

QUANDO A MENTIRA GANHA O ELEITOR

SUMÁRIO EXECUTIVO

Será que os eleitores que sentem grandes certezas acabam, afinal, por ver a sua escolha política motivada por um engano? Parece inevitável depararmo-nos com notícias falsas durante uma campanha eleitoral. Conteúdos falsos sobre política e candidatos inundam as redes sociais e os grupos de mensagens. A campanha eleitoral à Presidência da República do Brasil de 2022 mostrou como a desinformação se tornou um dos maiores desafios da democracia contemporânea. As narrativas falsas circularam e distorceram os factos, procurando moldar perceções e espalhar desinformação sobre questões de interesse público, abalando a confiança nas instituições democráticas e até a própria integridade do processo eleitoral. Existem iniciativas que procuram conter a desinformação, mas, sem cooperação efetiva e valorização da verdade, a democracia poderá permanecer vulnerável.



IDEIAS



26 DE AGOSTO DE 2025



MARIA ALICE CAMPOS

CENTRO DE ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO E
SOCIEDADE DA UNIVERSIDADE DO MINHO



CITAÇÃO

Campos, M. (2025). Quando a mentira ganha o eleitor. *Communitas Think Tank – Ideias*.
Online: <https://www.communitas.pt/ideia/quando-a-mentira-ganha-o-eleitor/>

Quando a mentira ganha o eleitor

As narrativas falsas são construções discursivas estruturadas e persistentes, que não se limitam a simples boatos ou mentiras isoladas. Não se apresentavam de forma aleatória, mas estruturadas. Organizam e difundem conteúdos manipulados, apelando a emoções, crenças pré-existentes e inseguranças sociais, com o objetivo de moldar percepções, influenciar comportamentos e reforçar visões de mundo.

Em contexto eleitoral as narrativas falsas podem estruturar-se em torno de grandes eixos: como na alegação de supostas fraudes nas urnas eletrônicas; na disseminação de teorias da conspiração relacionadas com a saúde pública ou a segurança nacional; e na produção de conteúdos direcionados a ataques ou elogios exagerados aos principais candidatos.

Em segundos, uma mentira bem contada espalha-se mais rápido do que a verdade, confundindo eleitores, dividindo os membros das famílias e enfraquecendo a confiança nas instituições públicas.

Nas eleições de 2018 para presidência da república no Brasil, à semelhança do que acontecera em 2016 nos EUA, viu-se o impacto das mudanças na tecnologia dos média, na forma como a informação passou a ser disseminada e afetou o controlo do poder e os debates políticos, levantando preocupações sobre conteúdos falsos nas redes sociais. Em ambos os países, as narrativas falsas mais comentadas e partilhadas tenderam a favorecer os candidatos eleitos.

Embora o fenómeno não seja novo — boatos políticos existem desde os jornais do século XIX — a velocidade, a escala e a personalização trazidas pelas plataformas digitais e a inteligência artificial criaram um terreno fértil para as narrativas falsas impactarem milhões de eleitores em tempo real.

Como funciona a desinformação eleitoral?

O ato de comunicar uma mensagem pode influenciar a sua compreensão, tornando-se, por vezes, mais importante do que o próprio conteúdo da mensagem.

As narrativas de desinformação que circulam socialmente, independentemente do contexto ou da forma como são apresentadas,

Em segundos, uma mentira bem contada espalha-se mais rápido do que a verdade, confundindo eleitores, dividindo os membros das famílias e enfraquecendo a confiança nas instituições públicas.

podem criar ou reforçar um determinado entendimento da realidade, uma representação de um estado de coisas, que pode ser partilhada por muitas pessoas. Quando pessoas diversas, em contextos variados e com linguagens próprias, afirmam a mesma ideia ou discurso, acabam por refletir o mesmo estado de realidade.

Quando pessoas diversas, em contextos variados e com linguagens próprias, afirmam a mesma ideia ou discurso, acabam por refletir o mesmo estado de realidade.

Durante a campanha eleitoral à Presidência da República do Brasil de 2022, foram catalogadas 596 narrativas de desinformação a partir de plataformas de fact-checking. Entre estas narrativas falsas identificaram-se três principais temáticas: a fraude eleitoral — com alegações de manipulação das urnas eletrônicas e do processo de apuração; a Covid-19 — com distorções sobre vacinas e alegados tratamentos milagrosos; e os principais candidatos — com conteúdos falsos de valorização ou depreciação das suas imagens. Tratava-se de mensagens apelativas, emocionais e de fácil partilha, que reforçavam crenças pré-existentes e exploravam inseguranças sociais.

