



**Fake News encontrando Autoconsciência:  
Uma perspectiva psicológica sobre a Cognição Social na Era da  
Hipocrisia Moral**

**When Fake News Meets Self-Awareness:  
A Psychological Perspective on Social Cognition in the Age of  
Moral Hypocrisy**

**Getúlio Tito Pereira de Oliveira<sup>1</sup>**

**Alexsandro Medeiros do Nascimento<sup>2</sup>**

**Antonio Roazzi<sup>3</sup>**

**Resumo**

O presente trabalho surge como uma proposta crítico-reflexiva, aplicada a um recorte empírico, sobre como o fenômeno da disseminação de notícias falsas (*fake news*) pode ser compreendido a partir do assento teórico da Autoconsciência Objetiva e construtos correlatos no âmbito da Cognição Social. Para tanto, o trabalho tomou como referência empírica uma fala do ex-presidente da república do Brasil, Jair Bolsonaro, na qual afirmava que havia “pintado um clima” junto a jovens venezuelanas menores de idade, insinuando-se inveridicamente que tais jovens poderiam estar praticando atividade de prostituição. Para tanto, inicialmente foram traçadas brevemente as bases teóricas sobre o campo da Cognição Social, da Autoconsciência Objetiva e das Fake News. Num segundo momento, foram propostos enlaces entre os construtos abordados, utilizando o recorte empírico como base de análise. Por fim, a partir dos resultados das reflexões teóricas e empíricas realizadas, foram traçados

---

<sup>1</sup> PhD student in the Graduate Program in Cognitive Psychology at the Federal University of Pernambuco. Doctoral scholarship holder of the National Council for Scientific and Technological Development (CNPq). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8153-6039> E-mail: [getulio.oliveira@gmail.com](mailto:getulio.oliveira@gmail.com).

<sup>2</sup> PhD, Department of Psychology – Federal University of Pernambuco (UFPE) – Coordinator of the Laboratory of Studies of Self-Awareness, Consciousness, High-Order Cognition and Self (LACCOS). <http://orcid.org/0000-0002-9981-8384> E-mail: [alexsandro.mnascimento@ufpe.br](mailto:alexsandro.mnascimento@ufpe.br).

<sup>3</sup> D.Phil, Department of Psychology, Federal University of Pernambuco (UFPE) <https://orcid.org/0000-0001-6411-2763> <http://lattes.cnpq.br/6108730498633062> [https://www.researchgate.net/profile/Antonio\\_Roazzi](https://www.researchgate.net/profile/Antonio_Roazzi) E-mail: [roazzi@gmail.com](mailto:roazzi@gmail.com)



caminhos possíveis para a investigação das *fake news* tendo-se a hipótese da Autoconsciência como aspecto central da Cognição Social e a Hipocrisia Moral como construto motivacional relevante nesse fenômeno.

**Palavras-chave:** Fake News, Cognição Social, Autoconsciência Objetiva, processos cognitivos, Hipocrisia Moral.

### Abstract

The present work emerges as a critical-reflective proposal, applied to an empirical approach, on how the phenomenon of the dissemination of fake news can be understood from the theoretical basis of Objective Self-Awareness and related constructs in the scope of Social Cognition. To this end, the work took as an empirical reference a speech by the former president of the Republic of Brazil, Jair Bolsonaro, in which he stated that he had "there was a spark" ("pintou um clima") with young Venezuelan underage women, insinuating untruthfully that such young women could be practicing prostitution. To this end, initially, the theoretical bases on the field of Social Cognition, Objective Self-Awareness, and Fake News were briefly outlined. In a second moment, links between the constructs addressed were proposed, using the empirical cut as a basis for analysis. Finally, from the results of the theoretical and empirical reflections carried out, possible paths were traced for the investigation of *fake news*, having the hypothesis of Self-Awareness as a central aspect of Social Cognition and Moral Hypocrisy as a relevant motivational construct in this phenomenon.

**Keywords:** Fake News, Social Cognition, Objective Self-Awareness, Cognitive Processes, Moral Hypocrisy.

### Introdução

Compreender o ser humano em suas relações consigo mesmo e com os outros a partir do contexto social tem sido um dos grandes desafios da ciência psicológica, que demanda a exploração de múltiplos caminhos ontológicos e epistemológicos para investigar tais fenômenos de forma abrangente. Dentre as direções possíveis, destaca-se a seara da Cognição Social, área dedicada ao estudo dos processos cognitivos envolvidos na interpretação e facilitação das interações sociais. Nesse sentido, o presente manuscrito trata-se de uma proposta crítico-reflexivo, aplicada a um recorte empírico, centrado em como o fenômeno da disseminação de notícias falsas (*fake news*) pode ser analisado à luz da teoria da Autoconsciência Objetiva e de construtos correlatos no domínio da Cognição Social. Busca-se debater brevemente considerações teóricas e empíricas sobre o campo, com a hipótese de que a Autoconsciência, além de ser um aspecto central da Cognição Social, está



intrinsecamente ligada ao construto motivacional da Hipocrisia Moral nesse contexto específico.

Tomando como referência empírica uma declaração polêmica feita pelo ex-presidente da república Jair Bolsonaro durante o período eleitoral de 2022 (na qual insinuou, de forma não comprovada, que jovens venezuelanas menores de idade estavam praticando prostituição), pretende-se contextualizar os modelos teóricos apresentados, explorando possíveis interconexões entre a situação social concreta e os conceitos discutidos na literatura científica.

