survey), Director Nacional para Brasil. Bolsista do CNPq.

1 Introdução

As fake news podem ser compreendidas como um fenômeno comunicacional, político e social recente, porém estão ancoradas em práticas e valores arraigados cultural e socialmente no Brasil. Diante de um contexto caracterizado pela difusão do acesso à internet, pela popularização das novas redes sociais nas mais diversas camadas da sociedade e pela hiper individualização, espaços virtuais abrem-se às possibilidades de produção e consumo de conteúdo informacional plural, porém não necessariamente confiável.

A emergência do fenômeno das fake news chamou a atenção pela potencial influência que tiveram na opinião pública em processos políticos recentes em nível nacional e internacional⁴. Os usos instrumentais das fake news para fins políticos e eleitorais trouxeram preocupações sobre o funcionamento das sociedades e seus respectivos sistemas políticos (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017; BENNET; LIVINGSTON, 2018; HUMPRECHT, 2019; INGLEHART; NORRIS, 2016; PICCININ; CASTRO; VIZCARRA, 2019). Porém, com a eclosão da pandemia do novo coronavírus, percebemos a permanência das fake news, mesmo em um cenário em que o poder político não esteja diretamente em disputa.

Notadamente, a pandemia de COVID-19, declarada no início do ano 2020, é um dos mais importantes acontecimentos do século XXI até o momento. Além dos graves impactos sociais e econômicos, a rapidez com que o vírus se espalhou ao redor do mundo e o pouco que a ciência médica sabe a respeito do tratamento e das sequelas da doença têm colaborado para construir um ambiente de incertezas e desinformação em torno da pandemia. Nesse contexto, observamos a presença de diversas fake news sobre o novo coronavírus, que obstaculizam a adesão da população às medidas de saúde pública necessárias para o combate da pandemia, e também potencializam as disputas políticas em torno da doença, cenário especialmente problemático no Brasil, tendo em vista a precedente conjuntura de forte polarização política no país. Conforme apontam o portal do Ministério da Saúde⁵ e dados coletados pela Fiocruz, a maioria dessas fake news se referem a métodos caseiros de prevenção ou cura, a fármacos contra o vírus (como a cloroquina e ivermectina) e notícias sobre pesquisas falsas, dados e subregistro de casos (ROCHA, 2020).

Sendo assim, diante da presença das fake news com conteúdos relacionados ao coronavírus cabe indagar: como a perspectiva da Ciência Política, particularmente da Cultura Política, pode auxiliar na compreensão de fake news no contexto da COVID-19? Para responder a esta pergunta, voltamo-nos para o caso do Brasil, discutindo de que maneira as condições existentes na cultura política podem estar

4 Por exemplo: na eleição presidencial nos Estados Unidos, em 2016; e no referendo de separação entre o Reino Unido e a União Europeia ("Brexit"), em 2016.

5 O site de identificação de Fake News do Ministério da Saúde do Brasil pode ser consultado no seguinte endereço: <https://www.saude.gov.br/component/tags/tag/novo-coronavirus-fake-news?limitstart=0>

associadas à ampla presença de fake news na sociedade brasileira. Nossa hipótese central é que não existem fake news da COVID-19, mas sim que existem fake news dos brasileiros e, principalmente, fake news como fenômeno político, sendo parte do contexto atual de polarização da sociedade brasileira.

Para responder esta pergunta usamos métodos mistos, quantitativos e qualitativos, sendo eles: (1) análise descritiva de dados da Sétima Onda da Pesquisa Mundial de Valores (*World Values Survey* - WVS) coletados durante o ano 2018, em uma amostra probabilística da população brasileira; (2) análise de conteúdo de dados oriundos de grupos focais do mesmo projeto de pesquisa, realizados em cinco capitais do Brasil durante o ano 2019, sobre a temática de fake news e política. Também completamos a pesquisa com informações sobre a COVID-19, provenientes de uma revisão da cobertura jornalística sobre a pandemia e da literatura especializada em temas de desinformação e saúde pública.

O artigo se organiza em três seções, além da introdução e das conclusões. A primeira traz um panorama geral sobre a desinformação em temas de saúde pública, apresentando o contexto e as possíveis consequências que a campanha de desinformação atual sobre a COVID-19 pode ter para a sociedade brasileira. A segunda seção apresenta as bases teóricas sobre o conceito de cultura política e sua relação com a desconfiança nas instituições públicas na criação de um caldo de cultura favorável para as fake news. Finalmente a terceira seção apresenta os resultados da análise sobre as fake news como fenômeno político e o potencial da perspectiva da cultura política como chave para compreender o funcionamento das fake news no contexto da pandemia de COVID-19.

2 A desinformação em temas de saúde pública

As fake news atingiram uma porção significativa dos canais pelos quais as pessoas se informam, seja pelo formato que possuem, em redes sociais e aplicativos de mensagens, seja pelo conteúdo que veiculam, alinhado com crenças e valores de quem nelas acreditam. Na área da saúde, fenômenos de desinformação não são novidade. Estudos anteriores já apontavam para os graves riscos que a desinformação e o descrédito da informação científica e de campanhas sanitárias têm em termos de saúde pública.

Um caso emblemático, que gerou campanhas de enfrentamento à desinformação sobre o tema, é o movimento antivacinas atual. Originado durante a década de 1980 no Reino Unido e nos Estados Unidos, a partir de evidências científicas duvidosas - e posteriormente

falseadas - sobre um possível vínculo entre vacinação infantil e autismo, o movimento social antivacinas é formado principalmente por mães e pais preocupados com as consequências das vacinas na saúde de seus filhos, organizados no chamado PROVE (*Parents Requesting Open Vaccine Education*). Para o movimento, estudos sobre a segurança das vacinas não seriam imparciais e estariam alinhados a uma conspiração entre grandes farmacêuticas e governos para promover campanhas de vacinação (GROSS, 2009).

