UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

Isabela Condé Fonseca

Credibilidade jornalística, novos atores sociais e teorias da conspiração: a influência das redes sociais digitais na formação da opinião pública

Juiz de Fora
Agosto de 2025

Isabela Condé Fonseca

Credibilidade jornalística, novos atores sociais e teorias da conspiração: a influência das redes sociais digitais na formação da opinião pública

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel.

Orientador: Doutor Gustavo Teixeira de Faria Pereira

Juiz de Fora
Agosto de 2025

Isabela Condé Fonseca

Credibilidade jornalística, novos atores sociais e teorias da conspiração: a influência das redes sociais digitais na formação da opinião pública

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel.

Aprovada em 13 de Agosto de 2025

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Gustavo Teixeira de Faria Pereira - Orientador
Universidade Federal de Juiz de Fora

Profa. Dra. Iluska Maria da Silva Coutinho
Universidade Federal de Juiz de Fora

Prof. Dr. Ricardo Bedendo
Universidade Federal de Juiz de Fora

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE GRADUAÇÃO

GRADUAÇÃO EM **Jornalismo**

Formato da Defesa: (X) presencial ( ) virtual ( ) híbrido

Ata da sessão (**X**) pública ( ) privada referente à defesa do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado "**Credibilidade jornalística, novos atores sociais e teorias da conspiração: a influência das redes sociais digitais na formação da opinião pública"**, para fins de obtenção do grau de Bacharel em **Jornalismo**, pelo(a) discente **Isabela Condé Fonseca** , sob orientação do Prof.(ª) Dr(ª) **Gustavo Teixeira de Faria Pereira**, na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora.

Aos **13** dias do mês de **Agosto** do ano de **2025**, às **19** horas, na sala **220** da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), reuniu-se a Banca examinadora, composta pelos seguintes membros:

Titulação	Nome	Na qualidade de:
Doutor	Gustavo Teixeira de Faria Pereira	Orientador
Doutora	Iluska Maria da Silva Coutinho	Membro da Banca
Doutor	Ricardo Bedendo	Membro da Banca

*Na qualidade de (opções a serem escolhidas):

- Orientador (a)
- Coorientador
- Membro da banca

AVALIAÇÃO DA BANCA EXAMINADORA

Tendo o(a) senhor(a) Presidente declarado aberta a sessão, mediante o prévio exame do referido trabalho por parte de cada membro da Banca, o(a) discente procedeu à apresentação de seu Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação e foi submetido(a) à arguição pela Banca Examinadora que, em seguida, deliberou sobre o seguinte resultado:

(X) APROVADO

( ) REPROVADO, conforme parecer circunstanciado, registrado no campo Observações desta Ata e/ou em documento anexo, elaborado pela Banca Examinadora

Nota:_____

Observações da Banca Examinadora caso haja necessidade de anotações gerais sobre o Trabalho de Conclusão de Curso e sobre a defesa, as quais a banca julgue pertinentes

Nada mais havendo a tratar, o(a) senhor(a) Presidente declarou encerrada a sessão de Defesa, sendo a presente Ata lavrada e assinada pelos(as) senhores(as) membros da Banca Examinadora e pelo(a) discente, atestando ciência do que nela consta.

INFORMAÇÕES

Para fazer jus ao título de bacharel, a versão final do Trabalho de Conclusão de curso, considerado Aprovado, devidamente conferida pela Secretaria do Curso de (colocar o nome do curso), deverá ser tramitada para o Repositório Institucional, dentro do prazo de 72 horas da realização da banca.

Juiz de Fora, 13 de agosto de 2025.

Assinatura digital dos membros da Banca Examinadora

Documento assinado eletronicamente por **Gustavo Teixeira de Faria Pereira**, **Professor(a)**, em 13/08/2025, às 20:06, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.

Documento assinado eletronicamente por **Iluska Maria da Silva Coutinho**, **Professor(a)**, em 13/08/2025, às 20:07, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.

Documento assinado eletronicamente por **Ricardo Bedendo**, **Professor(a)**, em 13/08/2025, às 20:08, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade deste documento pode ser conferida no Portal do SEI-Ufjf (www2.ufjf.br/SEI) através do ícone Conferência de Documentos, informando o código verificador **2548066** e o código CRC **C06E03F8**.

Criado por 2337163, versão 6 por 3397282 em 13/08/2025 20:06:33.

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração
automática da Biblioteca Universitária da UFJF,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Condé Fonseca, Isabela.
Credibilidade jornalística, novos atores sociais e teorias da conspiração: a influência das redes sociais digitais na formação da opinião pública / Isabela Condé Fonseca. -- 2025.
74 p.

Orientador: Gustavo Teixeira de Faria Pereira
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social, 2025.

1. Trabalho Academico. 2. Trabalho de conclusão de curso. 3. Credibilidade Jornalistica. I. Teixeira de Faria Pereira, Gustavo, orient. II. Título.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus pais, Denise e Ivan.

AGRADECIMENTOS

A jornada até aqui não foi solitária, e este trabalho é reflexo de muitas mãos, afetos e incentivos.

Aos meus pais, Denise e Ivan, que sempre foram minha base, não apenas pelo apoio constante, mas por acreditarem em mim em cada momento, mesmo quando eu mesma hesitava. Foram fundamentais em todas as fases da minha formação, me oferecendo suporte emocional, estrutura e amor incondicional. Em nenhum momento me deixaram desistir, especialmente desta graduação, mesmo quando tudo parecia difícil demais. Sou profundamente grata por tudo que representam em minha vida.

Ao meu avô Ivan, por quem tenho imensa admiração e carinho. Sua presença em minha vida sempre foi sinônimo de força, sabedoria e apoio incondicional.

Ao meu orientador, Gustavo, meu mais sincero agradecimento. Sua paciência, praticidade e gentileza tornaram este processo mais leve e possível. Sua atenção, agilidade nas respostas e disposição em ajudar em todas as etapas do projeto foram diferenciais que me marcaram profundamente. Não poderia ter tido um orientador melhor.

A todos os professores da Faculdade de Comunicação, que contribuíram para minha formação com ensinamentos que ultrapassaram os limites da sala de aula.

À minha melhor amiga de infância, Ana Beatriz, que esteve ao meu lado em tantas fases da vida, inclusive nesta. Sua amizade constante, mesmo diante dos meus altos e baixos, é uma das maiores dádivas que carrego comigo.

Aos meus familiares: meu padrasto, tias, tios, primos, por todo o apoio, carinho e incentivo. Em especial à minha avó Maria Amélia, cuja o cuidado e carinho foram um conforto precioso ao longo dessa caminhada.

Aos meus amigos que estiveram presentes em tantos momentos importantes dessa jornada. Obrigada por me apoiarem, me escutarem e me incentivarem, mesmo nas fases mais difíceis.

E, por fim, ao meu companheiro de todas as horas, meu cachorrinho Millo, que esteve ao meu lado durante todo o período desta pesquisa. Nas noites em claro, no silêncio das madrugadas, no cansaço e na solidão, sua presença foi alívio e conforto. A ele, também, o meu mais sincero agradecimento.

“O Jornalismo combativo deve cobrar, fiscalizar e exigir mudanças”

(Daniela Arbex, 2022)

RESUMO

Este trabalho aborda a influência das redes sociais digitais na formação da opinião pública, com foco na credibilidade jornalística, em meio a uma ascensão de novos atores sociais e ao aumento da disseminação de notícias falsas e teorias da conspiração no digital. O objetivo é compreender como as *fake news* e as narrativas conspiratórias vêm sendo propagadas, interpretadas e absorvidas no atual cenário digital, considerando as transformações nas plataformas, como a reconfiguração do Twitter e a crescente popularidade do TikTok. A metodologia adotada foi a aplicação de questionário anônimo aplicado via Google Forms, utilizando a técnica da bola de neve (Vinuto, 2014) para se espalhar os questionários e, consequentemente, obter as respostas necessárias. Os resultados indicam uma diversidade de comportamentos informacionais entre os participantes, com diferentes níveis de adesão, rejeição e desconhecimento em relação às teorias conspiratórias. Constatou-se ainda um impacto direto desses fenômenos na crise de credibilidade jornalística, impulsionada por processos de digitalização, midiatização e descentralização da produção de conteúdo.

Palavras-chave: Jornalismo; Credibilidade; Redes sociais digitais; Infodemia; Teorias da Conspiração.

ABSTRACT

This work addresses the influence of digital social networks on the formation of public opinion, focusing on journalistic credibility, amid a rise of new social actors and the increase of the dissemination of fake news and conspiracy theories in the digital space. The objective is to understand how fake news and conspiracy narratives have been propagated, interpreted, and absorbed in the current digital landscape, considering the transformations on the platforms, such as the reconfiguration of Twitter and the growing popularity of TikTok. The methodology adopted was the application of an anonymous questionnaire conducted via Google Forms, using the snowball technique (Vinuto, 2014) to spread the questionnaires and, consequently, obtain the necessary answers. The results indicate a diversity of informational behaviors among the participants, with different levels of adherence, rejection, and ignorance regarding conspiracy theories. It was also found that there is a direct impact of these phenomena on the crisis of journalistic credibility, driven by processes of digitalization, mediatization, and decentralization of content production.

Keywords: Journalism; Credibility; Digital social networks; Infodemic; Conspiracy theories.

LISTA DE GRÁFICOS E TABELAS

Gráfico 1: Idade dos participantes da pesquisa ….…….. 54
Gráfico 2: Gênero dos participantes da pesquisa ……..…….. 55
Gráfico 3: Você costuma acompanhar notícias pelas redes sociais/mídia digital? …….. 55
Gráfico 4: Qual tipo de mídia você mais consome atualmente? ……..……...…….. 56
Gráfico 5: A Terra é plana? ……...…….. 57
Gráfico 6: A COVID-19 foi criada em laboratório como arma biológica? ……..……... 58
Gráfico 7: Vacinas são perigosas ou têm objetivos ocultos? (teoria antivacina) ……. 59
Gráfico 8: Assassinato de John F. Kennedy foi uma conspiração?…..…… 60
Gráfico 9: Illuminati/Nova Ordem Mundial controlam governos e instituições?……... 61
Gráfico 10: Facada no ex-presidente Jair Bolsonaro foi falsa?……..... 62
Gráfico 11: P.Diddy estaria envolvido em eventos obscuros relacionados a Justin Bieber, Michael Jackson e Tupac?…….…… 63
Gráfico 12: Você costuma verificar a veracidade das informações?……..…….. 65
Gráfico 13: Em caso afirmativo, onde você verifica?…….…….…… 66
Gráfico 14: Você já compartilhou alguma teoria ou notícia que depois descobriu ser fake news?..... 67

SUMÁRIO

1. Introdução ……..……..…..…….. 14

2. Da mídia massiva às mídias digitais ……...……..…….…….. 19

2.1. Meios de comunicação de massa como espaço de poder ...…….……..…..… 20

2.2. Críticas e crise de credibilidade do jornalismo ……..…….. 25

2.3 Meios digitais e novos atores sociais: entre informação e desinformação ..……. 31

3. Da informação à desinformação: credibilidade x teorias da conspiração ……..…..….. 36

3.1. Transformações da audiência pública e novas formas de consumo de informação …..... 37

3.2. Desinformação, fake news e o desafio de se informar em meio a um cenário de desinfodemia …….…….…… 41

3.3. Teorias da conspiração: especulações ou princípios de uma apuração? ….....…… 46

4. Acreditar ou não no que nós consumimos? Eis a questão …….…….…….. 51

4.1. Aspectos metodológicos e viabilização empírica …….…….…….…… 51

4.2. Teorias da conspiração e desinformação em foco …….……...…… 53

5. Considerações Finais ……..……..…..…… 70

6. Referências ……. 72

1. Introdução

Em um contexto marcado pela intensa circulação de informações nas redes sociais digitais, a credibilidade jornalística tem sido colocada em xeque diante da ascensão de novos atores sociais e da disseminação de conteúdos não verificados. As teorias da conspiração e as *fake news*, impulsionadas por algoritmos, bolhas informacionais e práticas de desinformação deliberada, têm ocupado espaços cada vez mais significativos na formação da opinião pública.

Diante desse cenário, o presente trabalho propõe uma reflexão crítica sobre os impactos dessas dinâmicas informacionais no ecossistema midiático contemporâneo, em especial no que se refere à forma como o público interage, consome e reage aos conteúdos propagados nessas plataformas.

O objetivo central da pesquisa é investigar como as teorias da conspiração e as *fake news* estão sendo difundidas dentro das redes sociais digitais e qual tem sido a resposta do público diante dessa avalanche de desinformação. Trata-se de compreender de que maneira essas narrativas se constroem, quais mecanismos favorecem sua circulação e como afetam a confiança da população nas instituições jornalísticas tradicionais. A análise se concentra no papel das redes como espaço de disputa por narrativas e campo fértil para desinformação, especialmente diante da ausência de mecanismos formais de verificação e responsabilização editorial, como ocorre na imprensa profissional.

A relevância deste trabalho se intensifica em virtude do atual contexto histórico: o ano de 2025, que antecede o próximo pleito eleitoral nacional, representa um momento crítico em que as redes sociais digitais exercem papel estratégico na construção da agenda pública. Compreender o cenário da desinformação nas plataformas digitais permite não apenas mapear os principais riscos à credibilidade jornalística, mas também propor caminhos para a retomada da confiança e da integridade na circulação de informações.

Além disso, a análise crítica das formas como essas narrativas desinformativas se espalham pelas redes sociais digitais permite vislumbrar possíveis estratégias de contenção e resposta institucional, seja no âmbito do jornalismo, seja no das políticas públicas. Espera-se, com este estudo, contribuir para um debate mais qualificado sobre os limites e possibilidades da atuação jornalística nas mídias digitais e para o fortalecimento de práticas de verificação e educação midiática. Ao investigar as percepções da audiência e o papel dos algoritmos na disseminação dessas narrativas, busca-se também identificar caminhos para a reconstrução da credibilidade jornalística em meio a um ambiente cada vez mais fragmentado e polarizado.

Iniciando uma discussão teórica, no capítulo 2, iniciamos com o tema “Da Mídia Massiva às Mídias Digitais”, que propõe uma análise sobre a trajetória histórica e as transformações contemporâneas dos meios de comunicação, compreendidos como estruturas de poder simbólico que moldam as dinâmicas sociais, políticas e culturais. A partir de dados recentes do IBGE, que apontam a presença da televisão em 94,3% dos lares brasileiros, seguida da internet com 92,5%, o capítulo evidencia a centralidade dessas mídias na vida cotidiana e na construção da realidade social.

Sob essa perspectiva, o jornalismo é abordado enquanto quarto poder, sendo historicamente responsável pela fiscalização das instituições e pela mediação crítica das informações, ao mesmo tempo em que enfrenta, na contemporaneidade, os desafios impostos pela mercantilização da informação, pela concentração de propriedade midiática e pelas tensões entre objetividade e manipulação discursiva.

Em “Meios de Comunicação de Massa como Espaço de Poder”, discute-se a consolidação da comunicação como ferramenta de influência e controle simbólico, destacando o papel do jornalismo na mediação entre Estado, sociedade e opinião pública. Em seguida, em “Convergência Midiática, Redes Sociais e Reconfiguração das Dinâmicas Comunicacionais”, analisa-se como a digitalização e a convergência dos meios transformaram profundamente o ecossistema informacional, promovendo uma descentralização da produção de conteúdo e o surgimento de novos atores sociais: influenciadores digitais e cidadãos comuns, na construção de narrativas.

Ao final, o capítulo problematiza os paradoxos desse novo cenário, que ao mesmo tempo amplia o acesso à informação e à liberdade de expressão, mas também compromete os critérios tradicionais de credibilidade, colocando em debate o papel do jornalismo no ambiente digital e as novas disputas por atenção, influência e poder simbólico nas redes.

Já no terceiro capítulo discute-se a reconfiguração do ecossistema informacional. Para tal, partimos da noção de midiatização como um processo que atravessa diferentes esferas sociais e culturais, abordando as transformações na audiência pública no contexto jornalístico. Com o avanço da internet a partir da década de 1970 e a consolidação das plataformas digitais nos anos 2000 e 2010, os meios de comunicação deixaram de ser apenas veículos de transmissão e passaram a desempenhar um papel ativo na construção dos sentidos sociais.

Esse novo sistema informacional permitiu o surgimento de novos atores sociais, especialmente os usuários comuns, que agora produzem, comentam e distribuem conteúdos nas redes sociais digitais, como Twitter/X, Instagram e TikTok. Há, assim, uma ruptura no

modelo tradicional de comunicação e um deslocamento da credibilidade institucional para lógicas de influência.

A segunda parte do capítulo explora os impactos desse cenário na disseminação da desinformação e das *fake news*. Trabalha-se o conceito de desinfodemia, entendido como uma pandemia da desinformação, e os efeitos da sobrecarga de conteúdos duvidosos ou falsos sobre a opinião pública. Problemáticas como a banalização do termo "*fake news*", sua apropriação estratégica em contextos políticos e a dificuldade crescente de distinguir fontes confiáveis são discutidos como os maiores desafios contemporâneos. A análise se intensifica com o estudo do fenômeno da infodemia durante a pandemia de COVID-19, quando a circulação massiva de conteúdos contraditórios prejudicou ações de saúde pública e abalou a confiança social, revelando a gravidade da crise informacional.

No quarto capítulo, de caráter empírico, buscaremos analisar o impacto das *fake news* e das teorias da conspiração na percepção social dos indivíduos. Para tanto, foi desenvolvido um questionário anônimo, estruturado e aplicado por meio do Google Forms, utilizando a técnica de amostragem conhecida como bola de neve ou *snowball*, conforme proposta por Vinuto (2014). A pesquisa apresenta caráter não probabilístico e baseia-se na formação de cadeias de participação entre os respondentes. Ademais, examinaremos como cidadãos comuns têm lidado com as temáticas da informação e da desinformação, das teorias conspiratórias e de outros conteúdos que ganham força no meio digital, sobretudo em razão do seu potencial de viralização.

A partir das respostas obtidas, buscamos compreender como os indivíduos, que hoje possuem acesso tanto à mídia tradicional quanto às mídias digitais, têm consumido, interpretado e compartilhado informações. O questionário elaborado baseou-se nas reflexões teóricas desenvolvidas nos capítulos 2 e 3, o que possibilitou a construção de perguntas alinhadas às discussões centrais do trabalho.

Além disso, as respostas foram organizadas e apresentadas em 14 gráficos, contemplando aspectos como faixa etária, gênero, canais de informação mais utilizados, percepção sobre notícias falsas e familiaridade com teorias da conspiração. Cada resposta foi analisada criticamente à luz dos referenciais teóricos mobilizados, permitindo uma interpretação mais aprofundada dos dados e contribuindo para a compreensão dos efeitos da desinformação no contexto atual.

Por fim, o objetivo final deste trabalho é lançar um olhar mais atento e crítico acerca do cenário atual, marcado por um ambiente de excesso de narrativas propagadas, o que inclui informações, desinformações e, consequentemente, teorias da conspiração que, como o nome

já diz, busca gerar impactos negativos acerca da verdade de modo intencional e por meio de teorias que não possuem nenhuma comprovação científica e/ou histórico-documentais. Cabe destacar ainda que esta pesquisa traz apenas um recorte de um tema que é amplo, atual e possui várias ramificações e desdobramentos, motivo pelo qual o presente estudo sugere continuidade e não se esgota nesta primeira análise empreendida neste trabalho de conclusão de curso.

2. Da mídia massiva às mídias digitais

O capítulo a seguir aborda a relação histórica e contemporânea dos meios de comunicação de massa como espaços de poder e influência na sociedade. Dados recentes do IBGE (2024) mostram que a televisão, presente em 94,3% dos lares brasileiros, segue como principal meio de comunicação no país, acompanhado de perto pela internet (aqui tomada como meio de comunicação digital), acessível em 92,5% dos domicílios, o que evidencia a relevância destas mídias na construção de narrativas e na mediação da informação.

A partir desse cenário, discutiremos como os meios de comunicação, desde sua origem, consolidaram-se como instrumentos fundamentais na configuração das relações sociais, políticas e culturais e refletiremos sobre o jornalismo enquanto "quarto poder", destacando sua função histórica na fiscalização dos demais poderes, na formação da opinião pública e na manutenção da ordem social. Além disso, buscaremos problematizar os desafios atuais impostos pela mercantilização da mídia, pela concentração de poder e pelas tensões entre objetividade, subjetividade e manipulação, especialmente em um contexto de transformação digital e disputa por narrativas. Seguindo dentro dessa problemática podemos analisar também como os usuários se tornam então novos atores sociais na construção das narrativas nas redes sociais digitais.

No subcapítulo "Meios de comunicação de massa como espaço de poder" apresentaremos como a comunicação se consolidou como uma estrutura de poder simbólico e social. A partir da consolidação do jornalismo, observa-se sua atuação como "quarto poder", exercendo influência na formação da opinião pública e na mediação das relações sociais e políticas. No entanto, essa influência nem sempre é isenta, já que interesses econômicos, políticos e culturais também moldam as práticas midiáticas, o que gera questionamentos sobre os limites da sua autonomia e responsabilidade social.