Na sessão final, busca-se tecer considerações sobre potenciais contribuições do campo da Cognição Social para os estudos sobre fake news, com destaque para futuras investigações que abordem a autoconsciência como mediadora da cognição social. Propõe-se também explorar, por exemplo, as interrelações entre crenças individuais, a disseminação de notícias falsas e o papel da Hipocrisia Moral como fator motivacional subjacente.

### **As perspectivas da Cognição Social**

A considerar que o ser humano coexiste em um contexto de interação consigo mesmo e com o mundo, um dos grandes interesses da ciência psicológica reside em buscar compreender como se dá esse processo. Nesse cenário, a Cognição Social emerge como uma abordagem fundamental, explorando os mecanismos subjacentes que permitem a interação e a compreensão humanas em contextos sociais dinâmicos. Nesse sentido, os estudos em cognição social podem ser entendidos como um conjunto de processos neuro cognitivos subjacentes à capacidade dos indivíduos de “dar sentido ao comportamento dos outros” como um pré-requisito crucial da interação social (Arioli et al., 2018, p.01). Tendo em vista que esse processo de dar sentido ao comportamento do outro implica em conseguir diferenciar-se dele, o conceito de cognição social também pode ser considerando, de forma mais ampla, como um conjunto de processos cognitivos pelos quais as pessoas compreendem não apenas os outros, mas também a si mesmas (Beer & Ochsner, 2006). Essa dualidade, envolvendo tanto a percepção do outro quanto a auto-percepção, destaca a complexidade e a centralidade da cognição social para as interações humanas.



Conforme ressaltam Arioli et al. (2018), as habilidades sociais surgem já aos 14 meses, sendo desenvolvidas ao decorrer da vida de modo a viabilizar a decodificação de informações sociais – a exemplo de rostos e expressões emocionais –, promover a elaboração de inferências sobre estados mentais e afetivos de outras pessoas, bem como subsidiar o processo de tomada de decisão de maneira alinhada a padrões e demandas sociais (p.01). Essas habilidades evolutivas são cruciais, pois servem como base para a construção de modelos mentais que orientam interações sociais mais complexas ao longo da vida. Dessa forma, para os autores, a investigação em Cognição Social tem se desenvolvido em três grandes frentes, a saber: I) a percepção social, II) a compreensão social e III) a tomada de decisões sociais (p.02). Essa tripartição fornece uma estrutura clara para a pesquisa, facilitando análises empíricas e teóricas das habilidades sociocognitivas e suas manifestações em diferentes contextos culturais e situacionais (Bryanov & Vziatysheva, 2021).

Contudo, sob o olhar mais amplo da Cognição Social, Beer e Ochsner (2006) consideram que a investigação da vivência social a partir dos processos cognitivos em suas várias modalidades (declarativo/procedural; implícito ou explícito) pode focar em duas dimensões principais: I) na percepção do indivíduo acerca das outras pessoas, envolvendo aqui aspectos que compõem um repositório de conhecimento do mundo social externo ao self; ou II) no exercício da autocompreensão do indivíduo em suas relações com o mundo social, uma vez que o self é também percebido como objeto social, principalmente pela sua forte influência na modelagem da percepção do outro. Essa segunda concepção de domínios parece particularmente relevante, considerando que a pessoa, em sua vivência social, precisa construir limites que a definam como um elemento único dentro de um sistema coletivo.

Ou seja, o entendimento da pessoa acerca de seu papel como integrante de um sistema social coletivo ocorre à luz de um escrutínio de experiências subjetivas do self. Justamente por esse aspecto, a percepção do mundo exterior – e, por extensão, das interações sociais – não é objetiva nem linear, pois a autopercepção individual influencia diretamente a forma como o mundo social é compreendido. Da mesma maneira, o mundo social também é moldado pelas autopercepções dos outros integrantes do grupo social. Sustentando essa tese, Beer e Ochsner (2006) afirmam que esses dois processos sociocognitivos podem estar interligados de duas maneiras:



primeiro, por meio da construção do autoconhecimento, facilitado pelo aprendizado obtido ao compreender outras pessoas; segundo, pelo papel do self como filtro cognitivo que orienta a percepção do outro (p. 99).

Assim, entendendo a estreita relação de influência da autopercepção na percepção de pessoas, evidências empíricas têm demonstrado que vieses cognitivos (particularmente aqueles ligados ao self) parecem alterar os processos de interpretação de pistas sobre a percepção dos outros e do ambiente social. Esses vieses cognitivos frequentemente refletem motivações intrínsecas ou preconceitos que distorcem a interpretação de estímulos sociais, contribuindo para percepções imprecisas. Dessa forma, a distorção de percepções em face de motivações e preconceitos pode resultar na formulação de julgamentos distorcidos ou imprecisos da realidade social. Isso compromete a habilidade do indivíduo de compreender os outros e a si mesmo, afetando diretamente sua capacidade de autorregulação e adaptação aos padrões sociais estabelecidos. Conforme discutido por Beer e Ochsner (2006), essa dinâmica revela como fatores subjetivos podem interagir com as demandas sociais, destacando os desafios impostos à cognição social em contextos diversos.

### ***Desafios dos estudos em Cognição Social***

A investigação empírica no campo da Cognição Social, apesar de promissora, tem se revelado bastante complexa, tanto quanto à falta de consenso sobre as bases conceituais que delimitam sua abordagem, como também em relação à dificuldade adicional para compreensão dos processos sociocognitivos, que se mostram fortemente atravessados por vieses cognitivos das mais diversas ordens.