Apesar dos esforços de autoridades em difundir que esses estudos não tinham validade, os danos da desinformação foram muito maiores do que os previstos e as consequências continuam sendo devastadoras (GROSS, 2009). A resistência à vacinação de doenças preveníveis, como o sarampo, tem levado ao reaparecimento de doenças em lugares onde já tinham sido erradicadas, aumentando sua incidência em nível global. Em resposta a esse problema, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou o movimento antivacinas como uma das dez principais ameaças à saúde mundial⁶.

No Brasil, campanhas de desinformação sobre saúde também estão presentes. Estudos recentes apontam que há surtos de sarampo, doença que havia sido erradicada no Brasil, relacionados a indivíduos não-vacinados (APS *et al.*, 2018), mesmo a vacinação sendo obrigatória no país. Além do sarampo, informações falsas também têm sido difundidas sobre febre amarela e dengue. No caso da febre amarela, boatos sobre um suposto surto da doença levaram à procura por fármacos desnecessários (HENRIQUES, 2018).

Esse tipo reação comportamental da população, em busca de produtos que acreditam ser necessários para garantir a sua saúde, pode desencadear tanto o desabastecimento desses produtos, quanto riscos à saúde associados à automedicação. O mesmo comportamento tem sido observado na pandemia da COVID-19, com a atual procura em massa por medicamentos como cloroquina, hidroxicloroquina e ivermectina⁷. Segundo pesquisadores da Fiocruz, 80% das consultas recebidas até março de 2020 no seu aplicativo “Eu fiscalizo” são referentes a curas caseiras e medicamentos contra a COVID-19 (ROCHA, 2020).

Nesse mesmo sentido, em estudo sobre a dengue, Villela e Almeida (2013) apontam que informações apresentadas como científicas (mesmo que não as sejam) equivalem, na percepção dos cidadãos, a informações verdadeiras. Percebe-se aqui o mesmo caso do movimento antivacinas, em que a desconfiança em relação às campanhas de saúde pública surge de uma suposta informação científica. Assim, quando há uma oposição sobre condutas de saúde pública, numa disputa entre dois conhecimentos aparentemente equivalentes, o cidadão tende a escolher sua conduta a partir de

6 Para a lista completa de ameaças, ver: <https://www.who.int/news-room/feature-stories/ten-threats-to-global-health-in-2019>.

7 Exemplos sobre procura do medicamento se repetem em diversas cidades do país, como mostra a seguinte reportagem: <https://g1.globo.com/ba/bahia/noticia/2020/04/06/procura-por-hidroxicloroquina- chega-a-aumentar-355percent-em-farmacia-na-bahia-pessoal-comprava-11-caixas-para-estocar.ghtml>

outros critérios de legitimidade, não necessariamente científicos. Este parece ser também o caso da disputa em torno dos usos de medicamentos como a cloroquina e a ivermectina durante a pandemia de COVID-19, com uma constante disputa entre condutas de saúde pública aparentemente equivalentes.

Mesmo que a desinformação na saúde não seja um fenômeno recente, esses estudos indicam que ela está relacionada à credibilidade e à legitimidade percebidas pelos cidadãos em relação à informação que utilizam para tomar decisões. Quando pertinente, a informação permite orientar e gerar condutas desejadas, criar confiança nas instituições e evitar reações psicoemocionais adversas que possam agravar a situação de crise (COVELLO, 2003; DISATO; VAPEIADIS; AMARAL, 2015). Mas, quando se trata de desinformação, as consequências podem ser graves.

Num mundo cada vez mais interdependente, riscos referentes às doenças aumentam proporcionalmente com o grau de interconexão. Nesses contextos, a informação é base para o desenvolvimento de uma “reflexividade” (GIDDENS, 1991; BECK, 1992), isto é, a “capacidade das pessoas de estabelecer uma revisão contínua de suas atitudes e comportamentos a partir de novas informações ou conhecimentos dos aspectos da vida social” (VILLELA; ALMEIDA, 2013, p. 126). Assim, informação e meios de comunicação desempenham um papel fundamental à saúde pública.

Porém, segundo Seymour *et al.* (2015), o descrédito em evidências científicas é potencializado pelo uso de novas redes sociais, cujas postagens diluem a origem da informação, dificultando a verificação das fontes desses conteúdos. Esse problema se agrava pela tendência a relativizar informações oficiais, que, por um lado, ocorre devido a dúvidas sobre a imparcialidade dessas informações (GROSS, 2009); e, por outro, pelo conflito entre informação e sistema de crenças, isto é, quando as convicções pessoais acionadas para interpretar essas informações são percebidas como contrárias às orientações oficiais de saúde pública (KATA, 2010; KAUFMAN, 2010). Como as crenças em temas de saúde se relacionam com o sistema de crenças geral, elas estão associadas à confiança nas instituições, que comunicam e implementam ações de saúde pública. Parte desta desconfiança informacional se vincula, justamente, à desconfiança nas instituições públicas que produzem informações oficiais.

Nesse sentido, problemas de desinformação em saúde pública não podem ser compreendidos sem o contexto mais amplo no qual eles se inserem. No caso da COVID-19, a desinformação deve ser situada no contexto político atual brasileiro: as fake news sobre a pandemia não são, necessariamente, específicas sobre saúde, mas refletem a polarização política da sociedade, e, portanto,

devem ser abordadas também como um fenômeno político. Com base nessas considerações, propomos compreender as fake news sobre a COVID-19 como um objeto político, a ser analisado na perspectiva da cultura política, mais além de unicamente um tema de comunicação em saúde pública.