Já em "Convergência midiática, redes sociais digitais e reconfiguração das dinâmicas comunicacionais", trataremos das transformações impulsionadas pela digitalização e pela convergência dos meios. A internet amplia as possibilidades de circulação de informações, descentralizando a produção de conteúdo e permitindo que novos atores sociais, como influenciadores e cidadãos comuns, também passem a exercer influência. Essa mudança não apenas redefine o papel tradicional da imprensa, como também cria um ambiente de comunicação mais dinâmico, participativo, mas também mais suscetível à desinformação, à polarização e aos conflitos de narrativas.

Por fim, refletiremos sobre os impactos desse novo cenário, que combina possibilidades de democratização da informação com desafios significativos. Se por um lado as redes digitais fortalecem a liberdade de expressão e a diversidade de vozes, por outro, colocam em xeque os critérios de credibilidade, a qualidade da informação e a própria função social do jornalismo. Assim, torna-se fundamental compreender como as disputas por atenção, influência e poder simbólico se intensificam nesse ecossistema midiático híbrido e acelerado.

Diante de um contexto em que a informação circula de forma instantânea e global, torna-se essencial observarmos como os meios de comunicação de massa se consolidaram historicamente como espaços de poder, sobretudo porque mesmo com o avanço das tecnologias digitais e com o crescimento das redes sociais digitais esses meios continuam exercendo forte influência na construção de narrativas, na formação da opinião pública e na mediação das relações sociais e políticas. Entender essa trajetória é fundamental para refletir sobre os papeis que a mídia ocupa atualmente e como ela se articula com os interesses econômicos, políticos e culturais na sociedade contemporânea.

2.1. Meios de comunicação de massa como espaço de poder

A relação entre meios de comunicação de massa e poder é um tema central nas análises modernas da comunicação e de sua interface com a política. Neste sentido, mesmo em um mundo globalizado onde a informação circula a uma velocidade sem precedentes e com o avanço da internet, permitindo que qualquer pessoa se torne produtora de conteúdo (Castells, 1999), os meios de comunicação têm se consolidado como um importante e influente espaço de poder, sendo essenciais para a configuração das relações sociais, políticas e culturais e construindo realidades. Exploraremos então, como os meios de comunicação se tornaram centros de poder ao longo da história, exercendo influência sobre a opinião pública, as estruturas de poder e, consequentemente, a própria democracia.

A compreensão do jornalismo como estrutura de poder exige um retorno às suas origens materiais e históricas, que remontam à invenção da prensa por Gutenberg, que não apenas viabilizou tecnicamente a multiplicação e circulação de informações em larga escala, como também foi um elemento central na consolidação de uma nova ordem social: a sociedade capitalista.

Segundo Adelmo Genro Filho (2004), o jornalismo surge como uma forma sistemática de transmissão de informações não sistematizadas, vinculado diretamente às necessidades

ideológicas e materiais da burguesia em ascensão, que buscava ampliar mercados e consolidar a hegemonia de seus valores. E ao diferenciar a imprensa, que se estabelece enquanto corpo técnico e mecânico, do jornalismo, que se organiza como estrutura comunicacional com função ideológica, Genro Filho (2004) destaca que o jornalismo não se limita à difusão de informações, mas atua como um mecanismo de sedimentação da ordem social vigente. Essa função estrutural do jornalismo, vinculada ao desenvolvimento das forças produtivas e à consolidação da ideologia dominante, é o que possibilita, ao longo do tempo, seu reconhecimento como um dos pilares centrais da sociedade moderna, chegando ao status de "quarto poder", ao lado dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, com a ressalva de que esse seria um poder simbólico e autointitulado (Pereira, 2023).

Nesse contexto, a consolidação da imprensa como quarto poder está diretamente ligada à sua função histórica de mediação entre os acontecimentos e a sociedade, papel fundamental para o funcionamento das democracias modernas. Desde o século XVII, pensadores como James Madison já apontavam a importância de uma imprensa livre como condição indispensável para governos legítimos e transparentes (Traquina, 2000). Assim, a imprensa passou a ser vista não apenas como observadora dos demais poderes, mas como um agente ativo de fiscalização e formação da opinião pública, com a responsabilidade de informar e conscientizar os cidadãos.

De acordo com Nelson Traquina (2000), o termo "quarto poder" teria sido criado por um inglês em 1828, em um momento em que se começava a refletir sobre o papel dos meios de comunicação em um novo sistema de governança: a democracia. Desde então, a imprensa passou a ser vista como guardiã dos cidadãos, responsável por protegê-los contra abusos de poder e garantir o acesso à informação como forma de exercício da cidadania. Já para Ana Lucia Coelho Romero Novelli (1994), o conceito de "quarto poder" surgiu com o objetivo de designar o papel da imprensa na sociedade da época, ressaltando a grande influência dos meios de comunicação na opinião pública. A expressão se popularizou também nos Estados Unidos, atrelada aos três poderes da República.

No entanto, de acordo com Novelli (1994), esse não seria um poder de fato, e sim um poder de direito. A autora (1994) destaca ainda o "Projeto Folha" como uma tentativa de negação da imprensa como quarto poder, posicionando-a como cão de guarda da sociedade em defesa da democracia. Porém, fatores como interesses comerciais, formas de financiamento e conflitos internos acabaram por comprometer essa proposta, revelando os "poderes" simbólicos, mas ainda assim significativos, do jornalismo.

Deste modo, Traquina (2000) adverte que, diante da crescente mercantilização dos meios de comunicação e da lógica do entretenimento, o papel fiscalizador da imprensa está ameaçado, exigindo não apenas liberdade, mas também mecanismos de responsabilidade e controle público sobre esse quarto poder.

> Quem vigia o "Quarto Poder"? A minha análise, altamente condicionada pelo espaço, leva-me a tirar três conclusões: Primeiro, a procura do lucro e a responsabilidade social são parceiros extremamente difíceis, e, presentemente, cada vez mais em conflito. Os proprietários dos media noticiosos devam assumir as suas responsabilidades. Em segundo lugar, a era da liberalização económica, com a sua fé no "consumidor como rei" não tem assegurado melhor a responsabilidade dos media noticiosos. Terceiro, os proprietários e os trabalhadores profissionais dos media noticiosos necessitam relembrar a sua obrigação de defender a liberdade positiva da imprensa – dar aos cidadãos informação justa ("fair") e significativa. Concomitantemente, os cidadãos necessitam lembrar-se da sua obrigação de perguntar por ela (Traquina, 2000, p. 8).

No entanto, nas últimas décadas, esse papel tem sido progressivamente desafiado por fatores como a concentração midiática, a lógica comercial e o avanço das tecnologias digitais, que enfraqueceram a função pública do jornalismo e fortaleceram uma abordagem voltada ao entretenimento e ao lucro. Como consequência, o espaço da imprensa como estrutura de poder se complexifica, pois, embora mantenha seu papel central na construção das narrativas sociais, também se vê envolta em interesses econômicos que podem comprometer sua autonomia e credibilidade.

Assim, é fundamental compreender como esse poder simbólico e informacional se configurou ao longo da história e, especialmente, se manifestou no contexto brasileiro, como discutido por Carla Candida Rizzotto (2012), que ao conceituar o jornalismo como um "quarto poder", analisa que a mídia se configurou ao longo da história brasileira como um espaço de poder que, embora muitas vezes subordinado a interesses políticos e econômicos, também se apresenta como um elemento independente que influencia o comportamento social e político. A autora argumenta que o jornalismo, desde sua origem no Brasil, esteve frequentemente vinculado aos interesses das elites, sendo utilizado como um instrumento para legitimar determinados discursos e para reforçar a hegemonia de grupos dominantes.

O conceito de "quarto poder", discutido por Rizzotto (2012), reflete a ascensão da mídia como um poder paralelo aos tradicionais e constitucionais poderes atuantes no Brasil, a saber: Executivo, Legislativo e Judiciário. Esse poder midiático se materializaria na capacidade de influenciar e moldar a opinião pública, configurando-se, portanto, como um ator central na política e nas relações de poder contemporâneas. Ao abordar a ideia de quarto poder, a autora recorre à obra "História da Imprensa no Brasil", de Nelson Werneck Sodré

(1999), em que o autor afirma que a história da imprensa está profundamente entrelaçada ao desenvolvimento do capitalismo e ao poder simbólico. A relação entre mídia e poder, segundo Sodré (1999), vai além da simples transmissão de informações, configurando-se como um dispositivo para a manutenção de certas estruturas de poder, muitas vezes disfarçadas de objetividade jornalística. Nesse contexto, a mídia deixa de ser apenas um transmissor de fatos e se torna um construtor de realidades, com grande poder de persuasão sobre o público.

A partir de então, observa-se que o jornalismo, especialmente em suas formas modernas, tem sido frequentemente descrito como o "quarto poder", atuando como um vigilante sobre os outros poderes do Estado. Contudo, essa vigilância não é imparcial ou objetiva. No artigo “Entre subjetividade, manipulação e efeito de verdade: problemáticas do jornalismo como “Quarto Poder””, Biernath e Silva (2015) analisam como a objetividade jornalística, tradicionalmente tida como um valor essencial da prática é, muitas vezes, desafiada pela presença de subjetividades e pela manipulação informativa.

Em contraponto, Patrick Charaudeau (2012) tece críticas à concepção tradicional do jornalismo como um agente fiscalizador dos poderes instituídos. Diferente do que propõe Traquina (2000; 2005), Charaudeau (2012) argumenta que os meios de comunicação operam segundo sentidos e propósitos definidos desde a produção até a veiculação das notícias, o que enfraqueceria a ideia do jornalismo enquanto “quarto poder”. Segundo o autor, embora o jornalismo aborde temas relevantes da sociedade por meio de opiniões e argumentos, essa prática está condicionada aos padrões editoriais e linguísticos previamente estabelecidos. Assim, quanto mais o jornalismo se afasta dos princípios de objetividade e isenção, mais se torna suscetível à manipulação, seja por pressões externas, vinculadas às disputas pelo poder simbólico - especialmente político -, seja por pressões internas, quando a emoção se sobrepõe à razão na tentativa exaustiva de alcançar uma neutralidade idealizada.

Além disso, Charaudeau (2012) destaca que essa manipulação também pode ser exercida pela própria mídia, tanto de forma intencional, através de suas linhas editoriais e escolhas de pauta, quanto de maneira não intencional, influenciada pelas visões de mundo dos profissionais envolvidos na produção jornalística.

Na mesma direção do que propõe Charaudeau (2012), Carlos Alberto Garcia Biernath e Marcelo da Silva (2015) também questionam a ideia do jornalismo enquanto “quarto poder”, destacando que essa concepção se torna problemática devido às marcas editoriais, às visões de mundo e às opções feitas pelos jornalistas durante a produção dos conteúdos. Para os autores, essas escolhas influenciam diretamente os materiais jornalísticos, que podem

acabar sendo manipulados conforme os processos envolvidos desde a produção até a veiculação das notícias.

Nesse contexto, Biernath e Silva (2015) argumentam que o jornalismo deveria assumir um papel de contrapoder, mas reconhecem que isso nem sempre ocorre, uma vez que os meios de comunicação estão submetidos às relações estabelecidas com os demais poderes.

E parte desta submissão ocorre devido à concentração midiática identificada desde os primórdios da comunicação no Brasil, o que contribuiu para o fortalecimento das desigualdades sociais e transformou os meios de comunicação em veículos de legitimação de ideologias dominantes. A concentração midiática no Brasil, conforme destacam Guareschi e Osvaldo Biz (2009), está intrinsecamente ligada a um histórico de concessões públicas favorecendo oligarquias e monopólios, com legislações federais cheias de brechas que permitem a perpetuação desse sistema excludente. Poucas pessoas ou empresas detêm o poder necessário para se tornarem concessionárias de rádio ou televisão, o que aprofunda ainda mais essa concentração. Essa estrutura remonta ao período da ditadura militar, quando o Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967, ampliou o controle presidencial sobre as concessões, intensificando a centralização dos meios de comunicação (Guareschi; Biz, 2005).

Nesta medida, Guareschi (2007) estabelece um paralelo entre a colonização do Brasil e a apropriação da mídia eletrônica, ambas caracterizadas por um modelo de “loteamento” que favorece determinadas famílias e grupos, comparando o coronelismo tradicional dos donos de terras com o coronelismo moderno dos donos da mídia.

Em consonância, Marinoni (2015) reforça essa perspectiva ao evidenciar o oligopólio existente no setor audiovisual, dominado por cinco grandes grupos de comunicação - Rede Globo, SBT, Record, Bandeirantes e RedeTV! - sendo que quatro deles alcançam ao menos 89% do território nacional, com destaque para a Rede Globo, que cobre mais de 99%. Esses grupos atuam ainda em múltiplos meios, como rádio, imprensa escrita e plataformas digitais, consolidando seu poder e influência sobre o discurso público.

Retomando os estudos de Rizzotto (2012), Sodré (1999) e Traquina (2005) podemos abordar ainda com a perspectiva de "manipulação", que refere-se ao processo pelo qual os meios de comunicação selecionam, priorizam e moldam a forma como os acontecimentos são apresentados ao público, tendo em vista uma visão crítica da mídia. A construção de uma narrativa midiática, assim, é frequentemente influenciada não apenas pelo interesse jornalístico de informar, mas também pelos interesses econômicos e políticos de quem controla os meios de comunicação.

Neste cenário, a credibilidade da mídia é constantemente colocada em questão, e a "verdade" transmitida aos cidadãos muitas vezes se revela como sendo uma construção ideológica, cuidadosamente elaborada para atender aos interesses das elites.

2.2. Críticas e crise de credibilidade do jornalismo

A emergência do digital transformou radicalmente as dinâmicas comunicacionais ao permitir que os antigos limites entre produtores e receptores fossem progressivamente dissolvidos, criando um novo cenário em que qualquer usuário pode se tornar um agente ativo na circulação de discursos (Fausto Neto, 2010). Essa mudança é observada tanto na perspectiva de Fausto Neto quanto na de André Lemos (2010), que destacam a ampliação do número de atores sociais no espaço midiático como consequência direta das tecnologias digitais.

A partir dos estudos de Fausto Neto (2010), evidencia-se a criação de uma "zona de contato" entre produção e recepção, onde a interatividade e a velocidade tornam-se elementos centrais, sobretudo a partir da midiatização.

> Se, na "sociedade dos meios", a "arquitetura comunicacional" era constituída por dispositivos e fluxos menos complexos, gerando interfaces e interações determinadas, na "sociedade em vias de midiatização" estamos diante de um novo cenário sócio-técnico-discursivo que constitui as novas interações entre produção/recepção. Estas resultam diretamente, de novas formas de organização de circulação dos discursos (Fausto Neto, 2010, p. 58-59).

Já Lemos (2010) aponta para o surgimento das chamadas funções pós-massivas, como blogs e podcasts, que descentralizam a produção de conteúdo e inserem novos agentes no cenário urbano e comunicacional, desde cidadãos comuns até movimentos espontâneos.

> Diferentemente dos meios de massa, os meios de função pós-massiva permitem a personalização, a publicação e a disseminação de informação de forma não controlada por empresas ou por concessões de Estado. As ferramentas com funções pós-massivas insistem em processos de conversação, de interações, de comunicação, e seu sentido mais nobre, tendo aí uma importante dimensão política (Lemos, 2010, p. 158).

Nesse ambiente, a multiplicidade de vozes promove uma heterogeneidade discursiva que desafia o monopólio tradicional da mídia e amplia a capacidade crítica da sociedade frente às narrativas hegemônicas, já que qualquer usuário teria a capacidade de se tornar uma produtora de conteúdos (Castells, 1999), sobretudo com o surgimento das redes sociais digitais, que permitiu que um novos atores sociais pudessem conquistar visibilidade, popularidade, autoridade e influência sobre outros usuários que são parte da sociedade (Recuero, 2009).

Contudo, a ampliação dos atores sociais e a instantaneidade da produção de conteúdo no ambiente digital também geram desafios significativos, especialmente no que diz respeito à credibilidade da informação. Para Fausto Neto (2010), a velocidade e a instabilidade da circulação digital dificultam a verificação das fontes e promovem a disseminação acelerada de rumores e fake news. Já Lemos (2010) observa que essa mesma rapidez, ao permitir a emissão de mensagens sem checagem prévia, contribui para uma crise de autoridade e de legitimidade das fontes tradicionais.

Deste modo, ambos os autores convergem ao destacar que a cultura da velocidade e da multiplicidade informacional, apesar de empoderar o usuário e democratizar a produção de conteúdo, comprometem os critérios de confiabilidade e dificulta o discernimento entre fatos e desinformação, sobretudo em contextos extremos como o da Covid-19, em que para além da pandemia causada pelo vírus, observou-se também uma "pandemia de desinformação" (Wermuth *et. al*, 2022) e como o das enchentes do Rio Grande do Sul ocorridas em 2024, em que em meio a uma grande diversidade de conteúdos, identificou-se materiais desinformativos e que circularam nas redes sociais digitais, inclusive com boa performance dos algoritmos, prejudicando estratégias eficazes e eficientes e criando narrativas falsas sobre o ocorrido (Pereira; Kochhann Lucas, 2024). Assim, o ambiente digital se configura como um espaço ambíguo, onde a emancipação comunicacional convive com uma crise crescente de credibilidade.

Neste panorama, a partir da análise das contribuições de Becker (2021) e Dugnani (2024), é possível aprofundar a compreensão da crise de credibilidade no jornalismo contemporâneo, especialmente no contexto digital. Ambos os autores destacam que a digitalização da comunicação, ao mesmo tempo que amplia o acesso e a participação dos usuários, também fragmenta as audiências e pulveriza as fontes de informação.

Para Becker (2021) o aumento da velocidade da circulação digital e a ausência de filtros rigorosos favorecem a propagação de fake news. Também considerando o contexto atual, Dugnani (2024), introduz o conceito de "remassificação" para demonstrar como a lógica da internet, apesar de sua aparência plural, reproduz modelos massificados de informação, orientados por interesses econômicos. Essa convergência analítica reforça o diagnóstico de que a democratização do conteúdo não se traduz, necessariamente, em diversidade crítica ou confiabilidade.

Essa contradição revela um paradoxo fundamental da comunicação digital: embora promova maior liberdade de expressão e o surgimento de múltiplas vozes, a estrutura técnica e econômica da rede tende a favorecer conteúdos mais populares, emocionais e replicáveis.

Como apontado por Becker (2021), o engajamento instantâneo, motivado por emoções fortes, acelera a viralização de conteúdos falsos, enfraquecendo os mecanismos tradicionais de validação jornalística.

Dugnani (2024) complementa essa visão ao afirmar que influenciadores, blogueiros e outros produtores digitais, embora novos na paisagem midiática, reproduzem estratégias de comunicação moldadas pelo mercado, gerando um novo tipo de massificação digital que reforça a superficialidade e enfraquece o jornalismo como mediador confiável.

Nesse sentido, as reflexões de Becker (2021) e Dugnani (2024) dialogam diretamente com as críticas de Fausto Neto (2010) e Lemos (2010), que já sinalizavam a dissolução das fronteiras entre produção e recepção como potencializadora de novos conflitos de autoridade na informação. A "zona de contato" entre emissores e receptores, proposta por Fausto Neto (2010), é atualizada por Becker (2021) com a noção de que qualquer usuário pode ser um "*jet writer*", circulando discursos com extrema velocidade, mas sem compromisso com a checagem.

Da mesma forma, o conceito de funções pós-massivas de Lemos (2010) ganha uma dimensão crítica em Dugnani (2024), que alerta para a padronização de conteúdos produzidos por esses novos agentes, revelando uma suposta pluralidade que, na prática, é limitada por interesses de audiência e mercado.

Diante desse cenário, torna-se evidente que a crise de credibilidade no ambiente digital não pode ser compreendida apenas como resultado da proliferação de vozes, mas deve ser analisada a partir das dinâmicas estruturais de circulação, validação e consumo da informação. E neste panorama, tanto Becker (2021) quanto Dugnani (2024) sugerem que a superação dessa crise passa pela formação de uma cultura crítica de mídia, baseada em métodos de verificação, educação midiática e responsabilidade coletiva.

Outros autores que trabalham com esta perspectiva são Grossi e Soares (2018), que destacam que a digitalização amplia significativamente o número de atores sociais envolvidos no processo comunicativo, deslocando o monopólio informacional antes exercido pelas organizações jornalísticas tradicionais. E Moraes e Ferro (2017), que reforçam essa percepção ao apontarem que, na sociedade em rede, cidadãos comuns conquistam maior autonomia na geração e difusão de conteúdos, redefinindo os centros de poder simbólico, e essa transformação não apenas multiplica os pontos de vista, mas também desafia as estruturas clássicas de validação da notícia, criando um ambiente onde a credibilidade se torna fluida e disputada.

Nesse contexto, a figura do produtor de conteúdo se descentraliza, permitindo que qualquer usuário conectado à internet participe ativamente da construção das narrativas públicas. Essa possibilidade, celebrada como um avanço democrático por ambos os artigos analisados, também carrega implicações significativas para a credibilidade das informações veiculadas.

Entretanto, Grossi e Soares (2018) alertam que a ausência de filtros e a velocidade das plataformas digitais também favorecem a disseminação de conteúdos não verificados, criando um cenário propício à circulação de desinformação e de *fake news*. E é justamente neste contexto que, diante da perda do controle exclusivo da produção informativa, o jornalista é convocado a assumir o papel de organizador e explicador das informações, contribuindo para uma compreensão mais crítica da realidade (Moraes; Ferro, 2017).