Ainda não existe consenso ou evidências claras sobre como os processos sociocognitivos são representados cerebralmente na forma de correlatos neurais. Conforme apontado por Beer e Ochsner (2006), o fenômeno social pode englobar múltiplas áreas neurais sobrepostas, sugerindo que a cognição social não está associada a um módulo cerebral único, mas sim a redes distribuídas que interagem de forma dinâmica. Esses autores destacam diferenças neurais associadas a estratégias distintas de percepção do self, como o uso de informações abstratas em



oposição a informações episódicas, bem como na percepção de outras pessoas (p.102).

Já considerando o efeito dos vieses cognitivos, os estudos em Cognição Social convivem com um problema de acurácia que não pode ser desconsiderado. Essa questão surge principalmente devido à subjetividade inerente à cognição humana, com vieses frequentemente moldados pela experiência individual. Isso parece evidente na medida em que boa parte das imprecisões de percepção encontram ligação estreita com aspectos advindos da vivência subjetiva do indivíduo e seu *self*, a exemplo dos sistemas de crenças que o balizam, das ativações de heurísticas cognitivas que influenciam suas ações e dos fatores motivacionais que permeiam seu pensamento e conduta (Beer & Ochsner, 2006; Haselton et al., 2009).

### **Autoconsciência**

Tomando por base que a Cognição Social emerge como um fenômeno que busca compreender as interações sociais a partir de processos cognitivos de autopercepção e percepção do outro, parece claro que o exercício da vivência social recruta o indivíduo a uma postura auto atenta. Isso porque a interação social exige que esse indivíduo se coloque como parte do fenômeno, no qual o *self* atua como elemento integrante de qualquer relação social, seja recebendo da coletividade informações que o façam agir no sentido de um padrão socialmente desejável, seja modelando seu campo de percepção do mundo com base em suas crenças e auto concepções. Considerando que a Autoconsciência Objetiva pode ser definida como o ato de tornar-se objeto da própria atenção (Nascimento, 2008), na medida em que a pessoa vivencia processos sociocognitivos ela também está exercendo a autoconsciência em algum momento por estar prestando atenção a si mesma (Nascimento & Roazzi, 2017; Silvia & Duval, 2001).

Proposta contemporaneamente por Duval e Wicklund (1972), a Teoria da Autoconsciência Objetiva (Teoria OSA) trata-se de um modelo autoavaliativo e motivacional no qual o foco atencional incide sobre determinados autoaspectos salientes do *self* (*self* real), que são comparados por meio de um juízo de discrepância em relação aos padrões de correção oriundos do contexto social (*self* ideal) ao qual o indivíduo está inserido (Nascimento & Roazzi, 2017). Conforme o sujeito consegue



mitigar tais discrepâncias de forma exitosa, tende a gerar consequências comportamentais e cognitivas associada a afetos positivos. Porém, caso a percepção de distância entre o real e ideal se mostre alta, ou caso – independente da discrepância – o juízo de adequação ao padrão não se mostre possível, o indivíduo tenderá a afetar-se negativamente. Assim, a discrepância entre *Self* real e ideal normalmente parece instanciar um estado de desconforto que motiva o indivíduo a agir no sentido de neutralizá-lo, seja através da evitação do estado autoconsciente, seja atuando para minimizar a discrepância (ou ajustando o Eu real de acordo com os padrões do Eu ideal, ou flexibilizando os padrões referenciais do Eu ideal de acordo com o Eu Real) (Silvia & Duval, 2001; Wicklund, 1975).

Estudos empíricos sobre a Autoconsciência Objetiva, sobretudo os de natureza psicométrica, têm apresentado à literatura vários aspectos dimensionais do construto, destacando-se: I) seus reflexos de curto termo ou autoconsciência situacional - *self-awareness* – (compreendida como reflexos de estado, associados a estímulos autofocalizadores ambientais) e de longo termo autoconsciência disposicional - *self-consciousness* – (relacionada traços de personalidades estáveis e alheios ao ambiente situacional vivenciado pelo indivíduo de demonstram sua inclinação ao estado autoconsciente); II) suas dimensões pública (onde o foco reside nos aspectos externos do *Self* atrelados a sua autopercepção como objeto social, tais como comportamentos e aparência física) e privada (direcionada às experiências internas do *Self*, a exemplo das crenças, motivações, sentimentos, etc.); além dos aspectos motivacionais do autofoco reflexivo (ligado a uma curiosidade genuína sobre si mesmo, onde a pessoa se mostra positivamente interessada a entender mais sobre seus processos internos) e ruminativo (relacionado a um estado de atenção ansiosa, de natureza repetitiva e disfuncional, motivada por medos e inseguranças do *self* (Silva Júnior, 2019; Nascimento, 2008; Trapnell & Campbell, 1999).

Compreendendo a autoconsciência como um parâmetro cognitivo central, Morin (2022) propõe em seu modelo teórico de Autoprocessos Dinâmicos uma concepção abrangente do construto, a qual compreende em seu esteio qualquer tipo de atenção autofocalizada. Nesse sentido, aponta as relações entre o exercício da autorreflexão e autoprocessos caros ao fenômeno da cognição social, a exemplo da



autorregulação, teoria da mente, processos autobiográficos e prospectivos, autoconhecimento, autoconceito e autoestima.

Diante das breves considerações, parece adequado – senão dizer necessário – olhar para a Cognição Social à luz dos preceitos teóricos da autoconsciência. Tanto em seus aspectos relacionados ao desenvolvimento da autopercepção (a exemplo, do autoconhecimento, autoconceito e autoestima) como também acerca da habilidade em se perceber perante os outros e o contexto social (tais como a autorregulação, a teoria da mente e a dimensão pública da autoconsciência).