3 Fake News e cultura política: o apelo aos valores enraizados dos brasileiros

Para discutir as fake news como objeto político, é preciso caracterizar a cultura política brasileira. A formação política do Brasil é marcada pelo autoritarismo, grande desigualdade social, rupturas políticas, mau desempenho institucional, corrupção sistêmica e uma cidadania passiva frente à forte presença do Estado. Resulta disso, uma cultura política híbrida, que desconecta as condições formais e os valores democráticos das práticas informais e autoritárias aceitas socialmente (BAQUERO; CASTRO; RANINCHESKI, 2016; BAQUERO; RANINCHESKI; CASTRO, 2018; BAQUERO; GONZÁLEZ, 2016).

Isso “se materializa quando os cidadãos, ao mesmo tempo em que consideram a democracia a melhor forma de governo, não se mostram satisfeitos com o desempenho das instituições políticas democráticas” (BAQUERO; CASTRO; RANINCHESKI, 2016, p. 10), gerando, conseqüentemente: atitudes ambivalentes sobre a democracia; memória simbólica do passado autoritário numa nostalgia da ditadura; e a manutenção de velhas práticas políticas, como o nepotismo, o patrimonialismo e o clientelismo (BAQUERO; GONZÁLEZ, 2016; BAQUERO; CASTRO; RANINCHESKI, 2016; CASTRO, 2014; MOISÉS, 2008).

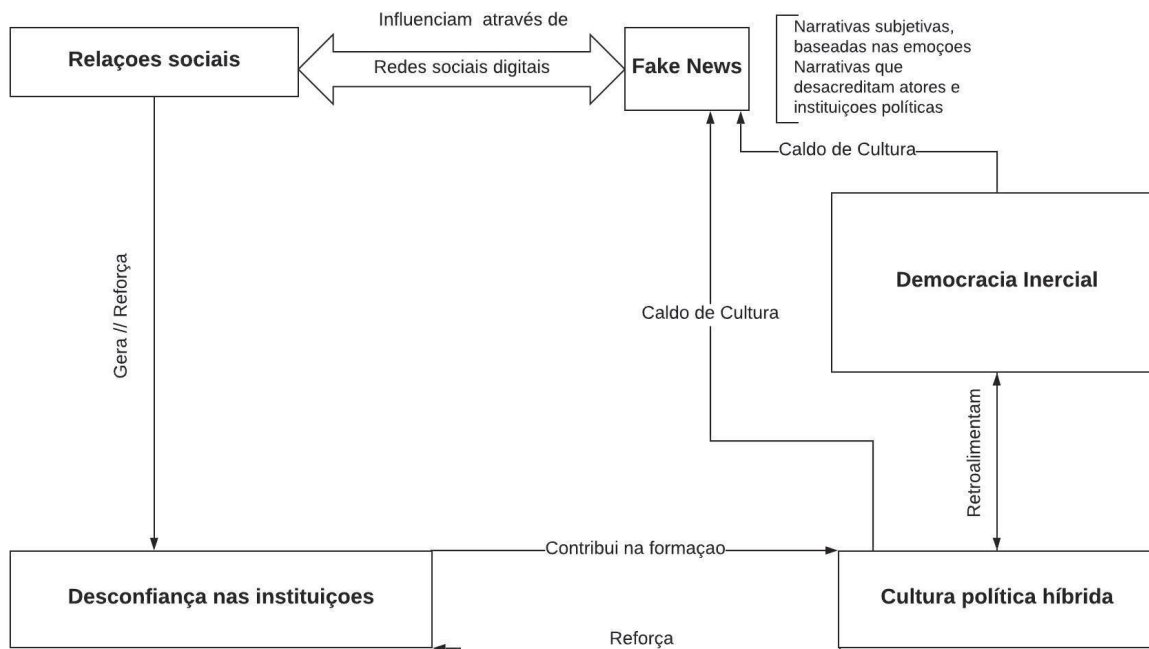
Ao contrário do esperado, a vivência em um período democrático (eleições regulares, estabilidade política e alternância de poder) não conseguiu socializar valores e atitudes mais democráticos e não foi suficiente para superar características híbridas e heranças autoritárias (BAQUERO; GONZÁLEZ, 2011). Isso se reforça pela presença de uma democracia inercial no Brasil, com assimetrias entre o desenvolvimento político e o desenvolvimento econômico. Em democracias inerciais, as instituições de mediação política são incapazes de transmitir e traduzir demandas sociais em políticas públicas eficientes e satisfatórias (BAQUERO, 2018), o que reforça a insatisfação e a desconfiança dos cidadãos para com as instituições políticas. O caldo de cultura da sociedade brasileira é, portanto, formado pela retroalimentação entre a cultura política híbrida e a democracia inercial.

Nos últimos anos, a desconfiança institucional se intensificou. A conjuntura de crises políticas e econômicas gerou radicalização política e uma cultura de descrédito generalizado (BAQUERO; CASTRO; RANINCHESKI, 2016; BAQUERO; RANINCHESKI; CASTRO, 2018). A ausência de confiança nas instituições cria um círculo vicioso em regimes democráticos, já que instituições sem confiança perdem legitimidade, ao mesmo tempo que não conseguem apoio suficiente para restabelecê-la. Mas, a confiança não é produzida pelas instituições, e sim um fator externo, produto da herança cultural (ALMOND; VERBA, 1963; INGLEHART, 1977), de “crenças enraizadas nas normas culturais” socialmente compartilhadas e reproduzidas em processos de socialização política (BAQUERO; CASTRO; RANINCHESKI, 2016, p. 11). Portanto, a desconfiança presente na sociedade brasileira é gerada e reforçada por crenças e valores transmitidos em relações sociais, em agências socializadoras como família, escola, trabalho e amigos.