Isso ocorre porque a velocidade com que as informações circulam no ambiente digital e a instantaneidade das redes favorece a publicação apressada e, muitas vezes, superficial de conteúdos, sacrificando a análise crítica em prol da agilidade, o que faz com que esses elementos intensifiquem a sensação de uma crise de credibilidade (Grossi; Soares, 2018), de tal modo que compromete a qualidade da informação e impacta negativamente a percepção pública sobre sua confiabilidade.

Moraes e Ferro (2017), por sua vez, enfatizam que essa nova dinâmica exige que o jornalismo abandone modelos tradicionais de atuação e se reinvente para manter sua legitimidade, apostando na pluralidade e na responsabilidade com o debate democrático, sobretudo se pensarmos na fragmentação da narrativa, impulsionada pela multiplicidade de vozes e pela lógica acelerada da informação digital, que reforça ainda mais a necessidade de critérios sólidos de validação.

A respeito desta temática, Grossi e Soares (2018) observam que a coexistência de diferentes versões sobre os fatos torna mais difícil distinguir entre o que é informação legítima e o que são falácias produzidas por atores não especializados. Já Moraes e Ferro (2017) argumentam que a resistência do jornalismo em controlar de forma absoluta a narrativa é compreensível diante do pluralismo informacional. Contudo, essa resistência precisa ser acompanhada de uma renovação ética e metodológica que reafirme o compromisso com a credibilidade.

Nesse sentido, o papel dos usuários torna-se central. Se, por um lado, o digital permite que todos produzam conteúdos, por outro, exige uma responsabilização coletiva quanto à qualidade e veracidade da informação. Grossi e Soares (2018) destacam a importância da

literacia midiática para que os cidadãos sejam capazes de avaliar criticamente o que consomem e compartilham.

Em perspectiva consonante, Moraes e Ferro (2017) reforçam essa perspectiva ao sugerirem que o jornalismo deve atuar em conjunto com o público na organização do debate público, fomentando uma cultura informacional mais ética e comprometida com o interesse coletivo.

> Atualmente, novos atores sociais também exercem seus poderes no mercado da produção simbólica, também constrangidosi micro fisicamente, cabendo ao jornalismo a tarefa de resgatar seu prestígio por meio da credibilidade e do compromisso com o debate público plural. Somente o exercício do 'bom poder'poderá ter papel relevante na sociedade em rede, fortalecendo os nós em torno de si, mas no sentido de construir laços solidários e respeitosos com os cidadãos (Moraes; Ferro, 2017, p. 4).

Por fim, ao estabelecer um diálogo entre os autores, observa-se que ambos convergem na compreensão de que a credibilidade não é mais atributo exclusivo das instituições jornalísticas, mas uma construção compartilhada que depende da atuação ética de todos os envolvidos no ecossistema informativo.

Assim, tanto Grossi e Soares (2018) quanto Moraes e Ferro (2017) apontam caminhos para a reinvenção do jornalismo como agente de mediação, capaz de se adaptar às exigências do digital sem abdicar de seu compromisso com a verdade e com o interesse público, tendo em vista que, se a crise de confiança é alimentada pela velocidade, pela dispersão e pela pluralidade de vozes, sua superação exige novos arranjos de responsabilidade, transparência e educação crítica da audiência.

Contudo, o que percebemos no ambiente digital, é que cada vez mais os usuários têm se colocado como produtores e reprodutores de conteúdos, gerando novas circulações, bem como novas narrativas. Essa dinâmica é fortemente impulsionada pela lógica da convergência midiática, na qual diferentes plataformas como YouTube, TikTok e Instagram, se complementam na circulação de informações e de entretenimento (Abidin; Karhawi, 2021).

Como destaca Primo (2000), essa mudança é atravessada pela interação digital, que pode ocorrer de maneira mútua, quando há troca efetiva e construção conjunta entre os envolvidos, ou de forma reativa, quando a interação se dá a partir de respostas programadas e limitadas. Esses conceitos são fundamentais para compreender como a atuação dos influenciadores digitais e dos demais usuários molda as práticas comunicacionais contemporâneas.

Dentro dessa lógica de convergência, as redes sociais digitais se consolidam como espaços centrais para a emergência de influenciadores digitais e demais produtores de

conteúdo. Abidin e Karhawi (2021) ressaltam que esses influenciadores operam tanto a partir de experiências pessoais quanto de práticas profissionalizadas, o que permite uma conexão direta e, muitas vezes, percebida como íntima com seus públicos.

> Os influenciadores digitais, por sua vez, são um tipo de celebridade da internet para quem esses pares de qualidades costumam pender mais positivamente. Assim, entre fama e infâmia — como, por exemplo, entre boa reputação e escândalos — grande parte dos influenciadores cultiva sua fama por meio de reputação positiva, talentos e habilidades. Assim, eles buscam formas de sustentar essas qualidades por um longo período, cultivá-las, incrementá-las intencionalmente e monetizá-las (Abidin; Karhawi, 2021, p. 2).

De forma complementar, Primo (2000) observa que a interação nesses ambientes não é apenas mecânica, mas sim um processo que envolve a construção de sentido entre os participantes, o que potencializa a influência desses atores na formação de narrativas, tendências e opiniões.

A convergência midiática, portanto, amplia as possibilidades de interação e de circulação de conteúdo, deslocando o protagonismo da mídia tradicional para esses novos atores sociais. Esse cenário é marcado por uma comunicação que não é mais linear, mas colaborativa, na qual usuários e influenciadores interagem, criam e distribuem informações de forma contínua (Primo, 2000; Abidin; Karhawi, 2021). Essa dinâmica reforça o papel das redes sociais digitais como ambientes onde diferentes linguagens, formatos e públicos se encontram, permitindo que as práticas comunicacionais se tornem mais plurais e adaptadas às dinâmicas da cultura digital.

Porém, apesar das inúmeras potencialidades, esse ambiente traz desafios relevantes. Abidin e Karhawi (2021) apontam que a crescente profissionalização dos influenciadores pode gerar uma ruptura nas relações de proximidade e autenticidade que inicialmente caracterizavam esses atores digitais. A busca por monetização e pela construção de imagens aspiracionais muitas vezes distancia esses produtores de seus públicos, criando uma tensão entre conexão genuína e mercantilização. Tal problemática se conecta diretamente com a reflexão proposta por Primo (2000) sobre a natureza das interações digitais, que podem perder seu caráter mútuo quando são orientadas por lógicas comerciais e algoritmos, enfraquecendo as trocas significativas.

Além disso, tanto Abidin e Karhawi (2021) quanto Primo (2000) destacam que o ambiente das redes sociais digitais, embora favoreça a diversidade de vozes, também expõe os usuários a desafios como a validação das informações, a manipulação de conteúdos e os riscos associados à desinformação. Com isso, a interação constante, quando não pautada por

relações autênticas e críticas, pode se transformar em um processo superficial, esvaziando os potenciais democráticos das plataformas digitais.

Dessa forma, torna-se necessário compreender as dinâmicas que regem tanto a produção quanto a circulação de conteúdo nesses espaços, considerando os impactos sociais, culturais e econômicos envolvidos. E diante disso, a atuação dos influenciadores digitais, entendidos como agentes da convergência midiática, e a participação ativa dos usuários nas redes sociais digitais representam, simultaneamente, possibilidades de democratização da comunicação e desafios relacionados à ética, à autenticidade e à sustentabilidade dessas práticas (Primo, 2000; Abidin; Karhawi, 2021).

A partir de então, a compreensão dos conceitos de interação mútua e interação reativa, articulados às dinâmicas de produção de conteúdo e circulação nas redes, é fundamental para analisar os fenômenos comunicacionais atuais e refletir sobre os caminhos possíveis para uma prática comunicacional mais consciente, crítica e participativa.

2.3. Meios digitais e novos atores sociais: entre a informação e a desinformação

A ascensão dos meios digitais, especialmente das redes sociais digitais, transformou profundamente o papel dos usuários na comunicação contemporânea. Antes vistos como receptores passivos de mensagens, esses sujeitos passaram a ocupar a posição de produtores ativos de conteúdo, atuando como novos atores sociais digitais (Kaufman; Santaella, 2020).

Essa mudança é possível graças aos avanços tecnológicos e à convergência midiática, conceito que descreve a integração de diferentes tecnologias e plataformas de comunicação, permitindo a criação, edição e distribuição de conteúdo de forma simultânea em múltiplos canais. Tal fenômeno cria uma nova configuração comunicacional em que a participação dos usuários se amplia e se diversifica, favorecendo a circulação de vozes antes marginalizadas.

Neste sentido, cabe ressaltar que essa convergência midiática não apenas modifica a lógica de produção de conteúdo, mas também redefine a interação social nas redes. Segundo Jenkins (2009), essa integração dos meios promove uma dinâmica colaborativa, na qual os usuários se tornam parte ativa nos processos comunicacionais.

Nesse cenário, os influenciadores digitais emergem como figuras centrais. Com base na interatividade e na proximidade proporcionada pelas redes, eles ocupam um espaço híbrido entre consumidores e produtores, exercendo influência direta sobre comportamentos, opiniões e até engajamentos políticos (Kaufman; Santaella, 2020). E ao atuarem de maneira autônoma nas plataformas digitais, os influenciadores se tornam mediadores de narrativas diversas,

muitas vezes independentes das instâncias tradicionais de poder e autoridade. Essa atuação revela uma nova lógica de engajamento sociocultural, que combina espontaneidade, estratégias de marketing e dinâmicas algorítmicas.

No entanto, a atuação desses influenciadores, embora cheia de potencialidades, também está inserida em um ecossistema digital permeado por desafios estruturais. Kaufman e Santaella (2020) alertam para o risco da manipulação de informações, da propagação de *fake news* e da fragmentação do debate público.

Neste contexto, Kaufman e Santaella (2020) argumentam que, ao priorizar conteúdos que geram maior engajamento, os algoritmos acabam promovendo a amplificação de mensagens sensacionalistas ou polarizadas. Bastos (2018) complementa essa crítica ao refletir sobre o caráter superficial de muitos engajamentos políticos digitais, muitas vezes esvaziados de crítica estrutural e alinhados a uma lógica de consumo e visibilidade, mais do que de mobilização consciente.

Portanto, a presença de novos atores sociais digitais e a crescente capacidade de produção de conteúdo pelos usuários revelam um cenário ambíguo. Por um lado, há uma ampliação das formas de expressão e participação cultural e política, impulsionada pela convergência midiática e pela atuação de influenciadores digitais. Por outro lado, persistem desafios significativos relacionados à transparência algorítmica, à ética da informação e à efetividade do engajamento digital. Essa tensão entre potencialidades e limitações impõe a necessidade de uma reflexão crítica sobre o papel das plataformas e dos próprios usuários na construção de um espaço comunicacional mais democrático, plural e consciente.

Nesse contexto de transformações comunicacionais, os meios digitais viabilizam a atuação de novos atores sociais digitais, que deixam de ser apenas receptores de mensagens e passam a produzir, selecionar e compartilhar conteúdo de forma ativa (Winques; Longhi, 2022).

Trata-se de uma mudança significativa nas práticas de recepção e consumo midiático, que impacta diretamente a lógica da cultura de massa e promove maior diversidade de vozes e formatos na internet. A partir de então, a figura do *prosumer* (Bruns, 2009) sintetiza esse novo perfil de usuário que, além de consumir, participa da criação e curadoria de conteúdos nas mais diversas plataformas digitais, como redes sociais digitais, aplicativos de conversa e canais de vídeo.

Deste modo, a convergência midiática, conceito central para entender essas dinâmicas, refere-se à integração de diferentes mídias e à circulação de conteúdos por múltiplas plataformas (Jenkins, 2009). Essa convergência não apenas estimula a participação dos

usuários, mas também favorece a emergência dos influenciadores digitais como novos mediadores da comunicação.

Atuando em ambientes interativos como as redes sociais digitais, esses influenciadores criam vínculos diretos com suas audiências, tornando-se protagonistas na construção de sentidos e na articulação de discursos que circulam nas esferas públicas e privadas. Isso porque as redes sociais digitais desempenham papel estratégico nesse cenário ao viabilizarem interações contínuas, afetivas e personalizadas entre os influenciadores e seus públicos.

Como destaca Van Dijck (2017), essa proximidade emocional é elemento central da chamada cultura da conectividade, na qual os influenciadores digitais constroem sua autoridade por meio da exposição da intimidade, da autenticidade percebida e da recorrente atualização de conteúdos.

Contudo, a manutenção dessa influência depende de estratégias de convergência bem elaboradas e da capacidade de adaptação frente às mudanças de gosto e comportamento da audiência. As potencialidades desse novo ecossistema comunicacional são evidentes. Os influenciadores, muitas vezes originados de práticas amadoras, passam a desenvolver estratégias de presença digital e de diálogo segmentado com seus públicos, utilizando diferentes plataformas para reforçar suas mensagens e consolidar identidades plurais (Terra, 2009).

Essa autonomia criativa revela um movimento de apropriação tecnológica e fortalecimento de vozes diversas, abrindo espaço para a construção de comunidades engajadas e para a circulação de conteúdos que dialogam com nichos específicos e causas sociais variadas (Winques; Longhi, 2022).

No entanto, como reitera Van Dijck (2017), as oportunidades trazidas por esse ambiente digital também vêm acompanhadas de desafios importantes como a crescente profissionalização dos influenciadores, que exige responsabilidade ética, transparência nas relações com marcas e resistência à banalização da autenticidade.

Além disso, a atuação dos algoritmos, como mecanismos de mediação e controle de visibilidade, pode reforçar bolhas de informação e limitar o acesso a diferentes perspectivas, comprometendo a diversidade comunicacional e exigindo maior criticidade dos usuários e pesquisadores (Winques; Longhi, 2022).

Portanto, o cenário atual é marcado por uma complexa tensão entre potencialidades e limitações. Se por um lado as plataformas digitais ampliam o engajamento e a produção de conteúdo por parte de novos atores sociais, por outro, colocam em evidência a urgência de

refletir sobre as mediações algorítmicas, os riscos da desinformação e os desafios de consolidar práticas comunicacionais mais éticas, transparentes e inclusivas.

Ademais, a compreensão crítica dessas dinâmicas é fundamental para a construção de um ecossistema midiático mais democrático e consciente. Esse processo é fortemente impulsionado pela lógica da convergência midiática, na qual diferentes plataformas, como YouTube, TikTok e Instagram se complementam na circulação de informações e de entretenimento (Abidin; Karhawi, 2021).

Para Orozco Gómez (2006), essa mudança é possibilitada pelo avanço das tecnologias digitais, que conferem aos usuários maior autonomia na criação e circulação de informações. Esse cenário rompe com a lógica tradicional dos meios de comunicação de massa, na qual os indivíduos ocupavam majoritariamente a posição de receptores passivos, e dá lugar a uma comunicação mais interativa e colaborativa, em que os chamados "novos atores sociais digitais" ganham protagonismo.

Esse entendimento é complementado por Recuero (2009), que reitera que as redes sociais digitais se tornam espaços privilegiados para essa convergência midiática e informacional, funcionando não apenas como canais de comunicação, mas também como difusores, filtros e reverberadores de informações. Dessa forma, a relação entre produtores e consumidores de conteúdo se torna mais dinâmica, alterando significativamente as práticas comunicacionais contemporâneas.

A partir desse cenário, destacam-se os influenciadores digitais como figuras centrais no ecossistema da comunicação digital. Recuero (2009), ao destacar que os atores sociais deste ambiente digital, que na atualidade chamamos de influenciadores digitais (Karhawi, 2017), não apenas comunicam, mas também mediam, personalizam e mobilizam audiências nas redes sociais digitais, é possível apontarmos para as suas atuações como pontes entre os meios tradicionais e as novas formas de produção e circulação de informação.

De acordo com Karhawi (2017), o termo influenciador digital seria uma evolução dos blogueiros, *vloggers* e formadores de opinião, tendo a sua popularização ocorrido a partir de 2015, devido ao fato de estas personalidades expandirem a sua produção de conteúdo para mais de uma rede social digital.

Por outro lado, as potencialidades desse ambiente digital não estão isentas de desafios. A ampliação das possibilidades de produção e disseminação de conteúdo, conforme destaca Orozco Gómez (2006), traz riscos relacionados à concentração de poder em plataformas específicas, à perda da diversidade de vozes e à propagação de informações falsas.

De modo semelhante, Recuero (2009) alerta para desta nova forma de circulação que é baseada em interação e em conexões mantidas por sistemas que, em certa medida, podem gerar impactos na mídia, chegando até mesmo a influenciá-la e a agendá-la, e na sociedade.

Ademais, cabe destacar ainda os impactos da desinformação (Wardle; Derakhshan, 2017; Altares, 2018), que podem emergir a partir da rapidez com que os conteúdos circulam nas redes sociais digitais, o que dificulta a curadoria, a checagem e a manutenção da credibilidade, afetando, inclusive, o jornalismo e a sociedade.

Outro ponto de atenção, segundo Orozco Gómez (2006), é a desigualdade no acesso às tecnologias, que limita a participação de determinados grupos sociais, reforçando barreiras estruturais já existentes na América Latina. Embora as redes sociais digitais promovam uma aparente democratização da comunicação, Recuero (2009) observa que essa democratização é parcial, pois a visibilidade e o alcance nas plataformas são mediadas por algoritmos que favorecem certos perfis e tipos de conteúdo, muitas vezes priorizando o sensacionalismo ou interesses comerciais.

> Um dos valores que pode ser observado a partir desta perspectiva é a publicação das informações nas redes sociais na Internet e seu impacto individual. Marlow (2006), em um estudo voltado para os weblogs, mostrou como os blogueiros focam determinados tipos de capital social e como os chamados blogueiros profissionais (probloggers) são capazes de apropriar mais capital social e gerar reputação, pois dedicam mais tempo a seus blogs publicando informações mais especializadas (Recuero, 2009, p. 6).

Atualizando as figuras dos blogueiros a partir de Karhawi (2017), que traz o conceito de influenciadores digitais, somado à ideia de personalização e individualização do consumo, identificamos um cenário que é cada vez mais plural no que diz respeito às narrativas, mas que, ao mesmo tempo, não possui nenhuma forma de se moderar ou apurar se essas narrativas são verdadeiras ou falsas.

Diante desse cenário, é possível afirmar que a atuação dos influenciadores digitais, somada à participação ativa dos usuários nas redes sociais digitais, expressa tanto as potencialidades quanto os desafios da comunicação na era digital, sobretudo na perspectiva de legitimidade e compromisso com a informação, princípios basilares do jornalismo.

Assim, cria-se um ambiente em que se ampliam as possibilidades de participação e de expressão, mas que também exige atenção aos riscos associados à desinformação, à concentração de poder e à desigualdade no acesso às tecnologias.

3. Da informação à desinformação: credibilidade x teorias da conspiração

Tendo como ponto de partida a noção de midiatização como um processo que atravessa esferas sociais e culturais, o presente capítulo aborda o processo de transformação da audiência pública no contexto digital. A partir da década de 1970, e com o avanço da internet nos anos 1990, os meios de comunicação deixaram de ser apenas veículos de transmissão e passaram a exercer um papel ativo na construção de sentidos sociais.

Essa reconfiguração do ecossistema informacional, sobretudo nos anos 2000 e 2010, culminou na emergência de novos atores sociais: usuários que não apenas consomem, mas também produzem, comentam e distribuem conteúdo por meio de plataformas como Twitter (X), Instagram, YouTube, TikTok entre outras. A ruptura com o modelo tradicional de comunicação dá à audiência um papel participativo, influente e, muitas vezes, decisivo na circulação de informações.

Além disso, o capítulo aborda os efeitos da desinformação e das *fake news* no cenário contemporâneo, caracterizado por uma avalanche de conteúdos e pela dificuldade crescente de discernir fontes confiáveis. A partir do conceito de desinfodemia, entendido como uma "pandemia de desinformação", são explorados os desafios enfrentados pela opinião pública diante da circulação massiva de informações falsas, ambíguas ou mal contextualizadas. O uso excessivo do termo "*fake news*" também é problematizado, sobretudo por seu esvaziamento semântico e por sua apropriação estratégica em contextos políticos para deslegitimar conteúdos verídicos.

Destaca-se também como a proliferação de desinformação compromete o acesso à informação de qualidade, especialmente em momentos críticos, como durante a pandemia da COVID-19. Nesse contexto, o termo infodemia é utilizado para descrever a sobrecarga de informações contraditórias que dificultam ações efetivas de saúde pública e comprometem a confiança da população. Medidas adotadas por instituições públicas brasileiras, em alinhamento com o Ministério da Saúde, reforçam a necessidade de combate à desinformação e à valorização de fontes confiáveis, especialmente em um ambiente informacional saturado e politizado.

Por fim, buscaremos explorar a concepção e o crescimento das teorias da conspiração, que se consolidaram como um dos pilares da crise epistêmica contemporânea. Embora tenham raízes históricas na Revolução Francesa, essas teorias ganharam visibilidade sem precedentes com o fortalecimento das redes sociais digitais. Questionando a autoridade epistêmica de instituições científicas, governamentais e midiáticas, tais teorias deixam de ser

apenas formas de conhecimento marginalizado e passam a ser vistas como resistência simbólica frente ao poder hegemônico.

Nesse cenário, marcado por desconfiança institucional e excesso informacional, teorias como o terraplanismo se espalham com facilidade em plataformas como Facebook, WhatsApp, YouTube e X (antigo Twitter), exigindo uma resposta mais efetiva por parte das instituições - e do jornalismo - para conter a desinformação e preservar o espaço público de debate.