### **A disseminação de notícias falsas (*fake news*) como objeto de estudo em Cognição Social**

Embora a disseminação de notícias falsas – *fake news* - não seja algo novo na sociedade, é fato que a partir da popularização dos meios de comunicação e interação digitais - sobretudo as redes sociais - o fenômeno tomou dimensões relevantes, a ponto de influenciar decisivamente a formação de opinião pública, tanto do ponto de vista político como também em crenças ideológicas alinhadas a grupos sociais específicos. Nesse contexto, as *fake news* foram notadamente impulsionadas no âmbito das eleições presidenciais norte-americanas de 2016, tendo também uma importância significativa na manipulação da opinião pública e nos resultados do certame presidencial brasileiro de 2018 (Pennycook & Rand, 2021; Seixas, 2019). Com o advento da crise pandêmica do COVID-19, a disseminação de notícias falsas extrapola a seara política e alcança também a desconfiança em relação a medidas de combate ao vírus amparadas na ciência, a exemplo dos questionamentos sobre a prática de isolamento social e sobre os níveis de segurança e eficácia das vacinas ofertadas à população. Contudo, para que uma *fake news* exerça efeitos sociais, é necessário que o receptor da mensagem acredite em sua veracidade. Daí surge uma das maiores indagações sobre o tema: porque mesmo diante de um sistema social com amplo acesso a diversas fontes de informações (capazes de viabilizar, por exemplo, a checagem da veracidade por parte dos receptores) as pessoas acreditam nas notícias falsas? Vários estudos buscam explicações, sob diversas perspectivas.

Na visão de Pennycook e Rand (2021b), o entendimento dessas razões perpassa por duas maneiras diferentes para se conceituar a crença em notícias



verdadeiras e falsas: I) por meio do discernimento em se capturar a precisão geral das crenças de alguém (sendo mensurado pela diferença entre crenças verdadeiras menos crenças falsas); ou II) através do nível de crença geral que uma pessoa tem em relação a determinada notícia, independente da sua precisão (ou seja, não está ligado necessariamente à capacidade da pessoa distinguir a verdade da falsidade). Nesse sentido, tomando por base um levantamento de literatura sobre o assunto, os autores apontam três aspectos recorrentes associados ao fenômeno: a) motivações políticas, na medida em que a falha em discernir as notícias falsas encontram-se enraizadas em uma “cognição de proteção de identidade”, na qual faz o indivíduo acreditar excessivamente naquilo que é consistente com sua ideologia partidária, sendo ao mesmo tempo excessivamente céticas àquilo que é incongruente com suas crenças políticas; b) raciocínio, fundadas nas teorias de processo dual, onde pesquisas sob esse foco consideram que a possibilidade do pensamento analítico pode anular respostas automáticas e intuitivas, evidenciando o papel da reflexão cognitiva na identificação de notícias falsas; e c) heurísticas, onde estudos sobre o processo decisório apontam que pessoas fazem uso de atalhos mentais para julgar notícias, ressaltando-se o efeito da familiaridade do assunto, da fonte da notícia e da evocação emocional na atribuição de uma notícia verdadeira ou falsa.

Já a partir de revisão de escopo realizada junto a 26 estudos experimentais sobre determinantes da crença em *Fake News*, Bryanov e Vziatysheva (2021) identificaram três principais tipos de fatores que supostamente influenciam a crença dos indivíduos em notícias falsas e que tem sido objeto dos estudos do campo: I) aqueles relacionados à mensagem, situados fora do destinatário individual e associados às características da notícia, à forma como é apresentada e ao ambiente onde a informação é exposta; II) relacionados aos fatores individuais, associados a características, crenças e traços psicológicos do receptor, que podem influenciar a adesão à notícias falsas; e III) aqueles ligados a fatores de intervenção, buscando identificar e mensurar os efeitos de medidas adotadas para combater as *fake news* (p.11).

Um aspecto que tem sido destacado por alguns teóricos como uma das causas para a evidente escalada das *fake news* na humanidade contemporânea refere-se à mudança epistêmica dos referenciais de verdade adotados. Dessa forma, na medida



em que os consumidores de informações *online* se distanciam dos padrões baseados em evidências de uma verdade objetiva, se aproximam de uma noção de verdade condizente com suas realidades alternativas, gerando-se o que tem se chamado de “pós-verdade” (Bryanov & Vziatysheva, 2021, p.02). A partir dessa lógica, diante dos sintomas de declínio da confiança nas instituições sociais, da maior percepção de desigualdade, da crescente polarização política e de crenças ideológicas diversas, o indivíduo se credencia a construir uma pós-verdade alinhada ao contexto de seu gueto, muitas vezes alheia à verdade dos fatos (Bryanov & Vziatysheva, 2021; Seixas, 2019).

Apesar das várias perspectivas de investigação, é consenso que o fenômeno das *fake news* têm se revelado como um grande influenciador nas interações sociais contemporâneas, fato observado neste trabalho sob o ponto de vista dos estudos empreendidos no campo da Cognição Social. Porém, mesmo sendo objeto de muitos programas de pesquisa, a heterogeneidade das variáveis atinentes ao construto e a falta de padronização metodológica tornam-se grandes desafios para o desenvolvimento de investigações comparativas e interculturais que permitam uma gama mais clara de evidências acerca de seus aspectos preditores.

### **Enlace entre os fenômenos da *fake news* e Cognição Social à luz da autoconsciência.**

Partindo-se do pressuposto de que as *fake news* se tratam de mensagens não factuais que simulam intencionalmente uma aparência de conteúdo verdadeiro com fins de enganar potenciais receptores, sua análise à luz da autoconsciência parece um caminho pertinente quando se busca compreender as dinâmicas cognitivas que fazem (ou não) um indivíduo acreditar em uma notícia falsa.