Como as novas tecnologias de comunicação e informação criaram espaços virtuais para essas relações sociais, as novas redes sociais se tornaram uma agência socializadora. Valores e crenças socialmente compartilhados podem ser reproduzidos em espaços virtuais de convivência social. Porém, algumas questões devem ser ponderadas. Por um lado, a hiper individualização nas novas redes sociais cria a ilusão de um debate público sem mediação, no qual o indivíduo é completamente livre para se expressar num ambiente aparentemente sem regras e sanções sociais (CASTRO, 2015). Por outro, os algoritmos dessas redes também criam “bolhas” de relações sociais, que se tornam, por vezes, “bolhas” ideológicas.

Como as fake news estão cada vez mais presentes nos espaços virtuais de sociabilidade, esses conteúdos reforçam traços da cultura política brasileira. Ao mesmo tempo, as narrativas subjetivas das fake news, baseadas em emoções e temas sensíveis que deslegitimam atores e instituições (PICCININ; CASTRO; VIZCARRA, 2019), também se disseminam com maior facilidade dado o caldo de cultura política da sociedade brasileira. O esquema abaixo, elaborado por Piccinin, Castro e Vizcarra (2019), ilustra esse argumento.

Figura 1. Diagrama - O círculo vicioso da desconfiança e as fake news.



Fonte: Piccinin, Castro e Vizcarra (2019).

Assim, as fake news encontram um ambiente sociocultural fértil para a sua disseminação ao acionar convicções políticas individuais já existentes, independentemente dos conteúdos que venham a assumir, sejam eleitorais ou de saúde pública. Ou seja, as fake news que circulam atualmente no Brasil compartilham das mesmas questões de fundo e estão relacionadas com o mesmo caldo de cultura política. Além disso, o contexto político atual de forte descrédito e radicalização política também dá aspectos políticos às fake news relacionadas à COVID-19, estimulando as disputas entre conhecimentos em torno da pandemia.

4 As fake news como fenômeno político no contexto da COVID-19

A cultura política da sociedade brasileira é marcada pelo hibridismo e pela presença de uma democracia inercial, com altos níveis de desconfiança interpessoal e institucional (CASTRO, 2009; BAQUERO; CASTRO; RANINCHESKI, 2018). Como mencionamos anteriormente, a desconfiança é um fator chave para compreender o contexto de disseminação de *Fake News*, podendo resultar em danos sociais significativos quando associada a temas de saúde pública. Nesta seção, analisaremos, primeiramente, a relação entre desconfiança,

instituições políticas e meios de comunicação tradicionais; depois, discutiremos como essas características se refletem no contexto da pandemia de COVID-19.

4.1 A desconfiança do brasileiro nas instituições políticas e de comunicação tradicionais

No Brasil, índices de confiança nas instituições políticas e nas instituições de comunicação são relativamente baixos quando comparados com os níveis de confiança interpessoal (PICCININ; CASTRO; VIZCARRA, 2019). Estes resultados são corroborados por dados coletados em grupos focais, realizados em cinco capitais brasileiras pela equipe *World Values Survey* Brasil durante o ano 2019, nos quais verificamos a presença de traços da cultura política híbrida brasileira (BAQUERO; RANINCHESKI; CASTRO, 2018). Particularmente, a desconfiança nas instituições aparece em falas que expressam descontentamento com o desempenho institucional e com o comportamento de líderes políticos, vinculando-os, principalmente, à corrupção.

[Participante]: Porque o que eu vejo aí, pô, o Lula ficou e o que o Lula fez? Roubou, roubou. O PT só queria saber de roubar. Está todo mundo roubando, roubou, então, só tem ladrão. Não sei como não saiu briga, ali. Agora tem Crivella. Roubou, roubou. Ali só tem ladrão nessa brincadeira aí. Eles estão lá só para favorecer a si próprio, comprar isso, comprar aquilo. A gente fica nesse fogo cruzado [...]. (WVS, 2019)

Essa mesma desconfiança aparece em relação aos meios de informação tradicional, mas com duas tendências distintas. Por um lado, os participantes dos grupos focais, quando perguntados sobre fontes de informação que confiam e sobre como saber se uma notícia é falsa ou não, mencionaram os jornais como sendo fontes confiáveis de informação. Por outro lado, também manifestaram certa desconfiança associada à percepção de que a mídia tende a ser parcial e orientada pelos seus próprios interesses.

[Moderador]: E vocês acham que, por exemplo, os jornalistas poderiam... ser... criar fake news? [Participante 1]: Os jornalistas criam fake news, a Joice Hasselmann já foi processada por isso algumas vezes. [Moderador]: Uhum. Participante 2, o que você acha? [Participante 2]: Acredito que sim, acredito que sim. É... assim, eu defendo muito a questão do interesse, né? Sempre há um interesse. E como toda a informação é gerada por um ser humanos, vamos dizer assim, sempre tem um interesse ali. É... e é igual ele falou, é... tem empresas de... grandes empresas de marketing, que elas são pagas e são profissionais só pra