3.1. Transformações da audiência pública e novas formas de consumo de informação

Ao refletirmos sobre a expansão tecnológica, sobre a passagem de um cenário de meios massivos para uma confluência entre mídia massiva e mídias digitais e sobre o fenômeno da globalização, que promoveu, sobretudo, chegamos ao cenário atual que, de acordo com Jenkins (2009), é cada vez mais convergente e, a partir de então: “No mundo da convergência das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas de mídia” (Jenkins, 2009, p. 30).

Neste contexto digital, um primeiro fenômeno emerge e se fortalece: a midiatização, que segundo Soster (2006), representa uma transformação profunda na estrutura social contemporânea, na qual a tecnologia deixa de ser mero suporte e passa a constituir o próprio ambiente em que ocorrem os processos comunicacionais. Essa mudança impacta diretamente a audiência pública, que deixa de ser um agente passivo para assumir um papel ativo na produção, circulação e interpretação das informações.

Assim, os dispositivos tecnológicos não apenas transmitem informações, mas também moldam as práticas sociais e a construção dos sentidos na sociedade. E a partir deste contexto, a digitalização das mídias, iniciada na década de 1970 e impulsionada pela internet nos anos 1990, amplia a autonomia dos indivíduos, permitindo que eles não apenas consumam, mas também compartilhem e produzam conteúdos, rompendo com a lógica tradicional de recepção linear (Soster, 2006).

Com o avanço da midiatização, as formas de consumo de informação tornam-se cada vez mais dinâmicas e fragmentadas. A convergência tecnológica potencializa esse fenômeno, permitindo que o público selecione, recombine e personalize os conteúdos de acordo com seus interesses. Nesse novo cenário, o jornalismo passa a operar sob uma lógica de co-referencialidade e descentralização, o que difere substancialmente do modelo clássico, centrado em uma narrativa única e auto-referencial. Ademais, a audiência não se limita mais

ao papel de receptora, participando ativamente na circulação, validação e até na produção de notícias. Como consequência, observa-se um consumo informacional cada vez mais instantâneo, multifacetado e profundamente enraizado nas dinâmicas digitais (Soster, 2009).

A partir dessa perspectiva, mas em uma visada europeia, Stig Hjarvard (2014) amplia o entendimento sobre a midiatização ao apontá-la não apenas como um fenômeno restrito à comunicação, mas como um metaprocesso de mudança social e cultural que atravessa diferentes esferas da vida. Conforme o autor, os meios de comunicação passam a desempenhar um papel estrutural nas práticas sociais, deixando de ser apenas instrumentos de mediação e tornando-se agentes que condicionam, possibilitam e reconfiguram as interações sociais, culturais e institucionais. Isso significa que as mídias não atuam apenas como canais de transmissão de informações, mas moldam ativamente os modos de pensar, agir e interagir dos sujeitos contemporâneos, afetando diretamente as dinâmicas da audiência pública e sua relação com os fluxos informacionais.

> As mídias são coprodutoras de nossas representações mentais, de nossas ações e relacionamentos com outras pessoas em uma variedade de contextos privados conceituando a mudança social e cultural e semiprivados, e deveríamos considerar essa revolução significativa também. Devido ao próprio processo de midiatização, uma teoria da influência da mídia em mudanças estruturais na cultura e na sociedade não pode estar restrita somente às esferas públicas e políticas. Como consequência, a teoria da midiatização contemporânea deveria oferecer um quadro teórico para a influência da mídia na cultura e na sociedade como um todo, mantendo a capacidade de esclarecer o desenvolvimento conceitual e os estudos empíricos dentro de áreas mais específicas da cultura e da sociedade (Hjarvard, 2014, p. 26).

Dentro desse contexto, as instituições sociais, como política, economia, religião, família e até o próprio jornalismo, tornam-se cada vez mais dependentes dos recursos midiáticos para legitimar suas práticas e estabelecer relações com seus públicos (Hjarvard, 2014). Esse processo contribui para a intensificação de uma cultura profundamente midiatizada, na qual o consumo de informação não se limita mais à lógica da recepção, mas se articula com práticas de compartilhamento, produção e circulação ativa de conteúdos. A audiência pública, portanto, se insere em uma lógica de transformação contínua, na qual suas identidades, comportamentos e formas de participação são permanentemente reconfiguradas pelos dispositivos e linguagens midiáticas que estruturam a vida social contemporânea.

Essa nova ambiência midiática, fortemente marcada pela midiatização, também redefine os modos de participação na esfera pública. Sodré (2009) aponta que a circulação de informações em plataformas digitais amplia a visibilidade de fatos sociais e estimula a formação de debates públicos mais diversificados. A partir disso, a audiência pública se

fortalece como um espaço interativo e plural, onde diferentes atores, desde cidadãos comuns até movimentos sociais, contribuem para a construção da agenda pública. Entretanto, segundo Soster (2009) esse ambiente também impõe desafios relacionados à credibilidade das informações e à necessidade de maior capacidade crítica por parte dos usuários, que precisam lidar com a abundância de dados e com a dificuldade de distinguir conteúdos confiáveis de informações duvidosas.

Diante desse contexto, fica evidente que a midiatização não apenas altera os processos de produção e circulação das informações jornalísticas, como também transforma estruturalmente o papel da audiência pública na sociedade contemporânea. A partir do momento em que os indivíduos deixam de ser meros receptores e passam a atuar como co-produtores de conteúdo, observa-se uma mudança paradigmática na relação entre mídia, informação e participação social.

Esse processo reforça a necessidade de compreender o jornalismo e a comunicação como fenômenos em constante adaptação às dinâmicas tecnológicas, sociais e culturais, sendo fundamental para entender as novas práticas de consumo informacional e os desafios da participação cidadã na era digital (Soster, 2009).

Além disso, as transformações da audiência pública no contexto das redes sociais digitais são evidenciadas pela atuação ativa dos usuários na difusão de informações. Retomando os estudos de Recuero (2009), que abordam sobre a consolidação de plataformas como o Orkut, os weblogs e o Twitter, ampliamos esta perspectiva para a atualidade com outras plataformas como Instagram, Facebook, Youtube, TikTok, entre outras que se consolidaram como espaços de participação colaborativa, nos quais os atores sociais não apenas consomem conteúdos, mas os filtram, comentam e ampliam sua disseminação.

Esse movimento representa uma ruptura com o modelo tradicional de comunicação, no qual o público desempenhava um papel passivo, e motiva a emergência da prática do *gatewatching*, que Bruns (2005) conceitua como sendo um avanço em relação ao "*gatekeeper*", e apresenta esse novo comportamento da audiência, na qual os usuários assumem a função de produzir, monitorar e selecionar conteúdos relevantes, em vez de simplesmente recebê-los.

Essa nova lógica de consumo está diretamente ligada à chamada tese da circulação digital, que propõe uma dinâmica mais fluida e multifacetada na disseminação de informações. De acordo com Recuero (2009), a circulação digital ocorre de forma descentralizada, impulsionada por comunidades de interesse que compartilham conteúdos em redes sociais digitais. Nesse ambiente, os filtros colaborativos, também descritos como

“filtragem bolha”, têm papel central, pois permitem que os usuários selecionem informações com base em suas preferências e laços sociais. Essa filtragem, ao mesmo tempo que amplia a voz dos usuários, pode restringir o acesso a diferentes perspectivas, reforçando visões homogêneas dentro das redes.

O Orkut, por exemplo, desempenhou um papel fundamental nesse processo ao permitir o surgimento de comunidades e discussões públicas fora dos meios tradicionais de comunicação. A plataforma tornou-se um espaço onde os usuários atuavam como produtores e reprodutores de informação, promovendo debates, mobilizações e formas alternativas de legitimação de conteúdos (Recuero, 2007).

Ademais, a audiência pública, neste cenário, se transforma em uma esfera de participação direta na qual o fluxo de informações é contínuo e moldado pelos próprios usuários. Essa dinâmica evidencia o papel ampliado das redes sociais digitais como mediadoras da informação, mesmo quando não produzem jornalismo diretamente, mas contribuem para a valorização e reverberação de conteúdos já existentes.

Por fim, o conceito de *gatewatching* sintetiza essas mudanças ao indicar uma postura ativa dos usuários diante do conteúdo informativo, em contraste com o antigo modelo de recepção passiva. As redes sociais digitais, ao atuarem como filtros colaborativos, promovem uma circulação digital intensa e democratizam o acesso à informação (Bruns, 2005). Isso redefine o consumo informacional, tornando-o mais interativo e participativo. Assim, plataformas como o Orkut foram centrais na transformação da audiência pública, já que impulsionam outras tantas plataformas sociais que passaram a desempenhar um papel fundamental na construção da esfera pública contemporânea, culminando no que Becker (2021) chama de plataformização da sociedade.

Por outro lado, apesar de o espectro digital trazer potencialidades e inovações, há de se destacar também os riscos implicados nestas dinâmicas, que são mediadas, sobretudo, por algoritmos (Winques, 2024) e circulam a partir de interesses privados das *big techs*, que dominam este cenário. Somado a isso, a partir de uma perspectiva em que cada usuário pode se tornar produtor e reprodutor de conteúdos, sem nenhum tipo de fiscalização ou regulação, identifica-se também um cenário de desinformação, que se confunde e acaba passando “despercebido” em meio a um grande volume de conteúdos que circulam no digital.

3.2. Desinformação, fake news e o desafio de se informar em meio a um cenário de desinfodemia

No cenário informacional contemporâneo, marcado pela velocidade e volume de conteúdos circulando no ambiente digital, a desinformação torna-se um dos maiores desafios para a formação de uma opinião pública bem fundamentada. Ao conceituar o termo, Wardle e Derakhshan (2017) apontam para a propagação intencional de conteúdos falsos de forma consciente e com o objetivo de gerar danos e prejuízos, sendo, portanto, uma estratégia que é feita de forma proposital.

Além disso, os autores trabalham com o termo "desordem informacional" para destacarem três tipos de informações falsas e/ou enganosas, mas que no Brasil são traduzidas a partir do termo desinformação - o que justifica a não tradução dos termos em inglês a fim de identificarmos essas diferenciações:

> Portanto, introduzimos uma nova estrutura conceitual para examinar a desordem da informação, identificando os três tipos diferentes: mis-, dis- and mal-information. Usando as dimensões de dano e falsidade, descrevemos as diferenças entre esses três tipos de informação: ▪Mis-information é quando informações falsas são compartilhadas, mas nenhum dano é causado. ▪ Dis-information é quando informações falsas são conscientemente compartilhadas para causar danos. ▪ Mal-information é quando informações genuínas são compartilhadas para causar danos, muitas vezes por mover informações projetadas para permanecer privadas na esfera pública (Wardle; Derakhshan, 2017, p. 5, tradução nossa).

Ademais, Wardle e Derakhshan (2017) acrescentam que o fenômeno da desinformação não pode ser observado de forma separada e isolada, mas que é preciso considerar o seu impacto em meio ao ecossistema de novas mídias, sobretudo a partir dos algoritmos, mas sem desconsiderar os meios massivos.

Outro autor que aborda este termo é Zattar (2017), que diferencia dois tipos de práticas associadas à desinformação: *disinformation*, quando há intenção deliberada de enganar, e *misinformation*, que ocorre sem essa intencionalidade. Ambas contribuem para um ambiente de sobrecarga informacional, em que o público, muitas vezes, não consegue distinguir conteúdos confiáveis daqueles produzidos com má-fé. Os algoritmos das plataformas, que priorizam engajamento em detrimento da veracidade, somam-se a esse quadro, facilitando a amplificação de conteúdos polarizadores ou sensacionalistas, o que compromete diretamente o processo de construção do conhecimento e da informação de qualidade.

Nesse contexto, Zattar (2017) propõe a competência em informação como ferramenta essencial para mitigar os efeitos da desinformação, reiterando a necessidade em se avaliar

criticamente a confiabilidade das fontes, considerando critérios como autoridade, atualidade e precisão, torna-se uma habilidade indispensável. Além disso, faz-se necessário observar a reputação do autor, o contexto temporal da publicação e a verificação por meio de fontes confiáveis são elementos fundamentais para filtrar conteúdos enganosos. Para a autora, essa postura crítica deve ser incorporada às práticas cotidianas de consumo de informação, favorecendo uma cultura digital mais ética, consciente e alinhada à promoção de uma esfera pública saudável e democrática.

Em complemento, Zattar (2017) destaca que a desinformação, entendida como a propagação de conteúdos falsificados ou enganosos, ameaça a qualidade do debate público e a própria saúde da democracia. De acordo com a autora, esse fenômeno é potencializado pelas chamadas *fake news,* que estão contidas no fenômeno da desinformação e consistem em conteúdos falsos que, embora muitas vezes se apresentem de forma convincente, visam manipular percepções e decisões. Tais práticas dificultam a distinção entre o verdadeiro e o falso, impactando negativamente a produção e o consumo de conteúdo no meio digital.

> Ter acesso às fontes de informações é uma tarefa diária e essencial na atualidade. Contudo, não basta que se tenha acesso a qualquer tipo de informação, pois é necessário qualidade, relevância e veracidade nos mais diferentes contextos, de forma que sejam evitadas desinformações e notícias falsas nas bolhas informacionais em que somos inseridos (Zattar, 2017, p. 288).

Ademais, a propagação de desinformação também afeta diretamente a produção e o consumo de conteúdo no meio digital. A superexposição a conteúdos, muitos dos quais de baixa qualidade ou distorcidos, gera uma sobrecarga cognitiva no público, dificultando a distinção entre o que é verdadeiro e o que é falso. E essa “solidão informacional” (Pinheiro; Brito, 2014) cria um ambiente em que os usuários se veem isolados diante do excesso de dados e da escassez de fontes confiáveis. O resultado é um enfraquecimento do pensamento crítico e da capacidade de discernimento, o que favorece ainda mais a disseminação da desinformação e das *fake news.*

Sobre o conceito de *fake news*, Allcott e Gentzkow (2017) aproximam o termo do que Wardle e Derakhshan (2017) definem como sendo desinformação, afirmando que consistiria na veiculação intencional de conteúdos mentirosos ou distorcido com o intuito de enganar e gerar danos aos cidadãos.

Além disso, ao buscarem as origens do termo, Allcott e Gentzkow (2017) reiteram que, apesar de não haver uma origem definida, sua popularização se deu nas eleições norte-americanas em 2016, com Donald Trump, que utilizou por diversas vezes o termo.

Meneses (2018) também reforça a necessidade de uma conceituação precisa do que são as *fake news*, destacando que o uso excessivo e muitas vezes indevido do termo contribui para sua banalização e confusão com outros tipos de desinformação. Segundo o autor, a partir de 2017, o termo ganhou ampla visibilidade política e midiática, sendo muitas vezes usado de forma estratégica, inclusive para deslegitimar conteúdos verdadeiros. "Palavra do ano para o dicionário em inglês da editora britânica Collins, *fake news* tornou-se argumento do dia a dia em 2017 – e começou naturalmente a ser usada nos mais variados contextos, muitos deles já longe do original" (Meneses, 2018, p. 38).

Além disso, o autor (2018) ressalta que a definição clara do conceito de *fake news* permite a identificação de estratégias de disseminação e a formulação de medidas mais eficazes de regulação, sem comprometer a liberdade de imprensa.

> Não sendo completamente evidente, nesta altura, como surgiu a expressão fake news aplicada à realidade digital , é pelo menos claro que foi o presidente dos Estados Unidos Donald Trump quem a vulgarizou a partir de janeiro de 2017 e que foi a partir das eleições presidenciais de 2016 que o fenómeno se banalizou. Acontece que Trump utiliza, quase sempre, a expressão para classificar notícias (jornalismo, portanto), que no limite serão notícias falsas (false news), ou tudo aquilo que, publicado, lhe é desfavorável11. Não é por serem publicadas (também) na Internet que algumas notícias (falsas) passam a ser fake news. Notícias falsas sempre existiram e sempre existirão, mas – como tentaremos demonstrar adiante – elas só são simultaneamente fake news se existir uma ação deliberada de enganar os consumidores. Ou seja, e como primeiro elemento caraterizador, partimos do pressuposto de que fake news e false news são realidades diferentes, na medida em que estas últimas não resultarão, na maior parte das vezes, de uma ação deliberada, mas de outros fatores, como a incompetência ou a irresponsabilidade dos jornalistas na forma como trabalham as informações fornecidas pelas fontes (será este o principal fator, ainda que não único) (Meneses, 2018, p. 39-.40).

Deste modo, o autor (2018) defende que é essencial estabelecer critérios claros para diferenciar as *fake news* de outras formas de notícias falsas, levando em consideração elementos como a intencionalidade de manipular, os formatos utilizados (texto, imagem, vídeo) e os efeitos no público. Essa distinção é fundamental para que políticas públicas de combate à desinformação não se tornem instrumentos de censura ou limitação da liberdade de expressão.

> Fenómeno recente, mas altamente volátil, as fake news precisam, pois, de serem conceptualizadas, de modo a diminuir os equívocos que sempre criarão. Equívocos que podem ser altamente nocivos para o jornalismo e para a liberdade de expressão em geral, sobretudo se as leis que já foram criadas – mas sobretudo as que estão para vir – não delimitarem bem o objeto que visam (Meneses, 2018, p. 38).

E pensando em um ambiente digital, as *fake news* se colocam como uma das manifestações mais visíveis da desinformação. De acordo com Pinheiro e Brito (2014), essas

notícias falsas são propositalmente criadas para enganar, manipular percepções e reforçar determinadas narrativas políticas ou ideológicas.

> Nesta abordagem desinformação é considerada uma ação proposital para desinformar alguém, de maneira a enganá-lo. Assim, o aspecto subjetivo da ação, a aspiração de enganar outrem é parte determinante do conceito. Não existe desinformação sem o propósito do desinformador, bem como o objeto da ação, o desinformado (Pinheiro; Britto, 2014, p. 3).

Retomando as perspectivas de *fake news* e de desinformação, assumindo ambas como parte de um processo de disseminação de notícias falsas, Altares (2018), no texto "A longa história das notícias falsas", publicado no El País, afirma que esses conteúdos falsos e mentirosos não são novidade, apesar de terem se tornado "populares recentemente", destacando que estas estratégias estão presentes na sociedade desde a comunicação oral, ou seja, em uma época pré-imprensa.

E para combater este tipo de conteúdo falso, sobretudo no cenário digital, Zattar (2017) aponta para o fortalecimento da competência informacional como caminho seguro para capacitar os indivíduos a navegar com mais autonomia e responsabilidade na era digital. Juntos, esses esforços contribuem para combater a circulação indiscriminada de desinformação e promover um ambiente comunicacional mais confiável, crítico e democrático.

Posteriormente, no contexto de eleições de 2018 no Brasil e da pandemia de COVID-19, surgiu a noção de "desinfodemia", termo que, conforme Rodrigues, Bonone e Mielli (2020), descreve a crise gerada pela proliferação descontrolada de desinformação nas redes digitais, comprometendo o acesso da população a conteúdos confiáveis e impactando negativamente a democracia.

Exemplo disso ocorreu com a campanha de Jair Bolsonaro, que Rodrigues, Bonone e Mielli (2020) apontam que durante as eleições presidenciais de 2018 utilizou-se, de forma sistemática de *fake news* como ferramenta estratégica de mobilização, contribuindo para o desequilíbrio no debate público e agravando a crise de representatividade. Essa prática, ao fragilizar a confiança nas instituições e na própria ideia de verdade factual, compromete a legitimidade do processo democrático, como destaca Brant (2019):

> Matéria publicada no jornal El País em meio ao processo eleitoral dizia, por exemplo, que a campanha de Jair Bolsonaro organizou uma "azeitada máquina de propaganda eleitoral" que difundiu informações falsas contra o candidato do PT, Fernando Haddad. Entre as cinco principais notícias falsas identificadas pelo jornal, estavam: (1) "o 'kit gay' para crianças de 6 anos que foi distribuído nas escolas"; (2) "o homem que apunhalou Bolsonaro é filiado ao PT e aparece numa foto com Lula"; (3) "a senhora agredida por ser eleitora de Bolsonaro (que na verdade era Beatriz Segall)"; (4) "Haddad defende o incesto e o comunismo em um de seus livros"; (5) e "se Haddad

> chegar ao poder, pretende legalizar a pedofilia" (BARRAGÁN, 2018). Mas foi a Folha de S. Paulo quem fez a mais grave denúncia. De acordo com o jornal, empresários, como Luciano Hang, proprietário da varejista Havan, teriam comprado pacotes de disparo em massa de mensagens contra o PT no Whatsapp (Mello, 2018). Curiosamente, Bolsonaro tentou inverter a denúncia e acusou a própria matéria da Folha de S. Paulo de ser fake news (Brant, 2019, p. 38).

Tal perspectiva se torna ainda mais importante em um cenário de infodemia, proposto por Garcia e Duarte (2020), e que apresenta um ambiente com cada vez mais conteúdos e marcado por um excesso de informações - e também de desinformações. Segundo os autores, o fenômeno da infodemia, intensificado durante a pandemia da COVID-19, ilustra de maneira contundente os efeitos da desinformação em um cenário de crise sanitária.

A infodemia é caracterizada pela sobrecarga de informações, muitas vezes contraditórias, que dificultam o acesso a dados confiáveis, prejudicando não apenas a compreensão pública do problema, mas também a efetividade das ações de saúde. A velocidade com que desinformações e *fake news* circulam nas redes digitais alimentam boatos, teorias conspiratórias e práticas perigosas, como evidenciam casos de violência e mortes causadas por informações falsas.