Como já trazido na sessão anterior, a atitude de se crer ou não em uma *fake news* pode envolver diversas perspectivas de análise, sendo aqui neste trabalho destacado de um lado a precisão geral das crenças do indivíduo em discernir o verdadeiro do falso (aspecto bastante sensível, por exemplo, à habilidade do raciocínio cognitivo) e do outro a mudança epistêmica dos referenciais de verdade adotados (trazendo-nos a noção de uma pós-verdade descolada dos fatos, bastante sensível aos posicionamentos ideológicos do sujeito). Independente da visão seguida,



o processamento de uma mensagem pelo receptor o convocará a um exercício autorreflexivo acerca de como aquela informação externa pode ser congruente ou não com seus referenciais de verdade. Na medida em que o juízo de crença na mensagem respalda-se cognitivamente em um conjunto de autoprocessos do *self* (a exemplo da prospecção, da teoria da mente, do autoconhecimento, da autoestima e do autoconceito), a autopercepção do indivíduo o enquadra como participante do contexto social, influenciando assim sua tomada de decisão.

De forma semelhante ao previsto na Teoria OSA, conforme o receptor se depara com uma mensagem que transmita conteúdo ou valores distantes daqueles postulados ou vivenciados pelo *self* real, esse indivíduo tende a eliciar um sentimento de incômodo. Olhando para o problema sob o prisma do discernimento e precisão das crenças, tal condição o motivará a buscar um estado de equilíbrio através da diminuição da discrepância entre o padrão disseminado na mensagem e aqueles do *self* real, seja identificando a mensagem como falsa (evitando a validade desse padrão para fins comparativos com suas crenças salientes), seja constatando que a informação é verdadeira (buscando portanto através da autorregulação ajustar suas crenças ao conteúdo verídico disseminado pela mensagem). Também de maneira próxima à postulada na Teoria OSA, Pennycook e Rand (2021a) - a partir de uma meta-análise junto a 20 experimentos sobre *prompts* ou *nudges* de precisão - constataram que desviar a atenção do receptor para o conceito de precisão da informação (foco no padrão) contribuía para um menor nível de disseminação de *fake news* (comportamento saliente).

Por sua vez, ao olhar para o problema a partir da perspectiva da pós-verdade (ou seja, quando o sujeito adota uma noção de verdade alternativa, alinhada aos interesses próprios e de grupos ideológicos específicos), o escrutínio do receptor parece preservar o autofoco nas referências do *self* real, buscando dessa forma diminuir a discrepância ajustando-se os padrões de referência. Assim, a nosso ver, as *fake news* operariam à serviço do equilíbrio da autoconsciência, oferecendo padrões de um *self-ideal* desejavelmente coerentes com o *self-real* do indivíduo receptor.

**Uma análise empírica à luz da Cognição Social: *pintou um clima?***



De modo a se promover uma breve análise crítico-reflexiva de uma situação social concreta a partir do apanhado teórico aqui abordado, adotou-se como material empírico uma polêmica declaração dada pelo então presidente da República do Brasil à época, Jair Bolsonaro, no dia 14/10/2022 em uma entrevista para um *podcast*:

*Eu estava em Brasília, na comunidade de São Sebastião, se eu não me engano, em um sábado de moto [...] parei a moto em uma esquina, tirei o capacete, e olhei umas meninhas... Três, quatro, bonitas, de 14, 15 anos, arrumadinhas, num sábado, em uma comunidade, e vi que eram meio parecidas. Pintou um clima, voltei. 'Posso entrar na sua casa?' Entrei. Tinha umas 15, 20 meninas, sábado de manhã, se arrumando, todas venezuelanas. **E eu pergunto: meninas bonitinhas de 14, 15 anos, se arrumando no sábado para quê? Ganhar a vida!** <sup>4</sup> (Pintou um clima, 2022b, grifo nosso)*

Além da expressão “pintou um clima” ter sido questionada por opositores e parte da imprensa pelo seu cunho sexual, de natureza pedófila, Bolsonaro em sua fala parece construir a *fake news* de que as jovens venezuelanas estariam se arrumando em plena manhã de um sábado para “*ganhar a vida*”, insinuando-se – a partir da narrativa trazida pelo ex-presidente – uma possível situação de prostituição.

Diante da grande repercussão causada pela declaração, uma das jovens venezuelanas que estiveram nesse encontro foi ouvida pela reportagem do noticiário UOL<sup>5</sup>, afirmando que na verdade acontecia no local uma ação social para refugiados.

Após a má repercussão da declaração ocorrida em pleno período eleitoral, Jair Bolsonaro divulgou poucos dias depois (18/10/2022) um vídeo para se desculpar, com a seguinte fala:

Prezadas irmãs e irmãos venezuelanos, estamos indignados com as últimas ações de alguns militantes de esquerda que sem nenhum pudor estão pressionando mulheres venezuelanas a fim de obter em vantagem política nesse momento. Mesmo depois da decisão do TSE, tomada em função da mentira que vinha sendo veiculada sobre minha pessoa, esses inomináveis agora dirigem seus ataques contra essas mulheres. As palavras que eu disse

<sup>4</sup> Trecho do vídeo contendo a declaração: <https://g1.globo.com/politica/video/fala-de-bolsonaro-sobre-meninas-venezuelanas-repercute-nas-redes-sociais-11030742.ghtml>

