



XXIII Seminário Nacional de  
Bibliotecas Universitárias

17 A 20 DE NOVEMBRO  
SÃO PAULO - SP

Eixo 7 – Censura e Pós-verdade

## Sistematização da pesquisa brasileira sobre desinformação e fenômenos correlatos

*Systematization of Brazilian research on disinformation and related phenomena*

**Carlos Alberto Ávila Araújo** – Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) –  
carlosaraujoufmg@gmail.com

**Letícia Gomes de Oliveira** – Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) –  
leticiagomesdeoliveira03@gmail.com

**Mikaellen Fabiane da Silveira** – Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) –  
mikaellenfabiane@gmail.com

**Resumo:** São apresentados os resultados de uma pesquisa sobre a produção científica brasileira sobre desinformação e fenômenos correlatos. Foram coletados e sistematizados 340 artigos sobre desinformação, discursos de ódio, negacionismo, pós-verdade, infodemia e teorias da conspiração encontrados no Portal de Periódicos Capes. Foram considerados os seguintes elementos: formato das mensagens; canal em que as mensagens foram veiculadas; sujeitos produtores dos conteúdos; público ou sujeitos atacados; posturas dos sujeitos face aos conteúdos; ações de combate à desinformação; assunto ou tema da desinformação. Os resultados corroboram diagnósticos apontados na literatura especializada sobre os fenômenos analisados.

**Palavras-chave:** Desinformação. Discursos de ódio. Teorias da conspiração. Infodemia. Negacionismo.

**Abstract:** This text presents the results of a survey of Brazilian scientific production on disinformation and related phenomena. A total of 340 articles on disinformation, hate speech, denialism, post-truth, infodemic and conspiracy theories found on the Capes Journals Portal were collected and systematized. The following elements were considered: message format; channel on which the messages were broadcast; subjects producing the content; target audience or subjects attacked; subjects' attitudes towards the content; actions to combat disinformation; subject or theme of the disinformation.





The results corroborate diagnoses indicated in the specialized literature on the phenomena analyzed.

**Keywords:** Disinformation. Hate speech. Conspiracy theories. Infodemic. Denialism.

## 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo apresentar os resultados de um estudo sobre a pesquisa brasileira sobre desinformação e fenômenos correlatos, como os discursos de ódio e as teorias da conspiração. Essa pesquisa vem sendo desenvolvida desde setembro de 2024, com financiamento do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), por meio de duas bolsas de iniciação científica. Ela se insere no âmbito do programa Formação Cidadã em Defesa da Democracia, um projeto da Universidade Federal de Minas Gerais em parceria com o Supremo Tribunal Federal.

O estudo tem ainda como objetivo produzir um mapeamento da pesquisa brasileira na área, como forma de aumentar a visibilidade e acessibilidade dos conhecimentos produzidos. Até o momento, os dados foram coletados e sistematizados. A pesquisa está na etapa de análise dos dados. Está prevista ainda, em uma etapa posterior, a produção de vídeos de divulgação de alguns dos resultados encontrados. No presente trabalho, são apresentados os resultados já coletados e sistematizados.

## 2 METODOLOGIA

A pesquisa apresentada neste texto originou-se com a percepção de que, nos últimos anos, foram produzidas muitas pesquisas no Brasil sobre desinformação e outros fenômenos relacionados às dinâmicas informacionais contemporâneas. Embora já exista um volume considerável de pesquisas realizadas, ainda faltam sistematizações dessa pesquisa, principalmente em âmbito nacional. Além disso, muitas vezes, o alcance dessas pesquisas fica restrito à própria comunidade científica, sem conseguir efetivamente alcançar outras parcelas da sociedade.

Assim, e considerando os potenciais da área de ciência da informação para a divulgação científica e a organização do conhecimento científico, foi planejada uma ação de sistematização do conhecimento científico já publicado, de forma a potencializar sua apresentação e divulgação para públicos mais amplos.