Esse ambiente de confusão informacional evidencia que o problema vai além da tecnologia: trata-se também de um desafio social e político, que exige o engajamento de plataformas, autoridades e da ciência na filtragem e divulgação de conteúdos verificados. A alfabetização digital e o fortalecimento da comunicação científica são, portanto, medidas fundamentais para mitigar os efeitos da infodemia e promover uma cultura de informação crítica e responsável.

Durante a pandemia, o poder público brasileiro adotou algumas medidas de combate:

> Em alinhamento com as boas práticas na publicação científica e com as recomendações da OMS, a Epidemiologia e Serviços de Saúde: revista do Sistema Único de Saúde do Brasil (RESS) está empreendendo esforços com o intuito de publicar conteúdo de qualidade relacionado à vigilância, prevenção e controle da COVID-19 de forma oportuna e com ampla divulgação. Entre as iniciativas adotadas, destacam-se o lançamento de uma chamada para artigos sobre o tema, a aceleração do processamento de tais artigos (fast tracking) e a criação de uma página específica no sítio eletrônico da revista (https://bit.ly/30Gu7Dg). Além disso, os artigos têm sido divulgados no blog SciELO em Perspectiva (https://blog.scielo.org/), com a publicação de press releases (Garcia; Duarte, 2020, p. 2).

Tais medidas, observadas à luz do contexto comunicacional, reforçam a importância da informação de qualidade e apurada, bem como a necessidade de se combater as *fake news* e a desinformação, que em um contexto sem regulação e no qual qualquer usuário pode se tornar produtor e propagador de conteúdo, o que inclui conteúdos falsos e até mesmo teorias

da conspiração, algo também identificado na pandemia, principalmente associadas a uma suposta criação do vírus de forma intencional, a questionamentos da veracidade dos números de mortos por Covid-19, entre outras teorias da conspiração apontadas por Plitt (2020), em matéria escrita para a BBC intitulada “Pandemia de covid: por que há tantas teorias da conspiração sobre o coronavírus”.

Neste contexto, observamos que tal medida evoca a relevância do tema e nos chama a atenção para os riscos que conteúdos veiculados por esses novos atores sociais digitais podem gerar, culminando no que Wardle e Derakhshan (2017) chamam de desordem informacional.

3.3. Teorias da conspiração: especulações ou princípios de uma apuração?

Nas últimas décadas, as teorias da conspiração têm ganhado destaque no cenário informacional, especialmente com o fortalecimento das redes sociais digitais como espaços privilegiados de circulação de narrativas alternativas. Essas teorias, segundo Oliveira (2020), se caracterizam por contestar explicações oficiais e questionar a autoridade epistêmica de instituições científicas, midiáticas e governamentais.

Embora o fenômeno não seja recente, tendo suas raízes históricas na Revolução Francesa (Azarias, 2015) e ganhado notoriedade nos anos 1960 com as especulações em torno do assassinato do presidente John F. Kennedy (Albuquerque; Quinan, 2018), sua presença no debate público atual atinge proporções inéditas. Atualmente, as teorias da conspiração são tratadas não apenas como conhecimento estigmatizado, conforme reitera Barkun (2015), mas também como formas de resistência simbólica frente ao poder hegemônico e ao sistema de produção de conhecimento dominante.

Esse cenário reflete uma crise epistêmica em curso, marcada pela transição de um regime de verdade baseado na confiança em instituições tradicionais, para um regime assentado na crença individual e na experiência pessoal. Associadas frequentemente à desinformação e a agendas conservadoras, as teorias da conspiração prosperam em contextos onde há desconfiança institucional e excesso informacional.

Nos ambientes digitais, isso se expressa na proliferação de discursos que questionam verdades científicas consolidadas, como o aquecimento global, o formato da Terra e a origem da vida. Movimentos como o terraplanismo e o criacionismo ganham visibilidade, ecoando em espaços virtuais onde política, ciência e religião se misturam e tensionam os limites da autoridade científica moderna (Oliveira, 2020).

Neste contexto, plataformas como Facebook, WhatsApp e YouTube têm papel fundamental na difusão dessas narrativas, uma vez que operam por mediações algorítmicas que facilitam o encontro entre usuários com visões semelhantes. Ao mesmo tempo, essas redes potencializam o surgimento de figuras influentes que, mesmo sem respaldo científico, ocupam lugar de destaque no imaginário coletivo e fomentam a formação de comunidades digitais organizadas em torno de "fatos alternativos".

A desconfiança na mídia tradicional e no Governo, apontada pelos entrevistados de pesquisa feita por Oliveira (2020), em que a autora queria saber quais eram os principais motivos para uma pessoa acreditar em teorias da conspiração, traz importantes perspectivas que revelam um deslocamento simbólico da confiabilidade na mídia tradicional:

> Indagados sobre os motivos que os fazem acreditar em teorias da conspiração, a manipulação midiática e a manipulação do governo emergem como uma das causas que os levam a crer que fatos alternativos podem refletir mais a realidade “oculta” do que as informações transmitidas pela mídia tradicional. Esta desconfiança é um dos reflexos observados na crise epistêmica, em que as instituições consolidadas em torno dos ideais iluministas de produção de verdade estão sendo atravessadas pelo declínio de confiança da população, sintoma da passagem de um regime de confiança nas autoridades tradicionalmente instituídas para a produção de conhecimento e regulação da sociedade para um outro regime consolidado na crença individual e pela experiência pessoal (Oliveira, 2020, p. 27).

Diante disso, a comunicação da ciência enfrenta o desafio de se reposicionar em um ambiente saturado por discursos concorrentes e marcado pelo declínio da confiança nas instituições. Embora a ciência continue sendo acionada como fonte de autoridade, especialmente por meio da mídia tradicional, há uma crescente resistência a seus pressupostos por parte de grupos que atribuem aos cientistas interesses escusos, como a relação antiética com a indústria farmacêutica.

> Ainda que haja desconfiança em torno da relação antiética de cientistas com a indústria farmacêutica, a ciência, através da mídia tradicional, é constantemente acionada como discurso de autoridade. Mesmo diante de uma forte desconfiança quanto à manipulação da mídia, já ‘amplamente discutido (Brants, De Haan, 2010), é comum encontrar no grupo compartilhamento de links de jornais ou revistas que divulgam resultados de pesquisa. No entanto, a autoridade científica como forma dominante de capital simbólico em relação ao campo científico (Bourdieu, 1976) é direcionado à cientistas midiatizados, e não pela qualidade da pesquisa em si (Oliveira, 2020, p. 26).

No contexto brasileiro, destaca-se a recorrência de teorias da conspiração que envolvem diretamente a figura do ex-presidente, Jair Bolsonaro. Entre os adeptos dessas narrativas, é comum a crença de que ele estaria inserido em uma Nova Ordem Mundial, sendo apontado como peça-chave de um Governo Oculto supostamente controlado por entidades como os Illuminati, a Maçonaria ou vinculada ao chamado Protocolo Sionista.

Essas interpretações conspiratórias refletem a desconfiança generalizada em relação às instituições políticas e reforçam a tendência de buscar explicações ocultas para eventos complexos, evidenciando como o debate político também é atravessado por disputas em torno da verdade: “coletivamente parece haver uma predominância quanto à desconfiança sobre o presidente Jair Bolsonaro e seu papel atuante em uma Nova Ordem Mundial, teoria da conspiração mais recorrente na fala dos membros do grupo, e suas derivações como Go verno Oculto, Illuminati, Maçonaria e Protocolo Sionista” (Oliveira, 2020, p. 26).

A partir de então, torna-se relevante investigar como circulam essas narrativas conspiratórias, quais os atores envolvidos na sua propagação e quais os sentidos que essas comunidades atribuem aos “fatos alternativos”. Ao questionarem o saber científico, esses discursos nos levam a repensar os fundamentos da autoridade epistêmica na sociedade contemporânea e o papel que a comunicação científica deve desempenhar em tempos de crise.

Nos últimos anos, o cenário das teorias da conspiração foi impactado não apenas pelo surgimento de novas narrativas, mas também pelo fortalecimento de redes sociais digitais alternativas e formatos digitais mais dinâmicos. Plataformas como Threads, vinculada à Meta, e Tiktok, passaram a ser utilizadas para disseminar conteúdos conspiratórios, incluindo discursos de ódio e desinformação.

De acordo com reportagem do O Globo (2023), já nos primeiros dias de funcionamento do Threads, aplicativo vinculado a Meta que vem como oposição ao X(antigo Twitter) usuários estavam utilizando a rede para espalhar *fake news*, evidenciando a rapidez com que essas dinâmicas migratórias ocorrem entre os ambientes digitais. A arquitetura dessas plataformas favorece o engajamento rápido e a formação de comunidades, criando um ecossistema fértil para a circulação de conteúdos que questionam a ciência, as instituições e a mídia tradicional.

Dentro desse novo ecossistema informacional, surgiram teorias da conspiração que rapidamente ganharam visibilidade, reforçando o ceticismo em relação a temas científicos. Narrativas como a de que a Terra é plana, de que a COVID-19 teria sido criada em laboratório como arma biológica, ou ainda de que vacinas teriam componentes ocultos com propósitos escusos, exemplificam a amplitude dessas crenças.

Além disso, teorias recentes envolvendo celebridades internacionais, como a ideia de que o produtor musical P. Diddy estaria envolvido em eventos obscuros, ilustram como essas narrativas ultrapassam o campo político e científico, atingindo também o universo da cultura pop e reforçando a desconfiança generalizada. O alcance e a natureza multifacetada dessas teorias revelam um cenário em que a crise se estende para múltiplas esferas da vida social.

Neste contexto, o avanço e a diversificação das teorias da conspiração no ambiente digital exigem um olhar atento e atualizado sobre os mecanismos de circulação da desinformação. A presença crescente dessas narrativas em novas plataformas e sua repercussão em temas de alta relevância pública nos mostram que o fenômeno não apenas persiste, mas se transforma. Isso nos leva a refletir sobre os limites da autoridade epistêmica tradicional e sobre o papel da comunicação científica na reconstrução da confiança social. Diante desse cenário, torna-se urgente investir em estratégias comunicacionais mais adaptadas às novas lógicas de consumo informacional.

Ademais, apesar do avanço das teorias da conspiração e da desinformação, existem alguns esforços sendo feitos para enfrentá-las, como por exemplo o projeto Fato ou Fake, do G1. Criado em 2018 pelo Grupo Globo, o Fato ou Fake atua na checagem de conteúdos duvidosos que circulam nas redes sociais digitais e aplicativos de mensagens, ajudando a população a diferenciar o que é verdadeiro do que é falso em temas como saúde, política e ciência (G1, 2022).

Para além deste projeto, é possível observar outras agências de checagem, vinculadas a veículos de comunicação ou independentes, atuando no combate à desinformação e às teorias conspiratórias.

No entanto, embora existam iniciativas que sinalizem um esforço importante de enfrentamento à desinformação e às teorias da conspiração, a velocidade com que esses conteúdos circulam e se transformam exige investigações mais aprofundadas, já que nem sempre os conteúdos checados chegam na mesma velocidade e "viralizam" com a mesma força, ressalvando-se que, na atualidade, grande parte do trabalho das agências de checagem se concentra em apurar conteúdos que ganharam alguma notoriedade na internet.

Por outro lado, no caso das teorias da conspiração e de desinformações, de modo geral, como não há compromisso com a credibilidade jornalística, há também um menor investimento nas etapas das rotinas produtivas de apuração, produção, escuta/entrevistas, edição, conferência acerca da veracidade dos materiais e publicação, o que facilita também a produção em profusão de produtos falsos e mentirosos.

Além disso, no Brasil não há nenhum tipo de regulação das plataformas digitais, o que contribui para um ambiente de liberdade de expressão ao qual qualquer usuário, incluindo *fakes* e *bots*, podem circular seus materiais de forma irrestrita, e consequentemente, propagar desinformações e conspirações sem nenhuma retaliação imediata.

Deste modo, passaremos para a etapa de empiria, em que o nosso objetivo é compreender como usuários/cidadãos comuns consomem, estão conscientes - ou não - e

sabem identificar o que é e o que não é uma teoria da conspiração, sobretudo em um espaço digital em que não observa-se nenhum tipo de regulação/regulamentação e no qual as *big techs* não possuem critérios claros de verificação dos conteúdos que circulam em suas plataformas digitais.

4. Acreditar ou não no que nós consumimos? Eis a questão

Após a construção teórico-conceitual, passamos para a etapa empírica, em que o objetivo é observar de que modo cidadãos comuns têm lidado com as temáticas da informação x desinformação, teorias da conspiração e outras questões que ganham força e visibilidade no digital, sobretudo pelo potencial "viralizador" desses conteúdos.

Neste sentido, buscaremos, por meio de um questionário online, compreender como o público, que diferentemente de anos atrás, agora não tem somente a mídia massiva, como também as mídias digitais, tem se informado e tem consumido os conteúdos.

Entretanto, cabe destacar que o questionário tomou como base as construções teórico-conceituais realizadas durante os capítulos 2 e 3, de modo que, após as discussões, tornou-se viável a sua elaboração.

Retornando à pesquisa empírica, utilizaremos a técnica da Bola de Neve, proposta por Juliana Vinuto (2014), e que nos auxiliará na distribuição dos questionários, já que trata-se de um método não-probabilístico, ou não, que não possui caráter quantitativo implicado, de modo que o número final é o maior possível de se obter.

Além disso, buscaremos avaliar cada uma das respostas, bem como tensioná-las à luz das teorias mobilizadas ao longo do trabalho e resultados obtidos através do questionário, que foi construído no Google Forms e circulou de modo digital.

4.1. Aspectos metodológicos e viabilização empírica

Para compreender a relação entre o consumo de diferentes mídias, tanto tradicionais quanto digitais, e a propagação de teorias da conspiração e *fake news* a partir de 2020, optou-se por uma abordagem quali-quantitativa exploratória. A escolha por essa abordagem fundamenta-se na complexidade do objeto de estudo, que envolve percepções subjetivas, crenças pessoais e comportamentos informacionais que dificilmente poderiam ser plenamente capturados por métodos quantitativos tradicionais. Neste sentido, buscou-se captar o fenômeno a partir de perspectivas individuais, valendo-se de ferramentas que possibilitassem uma avaliação mais aprofundada das percepções sociais em torno da desinformação.

No que diz respeito aos aspectos metodológicos, utilizaremos como método a aplicação de questionários, que segundo Parasuraman (1991) consiste em um conjunto de perguntas que juntas possibilitam resultados substanciais para se desenvolver uma pesquisa, utilizando como ferramenta de auxílio na coleta de dados a técnica da Bola de Neve ou

Snowball, proposta por Vinuto (2014) e que possui caráter não probabilístico e baseia-se em cadeias de referência entre participantes.

De acordo com a autora (2014), a pesquisa inicia-se com um conjunto reduzido de respondentes, denominados “sementes”, que no caso do presente trabalho consiste em pessoas que preencheram o questionário via Google Forms. Posteriormente, a técnica se aplica com o compartilhamento dessas “sementes” para outras pessoas de seus círculos de confiança, o que extrapola a rede de contatos da autora e permite um maior número de opiniões e respostas. Com essa expansão, a ideia é que o formulário alcance pessoas com perfis diversos, algumas pertencentes a grupos fechados ou com acesso restrito e que não seria tão facilmente alcançados de forma primária com o envio da autora. Cabe destacar que a confiança entre os participantes foi um aspecto essencial para o êxito da pesquisa, especialmente ao tratar de temas delicados como desinformação e crenças pessoais.

Sobre a estrutura do questionário, seu desenvolvimento contou com perguntas que visavam identificar os meios de comunicação mais consumidos pelos participantes, sejam eles tradicionais, como televisão e rádio; site de notícias, impressos ou digitais; e/ou nas plataformas/redes sociais digitais. Foram incluídas questões sobre o conhecimento e o grau de crença em narrativas como o movimento antivacina, o assassinato do presidente John F. Kennedy, a facada sofrida por Jair Bolsonaro, as acusações obscuras contra o rapper P. Diddy, a existência de Illuminatis e da chamada Nova Ordem Mundial, além do terraplanismo. Os participantes indicaram se já haviam ouvido falar dessas teorias e se acreditavam nelas ou não.

Como justificativa da técnica da Bola de Neve, sua aplicação se mostrou particularmente eficaz para este estudo. Isso porque, conforme destacado por Vinuto (2014), esse tipo de amostragem é indicado para alcançar populações de difícil acesso ou grupos que não se identificam facilmente em bases de dados tradicionais. Ainda que a amostra não permita inferências estatísticas, ela oferece um retrato qualitativo profundo e revelador das conexões sociais e informacionais entre os participantes. A própria estrutura da internet e das redes sociais digitais, onde grande parte da desinformação circula, favorece a lógica da Bola de Neve, dado que os vínculos interpessoais e os compartilhamentos em rede refletem o funcionamento desse método de coleta.

Durante o processo, diversos cuidados metodológicos foram considerados, em consonância com as recomendações de Vinuto (2014). A primeira etapa consistiu na elaboração do formulário e no contato com as sementes iniciais. Esses participantes foram informados sobre os objetivos da pesquisa, a garantia de anonimato e confidencialidade, e

foram incentivados a compartilhar o link com outras pessoas que pudessem contribuir com o estudo.

Em seguida, observou-se a formação espontânea das cadeias de indicação, mantendo o controle ético e o respeito à autonomia dos participantes. O avanço da coleta foi monitorado até que se atingisse o ponto de saturação, ou seja, o momento em que as novas respostas deixaram de trazer informações significativamente diferentes das anteriores, sinalizando o encerramento do ciclo.

É importante destacar que o Google Forms se revelou como uma ferramenta adequada para este tipo de estudo por sua facilidade de acesso e compartilhamento, especialmente em redes sociais digitais, que foram o principal meio de circulação do link do formulário. Isso também reflete a própria natureza do fenômeno investigado: o ambiente digital como principal vetor de circulação. Utilizar um instrumento digital para abordar esse mesmo contexto garantiu uma maior aderência dos participantes ao tema, além de ampliar a possibilidade de respostas voluntárias.

Com relação às limitações, é preciso reconhecer que o uso da amostragem em Bola de Neve, como discutido por Vinuto (2014), não permite controle sobre a composição demográfica da amostra, o que pode restringir a diversidade de perfis. Existe o risco de viés de seleção, uma vez que os participantes tendem a indicar pessoas com visões similares, o que pode limitar a pluralidade de respostas. No entanto, essa limitação foi compensada pela profundidade e riqueza das respostas obtidas, que permitiram identificar padrões de comportamento e pensamento relevantes para o objetivo do estudo.

Ressalta-se, por fim, que a utilização da Bola de Neve como estratégia metodológica atendeu plenamente aos objetivos da pesquisa, permitindo o acesso a dados qualitativos que ajudam a compreender como determinados grupos consomem informação, como se posicionam diante de teorias da conspiração e qual o papel das mídias, sobretudo digitais, na disseminação e manutenção dessas narrativas. A sensibilidade ética foi mantida ao longo de todo o processo, que foi conduzido em anonimato pelos entrevistados, priorizando o bem-estar dos participantes e a integridade das informações coletadas.

4.2. Teorias da conspiração e desinformação em foco

Após a explicitação metodológica, a presente etapa da pesquisa consiste na análise do objeto, por meio da observação dos dados coletados no formulário intitulado “Teoria da

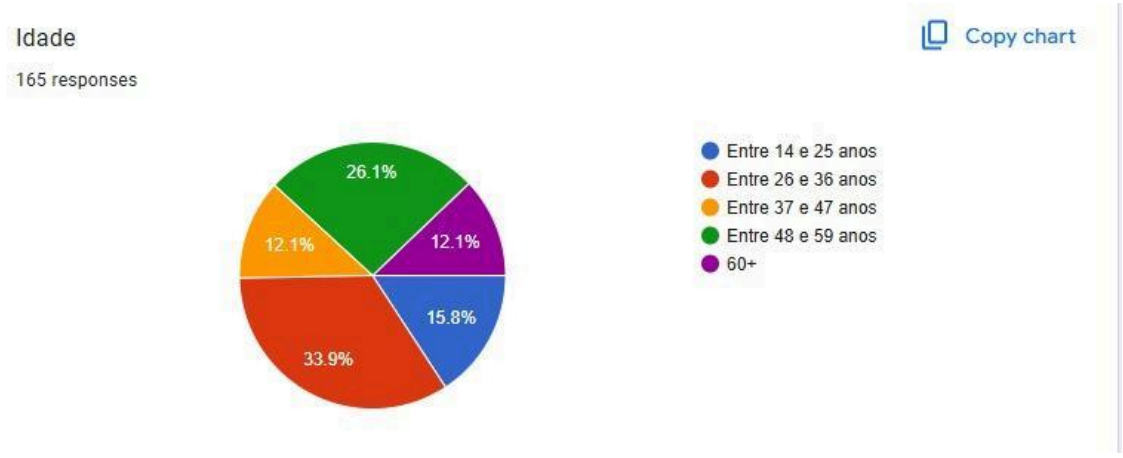
Conspiração e Fake News", desenvolvido e distribuído por meio da plataforma Google Forms[1].

