



ORDEM  
DOS  
PSICÓLOGOS

**DESINFORMAÇÃO, FAKE NEWS E  
PANDEMIA COVID-19  
OS PROCESSOS COGNITIVOS  
SUBJACENTES E O PAPEL  
DOS PSICÓLOGOS**

**DOCUMENTOS DE APOIO À PRÁTICA OPP | COVID-19**

Neste sentido, exploramos os processos cognitivos que nos levam a acreditar e a disseminar *fake news*, bem como o papel dos Psicólogos no combate à desinformação.

## 1 ● PORQUE ACREDITAMOS EM FAKE NEWS?

A resposta é complexa, mas, em parte, **as pessoas acreditam em *fake news* porque são seres sociais**. Acreditar no que as outras pessoas nos dizem e ter a capacidade de confiar nos outros são competências universais do ser humano. Temos uma capacidade cognitiva para criar e aceitar informação simbólica, como se da própria realidade se tratasse. Esta nossa predisposição pode ser adaptativa ou desadaptativa (Forgas & Baumeister, 2019).

No entanto, **é também esta capacidade cognitiva que faz com que acreditemos em *fake news***. A nossa visão do mundo envolve aquilo que o mundo nos parece ser e como os outros pensam e agem (Forgas & Baumeister, 2019). As *fake news* e teorias da conspiração emergem especialmente durante tempos de incerteza, apresentando-se através de explicações simplistas sobre as situações (“Porque é que X aconteceu, quem beneficiou com isso e quem deve ser culpado”) (Taylor, 2019).

## 2 ● PORQUE DIVULGAMOS FAKE NEWS?

Deparamo-nos, diariamente, com uma tarefa cada vez mais exigente: saber no que acreditar e que informação rejeitar. A tecnologia acelerou a disseminação de informação para o bem e para o mal. Através das redes sociais, qualquer pessoa pode dizer o que quiser, onde quiser e chegar a toda a gente no mundo.

**A forma como as *fake news* proliferam assemelha-se à forma como os vírus se propagam, usando as pe-**

**A** proliferação de *fake news* e desinformação, não sendo exclusiva do século XXI, tem suscitado, mais recentemente, face à utilização massiva e alcance dos meios de comunicação digitais, um aumento de preocupação por parte de profissionais provenientes de vários sectores da sociedade. Esta preocupação foi **acentuada pela pandemia COVID-19, dado os impactos negativos da desinformação na Saúde Pública**.

As *fake news* e a desinformação têm, a nível global, um impacto profundo que inclui **consequências políticas, económicas, sociais e ambientais**. Estudos recentes mostraram que as mentiras se espalham mais rápido do que a verdade, estando na base deste fenómeno o grau de novidade e as reacções emocionais dos receptores. Independentemente das características individuais dos agentes disseminadores, verificou-se que há uma **maior probabilidade de as pessoas partilharem o que é falso do que aquilo que é verdadeiro** (Vosoughi et al., 2018).

**Controlar a “epidemia” de *fake news***, com potenciais consequências devastadoras e negativas na vida dos cidadãos e na sociedade, assim como na sua saúde, **depende também do contributo dos Psicólogos**, do seu conhecimento sobre os comportamentos de criação e disseminação de notícias falsas (*fake news*), bem como da forma como podem contribuir para comunicar informação fidedigna que responda às necessidades, medos e incertezas dos cidadãos.

Assumindo-se como **mobilizadores sociais** cruciais na promoção de literacia, da adopção de comportamentos protetores da saúde psicológica e física, face à actual situação de crise, nomeadamente através da permanente atualização sobre as recomendações das autoridades de Saúde e sobre a evidência científica disponível, **cada Psicólogo assume também um papel essencial no combate ao “vírus” emergente da desinformação, boatos, notícias falsas, teorias da conspiração e manipulação da informação**.

**ssuas e as suas crenças para se disseminarem**, num ciclo tendencialmente inconsciente e automático. Facilmente fazemos uma analogia entre a forma como o novo coronavírus se propaga e a forma como as *fake news* se disseminam.

A proximidade das pessoas em grupos de amigos e em relações de proximidade ou partilha de interesses, nomeadamente nas redes sociais, faz com que mais rapidamente se possam propagar as notícias falsas, pois esse grupo partilhará uma base comum de crenças. Se algumas destas pessoas fizerem a mesma partilha repetidamente, atingirão muitas outras pessoas muito rapidamente.

Várias pesquisas em Psicologia Cognitiva referem a influência contínua da desinformação (Basol et al., 2020), tornando-se a desmistificação difícil quando as informações falsas integram a memória (Lewandowsky et al., 2012 cit por Basol et al., 2020), aliado ao facto do efeito de repetição, aumentar a percepção que as pessoas têm sobre a veracidade desta “desinformação” partilhada, desde que exista algum fundo de verdade. Por exemplo, nas redes sociais, quanto mais veem no seu “feed” uma informação, mais acreditam nela.

Não obstante a velocidade de propagação do novo coronavírus, a velocidade da propagação das *fake news* é igualmente avassaladora como comprovam as 2700 informações falsas detectadas por dia, nas redes sociais, de acordo com a Comissão Europeia.