Inicialmente, pensou-se em trabalhar apenas com pesquisas sobre desinformação. Contudo, estudos recentes têm evidenciado a existência de diversos fenômenos relacionados, complementares, que compõem, juntos, as dinâmicas informacionais contemporâneas. Assim, optou-se por estudar pesquisas científicas sobre os seguintes fenômenos, além da desinformação: pós-verdade, infodemia, negacionismo, teorias da conspiração e discursos de ódio.

Na data de início da pesquisa, foi feita uma consulta ao Portal de Periódicos Capes, para identificar o universo da pesquisa. Foram encontrados os seguintes resultados: desinformação (1340 itens), discurso de ódio (1045), negacionismo (593), pós-verdade (403), infodemia (325) e teorias da conspiração (75).

Como analisar a totalidade dos artigos seria inviável, foi construída uma amostra, com partes proporcionais ao tamanho de cada um dos fenômenos, com algumas adaptações, totalizando 340 artigos. A amostra ficou assim: desinformação (100 artigos), discurso de ódio (100 artigos), negacionismo (50 artigos), pós-verdade (40 artigos), infodemia (30 artigos) e teorias da conspiração (20 artigos). Foram selecionados para a pesquisa apenas estudos empíricos, isto é, que analisaram algum caso ou fenômeno de desinformação. Foram descartados, assim, estudos teóricos ou revisões de literatura.

Foi feita uma primeira sistematização dos artigos selecionados, em uma tabela, contendo os seguintes elementos de identificação: título do artigo, autores, periódico no qual foi publicado, área científica do periódico, objeto de estudo, fato ou fenômeno estudado no artigo, resultados encontrados e a referência completa do artigo. Com isso, formou-se uma base de dados que permite encontrar as temáticas de pesquisa e localizar onde aparecem.

A etapa seguinte envolveu a sistematização do conteúdo dos artigos, isto é, das pesquisas descritas e apresentadas neles. Foram considerados os seguintes elementos: a) tipo ou formato das mensagens com desinformação analisadas; b) plataforma, rede ou canal no qual as mensagens foram publicadas ou veiculadas; c) sujeitos produtores dos conteúdos desinformativos; d) público ou sujeitos atacados nas mensagens analisadas; e) posturas e atitudes dos sujeitos face aos conteúdos identificados; f) ações de combate à desinformação analisadas; g) assunto ou tema da desinformação



analisada no artigo. É importante salientar que nem sempre foram encontradas todas as categorias nos artigos analisados.

### 3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

São apresentados a seguir os resultados obtidos com a sistematização dos artigos analisados por meio de categorias e contabilização de suas ocorrências. Os valores são apresentados abaixo com os números de frequência, nas tabelas, e com os percentuais, no texto – sendo que os percentuais se referem ao total da amostra da analisada, e não à ocorrência de cada variável de análise. Os dados são apresentados já com a somatória encontrada em relação às seis categorias de estudo. Será usada a palavra desinformação para abranger as seis categorias, como forma de simplificar o texto.

O primeiro item analisado nos artigos foi o formato das mensagens com desinformação, isto é, o tipo de mensagem que se procurou analisar. Os resultados apontam que postagens e publicações em redes sociais foram as mais estudadas, aparecendo em 22,0% dos artigos analisados na pesquisa. Ela foi seguida de produções orais e discursivas (como, por exemplo, pronunciamentos públicos, entrevistas, declarações, depoimentos, sermões religiosos e cantos de torcidas de futebol, entre outros), com 16,1%, e por notícias, reportagens e demais conteúdos de natureza jornalística (16,1%). Logo a seguir estão textos diversos, de natureza literária, técnica ou administrativa (12,0%), vídeos diversos (11,1%), comentários feitos em postagens (10,8%), mensagens (6,4%), publicações *online*, como verbetes de *Wikipedia* e conteúdos digitais (5,8%), documentos oficiais, como leis e atas (4,1%) e fotos e imagens (2,3%). Houve ainda um conjunto de formatos na categoria “outros” (3,5%), incluindo obras cinematográficas, áudios e charges. Os resultados são apresentados a seguir, na Tabela 1:

**Tabela 1** – Tipo de formato das mensagens

| <b>Tipo de mensagem</b>       | <b>Frequência</b> |
|-------------------------------|-------------------|
| Postagens                     | 75                |
| Produções orais e discursivas | 55                |
| Material jornalístico         | 55                |
| Textos                        | 41                |
| Vídeos                        | 38                |
| Comentários em postagens      | 37                |
| Mensagens                     | 22                |
| Publicações online            | 20                |

| <b>Tipo de mensagem</b> | <b>Frequência</b> |
|-------------------------|-------------------|
| Documentos oficiais     | 14                |
| Imagens/fotos           | 8                 |
| Outros                  | 12                |

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Descrição: Tabela com duas colunas. Na primeira coluna estão listados os tipos de mensagens encontrados na pesquisa, ordenados pela frequência. Na segunda coluna, estão os valores encontrados para cada tipo de mensagem.

O segundo item analisado diz respeito à plataforma ou rede social na qual foram veiculados os conteúdos desinformativos. A plataforma com maior frequência nos artigos analisados foi o *Facebook* (20%), seguido do *X*, antigo *Twitter* (17,6%). Em terceiro lugar aparecem estudos realizados em várias redes sociais, plataformas, aplicativos ou sites ao mesmo tempo (15,5%). A seguir aparecem *WhatsApp* (10%), *Instagram* (7,6%) e *YouTube* (7,0%). Logo depois estão estudos sobre algum site específico (4,4%), *Telegram* (2,6%) e estudos sobre fenômenos que ocorreram em espaços físicos (espaços públicos ou institucionais), com 2,0%. O *TikTok* esteve em 1,4% dos estudos, mesmo número de frequência de mídia eletrônica (televisão e/ou rádio). A categoria outros obteve 4,11%, com presença de aplicativos como *Pinterest*, *Tumblr*, *Reddit*, *Kwai* e *ChatGPT*, entre outros. Os resultados estão na Tabela 2, abaixo:

**Tabela 2 – Plataforma/rede**

| <b>Tipo de mensagem</b>  | <b>Frequência</b> |
|--------------------------|-------------------|
| <i>Facebook</i>          | 68                |
| <i>Twitter/X</i>         | 60                |
| Redes sociais            | 53                |
| <i>WhatsApp</i>          | 34                |
| <i>Instagram</i>         | 26                |
| <i>YouTube</i>           | 24                |
| <i>Sites específicos</i> | 15                |
| <i>Telegram</i>          | 9                 |
| Espaços físicos          | 7                 |
| <i>TikTok</i>            | 5                 |
| Mídia eletrônica         | 5                 |
| <i>Google</i>            | 3                 |
| Mídia impressa           | 3                 |
| Outros                   | 14                |

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Descrição: Tabela com duas colunas. Na primeira coluna estão listados as plataformas e redes sociais encontradas na pesquisa, ordenadas pela frequência. Na segunda coluna, estão os valores encontrados para cada tipo de plataforma ou rede.

O terceiro aspecto estudado diz respeito ao sujeito produtor dos conteúdos desinformativos estudados nos artigos. Em primeiro lugar estão as pessoas comuns,



anônimas, isto é, sem identificação, representando 21,7%. Estão incluídas nessa categoria *haters*, pessoas que acreditam em teorias conspiratórias, conservadoras, de posição política de direita, entre outras. Em segundo lugar estão políticos, líderes e governos identificados como de direita ou de extrema-direita, com 16,4%. Logo depois aparecem o ex-presidente Jair Bolsonaro e o chamado gabinete do ódio que funcionou durante seu exercício do cargo de presidente, com 14,7%. Embora seja um político alinhado ao movimento de extrema-direita, optou-se por contar separadamente as menções a ele. Contudo, caso fossem somados os valores para políticos de direita em geral e Jair Bolsonaro, o valor chegaria a 31,1%.