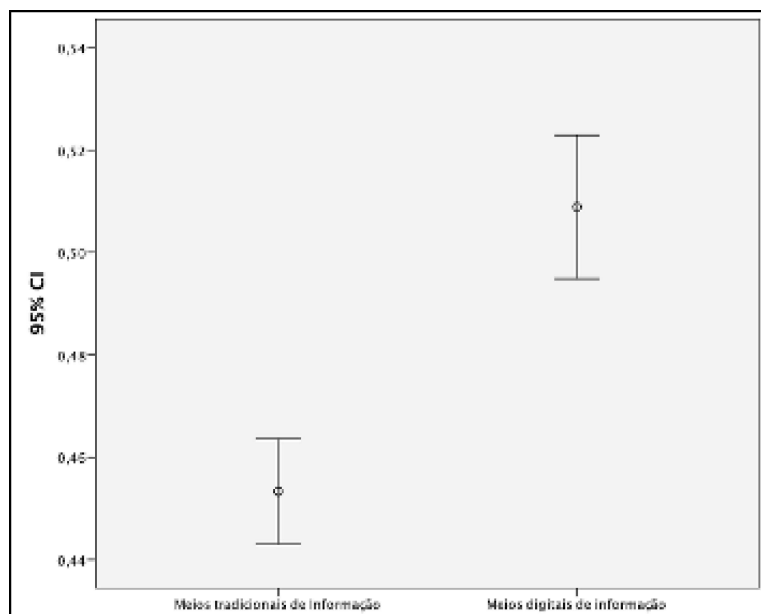
desenvolver estratégias... é... utilizando... é... manipulações de dados. É... a gente vê isso no meio político muito. Hoje em dia, a gente vê isso. Mas isso é utilizado desde... muito tempo atrás. (WVS, 2019).

Não confiar em instituições políticas e não confiar nos veículos tradicionais de mídia cria um vácuo que parece ser preenchido pelas relações interpessoais. A partir dos grupos focais, identificamos que círculos pessoais são uma das principais fontes de informação dos participantes: familiares e amigos são acionados tanto para se informar, quanto para checar se informações são verdadeiras ou falsas. Em contrapartida, também se verificam situações nas quais receptores de *Fake News* que não acreditaram nas informações recebidas a partir dos seus círculos pessoais: “[Participante]: Eu tenho um grupo de primos que, às vezes, dá vontade de enrolar um jornal e bater neles (risos). Pra ver se absorvem alguma informação” (WVS, 2019).

[Participante]: Eu... tipo, eu passei... assim, eu passo muito para o meu namorado e para a minha irmã assim. Que são pessoas assim que eu... eu não passo muito essas coisas no grupo. Aparecia notícia assim: “Ah, político tal e tal está fazendo isso e isso. Tal político tá fazendo isso e isso”. Aí eu tenho esse debate assim, tipo, tanto com o meu namorado, como a minha irmã, de ver: “Olha, será que isso é verdade e tal”. (WVS, 2019).

Analisamos agora a possibilidade de exposição às *Fake News*. Considerando que essas notícias falsas se concentram na internet, construímos dois índices a partir de variáveis de frequência de uso para diferentes meios de informação: 1) “Meios tradicionais de informação”, representando as médias das variáveis de frequência de uso de “Jornais diários”, “Jornais de TV”, “Jornais de rádio” e “Conversas com amigos ou colegas”; e 2) “Meios conectivos”, representando as médias das variáveis de frequência de uso de “Celular”, “E-mail”, “Internet” e “Redes Sociais”. Os resultados estão no Gráfico 1, abaixo:

Gráfico 1: Gráfico de erro de frequência de informação por “Meios tradicionais de informação” e “Meios conectivos de informação”.



Fonte: Piccinin, Castro e Vizcarra (2019).

Esses resultados apontam que os brasileiros já utilizam mais de meios digitais de informação do que de meios tradicionais para se informar. O uso de meios conectivos pode deixá-los mais expostos às informações falsas, e, em tese, mais suscetíveis a consumir e compartilhar fake news. Isso se verifica também nos grupos focais, nos quais encontramos menções aos meios conectivos como fonte de informação, desde sites da internet até redes sociais, como YouTube, Twitter, Facebook e WhatsApp. Muitos participantes também expressaram a sensação de não ser possível fugir daquilo que é veiculado nos meios conectivos: “[Participante]: TV você pode desligar, mas rede social você já está muito vinculado” (WVS, 2019).

[Moderador]: Gente, eu não sabia dessa história. Onde vocês ficaram sabendo dela? [Participante 1]: Eu vi isso no zap. [Participante 2]: Eu recebi pelo WhatsApp, internet. [Participante 3]: É. Tem site na internet que sai muito. [Moderador]: Pela internet? [Participante 4]: É. E no Facebook. (WVS, 2019).

Além desses aspectos, outro ponto relevante é a percepção que pessoas têm sobre a circulação de fake news. Há um consenso de que o compartilhamento dessas notícias é feito por quem acredita nos seus conteúdos e ignora fatos e dados para sustentar posicionamentos e crenças já existentes: “[Participante] Então, hoje em dia, ainda existe

isso, não basta também você mostrar a verdade pra pessoa. Surgiu um movimento de que a verdade é aquilo que eu decido que é a minha verdade, como se fosse uma fé, uma religião” (WVS, 2019). Esse consenso aparece também na percepção de que a circulação dessas notícias se dá dentro de círculos pessoais de confiança, em que o compartilhador confia em quem lhe enviou a notícia.

[Participante 1]: É. Essa questão da confiança, né? Você receber uma mensagem de uma pessoa querida, que é sua... então você não vai achar que ela tá mandando uma coisa errada pra você. [Participante 2]: Estatisticamente as fake news mais circulam em grupos familiares no WhatsApp. (WVS, 2019).

[Participante 1]: Relacionado ainda à política, elas servem meio... as pessoas continuam... ainda tem gente que continua defendendo. Então é pra meio que... é... atacar mesmo: “Olha, eu tava certo” [...]. [Participante 2]: Pra justificar o governo. [Participante 1]: Justificar e justificar a atitude que ela tomou: “Eu tava certa e você...”. Ou o contrário também: “Ó, eu tava certa e ele tá danando com tudo”. Tipo, pra meio que... pra afirmar, se autoafirmar, aquilo que você acredita, você vai, mesmo que não seja verdade, você vai propagar pra... pra que as outras pessoas vejam que você tava certo. (WVS, 2019).