O questionário circulou durante sete dias (entre 30 de junho e 07 de julho) e obteve um total de 165 respostas. A divulgação foi realizada, inicialmente, entre pessoas conhecidas, incluindo participantes da área da comunicação e também de outras áreas, com compartilhamento em grupos de mensagens e redes sociais digitais, que Vinuto (2014) chama de "sementes". Posteriormente, contamos com o auxílio de amigos, familiares e das plataformas digitais (com destaque para mensagens enviadas no *direct* do Instagram e no WhatsApp) para ampliação do alcance do questionário para além das sementes, formando uma Bola de Neve e expandindo a diversidade de respostas. Cabe destacar que o presente projeto, por se tratar de uma pesquisa de opinião de caráter anônimo, dispensa a necessidade de tramitar no Comitê de Ética em Pesquisa (CEP-UFJF), segundo a resolução 510/2016[2].

Passando para a construção dos formulários, as quatro primeiras perguntas tiveram como objetivo traçar o perfil dos respondentes, enquanto as demais buscaram investigar percepções e comportamentos relacionados ao consumo de desinformação e teorias conspiratórias.

No que se refere à faixa etária, primeira pergunta do formulário - distribuído de forma anônima, observou-se uma diversidade de idades, a saber: 33% dos respondentes têm entre 26 e 36 anos, o que equivale a 56 respondentes, 26,1% possuem entre 48 e 59 anos; 15,8% estão na faixa de 14 a 25 anos; e o público de 37 a 47 anos e 60 anos ou mais correspondem a 12,1% cada.

Gráfico 1: Idade

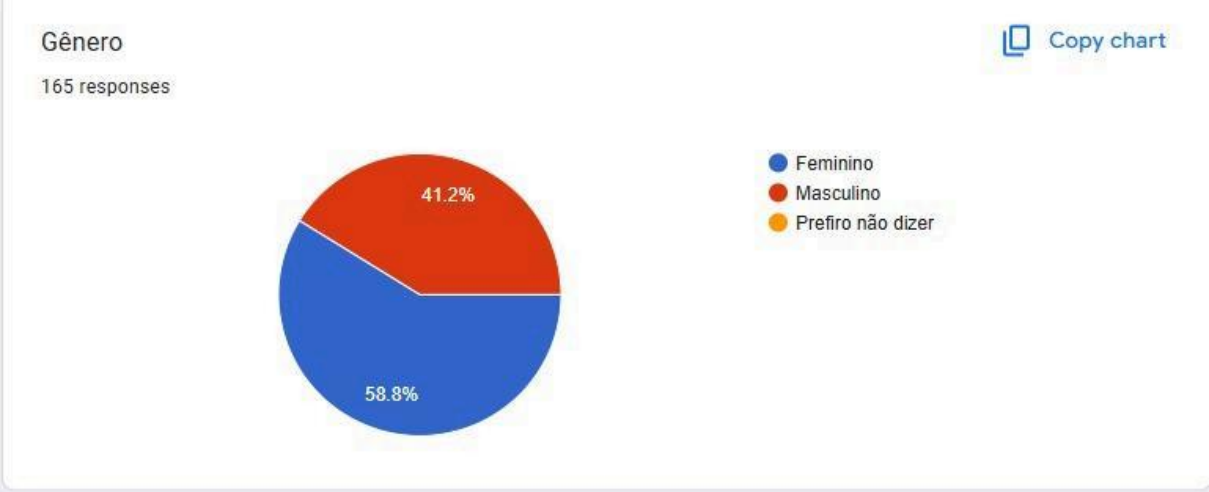


Fonte: Google Forms (2025)

[1] Formulário disponível em: https://forms.gle/PcUEPXM2JsT7jk6h8
[2] Disponível em: https://www2.ufjf.br/comitedeetica/wp-content/uploads/sites/80/2024/04/Resoluo_n_510_-_2016_-_Ciencias_Humanas_e_Sociais.pdf

Quanto ao gênero, 58,8% dos participantes se identificaram como feminino, demonstrando uma leve predominância da participação de mulheres na pesquisa, enquanto 41,2% se colocaram como masculino. Dentre os respondentes, nenhum dos 165 participantes optou por não indicar o seu gênero.

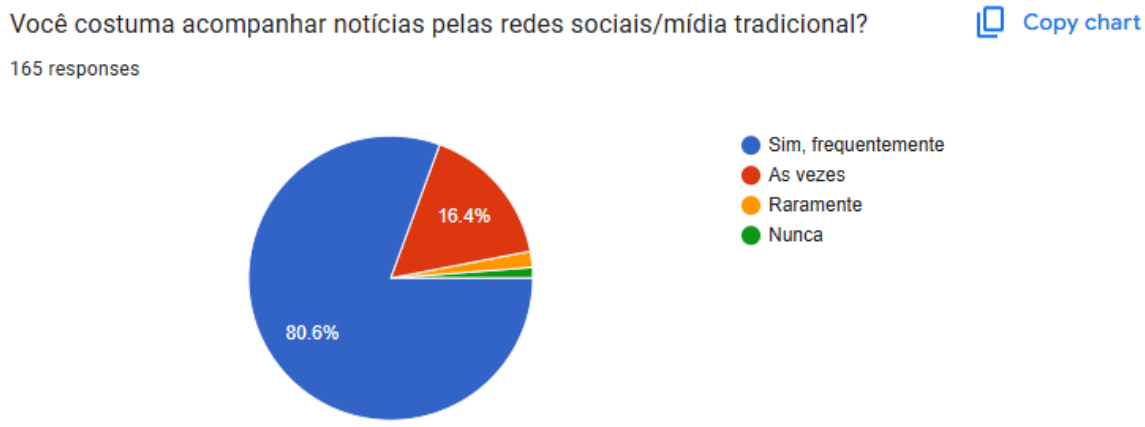
Gráfico 2: Gênero



Fonte: Google Forms (2025)

No que diz respeito ao hábito de consumo de notícias, os dados revelam que a grande maioria dos entrevistados (80,6%, equivalente a 133 pessoas) afirmou acompanhar frequentemente as notícias, seja pelas redes sociais digitais ou pela mídia tradicional. Uma parcela menor, composta por 16,4% dos participantes (27 pessoas), declarou que realiza esse acompanhamento apenas às vezes. Já 1,8% dos respondentes (3 pessoas) relataram fazê-lo raramente, enquanto apenas 1,2% (2 pessoas) afirmaram nunca consumir notícias, independentemente da plataforma.

Gráfico 3: Você costuma acompanhar notícias pelas redes sociais/mídia tradicional?



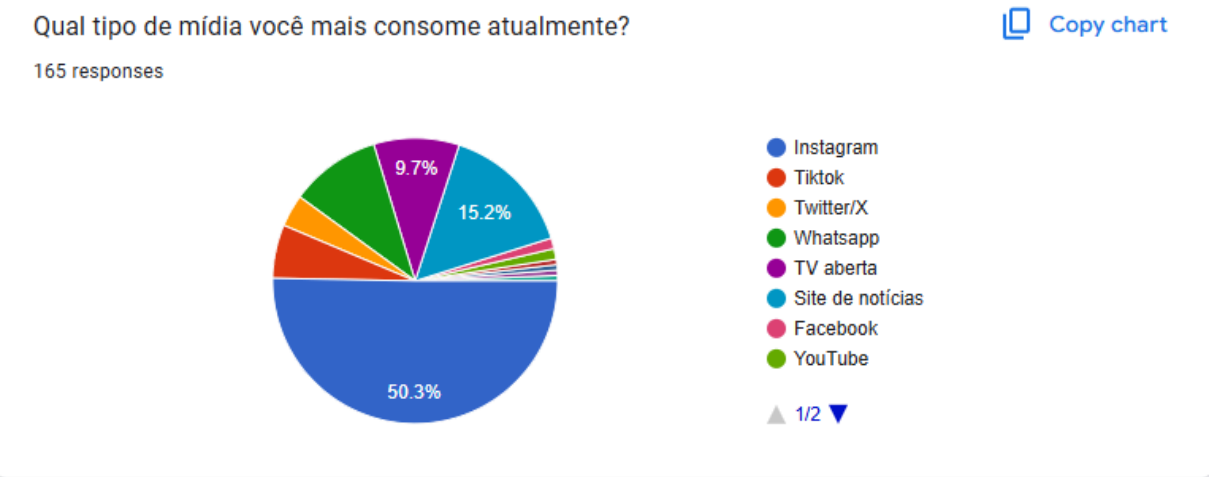
Fonte: Google Forms (2025)

Esses números evidenciam que o acesso à informação continua sendo uma prática rotineira para a maior parte da amostra analisada, ainda que os meios utilizados e a frequência variem entre os indivíduos. Ainda assim, chama atenção o fato de que duas pessoas tenham declarado não acompanhar as notícias de forma alguma, o que pode indicar uma desconexão significativa em relação aos fluxos informacionais contemporâneos, algo particularmente notável em um contexto marcado pela grande presença da informação e pela constante circulação de conteúdos nos ambientes digitais.

Por fim, fechando o primeiro bloco de perguntas, ao serem questionados sobre qual tipo de mídia mais consomem atualmente, os dados apontam uma predominância significativa do Instagram como principal fonte de informação, escolhido por 50,3% (83 pessoas) dos respondentes. Em segundo lugar, aparecem os sites de notícias, consumidos por 25 pessoas (15,2%) e o WhatsApp foi indicado por 17 participantes, representando 10,3% do total.

Além disso, a TV aberta foi citada por 16 pessoas (9,7%) e outras mídias também foram mencionadas, como o TikTok (6,1%), o Twitter (3,6%), o Facebook e o YouTube (ambos com 1,2%). Algumas respostas específicas incluem o consumo de podcasts de política, e-mail e sites de informações confiáveis, cada uma representando 0,6% das respostas. Um participante ainda indicou consumir simultaneamente Instagram e YouTube.

Gráfico 4: Qual tipo de mídia você mais consome atualmente?



Fonte: Google Forms (2025)

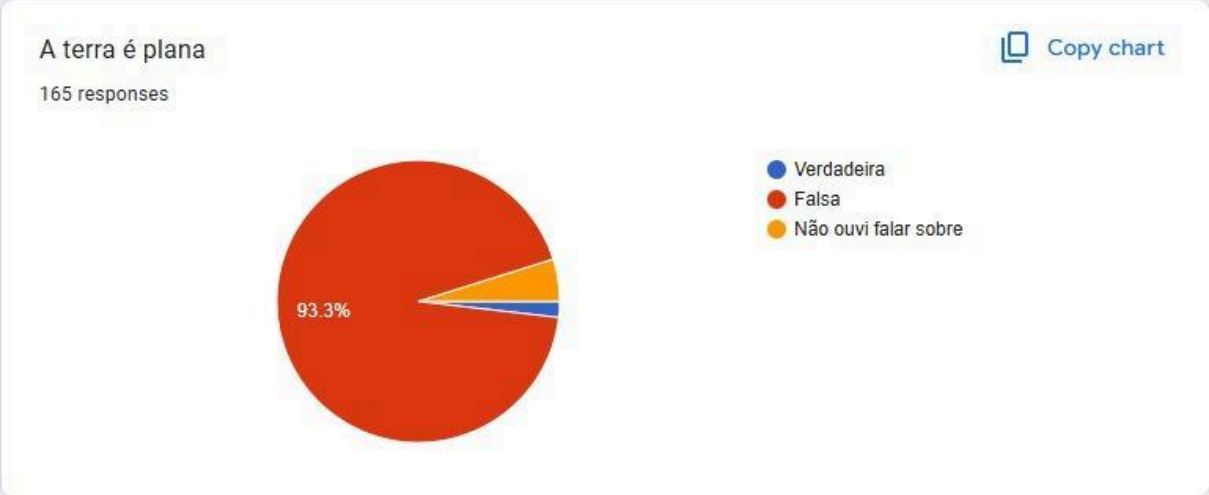
Esses dados revelam uma tendência dominante do consumo informativo pelas redes sociais digitais, o que será fundamental para compreender o ambiente de circulação das narrativas conspiratórias e desinformativas analisadas nos tópicos seguintes, sobretudo se considerarmos que as faixas etárias são diversas e não englobam apenas “nativos digitais”, como também abarcam públicos que antigamente não tinham como opção as plataformas

digitais para se informarem, mas mesmo assim fizeram delas os seus principais canais de consumo de conteúdo informativo.

Iniciando o segundo bloco de perguntas, com enfoque em perspectivas de desinformação e teorias da conspiração, a primeira teoria apresentada no questionário foi a de que a Terra é plana, uma narrativa conspiratória bastante conhecida e amplamente debatida nos últimos anos.

Entre os 165 respondentes, 154 pessoas (93,3%) classificaram essa afirmação como falsa, enquanto 3 pessoas (1,8%) a consideraram verdadeira e outras 8 (4,8%) afirmaram nunca ter ouvido falar sobre essa teoria.

Gráfico 5: A terra é plana



Fonte: Google Forms (2025)

Essa distribuição revela uma forte tendência de descrença em relação ao terra planismo por parte dos participantes do formulário, contrastando com o cenário apontado por Oliveira (2020), em seu estudo sobre desinformação nas redes sociais digitais.

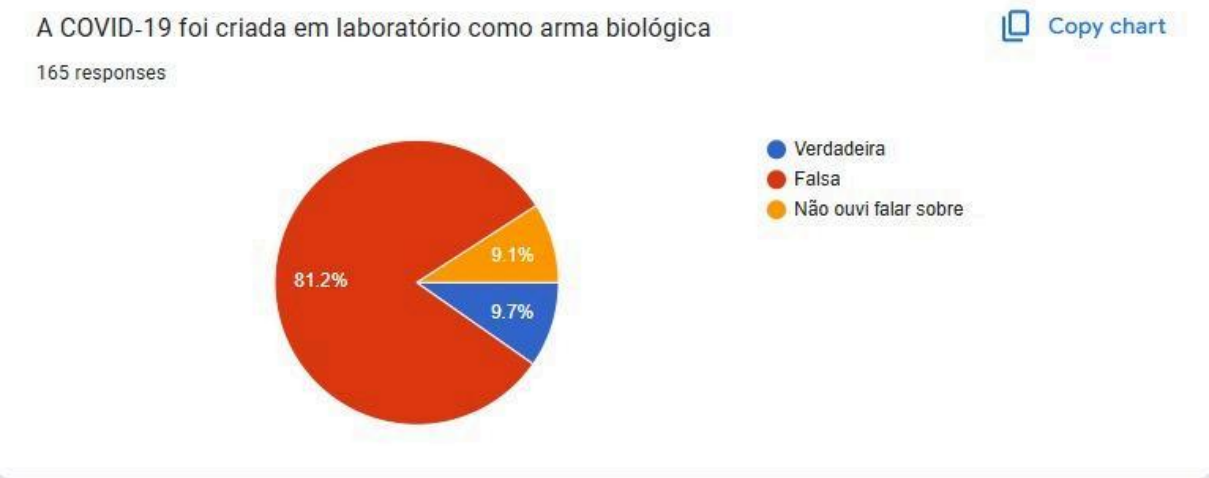
No artigo, a autora aponta que a teoria da Terra plana estava, naquele período, sendo amplamente disseminada e ganhando visibilidade. A partir disso, observa-se que, nos anos seguintes, houve uma redução significativa na adesão a essa teoria, possivelmente como reflexo do fortalecimento de iniciativas de checagem de fatos e educação midiática.

Exemplo disso é o surgimento e a consolidação de plataformas como o programa “Fato ou Fake”, do G1, que busca combater a desinformação por meio da verificação de conteúdos virais. Esses dados reforçam a hipótese de que o combate à desinformação, embora complexo, pode gerar impactos positivos ao longo do tempo.

Passando para a pergunta “A COVID-19 foi criada em laboratório como arma biológica?”, 81,2% dos respondentes (134 participantes) afirmaram que essa teoria é falsa,

enquanto 9,7% (16 participantes) acreditam que ela seja verdadeira e 9,1% (15 participantes) declararam nunca ter ouvido falar sobre essa hipótese.

Gráfico 6: A COVID-19 foi criada em laboratório como arma biológica

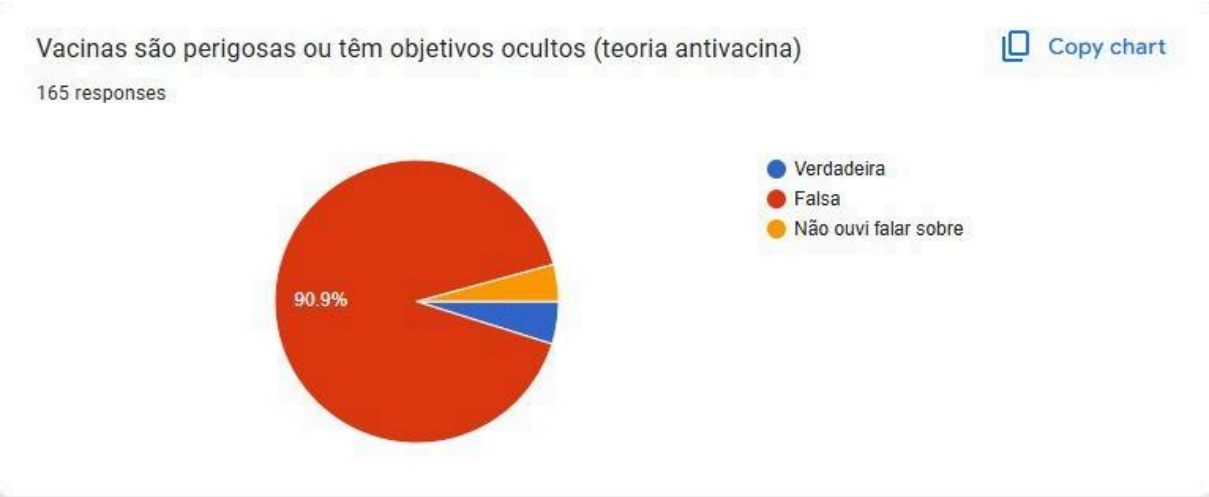


Fonte: Google Forms (2025)

Esses dados revelam que, embora a maioria reconheça a falsidade da afirmação, uma parcela significativa ainda acredita ou desconhece completamente essa teoria da conspiração. Isso evidencia a persistência da desinformação, mesmo diante de amplas campanhas de esclarecimento promovidas por instituições científicas e veículos de mídia confiáveis. A presença de quase 19% de respostas entre crença e desconhecimento reforça o quanto narrativas conspiratórias podem se manter vivas no imaginário coletivo, especialmente em contextos de crise sanitária, medo e sobrecarga informacional, o que favorece o enfraquecimento do pensamento crítico e a disseminação de *fake news*.

Em relação à questão que se refere à teoria de que “vacinas são perigosas ou têm objetivos ocultos”, observa-se que 90,9% dos participantes (150 pessoas) reconhecem essa afirmação como falsa. No entanto, 4,8% (8 pessoas) acreditam que ela seja verdadeira, e 4,2% (7 pessoas) nunca ouviram falar sobre essa teoria.

Gráfico 7: Vacinas são perigosas ou têm objetivos ocultos (teoria antivacina)



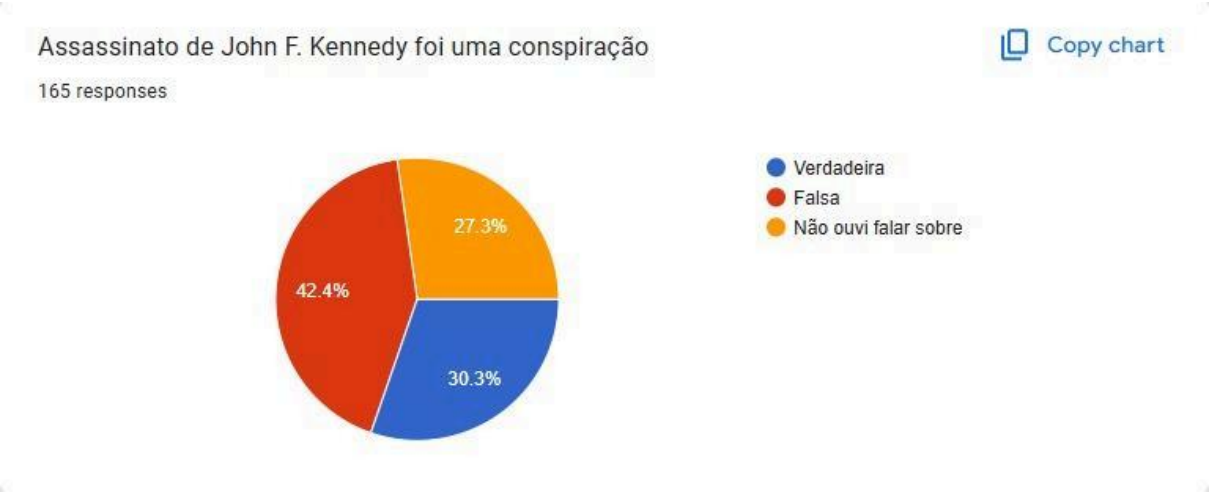
Fonte: Google Forms (2025)

Apesar de a ampla maioria demonstrar compreensão adequada sobre a segurança das vacinas, o fato de que aproximadamente 9% dos respondentes ainda acreditam ou desconhecem essa narrativa antivacina revela o impacto persistente da desinformação em tempos de crise sanitária. A disseminação de teorias conspiratórias envolvendo vacinas ganhou força especialmente durante a pandemia de COVID-19, aproveitando-se da desconfiança institucional, da polarização política e do medo coletivo.