<sup>5</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=WxeBKaQSBFw&t=5s> (UOL, 2022)



refletiram uma preocupação da minha parte no sentido de evitar qualquer tipo de exploração de mulheres que estavam vulneráveis. A dúvida e a preocupação levantadas foram quase que imediatamente esclarecidas à época pela nossa ministra da mulher, Damares Alves, que foi ao local e constatou que as mulheres citadas na Live eram trabalhadoras. Minha esposa Michele, a Senadora eleita Damares e Embaixadora da Venezuela estiveram hoje com essas senhoras, prestaram o seu apoio e constaram que elas estão reconstruindo suas vidas no Brasil. Elas, inclusive, ajudam outras venezuelanas refugiadas a encontrar uma profissão e melhor ser integrarem à nossa sociedade. Se as minhas palavras que, por má-fé, foram tiradas de contexto, de alguma forma foram mal entendidas ou provocaram algum constrangimento às nossas irmãs venezuelanas, peço desculpas, já que meu compromisso sempre foi o de melhor acolher e atender a todos que fogem de ditaduras pelo mundo<sup>6</sup> (Pintou um clima, 2022a)

Tomando como base a disseminação de *fake news* da primeira declaração (a qual insinuava que as jovens poderiam estar “ganhando a vida” praticando prostituição, quando na verdade participavam de uma ação social), bem como a mudança de discurso adotada na segunda declaração (pronunciamento de retratação), a situação social concreta será analisada à luz dos aspectos teóricos da cognição social em suas relações entre autoconsciência objetiva e fenômeno da *fake news*, de modo a se identificar no caso empírico os enlaces teóricos propostos nessa reflexão crítica.

### **Análise e Discussão**

A partir das informações colhidas junto a noticiários da época, constatou-se que o episódio ocorreu no dia 10 de abril de 2021, no bairro Morro da Cruz da cidade de São Sebastião – Distrito Federal. O encontro foi registrado em uma *live* transmitida pelas redes sociais do ex-presidente, não sendo relatado no ato da gravação qualquer menção ou suspeita de prostituição infantil (e até onde se sabe nenhuma denúncia nesse sentido foi realizada posteriormente ao encontro). No momento da *live*,

---

<sup>6</sup> Link do vídeo de retratação: <https://www.youtube.com/watch?v=sRsWpfXvypc&t=1s>



inclusive, Jair Bolsonaro afirma que as venezuelanas se encontravam no local “para arrumar o cabelo” por meio da ajuda de um grupo de brasileiras <sup>7</sup> (Poder360, 2022). A entrevista na qual ocorreu a declaração polêmica foi concedida pelo ex-presidente ao *podcast* “Paparazzo Rubro-Negro” no dia 14 de abril de 2022, cerca de um ano após o episódio (Último Segundo - IG, 2022). O relato do encontro é contado na entrevista para ilustrar o contexto de imigração venezuelana no Brasil, sendo ressaltado por Bolsonaro, inclusive, que existia uma *live* registrando o fato. Daí tem-se a primeira constatação: considerando as falas do ex-presidente proferidas no ato do encontro (capturadas via registro em *live*, na qual afirmava que as jovens estavam “arrumando o cabelo” por meio da assistência de brasileiras), a declaração proferida por ele no *podcast* sobre uma eventual situação de prostituição infantil não encontra evidências com os fatos, caracterizando-se, portanto, um caso de *fake news*.

Uma das estratégias para que uma mensagem falsa seja aceita como verdadeira é dotá-la de fatos verdadeiros. É o que se percebe dos trechos da declaração dada ao *podcast*, adiante grifados:

Eu estava em Brasília, na comunidade de São Sebastião, se eu não me engano, em um sábado de moto [...] (fato)

[...]

Tinha umas 15, 20 meninas, sábado de manhã, se arrumando, todas venezuelanas. (fato)

[...]” <sup>8</sup> (Pintou um clima, 2022b)

De modo a enaltecer a narrativa da situação de vulnerabilidade dos imigrantes oriundos da Venezuela (país com regime político populista, de esquerda, alinhado ideologicamente com o Partido dos Trabalhadores no Brasil, grande opositor político seu), a declaração distorcida de que jovens de menor idade estariam se prostituindo em plena manhã de um sábado parece evocar emocionalmente o receptor da mensagem com algo impactante, capaz de despertar indignação e diminuir o foco para

<sup>7</sup> Link do vídeo da live: <https://www.youtube.com/watch?v=jvfKuleZVG4>

<sup>8</sup> Trecho do vídeo contendo a declaração: <https://g1.globo.com/politica/video/fala-de-bolsonaro-sobre-meninas-venezuelanas-repercute-nas-redes-sociais-11030742.ghtml>



aspectos cognitivos relacionados à precisão das crenças. No mesmo sentido, o relato falso também parece coadunar com motivações políticas amparadas na “cognição de proteção de identidade”, na medida em que se alinha ao discurso ideológico da extrema direita, que busca ferrenhamente atribuir consequências negativas aos regimes de governo de orientação à esquerda. Em outras palavras, a eventual crença nas declarações falsas de Bolsonaro possivelmente se sustentaria em uma crença geral (pós-verdade) associada à noção de que regimes de esquerda (também intitulados genericamente pela extrema direita como “comunistas”) são danosos à população, independente de qualquer juízo de crença que se possa fazer sobre a natureza verídica ou falsa da mensagem.