Na quarta posição estão os meios de comunicação (8,8%), seguidos de grupos compostos por pessoas comuns e anônimas, mas que têm algum grau de organização que permite identificá-los como grupos de posição política de extrema-direita, conservadores e/ou misóginos, com 8,2%. Em seguida estão influenciadores (pessoas, personalidades, assessores) com 6,7%, profissionais da saúde (5%) e fontes institucionais e científicas (3,5%). Importante destacar que, nos estudos analisados, nem sempre os conteúdos estudados, proferidos por tais sujeitos, são conteúdos desinformativos. Em alguns casos, é o contrário. Destacam-se ainda grupos e movimentos antivacina (2,9%), lideranças religiosas (2,6%) e órgãos e entidades dos poderes judiciário e legislativo (1,4%). Na categoria outros estão 4,4% dos estudos, relacionados com *chats* e ciborgues, jornalistas, agentes da ditadura militar, movimentos antiambientalistas, entre outros, como se pode ver na Tabela 3:

**Tabela 3** – Produtores dos conteúdos

| <b>Produtores dos conteúdos</b>                    | <b>Frequência</b> |
|----------------------------------------------------|-------------------|
| Pessoas comuns/anônimas                            | 74                |
| Políticos e governos de direita ou extrema-direita | 56                |
| Jair Bolsonaro / gabinete do ódio                  | 50                |
| Meios de comunicação                               | 30                |
| Grupos anônimos/conservadores/de extrema-direita   | 28                |
| Influenciadores                                    | 23                |
| Profissionais da saúde                             | 17                |
| Fontes institucionais                              | 12                |
| Grupos antivacina                                  | 10                |
| Lideranças religiosas                              | 9                 |
| Órgãos dos poderes judiciário e legislativo        | 5                 |
| Outros                                             | 15                |

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Descrição: Tabela com duas colunas. Na primeira coluna estão listados os sujeitos produtores dos conteúdos analisados nos estudos pesquisados, ordenados pela frequência. Na segunda coluna, estão os valores encontrados para cada tipo de produtor de conteúdo.



O elemento seguinte é o tipo de público ou sujeito que é alvo dos conteúdos desinformativos, isto é, que sofre ataques ou agressões por meio da desinformação. A categoria “grupos vulneráveis” aparece em primeiro lugar, com 13,8%. Nessa categoria estão estudos que incluem vários ou pelo menos mais de um tipo de grupo social que é alvo das ações de desinformação, ódio e teorias conspiratórias. Logo a seguir estão políticos, grupos, movimentos e pessoas do campo político da esquerda, com 12,9%. A vacina ou as ações de vacinação vêm logo a seguir (10%) e, depois, pessoas LGBTQIAP+ (8,5%), grupos étnicos e raciais (7,0%), instituições públicas, governamentais, científicas ou jurídicas (7,0%) e políticas governamentais (como cotas, medidas sanitárias, divulgação de dados oficiais, entre outros) com 6,1%. Também com 6,1% estão grupos ligados à educação, como educadores e o próprio Ministério da Educação. Aparecem ainda estudos sobre políticos em geral (isto é, sem identificação de um espectro específico) como alvo (5%), seguidos de mulheres e feministas (4,7%), a comunidade científica (4,7%) e o público em geral (4,7%). A categoria “outros” representou 21,1% e nela aparecem sujeitos e temas tão diversos como a história política nacional e internacional, a indústria farmacêutica, as regiões norte e nordeste do Brasil, pessoas comuns, pessoas obesas, as mudanças climáticas, influenciadores, imigrantes, refugiados e alguns outros. Abaixo, na Tabela 4, estão os resultados:

**Tabela 4 – Público alvo/atacado pela desinformação**

| <b>Públicos alvo da desinformação</b>     | <b>Frequência</b> |
|-------------------------------------------|-------------------|
| Grupos vulneráveis em geral               | 47                |
| Partidos, movimentos e grupos de esquerda | 44                |
| Vacinação/vacina                          | 34                |
| Pessoas LGBTQIAP+                         | 29                |
| Grupos étnicos e raciais                  | 24                |
| Instituições                              | 24                |
| Políticas governamentais                  | 21                |
| Educadores e Ministério da Educação       | 21                |
| Políticos em geral                        | 17                |
| Mulheres e feministas                     | 16                |
| Comunidade científica                     | 16                |
| Público em geral                          | 16                |
| Imprensa/mídia                            | 11                |
| Outros                                    | 72                |

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Descrição: Tabela com duas colunas. Na primeira coluna estão listados os sujeitos e públicos que são os alvos dos conteúdos de desinformação nos estudos pesquisados, ordenados pela frequência. Na segunda coluna, estão os valores encontrados para cada tipo de público.