Tais números reforçam a necessidade de políticas públicas de educação midiática e de promoção do pensamento crítico, sobretudo em momentos em que a informação confiável pode ser decisiva para a preservação da saúde pública.

Em prosseguimento à análise do questionário, dentre os respondentes da pesquisa, a teoria de que o assassinato do presidente norte-americano John F. Kennedy teria sido uma conspiração, apresentou uma divisão significativa de percepções. Dos 165 participantes, 42,4% (70 pessoas) afirmaram considerar essa teoria falsa, enquanto 30,3% (50 pessoas) a julgaram verdadeira e 27,3% (45 pessoas) afirmaram nunca ter ouvido falar sobre ela.

Gráfico 8: Assassinato de John F. Kennedy foi uma conspiração



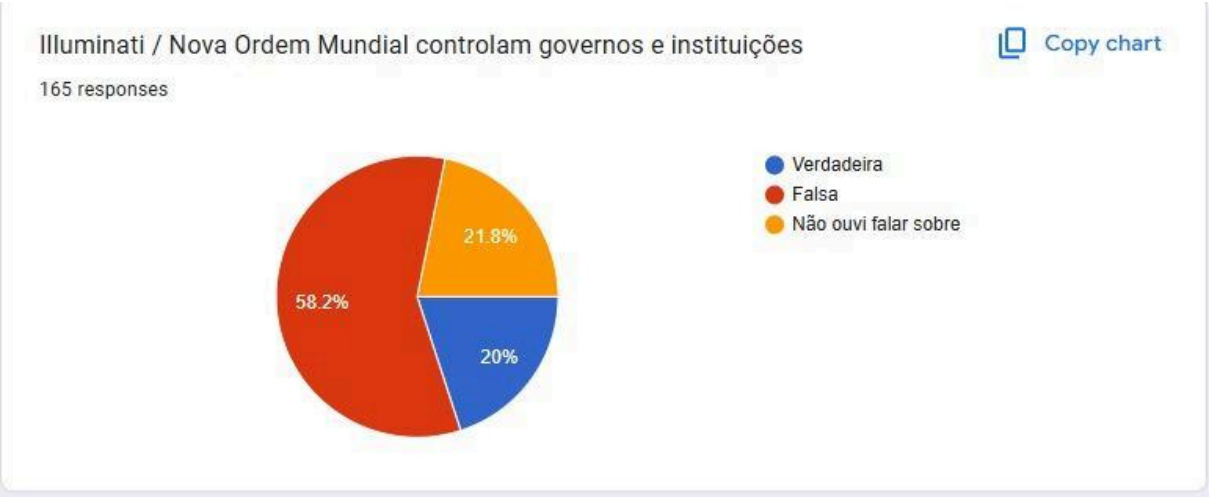
Fonte: Google Forms (2025)

Neste sentido, embora a maioria descarte a possibilidade conspiratória, o número expressivo de pessoas que acreditam na teoria, somado ao elevado percentual de desconhecimento, chama atenção. A hipótese mais plausível para esse dado é o contexto em que a teoria emergiu: trata-se de um acontecimento da década de 1960, anterior à mediatização acelerada das últimas décadas e à consolidação das redes sociais digitais como espaços privilegiados de circulação de teorias conspiratórias. Como aponta Soster (2006), a midiatização representa uma transformação estrutural da sociedade, em que os meios deixam de ser apenas suportes e passam a moldar comportamentos, sentidos e práticas sociais. A ausência desse ambiente digital na época pode justificar o alto índice de desconhecimento da teoria entre os respondentes.

Além disso, a teoria sobre o assassinato de Kennedy ilustra a noção desenvolvida por Oliveira (2020), segundo a qual as teorias da conspiração refletem uma desconfiança generalizada em relação às instituições políticas e reforçam a busca por explicações ocultas para eventos complexos. Nesse sentido, mesmo sem a presença das redes sociais digitais à época do surgimento da narrativa conspiratória, o caso se tornou emblemático e atravessou décadas alimentado por esse imaginário coletivo de suspeita institucional.

No que diz respeito à teoria que afirma que os “Illuminati ou a chamada Nova Ordem Mundial controlam governos e instituições” 58,2% dos respondentes, que equivale a 96 pessoas, marcaram a opção “falsa”, demonstrando que não acreditam nesta teoria. Por outro lado, 21,8% (36 pessoas) afirmaram nunca terem ouvido falar sobre essa teoria, enquanto que 20% (33 pessoas) declararam acreditar que ela seja verdadeira.

Gráfico 9: Illuminati / Nova Ordem Mundial controlam governos e instituições

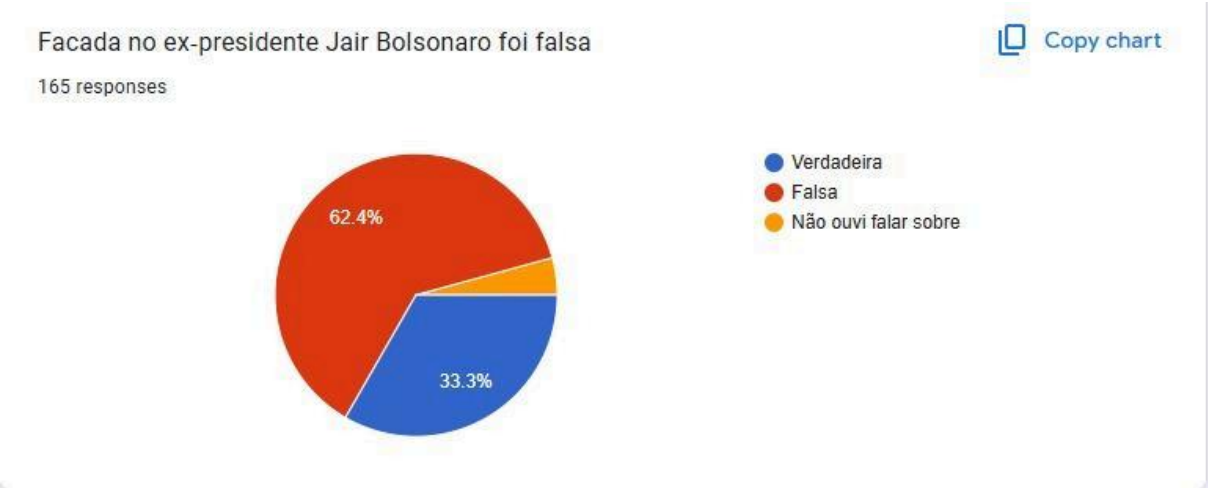


Fonte: Google Forms (2025)

De forma semelhante à análise realizada sobre a teoria envolvendo o assassinato do presidente John F. Kennedy, observa-se também aqui um índice significativo de desconhecimento por parte dos participantes, o que pode estar relacionado ao fato de se tratar de uma narrativa conspiratória mais antiga, cuja circulação nos ambientes digitais contemporâneos ocorre de forma menos intensa. Embora essa teoria tenha ganhado grande visibilidade em momentos específicos do passado, especialmente em fóruns e canais alternativos de informação, os dados revelam que, entre os respondentes, ela não possui elevada credibilidade nem grande relevância atual. O alto percentual de rejeição à teoria (mais da metade da amostra) contraria a expectativa de ampla difusão desse tipo de narrativa, sugerindo uma postura mais crítica ou desinteressada por parte do público em relação a esse conteúdo específico.

Em relação à teoria de que a facada no ex-presidente Jair Bolsonaro, ocorrida durante a campanha eleitoral de 2018, teria sido forjada, apresenta um índice expressivo de aceitação entre os participantes da pesquisa: 33,3% (55 pessoas) afirmaram acreditar que a teoria é verdadeira, enquanto 62,4% (103 pessoas) consideram-na falsa e apenas 4,2% (7 pessoas) disseram não conhecer a narrativa. Cabe ressaltar, neste contexto, que trata-se da segunda teoria com maior índice de adesão entre os respondentes, o que evidencia a força de determinadas narrativas conspiratórias no cenário político recente do país.

Gráfico 10: Facada no ex-presidente Jair Bolsonaro foi falsa



Fonte: Google Forms (2025)

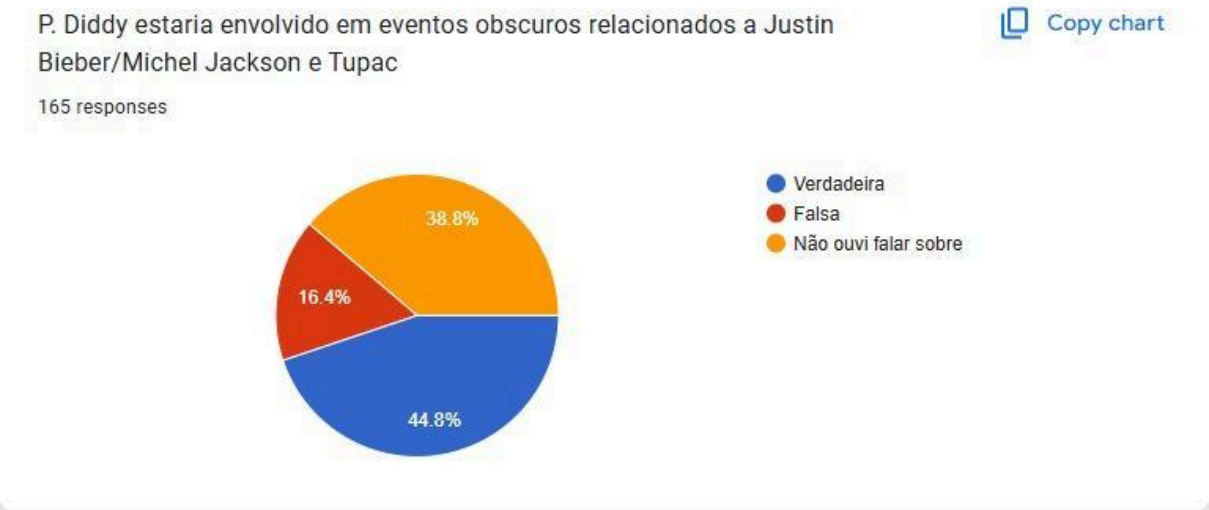
Essa teoria, amplamente disseminada nas redes sociais digitais, está intrinsecamente ligada ao contexto eleitoral de 2018, período marcado por intensas disputas ideológicas e pela emergência do fenômeno da desinfodemia, termo que, segundo Rodrigues, Bonone e Mielli (2020), descreve a crise informacional provocada pela proliferação descontrolada de conteúdos enganosos, especialmente em ambientes digitais.

Nessa perspectiva, Zattar (2017) destaca que a desinformação ameaça diretamente a qualidade do debate público e a própria saúde democrática, ao dificultar a distinção entre o verdadeiro e o falso e influenciar percepções, decisões e posicionamentos políticos. Ademais, essa teoria específica também revela uma brecha de desconfiança em relação à cobertura midiática tradicional, como aponta Oliveira (2020), ao afirmar que as teorias da conspiração refletem uma desconfiança generalizada em relação às instituições políticas e à mídia, reforçando a tendência de se buscar explicações ocultas para eventos complexos.

Assim, a significativa adesão a essa teoria, mesmo diante de ampla documentação oficial, evidencia o impacto contínuo da desinformação na opinião pública e na crise da credibilidade institucional.

Já no que concerne à teoria conspiratória envolvendo o rapper P. Diddy, que é também a mais recente dentre as teorias apresentadas no questionário, identifica-se uma maior adesão entre os participantes da pesquisa, sendo que 44,8% (74 pessoas) afirmaram acreditar que ela é verdadeira, enquanto 16,4% (27 pessoas) a consideram falsa. Além disso, 38,8% (64 pessoas) declararam não ter conhecimento sobre o assunto.

Gráfico 11: P. Diddy estaria envolvido em eventos obscuros relacionados a Justin Bieber/Michel Jackson e Tupac



Fonte: Google Forms (2025)

Essa alta taxa de adesão, mesmo diante da ausência de comprovação oficial, pode ser explicada, em parte, pela circulação dessa narrativa em plataformas como TikTok e X (antigo Twitter), espaços onde o controle editorial é menos rigoroso e onde se intensifica a atuação dos chamados “novos atores sociais”.

Embora a teoria aborde eventos sem respaldo factual: como a suposta participação do rapper em abusos contra Justin Bieber e em envolvimentos nas mortes de Michael Jackson e Tupac, ela se ancora em registros de processos reais contra o artista, como vídeos de violência doméstica amplamente divulgados e acusações de tráfico sexual (G1, 2024). A significativa credibilidade atribuída a essa narrativa evidencia a crise de confiança nas instituições midiáticas tradicionais e se alinha à perspectiva de Oliveira (2020), para quem as teorias da conspiração representam uma desconfiança generalizada em relação às instituições políticas e à mídia, levando o público a buscar explicações ocultas para eventos complexos.

Além disso, o trabalho de Rizzotto (2012) sobre o jornalismo como quarto poder sustenta que, por vezes, a mídia atua subordinada a interesses econômicos e políticos, alimentando a percepção de que certas informações são silenciadas, já que o rapper acusado possui grande poder aquisitivo. Deste modo, a popularidade dessa teoria demonstra como a ausência de apuração aprofundada em veículos tradicionais, aliada à circulação massiva em redes digitais, pode gerar adesão significativa a narrativas conspiratórias, mesmo em casos sem comprovação concreta.

Entre os elementos mais controversos dessa teoria, destacam-se alegações de que Sean Combs, conhecido artisticamente como P. Diddy, teria envolvimento direto com eventos

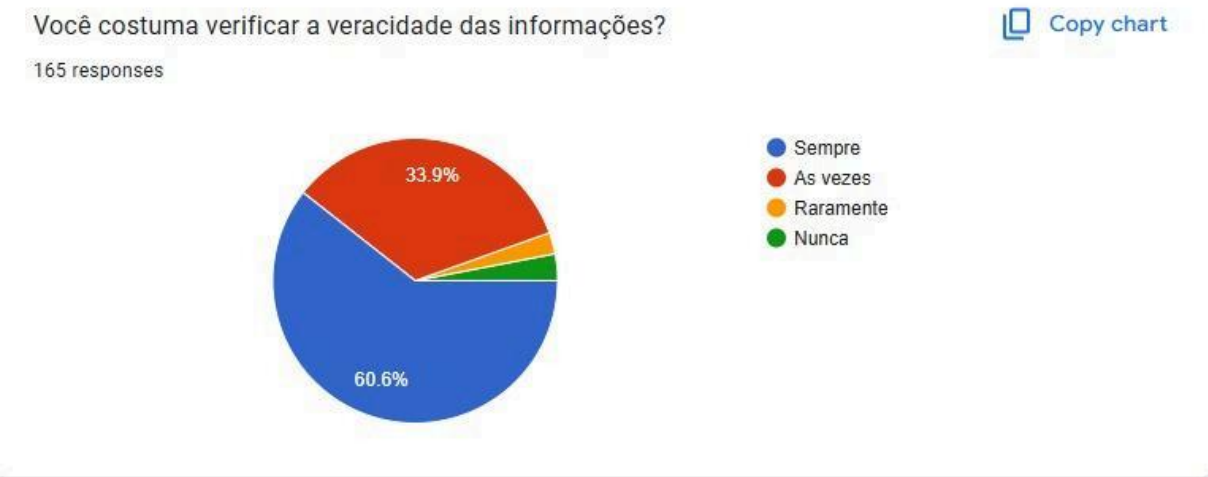
obscuros relacionados a artistas de grande projeção como Michael Jackson, Justin Bieber e Tupac Shakur. Em redes como TikTok e X (antigo Twitter), circularam especulações de que existiria um túnel secreto ligando a casa de P. Diddy à de Michael Jackson, o que sugeriria uma relação mais íntima e possivelmente comprometedora entre os dois artistas. Em relação a Justin Bieber, a teoria sustenta que, ainda na adolescência, o cantor teria sido alvo de comportamentos inapropriados por parte do rapper, citando como exemplo um vídeo de 2014 no qual P. Diddy afirma que passaria 48 horas com Bieber que, na época, tinha apenas 15 anos, dizendo: “vamos ficar completamente loucos”.

Tais narrativas, embora sem comprovação oficial, refletem a atuação das redes sociais digitais como ambientes férteis para a propagação de investigações informais e denúncias públicas que, muitas vezes, não recebem atenção proporcional da mídia tradicional. Ainda nesse contexto, há quem acredite que P. Diddy teve participação na morte de Tupac Shakur, uma vez que era produtor de The Notorious B.I.G., o maior rival de Tupac no cenário do rap dos anos 1990. A coincidência de disputas musicais e interesses comerciais entre os envolvidos é frequentemente usada pelos defensores da teoria como justificativa para sustentar tais suspeitas. Embora careçam de provas concretas, essas narrativas continuam a reverberar digitalmente.

Após as respostas que diziam respeito ao conhecimento ou não acerca de teorias da conspiração, chegamos à última etapa do formulário, que buscou compreender se os participantes costumam verificar a veracidade das informações que consomem. Aqui cabe, novamente, reiterar que os questionários foram respondidos de forma anônima, algo que foi avisado aos respondentes, de modo a não gerar nenhum tipo de desconforto ou acanhamento com as respostas.

Dentre os 165 respondentes, a 60,6%, correspondente a 100 pessoas, afirmaram que sempre realizam esse tipo de checagem. No entanto, ao somarmos os que verificam apenas às vezes (33,9%), raramente (2,4%) ou nunca (3%), temos 65 indivíduos, o que representa 39,4% dos participantes, que não mantêm um hábito constante de verificação. Esse dado ganha ainda mais relevância ao ser confrontado com os resultados da primeira pergunta do questionário, que indicaram que 80,6% dos respondentes acompanham notícias, seja por redes sociais digitais, seja por mídias tradicionais.

Gráfico 12: Você costuma verificar a veracidade das informações?

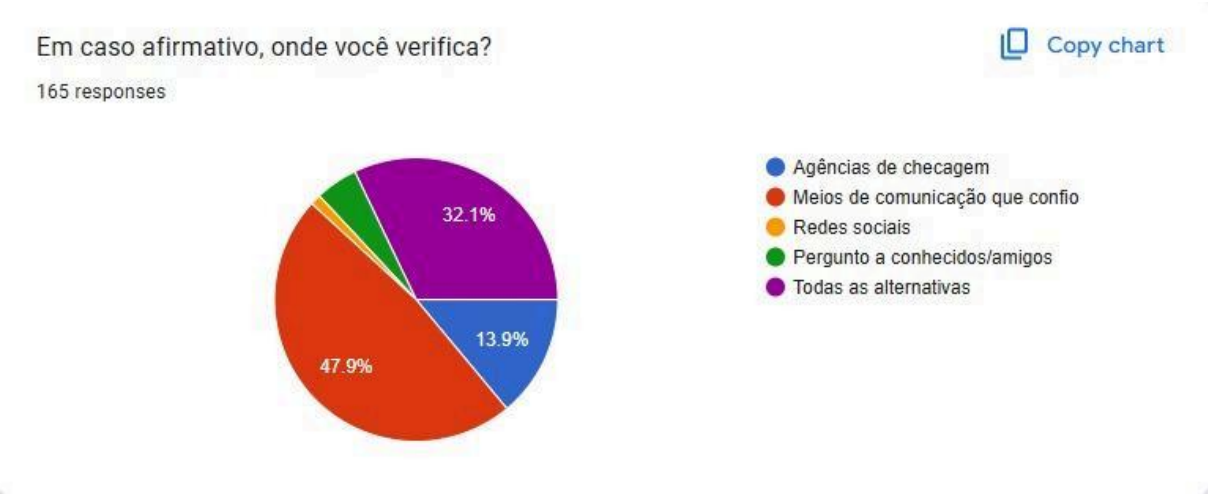


Fonte: Google Forms (2025)

Ou seja, após a análise das respostas, identifica-se que um número significativo de pessoas consome informações regularmente, mas sem necessariamente checar sua veracidade com consistência. Isso revela um cenário preocupante, que evidencia a necessidade urgente de estimular o desenvolvimento do senso crítico na população, especialmente em um contexto social em que as fake news e as teorias da conspiração se espalham com facilidade e podem gerar sérias consequências individuais e coletivas.

Na sequência, foi perguntado aos participantes onde costumam verificar a veracidade das informações consumidas. A maioria (47,9%, ou 79 respondentes) afirmou que realiza essa verificação em meios de comunicação que considera confiáveis. Em segundo lugar, 32,1% (53 pessoas) marcaram todas as alternativas disponíveis: agências de checagem, redes sociais digitais, meios de comunicação confiáveis e conhecidos/amigos. Apenas 4,8% (8 respondentes) afirmaram recorrer exclusivamente a amigos ou conhecidos, enquanto um número ainda menor, 1,2% (2 pessoas), declarou confiar nas redes sociais digitais como fonte de checagem.

Gráfico 13: Em caso afirmativo, onde você verifica?



Fonte: Google Forms (2025)

Embora o uso de meios de comunicação considerados confiáveis pareça, à primeira vista, um dado positivo, é necessário ponderar que a percepção de confiabilidade é subjetiva. Nem todos os veículos que os indivíduos consideram confiáveis de fato seguem os critérios de rigor jornalístico. Esse ponto remete diretamente à discussão teórica abordada no capítulo 2.2 sobre a crise da credibilidade do jornalismo, tanto no âmbito da mídia tradicional quanto digital.

Dentro desse contexto, é relevante observar que apenas 13,9% dos respondentes utilizaram as agências de checagem, que representam hoje o recurso mais objetivo e tecnicamente adequado para confirmar ou refutar informações duvidosas. Esse dado reforça novamente a importância de estimular o senso crítico da população, que muitas vezes acredita estar checando informações, mas o faz por vias imprecisas ou enviesadas.