Como parte da metodologia, realizaram-se entrevistas qualitativas destinadas a compreender melhor as perceções sobre a desinformação, as narrativas falsas e os seus impactos no processo democrático. Estas entrevistas complementaram a análise documental e teórica, trazendo contributos de especialistas que refletiram sobre o fenómeno da desinformação e os desafios que este coloca.

Porque é que isto importa?

A desinformação não somente distorce a realidade, mas também polariza a sociedade, enfraquece o debate democrático e corrói a confiança em instituições como tribunais, universidades e imprensa. Além disso, grupos vulneráveis em termos de literacia mediática e acesso digital mostraram-se mais suscetíveis à aceitação dessas narrativas falsas, aprofundando desigualdades no acesso à informação qualificada.

Apesar desse cenário preocupante, surgiram iniciativas relevantes de resistência, entre as quais se destacam as plataformas de *fact-checking* que monitoraram boatos em tempo real e o programam lançado pelo Tribunal Superior Eleitoral brasileiro voltado ao enfrentamento da desinformação. Paralelamente, académicos e jornalistas defendem a necessidade de regulação, de investimentos em educação e na literacia mediática como uma estratégia de longo prazo destinada a fortalecer a cidadania crítica e a capacidade da sociedade em reconhecer, resistir e reagir às manipulações informacionais.

No entanto, tais estratégias enfrentam obstáculos significativos para a sua plena implementação. A regulação da desinformação esbarra frequentemente no debate sobre os limites da liberdade de expressão e no risco de censura, especialmente em contextos de elevada polarização política. Além disso, a atuação das plataformas digitais revela-se um ponto crítico, uma vez que a maioria delas opera sob lógicas empresariais transnacionais que nem sempre se alinham com os princípios democráticos de transparência e responsabilidade exigidos pelas autoridades eleitorais. A ausência de mecanismos de cooperação efetiva entre governos, entidades reguladoras e empresas tecnológicas compromete a eficácia das iniciativas propostas, tornando evidente que o enfrentamento da desinformação requer não apenas soluções normativas, mas também a construção de uma cultura cívica que valorize a veracidade da informação como fundamento indispensável da vida democrática.

Se, por um lado, a desinformação eleitoral ameaça a integridade do processo democrático, por outro ela expôs a urgência de repensarmos a comunicação política na era digital. Mais do que identificar mentiras, o desafio é fortalecer a sociedade para reconhecer, resistir e reagir criticamente.

A informação permite esclarecer escolhas, fortalecer o debate e unir cidadãos em torno de soluções para os problemas coletivos. É simples, mas poderoso: poder votar com confiança, sabendo que a decisão foi tomada com base em factos, e não em manipulações digitais. A democracia se sustenta se a verdade também puder votar.

Este trabalho é apoiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do Financiamento Plurianual do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade 2020-2023 (que integra as parcelas de financiamento base, com a referência UIDB/00736/2020/, e financiamento programático, com a referência UIDP/00736/2020).



Este trabalho está licenciado com uma licença Creative Commons - Atribuição-Não Comercial 4.0 Internacional

Além disso, a atuação das plataformas digitais revela-se um ponto crítico, uma vez que a maioria delas opera sob lógicas empresariais transnacionais que nem sempre se alinham com os princípios democráticos de transparência e responsabilidade exigidos pelas autoridades eleitorais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Allcott, H. & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2), 211-236.

<https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>

Bachini, N., & Menon, G. (2021). Fake News e o uso do Facebook na Eleição Presidencial Brasileira de 2018: Ideologias, Pós-Verdade e Aparelhos Ideológicos de Dominação. *Economic Analysis of Law Review*, 12, 143-163.

Fato ou Fake. (2022, outubro 17). Veja o que é #FATO ou #FAKE nas falas dos presidentiáveis no primeiro debate do 2º turno. *G1*. Retirado de <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/eleicoes/noticia/2022/10/17/veja-o-que-e-fato-ou-fake-nas-falas-dos-presidentiaveis-no-primeiro-debate-do-2-turno.ghtml>.

Ferrara, E., Chang, H., Chen, E., Muric, G., & Patel, J. (2020). View of Characterizing social media manipulation in the 2020 U.S. presidential election. *First Monday*, 25 (11). Retirado de <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/download/11431/9993>

Habermas, J. (2010b). *Teoria da Racionalidade e Teoria da Linguagem* (Obras escolhidas Vol. II, L. Nahodil, Trad.). Edições 70

McLuhan, M. (2012). *Os meios de comunicação como extensões do homem* (D. Pignatari, Trad.). Cultrix. (Trabalho original publicado em 1964)

McQuail, D. (2012). *Atuação da mídia: comunicação de massa e interesse público* (K. Reis, Trad.). Penso. (Trabalho original publicado em 1992)

Sen, A. (2013). *The idea of justice*. Penguin.