A falta de confiança é um importante traço da cultura política híbrida brasileira, que tem se intensificado em um descrédito generalizado que alcança inclusive os meios tradicionais de informação. Paralelamente, a sociedade brasileira está cada vez mais conectada, utilizando de novas redes sociais para se informar. Os dados aqui apresentados apontam que o brasileiro tem buscado sua informação sobretudo a partir de círculos sociais, o que não garante a veracidade dessa informação e dificulta a construção de estratégias de combate à desinformação, em especial no contexto da pandemia.

Se por um lado, o vácuo de confiança parece ser preenchido por relações interpessoais, que acontecem dentro de espaços virtuais; por outro, identifica-se que a circulação das fake news se dá em círculos pessoais de confiança. Esses círculos são reforçados por “bolhas” algorítmicas, que, ao reafirmar crenças e valores pré-existentes, tornam-se “bolhas” ideológicas, abastecidas por informações que não são, necessariamente, verdadeiras. É nesse caldo de cultura que as fake news sobre a COVID-19 têm se proliferado. Como discutimos a seguir, as fake news sobre a pandemia adotaram as mesmas características e dinâmica de difusão daquelas sobre política, desacreditando, principalmente, informações de origem oficial e científica. Portanto, valendo-se do caldo de cultura de profunda desconfiança da sociedade brasileira.

4.2 Compreender a dimensão política das fake news sobre a COVID-19

As fake news sobre a COVID-19 podem ser compreendidas como um fenômeno político por dois motivos. Em primeiro lugar, como apontamos anteriormente, pela relação entre confiança nas informações de origem pública e a confiança nas instituições em geral. Em segundo lugar, porque estão diretamente vinculadas às posturas de atores políticos, replicando, também, padrões de difusão já detectados durante campanhas eleitorais. Nesse sentido, as fake news sobre a pandemia devem ser compreendidas desde as lentes da cultura política híbrida dos brasileiros, que influenciam como os cidadãos reagem à circulação desse tipo de notícia no país. Assim, os brasileiros tendem a acreditar naquelas notícias que se alinham às suas convicções pessoais e políticas prévias, reforçando suas bolhas de informação individual.

No caso das notícias da COVID-19, a interpretação a partir da perspectiva da cultura política se torna relevante já que os próprios atores políticos têm tornado a pandemia objeto de confronto político. Isto é, os conteúdos das fake news estão alinhados a discursos políticos, tanto sobre a gravidade da pandemia, quanto sobre as supostas curas já disponíveis. Isso faz com que o ambiente de polarização, instaurado durante a campanha presidencial e descrito na segunda seção deste artigo, seja estendido e reforçado durante o contexto de pandemia. O suposto confronto entre saúde e economia estrutura o debate público em condições similares àquelas do período das eleições. Nessas situações, a cultura política de cada um se torna um fator chave para decidir em quais notícias de saúde pública devemos acreditar. Isso ecoa nas crenças dos brasileiros em relação à ciência e tecnologia, em que 37% dos cidadãos não acreditam, total ou parcialmente, que a ciência e tecnologia estão tornando sua vida mais saudável, fácil e confortável, e 32% não acham, total ou parcialmente, que é importante saber sobre ciência no seu dia a dia (WVS, 2020).

Como o compartilhamento destas fake news ocorre através de redes sociais digitais e aplicativos de mensagem direta, gerando uma “cultura da conectividade” (DIJCK, 2016), facilita-se a criação de bolhas de comunicação virtuais que reforçam nossas crenças e valores a partir de conteúdos sem base factual ou real. E, como verificamos a partir dos dados dos grupos focais, são as bolhas virtuais de relações interpessoais os principais espaços de informação do brasileiro, que tem desacreditado nos meios tradicionais de informação. Porém, são nos espaços virtuais que os indivíduos se sentem livres para defender informações que fortalecem suas crenças, independentemente da sua veracidade, enquanto são protegidos por um ambiente considerado anônimo e com baixas sanções sociais (DURKHEIM, 2013). E este quadro se agrava no contexto da pandemia de COVID-19, tendo em vista a necessidade de adoção de

medidas coletivas de saúde pública para lidar com a doença.

A COVID-19, no entanto, não é o primeiro problema de saúde pública no país que é associado a campanhas de desinformação em redes sociais. Um estudo sobre a zika no Brasil, no contexto dos jogos Olímpicos de 2016, confirma que as redes sociais são um fator que reforça a desinformação, já que nelas é possível a ação de outras novas tecnologias, como os *bots*, que aumentam exponencialmente a velocidade de propagação de boatos relacionados à saúde (GHENAI; MEJOVA, 2017).

No país, este tipo de tecnologia também tem sido detectado em outras áreas, principalmente em campanhas políticas (ARNAUDO, 2017; RUEDIEGER *et al.*, 2018), e parece ser novamente usado por atores políticos para compartilhar informações falsas sobre saúde pública. Assim, essas estratégias de difusão de fake news sobre a COVID-19 replicam estratégias já existentes no Brasil no campo da política, e que são, atualmente, investigadas pelo Supremo Tribunal Federal⁹. Tanto no fundo como na forma, estas fake news são de natureza principalmente política, e, nesse sentido, mais do que fake news sobre a COVID-19, o que vemos são fake news dos brasileiros, circulando a partir de um caldo de cultura política de desconfiança institucional existente na sociedade brasileira, independentemente do conteúdo específico da desinformação.

Compreender como a dimensão política das fake news atua nas percepções da população brasileira sobre a pandemia da COVID-19 é um insumo chave para poder inovar e criar formas de comunicação efetivas e eficazes na orientação da população sobre o vírus. Estudos anteriores apontam que estratégias clássicas de informação e educação são insuficientes em tempos de pós-verdade. É necessário conhecer tanto o conteúdo das notícias falsas, como as atitudes e valores das pessoas que não acreditam nas informações oficiais (KATA, 2010), analisando também o potencial de ferramentas de informação digital, como redes sociais e algoritmos de inteligência artificial, para auxiliar as campanhas de informação e a tomada de decisão do cidadão (REYNA, 2012; WITTEMAN; ZIKMUND-FISHER, 2012; GHENAI; MEJOVA, 2017; GUI *et al.*, 2017).