O próximo item diz respeito às atitudes dos sujeitos face à desinformação e à sua postura nos estudos realizados. Neste caso, as categorias foram construídas utilizando termos dos próprios artigos analisados e os fundindo em alguns casos. A atitude mais encontrada foi o engajamento, relacionado com curtidas, compartilhamentos, apoio ou réplicas, com 17,6%. A seguir vem a atitude de classificar tais conteúdos como normais, naturais, como meras opiniões ou críticas (7,9%), a hostilidade e a promoção de ataques (5,5%), a atitude de confiança em tratamentos sem comprovação científica, atitude negacionista, de negação de evidências ou indiferença em relação à verdade (4,4%). Logo depois estão ações de crítica ou repúdio (3,8%), racismo e homofobia (3,2%), ações de checagem e busca por informações (2,9%) e resistência a medidas sanitárias como a vacina, isolamento e máscaras (2,3%). A categoria “outros” teve 15,2% e nela estão presentes atitudes como percepção da importância de combate às *fake news*, vitimização, evitar debates, saída de grupos de aplicativos de mensagens, ativismo, ridicularização, defesa do ex-presidente Bolsonaro e das manifestações de extrema-direita, adesão às recomendações científicas e pró-vacina e muitas outras, todas com baixa frequência. Os valores estão abaixo, na Tabela 5:

**Tabela 5 – Atitudes dos sujeitos**

| <b>Atitudes e ações dos sujeitos</b>     | <b>Frequência</b> |
|------------------------------------------|-------------------|
| Engajamento/apoio                        | 60                |
| Normalização/dessensibilização           | 27                |
| Hostilidade e ataques                    | 19                |
| Confiança em tratamentos sem comprovação | 15                |
| Crítica ou repúdio                       | 13                |
| Racismo e homofobia                      | 11                |
| Checagem/busca                           | 10                |
| Resistência a medidas sanitárias         | 8                 |
| Outros                                   | 52                |

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Descrição: Tabela com duas colunas. Na primeira coluna estão listadas as atitudes e ações dos sujeitos analisados nos estudos pesquisados, ordenados pela frequência. Na segunda coluna, estão os valores encontrados para cada tipo de atitude.

Em alguns trabalhos, foram analisadas ações específicas de combate à desinformação. Entre as ações mais presentes, destacam-se o trabalho de checagem de fatos feito por agências e meios de comunicação jornalísticos (13,8%), ações judiciais (9,4%), moderação de conteúdos (6,7%), ações educacionais tais como alfabetização digital, educação midiática e redes colaborativas, entre outros (6,1%), divulgação científica, junto com críticas e apresentação de fatos por cientistas (1,7%) e organização



de movimentos sociais (1,7%). Também aqui houve um grande volume de ações, aglutinadas no item “outros”, que obteve 7,6%. Abaixo, na Tabela 6, estão os resultados:

**Tabela 6 – Ações de combate à desinformação**

| <b>Tipos de ações de combate à desinformação</b> | <b>Frequência</b> |
|--------------------------------------------------|-------------------|
| Checagem                                         | 47                |
| Ações judiciais                                  | 32                |
| Moderação de conteúdos                           | 23                |
| Ações educacionais                               | 21                |
| Campanhas de conscientização                     | 9                 |
| Divulgação científica                            | 6                 |
| Organização de movimentos sociais                | 6                 |
| Outros                                           | 26                |

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Descrição: Tabela com duas colunas. Na primeira coluna estão listadas as ações de combate à desinformação presentes nos estudos pesquisados, ordenadas pela frequência. Na segunda coluna, estão os valores encontrados para cada tipo de ação.