Quando se analisa as declarações do vídeo de retratação veiculado por Jair Bolsonaro para esclarecer o episódio, pelo menos dois aspectos parecem pertinentes sob o ponto de vista do emissor. Primeiramente, nota-se sua clara postura de evitação ao exercício da autoconsciência, tendo em vista que ele em momento algum parece realizar uma autoreflexão objetiva no sentido de reconhecer/ponderar os trechos polêmicos de sua fala no *podcast*: nem sobre a expressão “pintou o clima”, nem sobre a insinuação de que seriam jovens menores de idade praticando prostituição, reservando-se apenas a atestar que se tratavam de “mulheres trabalhadoras” que “estão reconstruindo suas vidas no Brasil”. Aliás, nesse discurso de retratação, Bolsonaro afirma que sua fala no *podcast* refletia uma preocupação dele “no sentido de evitar qualquer tipo de exploração de mulheres que estavam vulneráveis”, algo que, a nosso ver, não se consegue depreender de sua declaração polêmica (CartaCapital, 2022).

O segundo aspecto aqui vai de encontro a um dos preceitos postulados na Teoria OSA: tendo em vista que o indivíduo já consumou seu ato/comportamento, caso ele não consiga evitar o estado autoconsciente, resta-lhe diminuir a discrepância entre padrão de referência e comportamento ajustando-se o padrão. Trata-se, inclusive, de uma conduta classicamente observada no fenômeno de hipocrisia moral<sup>9</sup>, o qual destaca-se – através dos estudos empíricos de Batson – por promover importantes contribuições para o modelo da Autoconsciência Objetiva (Silvia & Duval,

---

<sup>9</sup> Segundo Batson, a hipocrisia moral pode ser entendida como a motivação “para parecer moral aos próprios olhos e aos olhos dos outros, evitando, se possível, o custo de ser realmente moral” (BATSON, 1999, pg. 525).



2001; Batson et al., 1997). Na situação social aqui analisada, a declaração do ex-presidente já havia sido feita e encontrava-se registrada e divulgada pelas diversas mídias (ele não podia alterar sua atitude consumada), restando a Bolsonaro apenas evitar o estado autoconsciente ou ajustar a sua mensagem a um padrão que melhor justificasse seu comportamento. Assim, algo mais próximo na direção de um ajuste da mensagem (ajuste do padrão) pode ser observado no trecho do vídeo de retratação em que Bolsonaro afirma:

“[...] se as minhas palavras que, por má-fé, foram tiradas de contexto, de alguma forma foram mal entendidas ou provocaram algum constrangimento às nossas irmãs venezuelanas, peço desculpas, já que meu compromisso sempre foi o de melhor acolher e atender a todos que fogem de ditaduras pelo mundo.[...] (CartaCapital, 2022).

Como se observa, existe uma tentativa de mitigar a discrepância sob a justificativa de que sua mensagem foi tirada de contexto, reforçando nosso entendimento de que o autofoco parece se encontrar nos padrões de julgamento e não na conduta consumada (declaração polêmica) à luz do *self* real.

### **Considerações finais**

O contexto social e seus desdobramentos cognitivos são por natureza subjetivos em seus processos de interação, fato claramente constatado pelo desafio empírico de lidar com o problema de acurácia de suas variáveis. Sendo assim, a atribuição de verdades universais torna-se uma questão complexa, que transcende a seara psicológica e gravita milenarmente nas discussões filosóficas acerca da moralidade. Conforme as distâncias geográficas foram se encurtando por meio da comunicação em mídias digitais, disparidades culturais e ideológicas permitiram desvelar uma extensa paleta de verdades existentes ao redor do mundo. E apesar de múltiplas verdades possíveis, havia um princípio universal entre elas: seu vínculo aos fatos. Todavia, com o advento das *fake news*, o instituto da verdade parece ter se liberado do rigor ao factual em detrimento de verdades alternativas - vinculadas aos interesses ideológicos pessoais e de grupos específicos – na forma de uma pós-verdade. Assim, muito mais relevante do que mensagens apoiadas em evidências é



o papel do receptor contemporâneo, que parece cada vez mais revestido de autonomia para construir a sua própria verdade conveniente.

Se, por outro lado, considerarmos as *fake news* sob a ótica da precisão de crenças, certamente o volume e velocidade das informações atualmente bombardeadas ao receptor parece cunhar um cenário menos propício ao exercício de um juízo cognitivo sobre o que é verdadeiro ou falso, fazendo com que o indivíduo delegue parte significativa desse processo avaliativo, por exemplo, a recursos heurísticos (muitas vezes enviesados a determinados posicionamentos político/ideológicos).

Se entendermos as *fake news* como mensagens que querem parecer verdadeiras sem o custo de serem verdadeiras é possível inferir que elas representariam uma manifesta faceta da hipocrisia moral. Assim sendo, de maneira idêntica a tal desvio moral, a recorrência em aspectos heurísticos e crenças enraizadas abrem margem ao fomento do autoengano, que atuaria a serviço de uma pós-verdade conveniente ao indivíduo e seu grupo social de influência.

Diante das considerações tecidas, ainda são grandes os desafios no campo investigativo da Cognição Social. Os breves enlaces teóricos propostos apontam para o evidente potencial dessa seara teórica no sentido de contribuir para um melhor entendimento do contemporâneo problema das *fake news*, sobretudo no que se refere ao efeito das crenças e vieses cognitivos para a construção da pós-verdade, bem como na relação desta com a demarcação ideológica de grupos sociais. De forma mais específica, o presente trabalho busca destacar o relevante papel da autoconsciência na mediação dos fenômenos sociais, inclusive àqueles relacionados às *fake news*, devendo a questão ser melhor explorada no âmbito empírico. Nessa direção, parece propício estudos futuros que desenvolvam uma triangulação teórica entre *fake news*, autoconsciência objetiva e hipocrisia moral.