5 Conclusão

Mesmo passada a conjuntura de disputa eleitoral no Brasil, a circulação de fake news nas novas redes sociais permaneceu, tornando-se um forte agravante no contexto da crise de saúde pública

9 Até o momento da submissão do presente artigo, o também denominado “Inquérito das Fake News” continua em andamento e diversos meios de comunicação estão dando cobertura ao mesmo. Para mais detalhes, ver: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,entenda-o-inquerito-das-fake-news-contr-o-supremo,7000279593>

da pandemia de COVID-19. Diante da manutenção desse problema, somos levados a indagar quais outras questões de fundo podem estar associadas ao fenômeno das fake news. Assim, buscamos analisá-las a partir da perspectiva da cultura política. Partimos da hipótese de que as fake news não são só um fenômeno comunicacional, mas também político; e, nesse sentido, mais do que fake news sobre eleições ou sobre a pandemia, o que temos são fake news dos brasileiros, alinhadas ao caldo de cultura política da população brasileira.

Na análise do caso brasileiro, a dimensão política das fake news aparece tanto na mobilização do sistema de crenças, acionando traços da cultura política híbrida e da democracia inercial, quanto na forma em que elas refletem a polarização política e o descrédito generalizado presentes na sociedade brasileira. Essa dimensão política faz com que as fake news em torno da COVID-19 não sejam diferentes de outras notícias falsas que circularam, principalmente, durante o pleito eleitoral.

Isto é, independentemente dos seus conteúdos, as fake news no Brasil têm apelado às mesmas bases sociais e culturais e estão distribuídas dentro da mesma conjuntura de disputa política. Portanto, não só a cultura política é uma importante questão de fundo na compreensão da disseminação das fake news sobre a pandemia do novo coronavírus, como também indica que a prevalência desse fenômeno na sociedade brasileira está mais relacionada com o imaginário político brasileiro do que com seus conteúdos específicos.

Portanto, para criar estratégias de combate às fake news é preciso compreender a cultura política e incorporar às suas características nas estratégias comunicacionais. Não é suficiente checar e explicar o conteúdo da desinformação, é preciso incorporar a desconfiança, a polarização e outros aspectos socioculturais como variáveis da comunicação em tempos de pandemia. Fica assim evidente a importância do componente político como dimensão fundamental para entender e explicar não apenas a política, mas também os fenômenos sociais, econômicos e comunicacionais.

Por fim, os resultados encontrados neste trabalho abrem espaço para novas indagações. Assim, notamos que ainda é preciso verificar em que medida os conteúdos das fake news sobre a COVID-19, especificamente, são congruentes com os valores dos brasileiros. E, da mesma forma, analisar de que forma essas fake news sobre a pandemia podem estar alinhadas a narrativas políticas que buscam fomentar um descrédito para com a comunidade científica, muito presente no contexto político atual.

REFERÊNCIAS

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. **Social Media and Fake News in the 2016 Election.** Journal of Economic Perspectives, v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017. Disponível em: <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>.

ALMOND, G. A.; VERBA, S. **The civic culture:** political attitudes and democracy in five countries. Princeton: Princeton University Press, 1963.

APS, L. R. DE M. M. et al. **Adverse events of vaccines and the consequences of non-vaccination:** A critical review. Revista de Saúde Pública, v. 52, p. 1-13, 2018. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29668817/>.

ARNAUDO, D. **Computational Propaganda in Brazil: Social Bots during Elections.** Oxford: [s.n.]. Disponível em: <http://comprop.oii.ox.ac.uk/>.

BAQUERO, M. **Democracia Inercial:** assimetrias entre economia e cultura política na América Latina. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2018.

BAQUERO, M.; CASTRO, H. C. DE; RANINCHESKI, S. M. **(Des) confiança nas instituições e partidos políticos na constituição de uma democracia inercial no Brasil:** o caso das eleições de 2014. Política & Sociedade, v. 15, n. 32, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/2175-7984.2016v15n32p9>.

BAQUERO, M.; GONZÁLEZ, R. S. **Cultura política, mudanças econômicas e democracia inercial.** Uma análise pós-eleições de 2014. Opinião Pública, v. 22, n. 3, p. 492-523, 2016. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-62762016000300492&script=sci_abstract&tlng=pt.

BAQUERO, M.; RANINCHESKI, S.; CASTRO, H. C. DE O. DE. **A formação política do Brasil e o processo de democracia inercial.** Revista Debates, v. 12, n. 1, p. 87-106, 2018. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/debates/article/view/81460>.

BECK, U. **Risk Society: Towards a New Modernity.** London: SAGE Publications, 1992.

BENNET, W. L.; LIVINGSTON, S. **The disinformation order: disruptive communication and the decline of democratic institutions.** *European Journal of Communication*, v. 33, n. 2, p. 122-139, 2018. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0267323118760317>.

CASTRO, H. C. DE O. DE. **É a confiança interpessoal um indicador confiável de democracia?** Um estudo a partir dos resultados da Pesquisa Mundial de Valores (WVS) na América Latina. II Congresso Latinoamericano de Opinión Pública. Anais... Buenos Aires: 2009.

CASTRO, H. C. DE O. DE. **Cultura Política Comparada: democracia e mudanças econômicas: Brasil, Argentina e Chile.** Brasília: Verbena, 2014.