Por fim, analisou-se o assunto do fenômeno estudado nos artigos, isto é, a que âmbito ou dimensão da vida humana os fenômenos estudados se referem. Saúde foi o mais frequente, com 45,8%, seguido de política (42,9%), direitos humanos (14,4%), educação (11,1%), gênero e sexualidade (10,5%), informação e ciência (8,2%), ciência (7,6%), história (7,0%), religião (6,4%), tecnologia (6,4%), conspiracionismo em geral (3,8%) e raça e etnia (3,2%). A categoria “outros” obteve 5,5% e inclui temas como imigração, drogas, genética e psicologia. Na Tabela 7 estão os resultados:

**Tabela 7 – Assuntos dos conteúdos estudados**

| <b>Assunto/tema dos conteúdos</b> | <b>Frequência</b> |
|-----------------------------------|-------------------|
| Saúde                             | 156               |
| Política                          | 146               |
| Direitos humanos                  | 49                |
| Educação                          | 38                |
| Gênero e sexualidade              | 36                |
| Informação e ciência              | 28                |
| Ciência                           | 26                |
| História                          | 24                |
| Religião                          | 22                |
| Tecnologia                        | 22                |
| Conspiracionismo                  | 13                |
| Raça e etnia                      | 11                |
| Outros                            | 19                |

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Descrição: Tabela com duas colunas. Na primeira coluna estão listadas as ações de combate à desinformação presentes nos estudos pesquisados, ordenadas pela frequência. Na segunda coluna, estão os valores encontrados para cada tipo de ação.



Especificamente em relação a cada um dos seis fenômenos analisados, a pesquisa também buscou identificar algumas especificidades. Assim, em relação à desinformação, o formato mais presente foi o de postagens (22 ocorrências), a plataforma foi o *Twitter* (25), o sujeito que mais produziu foi o ex-presidente Jair Bolsonaro (21), o sujeito/tema mais atacado foi a vacina (19), a postura dos usuários foi o compartilhamento/engajamento (15), a ação de combate foi a verificação por agências de *fact-checking* (10) e o assunto foi a saúde (67).

Já em relação ao negacionismo, o formato com mais ocorrências foi o de declarações e discursos públicos/pronunciamentos (12), a plataforma foram redes sociais no geral (5), o sujeito que mais produziu foi Jair Bolsonaro (19), o sujeito mais atacado foi a vacina (10), a postura mais frequente dos usuários foi a resistência a medidas sanitárias de vacinação, tais como a hesitação, a desconfiança e a omissão do status vacinal (4) e o não seguimento de recomendações científicas (4), as ações de combate mais presentes foram as críticas e apresentação de fatos por cientistas (4) e ações judiciais (4) e o tipo de conteúdo foi a política (35).

No caso das teorias da conspiração, o formato com maior presença foram os vídeos (5), a plataforma foi o *Facebook* (6), quem mais produziu foram canais no *Youtube* e *yYouTubers* (4), o público mais atacado foram países estrangeiros (6), a postura dos usuários em relação ao fenômeno foi a crença em teorias conspiratórias (2), a ação de combate foi a verificação por agências (2) e o tipo de conteúdo foi ciência (13).

Quanto ao discurso de ódio, o formato mais frequente foram os comentários em postagens (29), a plataforma foi o *Facebook* (25), quem mais produziu foram usuários anônimos/comuns de redes sociais (39), o público mais atacado foi a comunidade LGBTQIA+ (26), a postura dos usuários foram a réplica, curtidas ou compartilhamento (25), as ações de combate foram as ações judiciais (28) e o tipo de conteúdo foi gênero e sexualidade (28).

Em relação à pós-verdade, o tipo de formato mais frequente foram as postagens (6), a plataforma foram *Facebook* e *WhatsApp* (6 cada), quem mais produziu foram Jair Bolsonaro e cidadãos comuns (5 cada), o público mais atacado foram os eleitores (5), as posturas foram a aceitação passiva e compartilhamento (5 cada), a ação de combate foi o *fact-checking* (8) e o tipo de conteúdo foi a política (14).



Por fim, no caso da infodemia, o tipo de formato com maior frequência foram as postagens (6), a plataforma foram as redes sociais em geral (7), quem mais produziu foi Jair Bolsonaro (5), o público mais atacado foram os leitores (5), a postura dos usuários foi de aceitação passiva (5), a ação de combate foi o *fact-checking* (8) e o conteúdo foi a política (14).