Por fim, nos indagamos: será que realmente “*pintou um clima*”? Talvez a resposta desse questionamento nos leve à reflexão a partir de outra pergunta: *qual a verdade que se quer postular?*

## Referências



- Arioli, M., Crespi, C., & Canessa, N. (2018). Social Cognition through the Lens of Cognitive and Clinical Neuroscience. *BioMed Research International*, 1–18. <https://doi.org/10.1155/2018/4283427>
- Batson, C. D., Kobrynowicz, D., Dinnerstein, J. L., Kampf, H. C., & Wilson, A. D. (1997). In a very different voice: Unmasking moral hypocrisy. *Journal of personality and social psychology*, 72(6), 1335.
- Beer, J. S., & Ochsner, K. N. (2006). Social cognition: A multi level analysis. *Brain research*, 1079(1), 98–105.
- Bryanov, K., & Vziatysheva, V. (2021). Determinants of individuals' belief in fake news: A scoping review determinants of belief in fake news. *PLoS one*, 16(6), e0253717.
- CartaCapital (Diretor). (2022, outubro 18). Bolsonaro grava vídeo com Michelle para pedir desculpa a meninas venezuelanas [Gravação de vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=sRsWpfXvypc>
- Haselton, M. G., Bryant, G. A., Wilke, A., Frederick, D. A., Galperin, A., Frankenhuis, W. E., & Moore, T. (2009). Adaptive Rationality: An Evolutionary Perspective on Cognitive Bias. *Social Cognition*, 27(5), 733–763. <https://doi.org/10.1521/soco.2009.27.5.733>
- Nascimento, A. M. do. (2008). *Autoconsciência situacional, imagens mentais, religiosidade e estados incomuns da consciência: Um estudo sociocognitivo*. Universidade Federal de Pernambuco.
- Nascimento, A. M. do, & Roazzi, A. (2017). Religiosidade e o desenvolvimento da autoconsciência em universitários. *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, 69(2), 121–137.
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in cognitive sciences*, 25(5), 388–402.
- “Pintou um clima”: Bolsonaro grava vídeo com Michelle e se diz “indignado” com repercussão do caso. (2022a, outubro 18). *CartaCapital*. <https://www.cartacapital.com.br/politica/pintou-um-clima-bolsonaro-grava-video-com-michelle-e-se-diz-indignado-com-repercussao-do-caso/>



“Pintou um clima”: Fala de Bolsonaro sobre meninas venezuelanas repercute e gera críticas nas redes. (2022b, outubro 15). G1. <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/noticia/2022/10/15/pintou-um-clima-fala-de-bolsonaro-sobre-meninas-venezuelanas-repercute-e-gera-criticas-nas-redes.ghtml>

Seixas, R. (2019). Gosto, Logo Acredito: O Funcionamento Cognitivo-Argumentativo das Fake News. *Cadernos de Letras da UFF*, 30(59), 279–295. <https://doi.org/10.22409/cadletrasuff.2019n59a693>

Silva Junior, R. M. da. (2019). Autoconsciência em adolescentes e adultos e indicadores psicopatológicos: Análise sincrônica e diacrônica de suas relações. Tese de Doutorado, UFPE. <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/38072>

Silvia, P. J., & Duval, T. S. (2001). Objective self-awareness theory: Recent progress and enduring problems. *Personality and social psychology review*, 5(3), 230–241.

Trapnell, P. D., & Campbell, J. D. (1999). Private self-consciousness and the five-factor model of personality: Distinguishing rumination from reflection. *Journal of Personality and Social psychology*, 76(2), 284.

Último Segundo - IG. (2022). Bolsonaro diz que “pintou um clima” com “meninhas de 14 e 15 anos”. <https://ultimosegundo.ig.com.br/2022-10-15/internautas-repercutem-fala-de-bolsonaro-pintou-um-clima.html>

UOL (Diretor). (2022, outubro 16). “Pintou um clima”: Fala de Bolsonaro sobre encontro com jovens venezuelanas causa reação nas redes [Gravação de vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=WxeBKaQSBfw>

Wicklund, R. A. (1975). Objective Self-Awareness. *Advances in Experimental Social Psychology*, 8, 233–275. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60252-X](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60252-X)

**Recebido: 12.12.2024      Aprovado: 20.12.2024      Publicado: 01.01.2025**

**Sobre autores e contato:**

**Getúlio Tito Pereira de Oliveira**



PhD student in the Graduate Program in Cognitive Psychology at the Federal University of Pernambuco. Doctoral scholarship holder of the National Council for Scientific and Technological Development (CNPq). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8153-6039> E-mail: [getulio.oliveira@gmail.com](mailto:getulio.oliveira@gmail.com).

### **Alexsandro Medeiros do Nascimento**

Doutor, Departamento de Psicologia – Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) – Coordenador do Laboratório de Estudos de Autoconsciência, Consciência, Cognição de Alta Ordem e Self (LACCOS). <http://orcid.org/0000-0002-9981-8384> E-mail: [alexsandro.mnascimento@ufpe.br](mailto:alexsandro.mnascimento@ufpe.br).

### **Antonio Roazzi**

D.Phil, Department of Psychology, Federal University of Pernambuco (UFPE) <https://orcid.org/0000-0001-6411-2763> <http://lattes.cnpq.br/6108730498633062> [https://www.researchgate.net/profile/Antonio\\_Roazzi](https://www.researchgate.net/profile/Antonio_Roazzi) E-mail: [roazzi@gmail.com](mailto:roazzi@gmail.com)