CASTRO, H. C. DE O. DE. **New Social Networks and Unionism (or new clothings for new forms of doing politics).** In: *Contemporary Unionism: A New View for the Trade Union Movement*. São Paulo: Selected Texts UGT/ CESIT, 2015. p. 180-189.

COVELLO, V. T. **Best practices in public health risk and crisis communication.** *Journal of Health Communication*, v. 8, n. July 2014, p. 5-8, 2003. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/713851971>.

DIJCK, J. VAN. **La cultura de la conectividad.** Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 2016.

DISTASO, M. W.; VAFEIADIS, M.; AMARAL, C. **Managing a health crisis on Facebook: How the response strategies of apology, sympathy, and information influence public relations.** *Public Relations Review*, v. 41, n. 2, p. 222-231, 2015. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0363811114001866>.

DURKHEIM, E. **The Division of Labour in Society.** 2nd. ed. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2013.

GHENAI, A.; MEJOVA, Y. **Catching Zika Fever: Application of Crowdsourcing and Machine Learning for Tracking Health Misinformation on Twitter.** *Proceedings - 2017 IEEE International Conference on Healthcare Informatics, ICHI 2017*, p. 518, 2017. Disponível em: <https://arxiv.org/pdf/1707.03778.pdf>.

GIDDENS, A. **The consequences of modernity**. Cambridge: Polity Press, 1991. v. 103.

GROSS, L. **A broken trust: Lessons from the vaccine-autism wars**. PLoS Biology, v. 7, n. 5, 2009. Disponível em: <https://journals.plos.org/plosbiology/article/authors?id=10.1371/journal.pbio.1000114>.

GUI, X. et al. **Managing uncertainty: Using social media for risk assessment during a public health crisis**. Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings, v. 2017-May, p. 4520-4533, 2017. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3025453.3025891>.

HENRIQUES, C. M. P. **A dupla epidemia: febre amarela e desinformação**. Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde, v. 12, n. 1, p. 9-13, 2018. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/1513>.

HUMPRECHT, E. **Where ‘fake news’ flourishes: a comparison across four Western democracies**. Information Communication and Society, v. 22, n. 13, p. 1973-1988, 2019. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1369118X.2018.1474241>.

INGLEHART, R. **The silent revolution: changing values and political styles among Western publics**. Princeton: Princeton University Press, 1977.

INGLEHART, R. F. **Modernization, existential security, and cultural change: Reshaping human motivations and society**. Handbook of Advances in Culture and Psychology, v. 7, p. 1-59, 2016.

INGLEHART, R.; NORRIS, P. **Trump, Brexit, and the Rise of Populism: Economic Have-Nots and Cultural Backlash: Faculty Research Working Paper**. [s.l: s.n.]. Disponível em: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2818659>.

INGLEHART, R.; WELZEL, C. **Modernization, Cultural Change and Democracy: The Human Development Sequence**. Edinburgh: Cambridge University Press, 2005.

KATA, A. **A postmodern Pandora’s box: Anti-vaccination misinformation on the Internet**. Vaccine, v. 28, n. 7, p. 1709-1716,

2010. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/20045099/>.

KAUFMAN, S. R. **Regarding the rise in autism: Vaccine safety doubt, conditions of inquiry, and the shape of freedom.** *Ethos*, v. 38, n. 1, p. 8-32, 2010. Disponível em: <https://anthrosource.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1548-1352.2009.01079.x>

MOISÉS, J. A. **Cultura política, instituições e democracia: lições da experiência brasileira.** *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 23, n. 66, p. 11-43, 2008. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-69092008000100002&script=sci_abstract&tlng=pt.

PICCININ, F.; CASTRO, H. C. DE O. DE; VIZCARRA CASTILLO, S. I. **Fake News nas eleições: notas sobre a crise de confiança e a cultura política brasileira.** III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. In: Anais...Porto Alegre: 2019.

REYNA, V. F. **Risk perception and communication in vaccination decisions: A fuzzy-trace theory approach.** *Vaccine*, v. 30, n. 25, p. 3790-3797, 2012. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/22133507/>.

ROCHA, J. O **Cerco da ciência às Fake News.** *Jornal da Ciência*. Maio/ Junho/ Julho. Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência. p. 16-17. 2020.

RUEDIEGER, M. A. et al. **Bots, Social Networks and Politics in Brazil: Policy Paper.** Rio de Janeiro: [s.n.].

SCHWARTZMAN, S. **Bases do autoritarismo brasileiro.** [s.l: s.n.].

SEYMOUR, B. et al. **When advocacy obscures accuracy online: Digital pandemics of public health misinformation through an antifuoride case study.** *American Journal of Public Health*, v. 105, n. 3, p. 517-523, 2015. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/25602893/>.

VILLELA, E. F. DE M.; DE ALMEIDA, M. A. **Representações sociais sobre dengue: Reflexões sobre a mediação da informação em saúde pública.** *Saúde e Sociedade*, v. 22, n. 1, p. 124-137, 2013. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0104-12902013000100012&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt.

VOGEL, L. **Viral misinformation threatens public health**. CMAJ : Canadian Medical Association journal = journal de l'Association medicale canadienne, v. 189, n. 50, p. E1567, 2017. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5738254/>.

WITTEMAN, H. O.; ZIKMUND-FISHER, B. J. **The defining characteristics of Web 2.0 and their potential influence in the online vaccination debate**. Vaccine, v. 30, n. 25, p. 3734-3740, 2012. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/22178516/>.

WORLD VALUES SURVEY BRAZIL. **Focus groups held in Porto Alegre, Rio de Janeiro, Manaus, Brasília and Recife. Porto Alegre during the months of July to September**: WVS Brasil, 2019.

WORLD VALUES SURVEY. **World Values Survey: Round Seven - Brazil Datafile**. 2020. Disponível em: <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV7.jsp>.