Como se trata de uma pesquisa ainda em andamento, os dados ainda estão numa fase preliminar de análise, embora a própria sistematização por categorias já represente uma análise inicial. Analisando, ainda de uma maneira inicial, os dados encontrados à luz da literatura sobre o assunto, foram confirmadas algumas questões.

Estudos sobre discurso de ódio, por exemplo, apontam que, normalmente, grupos minoritários como mulheres, negros, pessoas LGBTQIAP+ são os maiores alvos de ataques (Butler, 2021; D'Ávila, 2021; Emcke, 2018), resultado confirmado nesta pesquisa. Estudos sobre as dinâmicas de produção de conteúdos negacionistas e conspiratórios apontam movimentos e políticos de extrema-direita como os maiores produtores (Eatwell; Goodwin, 2019; Segurado, 2021), o que também foi confirmado nesta pesquisa.

Pesquisas sobre as dinâmicas de circulação de desinformação e alimentação de uma cultura da pós-verdade mostram que as redes sociais digitais e aplicativos de mensagens instantâneas são seus principais propagadores (Ariely, 2024; Cugler, 2024). Entre os atores que colaboram para a produção dos cenários infodêmicos e de pós-verdade, ações e atitudes rotineiras de pessoas comuns adquirem centralidade (Keyes, 2018; Argemí, 2019; McIntyre, 2024) – o que também foi confirmado nesta pesquisa. Por fim, os estudos sobre a desinformação e fenômenos correlatos têm apontado que política, saúde e direitos humanos são as áreas mais afetadas (Empoli, 2019; Rêgo, 2025; Santaella, 2019). Essa também foi uma tendência verificada na presente pesquisa.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A pesquisa ainda está em desenvolvimento. Os dados já foram coletados e sistematizados. A análise será feita posteriormente, a partir do confronto dos resultados com achados das pesquisas já realizadas sobre cada um dos seis tipos de fenômenos estudados nesta pesquisa.



Acredita-se que, com a divulgação dos resultados dessa pesquisa em eventos, como artigo científico e com o uso de vídeos para divulgar os resultados e algumas pesquisas como exemplo, será atingido o objetivo que é a maior divulgação e possibilidade de contribuição da pesquisa brasileira sobre desinformação.

## REFERÊNCIAS

APARICI, R.; GARCÍA MARÍN, D. (org.). **La posverdad**: una cartografía de los medios, las redes y la política. Barcelona: Gedisa, 2019.

ARGEMÍ, M. **Los 7 hábitos de la gente desinformada**. Barcelona: Conecta, 2019.

ARIELY, D. **Desinformação**. Rio de Janeiro: Sextante, 2024.

BUTLER, J. **Discurso de ódio**: uma política do performativo. São Paulo: Ed. Unesp, 2021.

CUGLER, E. **IA-cracia**: como enfrentar a ditadura das big techs. Curitiba: Kotter, 2024.

D'ÁVILA, M. (org.). **Rede de mentiras e de ódio**: e se o alvo fosse você? Porto Alegre: Instituto E se fosse você?, 2021.

EATWELL, R.; GOODWIN, M. **Nacionalpopulismo**: por qué está triunfando y de qué forma es un reto para la democracia. Barcelona: Península, 2019.

EMCKE, C. **Contra el odio**. Bogotá: Taurus, 2018.

EMPOLI, G. **Os engenheiros do caos**. São Paulo: Vestígio, 2019.

KEYES, R. **A era da pós-verdade**. Petrópolis: Vozes, 2018.

McINTYRE, L. **Como falar com um negacionista da ciência**. Campinas: Unicamp, 2024.

RÊGO, A. R. **A seta do tempo**: plataformas, inteligência artificial e desinformação. Rio de Janeiro: Mauad, 2025.

SANTAELLA, L. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.

SEGURADO, R. **Desinformação e democracia**: a guerra contra as fake news na internet. São Paulo: Hedra, 2021.

WARDLE, C.; DERA KHSHAN, H. **Information disorder**: toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Strasbourg: Council of Europe, 2017.