Por fim, a última pergunta do formulário investigou se os respondentes já haviam compartilhado alguma teoria ou notícia que posteriormente descobriram ser uma fake news. Do total de 165 respostas, 49,1% (81 pessoas) afirmaram que não, enquanto 34,5% (57 pessoas) admitiram que sim, e 16,4% (27 pessoas) declararam não saber.

Gráfico 14: Você já compartilhou alguma teoria ou notícia que depois descobriu ser fake news?

Fonte: Google Forms (2025)

A partir das respostas, apesar de quase metade das respostas apontarem para uma negação no que diz respeito ao compartilhamento de informações falsas, a soma das respostas “sim” e “não sei”, que totalizam 50,9%, acende o alerta de que é necessário problematizar esses números, sobretudo se pensarmos que para além deste total, pode haver pessoas que já difundiram conteúdos inverídicos, mas não descobriram acerca da sua falsidade.

Além disso, o fato de 57 indivíduos reconhecerem que já compartilharam fake news é extremamente preocupante, pois indica uma falha no processo de checagem de informações. Este número entra em contradição direta com os 60,6% de participantes que afirmaram sempre verificar a veracidade das informações. Se a checagem está de fato sendo feita, por que ainda ocorre o compartilhamento de conteúdos falsos? A resposta pode estar no tipo de fonte utilizada para essa verificação, como visto anteriormente, a maioria executa tal checagem em meios de comunicação que considera confiáveis, mas que nem sempre são de fato comprometidos com a veracidade.

Essa situação reforça a atuação de novos atores sociais que, mesmo sem intenção maliciosa, acabam sendo vetores de desinformação ao compartilhar conteúdos sem a devida apuração, agravando ainda mais a crise de credibilidade enfrentada pela sociedade contemporânea. Tal cenário exige ações de conscientização e educação midiática, para que os cidadãos possam desenvolver um senso crítico mais aguçado e uma postura ética diante da informação que consomem e compartilham.

Passando para uma análise mais global dos dados obtidos por meio do formulário, permitiu identificar importantes padrões de comportamento informacional entre os participantes. O perfil da amostra revelou predominância de mulheres (58,8%) e de indivíduos entre 26 e 59 anos, o que indica que o fenômeno da desinformação não se restringe aos públicos mais jovens, frequentemente associados ao uso massivo das redes sociais digitais. Ademais, a maioria (80,6%) declarou acompanhar notícias com frequência, demonstrando que o consumo de informação faz parte da rotina dos respondentes.

No entanto, esse dado positivo entra em tensão com o fato de que muitos informam buscar conteúdo prioritariamente em plataformas como Instagram e WhatsApp, mídias nas quais o conteúdo circula com alta velocidade e baixo controle editorial, favorecendo o compartilhamento de conteúdos não verificados.

No que se refere às teorias analisadas, percebe-se uma tendência clara de rejeição às mais amplamente desmentidas, como a de que a Terra é plana (93,3% rejeição) e a teoria antivacina (90,9% rejeição), o que indica certo amadurecimento informacional diante de narrativas já confrontadas por instituições científicas e iniciativas de checagem de fatos.

Contudo, outras teorias obtiveram índices mais altos de aceitação ou dúvida, especialmente aquelas vinculadas ao contexto político brasileiro, como a suposta farsa da facada em Jair Bolsonaro (33,3% de adesão) ou ainda a teoria que liga o rapper P. Diddy a conspirações envolvendo celebridades (44,8% de adesão). Esses dados apontam que teorias mais recentes e com apelo emocional ou sensacionalista tendem a ter maior impacto entre os respondentes, sobretudo quando amplificadas por redes sociais digitais como TikTok e X (antigo Twitter), onde o engajamento se sobrepõe à veracidade.

Outro fator relevante é o índice de desconhecimento em relação a teorias consideradas “clássicas”, como as que envolvem o assassinato de John F. Kennedy ou a Nova Ordem Mundial. Esse distanciamento pode indicar mudanças na centralidade das narrativas conspiratórias ao longo do tempo, bem como uma fragmentação do acesso à informação, onde bolhas digitais determinam quais conteúdos chegam a cada grupo. Ao observar os dados de forma agregada, constata-se que, embora muitos participantes reconheçam e rejeitem determinadas *fake news*, outras ainda circulam com força, seja por desconhecimento, seja por identificação com discursos já internalizados. Deste modo, o comportamento informacional revelado no questionário mostra que o público não é passivo, mas opera dentro de um ecossistema de informação dinâmico que muitas vezes pode contribuir para o cenário desinfodemia.

Por fim, uma ambiguidade se reforça na última etapa do formulário, que investigou os hábitos de verificação das informações consumidas. Embora 60,6% dos respondentes afirmem que “sempre” checam a veracidade do que recebem, 39,4% admitem que o fazem apenas ocasionalmente, raramente ou nunca. Além disso, mesmo entre os que realizam checagens, 50,9% já compartilharam conteúdos falsos, um dado que coloca em dúvida a efetividade da verificação declarada. Muitos participantes afirmaram confiar em “meios de comunicação considerados confiáveis”, mas essa percepção é subjetiva e, em alguns casos, pode incluir fontes que não prezam pela veracidade.

Assim, os dados analisados revelam um comportamento informacional fragilizado, em que o consumo frequente de notícias não garante discernimento nem resistência plena às *fake news*. Tal cenário exige uma resposta sistêmica e educativa, voltada à formação crítica da população e ao fortalecimento de estratégias de combate à desinformação.

5. Considerações finais

Após o tensionamento entre as concepções teóricas debatidas no presente trabalho, bem como por meio da análise dos dados obtidos, uma primeira consideração consiste na diversidade de comportamentos informacionais dos participantes, bem como os níveis de adesão, rejeição e desconhecimento em relação a diferentes narrativas conspiratórias, algo que possui reflexos diretamente na ampliação do consumo de conteúdo nas redes/plataformas digitais e de uma crise de credibilidade do jornalismo que também é fomentada por este processo de midiatização e de digitalização que transformou radicalmente as relações entre a mídia e o público, sobretudo no que diz respeito ao agendamento noticioso e o "poder absoluto da mídia".

Sobre esta quebra de um poder absoluto da mídia, evocamos o conceito de quinto poder, proposto por Pereira (2023), e que afirma que com a emergência do digital e com a possibilidade de qualquer usuário se tornar produtor de conteúdo, ganha força um quinto poder, que ganha força através de ações dos cidadãos em relação ao jornalismo e aos demais poderes, sobretudo de fiscalização, de cobranças, de questionamento da legitimidade e de criação de novas narrativas que refutam o que a mídia traz como verdade absoluta.

Além disso, os resultados revelaram uma postura crítica diante de teorias amplamente refutadas, mas também evidenciaram a vulnerabilidade de parte da população frente a narrativas recentes, especialmente aquelas com apelo emocional, político ou sensacionalista. A contradição entre o consumo frequente de notícias e a checagem irregular das informações demonstra um cenário complexo, no qual o excesso de conteúdo, a personalização algorítmica e a confiança subjetiva nas fontes tornam a desinformação um fenômeno persistente.

A partir da análise, indica-se também a urgente necessidade de repensarmos as formas pelas quais os cidadãos comuns têm conquistado crescente autonomia na geração e difusão de conteúdos informacionais, redefinindo os centros de poder simbólico. Essa transformação não apenas amplia os pontos de vista disponíveis no espaço público, como também desafia as estruturas tradicionais de validação da notícia, criando um ambiente em que a credibilidade se torna fluida, disputada e constantemente renegociada.

Nesse cenário, o papel do usuário se torna central: da mesma forma que o meio digital democratiza a produção de conteúdo, ele exige uma responsabilização coletiva quanto à qualidade da informação que circula. Em consonância com essa visão, Moraes e Ferro (2017) destacam que o jornalismo deve atuar de maneira colaborativa com o público na organização

do debate público, fomentando uma cultura informacional mais ética e comprometida com o interesse coletivo.

Por outro lado, uma potencialidade estaria justamente no que apresentam Grossi e Soares (2018), que reforçam a importância da literacia midiática como ferramenta essencial para que os cidadãos desenvolvam competências críticas capazes de orientar suas práticas de consumo e compartilhamento de conteúdo. Assim, tanto os autores citados quanto os próprios objetivos desta pesquisa convergem para a ideia de que a reinvenção do jornalismo como agente de mediação passa pela capacidade de se adaptar às exigências do ambiente digital sem abdicar de seu compromisso com a verdade e com o bem comum. Além desses autores, diversos outros utilizados ao longo deste trabalho também apontam na mesma direção, reforçando que, se a crise de confiança é alimentada pela velocidade, pela dispersão e pela pluralidade de vozes, sua superação exige novos arranjos baseados em responsabilidade compartilhada, transparência, educação crítica e valorização da audiência como sujeito ativo no ecossistema informacional.

Diante dos achados apresentados, conclui-se que compreender o impacto das teorias da conspiração e das *fake news* não se limita à identificação de conteúdos falsos, mas envolve uma análise mais ampla sobre as dinâmicas de circulação da informação, os novos papéis sociais dos usuários e os desafios enfrentados pelas instituições jornalísticas na contemporaneidade.

Por fim, este trabalho buscou contribuir para esse debate, ressaltando a importância da educação midiática, da responsabilização coletiva e da valorização da transparência no ecossistema digital, e também reconhecendo que a temática é atual e está em constante mutação, o que aponta para a necessidade de se expandir os estudos sobre este assunto.

6. Referências

ABIDIN, C.; KARHAWI, I. Influenciadores digitais, celebridades da internet e “blogueirinhas”: uma entrevista com Crystal Abidin. Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 44, n. 1, p.289-301, jan./abr. 2021. Disponível em: https://www.scielo.br/j/interc/a/WftrmyFhn6K5r366RN9hSZD/. Acesso em: 23 jun. 2025.

ALBUQUERQUE, A.; QUINAN, R. **Crise epistemológica e teorias da conspiração: o discurso anti-ciência do canal “Professor Terra Plana”.** Revista Mídia e Cotidiano, v. 13, n. 3, p. 83-104, 2018.

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. Acesso em: 25 jun. 2025.

ALTARES, G. **A longa história das notícias falsas.** El País, Madrid, 18 jun. 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/08/cultura/1528467298_389944.html. Acesso em: 25 jun. 2025.

AZARIAS, W. “Não confie em ninguém”: teorias da conspiração como mitologia política. **Alabastro**, v. 2, nº 6, 2015.

BASTOS, P. N. Comunicação, interação e engajamento: fronteiras epistemológicas e alcances políticos. **Anais eletrônicos [...]** 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom 2018, Joinville, 2018. Disponível em: https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1095-1.pdf. Acesso em: 16 jun. 2025.

BARKUN, M. **“Conspiracy Theories as Stigmatized Knowledge.” Diogenes**, v. 62, nº 3-4, p. 114-20, 2015. DOI: 10.1177/0392192116669288.

BECKER, B. **Reconfigurações do Jornalismo Audiovisual:** um estudo da cobertura do Fantástico sobre a pandemia da covid-19. Lumina, Juiz de Fora, v. 15, n. 3, p. 6-22, 2021.

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade:** tratado de sociologia do conhecimento [por] Peter L. Berger e Thomas Luckmann. Tradução de Floriano de Souza Fernandes. Petrópolis, Vozes, 1985.

BIERNATH, C. A. G.; SILVA, M. Entre subjetividade, manipulação e efeito de verdade: problemáticas do jornalismo como “Quarto Poder”. **Revista Multiplicidades**. Bauru-SP, vol. 6, 2015. Disponível em: https://revistas.fibbauru.br/multiplicidadefib/article/view/66. Acesso em: 10 jun. 2025.

BRUNS, Axel. **Gatewatching:** Collaborative online news production. New York: Peter Lang, 2005.

CASTELS, M. A era da Informação: economia, sociedade e cultura. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2012.

DUGNANI, P. Meios de Comunicação de Massa e Meios Digitais: Remassificação e internetilização. **Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación**, v. 22, p. 1-13, 2024.

FAUSTO NETO, A. **As bordas da circulação**. ALCEU, Rio de Janeiro, v. 10, n. 20, p. 55-69. jan./jun. 2010.

GARCIA, L. R.; DUARTE, E. (2020). Infodemia: excesso de quantidade em detrimento da qualidade das informações sobre a COVID-19. **Epidemiologia e Serviços da Saúde.** Brasília. Disponível em: https://www.scielosp.org/article/ress/2020.v29n4/e2020186/. Acesso em: 25 jun. 2025.

GENRO FILHO, A. Sobre a necessidade de uma teoria do jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 1, n. 1, p. 160-163, 2004. Disponível em https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2233. Acesso em: 03 abr. 2025.

GROSSI, A.; SANTOS, G. Jornalismo e credibilidade: Uma percepção do público. Ámbitos. Revista internacional de comunicación, v. 3, n. 42, p. 40-54, 2018.

GUARESCHI, P. Mídia e democracia: o quarto versus o quinto poder. **Revista Debates**. Porto Alegre, v.1, n.1, jul.-dez. 2007. p. 6-25. DOI: https://doi.org/10.22456/1982-5269.2505

GUARESCHI, P.; BIZ, O. **Mídia e Democracia.** Porto Alegre: Evangraf, 2005.

HJARVARD, S. Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. MATRIZes, São Paulo, Brasil, v. 8, n. 1, p. 21–44, 2014. Disponível em: <https://revistas.usp.br/matrizes/article/view/82929>. Acesso em: 24 jun. 2025.

IBGE. **Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2023.** Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua, 2024. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv102107_informativo.pdf. Acesso em: 20 mar. 2025.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência.** 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009. 428 p.

KARHAWI, I. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Communicare**, São Paulo, v. 17, edição comemorativa, p. 46-61, 2017.

KAUFMAN, D.; SANTAELLA, L. O papel dos algoritmos de inteligência artificial nas redes sociais. **Revista FAMECOS**, *27*, 2020. DOI: https://doi.org/10.15448/1980-3729.2020.1.34074

LEMOS, André. Celulares, funções pós-midiáticas, cidade e mobilidade. Revista Brasileira de Gestão Urbana, v. 2, n. 2, p. 155-166, jul./dez. 2010.

MAGNONI, A. F.; CAMARGO, A. C.; MIRANDA, G. V. A internet como indutora da participação política: mídia, tecnologia e engajamento nos ambientes digitais. Comunicologia - Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília, v. 10, n. 2, p. 182-201, 18 dez. 2017.

MARINONI, B. Concentração dos meios de comunicação de massa e o desafio da democratização da mídia no Brasil. **Intervozes/Friedrich-Ebert-Stiftung (FES)**. Análise nº 13/2015, nov. 2015. p. 1-27.

MENESES, J. P. Sobre a necessidade de conceptualizar o fenómeno das fake news. **Observatorio (OBS*)**, p. 37-53, 2018. Disponível em: http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/1376. Acesso em: 25 jun. 2025.

MORAES, A. T.; FERRO, R. X. O. Quanto poder ainda tem o Jornalismo. PANORAMA: Goiânia, v. 7, n. 2, p. 26-30, ago./dez. 2017.
NELSON TRAQUINA. "Quem vigia o "quarto poder"?. In: ANAIS DO 9° ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2000, Porto Alegre. Anais eletrônicos..., Galoá, 2000. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2000/trabalhos/quem-vigia-o-quarto-poder?lang=pt-br> Acesso em: 16 Jul. 2025.

NOVELLI, A. L. C. R. O projeto Folha e a negação do quarto poder. In: MOTTA, L. G. (Org.). **Imprensa e poder.** Brasília: UnB-Imprensa Oficial, 2002.

G1. **Fato ou Fake: em 4 anos, mais de 3 mil checagens foram realizadas.** G1, 30 jul. 2022. Disponível em:https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2022/07/30/fato-ou-fake-em-4-anos-mais-de-3-mil-checagens-foram-realizadas.ghtml. Acesso em: 01 jul. 2025.

O GLOBO. **Usuários já usam Threads para espalhar notícias falsas e discursos de ódio.** O Globo, 08 jul. 2023. Disponível em: https://oglobo.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2023/07/08/usuarios-ja-usam-threads-para-espalhar-noticias-falsas-e-discursos-de-odio.ghtml. Acesso em: 01 jul. 2025.

OLIVEIRA, Thaiane. **Desinformação científica em tempos de crise epistêmica: circulação de teorias da conspiração nas plataformas de mídias sociais**. *Fronteiras – estudos midiáticos*, São Leopoldo: Unisinos, v. 22, n. 1, p. 21–35, jan./abr. 2020. DOI: 10.4013/fem.2020.221.03.

OROZCO GÓMEZ, G. Os meios de comunicação de massa na era da internet. **Comunicação & Sociedade**, v. 3, p. 373-378. Disponível em: https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v11i3p373-378. Acesso em: 14 jun. 2025.

PARASURAMAN, A. **Marketing research.** execução e 2. ed. Addison Wesley Publishing Company, 1991.

PEREIRA, G. T. F.; KOCHHANN LUCAS, M. Informação, desinformação e infodemia: análise de conteúdos divulgados sobre as enchentes no Rio Grande do Sul em 2024. **Revista Comunicação Midiática**, Bauru, SP, v. 19, n. 1, p. 54–76, 2024. DOI: 10.5016/4pam0d91. Disponível em: https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/621.. Acesso em: 23 maio. 2025.

PEREIRA, G. T. F. **Jornalismo e informação em telas: poderes, diálogo e disputa por legitimidade**. Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Comunicação - UFJF, Juiz de Fora-MG. 2023. 269 f. Disponível em: https://repositorio.ufjf.br/jspui/bitstream/ufjf/16171/1/gustavoteixeiradefariapereira.pdf. Acesso em: 13 maio 2025.

PINHEIRO, M. M. K.; BRITO, V. P. Em busca do significado da desinformação. **DataGramaZero - Revista de Informação,** v. 15, nº 6, p. 1-8, 2014.

PLITT, L. **Pandemia de covid: por que há tantas teorias da conspiração sobre o coronavírus.** BBC News Mundo, 3 nov. 2020. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/internacional-54787746. Acesso em: 26 jun. 2025.

PRIMO, A. F. T. Interação Mútua e Interação reativa: uma proposta de estudo. **Revista FAMECOS**: Porto Alegre, nº 12, jun, 2000.

RECUERO, R. Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão. *In*: SOSTER, Demétrio de Azeredo; FIRMINO, Fernando. (Org.). **Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma.** Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009. Disponível em: http://www.raquelrecuero.com/artigos/artigoredesjornalismorecuero.pdf. Acesso em: 14 jun. 2025.

RIZZOTTO, C. C. Constituição histórica do poder na mídia no Brasil: o surgimento do quarto poder. **Revista de Estudos da Comunicação**, v. 13, nº 31, 2012. p. 111-120. DOI: https://doi.org/10.7213/rec.v13i31.22403

RODRIGUES, T.; BONONE, T.; MIELLI, R. Desinformação e crise da democracia no Brasil: é possível regular fake news?. **Confluências**, v. 22, n. 3, p. 30-52, dez.-mar. 2021.

SODRÉ, N. W. **História da Imprensa no Brasil.** 4ª. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SODRÉ, M. A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

SOSTER, D. A. A reconfiguração do jornalismo na primeira década do século XXI. **Ícone**, Pernambuco, v. 11, n. 2, p. 1-18, dez. 2009. Disponível em: https://periodicos.ufpe.br/revistas/index.php/icone/article/view/230172. Acesso em: 24 jun. 2025.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional.** Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, N. "Quem vigia o "quarto poder"?. *In:* **Anais [...]** 9° Encontro Anual da Compós, Campinas: Galoá, 2000. Disponível em: https://proceedings.science/compos-2000/papers/-quem-vigia-o--quarto-poder--?lang=pt-br. Acesso em: 03 abr. 2025.

VAN DIJCK, J. Confiamos nos dados? As implicações da datificação para o monitoramento social. **MATRIZes**, São Paulo, Brasil, v. 11, n. 1, p. 39–59, 2017. Disponível em: https://revistas.usp.br/matrizes/article/view/131620.. Acesso em: 23 jun. 2025.

VINUTO, Juliana. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. Tematicas, Campinas, SP, v. 22, n. 44, p. 203–220, 2014. Disponível em: https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/tematicas/article/view/10977. Acesso em: 3 jul. 2025.

WARDLE, C; DERAKHSHAN, H. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making, **Council of Europe Report**, 2017.

WERMUTH, M. A. D.; DE MORAIS, J. L. B.; FESTUGATTO, A. M. F. A pandemia da desinformação: covid-19 e as mídias sociais-do fascínio tecnológico à (auto) regulação. **Revista Quaestio Iuris**, v. 15, n. 1, p. 377-397, 2022.

WINQUES, K.; LONGHI, R. R. Dos Meios às Mediações (Algorítmicas): Mediação, Recepção e Consumo em Plataformas Digitais. **MATRIZes**, v. 16, nº 2, 2022. p. 151 - 172. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/matrizes/issue/view/12502/2348. Acesso em: 16 jun. 2025.

ZATTAR, M. Competência em informação e desinformação: critérios de avaliação do conteúdo das fontes de informação. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v.13, n.2, nov. 2017, p. 285-293. Disponível em: http://revista.ibict.br/liinc/article/view/4075. Acesso em: 25 jun. 2025.