**Uma partilha numa rede social tem um alcance, visibilidade e um efeito extremamente rápido, “contaminando” um incontável número de receptores.** O comportamento das pessoas em partilhar e difundir notícias aliado à facilidade e alcance dos diferentes meios de comunicação disponíveis, nomeadamente as redes sociais, tem um maior impacto na disseminação das *fake news*, do que propriamente o seu “lançamento”, assumindo-se como extremamente preocupante quando os conteúdos são potencialmente falsos – pós-verdades - e numa situação de pandemia como a actual.

**Todas as pessoas podem, mais cedo ou mais tarde, acreditar em *fake news* e replicá-las** – não existem

tipos de pessoas que acreditam em factos falsos ou teorias da conspiração, e outras que não acreditam.

A ausência de previsibilidade e a incerteza provocam desconforto, apelando às **emoções básicas como medo e tristeza** - os criadores destas “notícias” procuram aproveitar-se das emoções e das características das pessoas, da forma como tomam decisões e dos envios a que todas estão sujeitas (independentemente do seu grau de formação ou especialidade em determinada temática). A desinformação faz uso dos nossos comportamentos e relações com os outros para se disseminar. **Somos todos potenciais alvos e potenciais disseminadores de *fake news*.**

### 3 ● OS PROCESSOS COGNITIVOS SUBJACENTES À DESINFORMAÇÃO

A proposta de uma abordagem de dois sistemas que influenciam o julgamento e a tomada de decisão, revela a distinção entre as **operações automáticas** – Sistema 1 – e as **operações controladas** – Sistema 2 (Kahneman, 2012). De acordo com esta teoria, o sistema 1 opera de forma automática, rápida, sendo mais intuitivo e ligado às emoções, com recurso a um menor ou praticamente nenhum esforço. Já o sistema 2 exige um maior esforço mental, envolvendo atividades mentais mais complexas, estando mais ligado à razão e associado à escolha subjectiva e concentração, sendo por isso também mais lento.

Os processos automáticos do sistema 1, mais intuitivos, permitem e são responsáveis por uma quantidade considerável de processos cognitivos e de decisão, assumindo uma função adaptativa às necessidades de resposta/decisão constantes com que o indivíduo se depara - geram uma resposta rápida, intuitiva e na maior parte das vezes funcional.

Os atalhos – **heurísticas** – caraterísticos deste sistema 1, não obstante a sua funcionalidade e carácter adaptativo, conduzem, não raras vezes, a envios

e erros no processo de tomada de decisão, merecendo, por isso, atenção na compreensão e combate da facilidade “da decisão” de acreditar em notícias falsas.

Pese embora a capacidade cognitiva mais reflexiva e analítica proporcionada pelo sistema 2, este tenderá, marcado pela preguiça cognitiva, a apoiar as intuições do sistema 1, transformando estas em crenças e ações mais voluntárias, fazendo com que o ser humano acredite nas mesmas, cumprindo-se e mantendo-se o seu conforto psicológico e cognitivo.

## Enviesamentos Cognitivos

A tendência inata para acreditar em informações que confirmam ou que correspondam às crenças pré-existentes (**viés de confirmação**), leva à compreensão da tendência das pessoas em acreditar em *fake news* que tenham algum tipo de relação com as suas opiniões, pois estas contêm algo em que já acreditavam antes – confirmando assim as suas crenças.

Os humanos têm uma predisposição quase universal para aceitarem a informação que recebem – **enviesamento da aceitação**. A informação que nos é transmitida é prioritariamente codificada como verdadeira. Este viés explica, parcialmente, o porquê de em primeira instância acreditarmos e só num segundo passo (quando se chega até ele) é que desconsideramos a informação como falsa (Forgas & Baumeister, 2019).

O **enviesamento na atribuição de um significado** – tendência para as pessoas verem padrões ou causalidades em situações aleatórias ou não relacionadas pode levar a crenças e inferências erróneas, por exemplo, acreditando em teorias da conspiração (Forgas & Baumeister, 2019). A falta de explicações elaboradas e detalhadas abre espaço para o **enviesamento da proporcionalidade** – grandes acontecimentos têm que ter grandes explicações. Se se pensar na Pandemia COVID-19, as explicações mais simples (i.e. transmissão a partir de uma espécie animal), aquando do viés cognitivo, podem não ser complexas o suficiente para a magnitude da situação.

A procura do ser humano pela coerência, que lhe per-

mite atribuir significado e evitar o desconforto cognitivo, leva a que descarte o que contraponha a sua perspectiva, equilíbrio e consonância. É este ser humano o consumidor de notícias (independentemente do seu carácter verdadeiro ou falso), que aquando a receção das mesmas, tenderá a manter e confirmar as suas convicções – o efeito perigoso surge quando se tratam de notícias falsas e boatos – não permitindo outras perspectivas, mantendo o ciclo de disseminação e desinformação.

Se a informação/notícia não corresponde ao que acreditava previamente e os dados são contraditórios às suas crenças, estes serão analisados com maior cuidado, procurando confirmar e manter as suas crenças, mesmo que não sendo verdadeiras perante os novos dados.

Uma das heurísticas mais poderosas e com maior influência sobre o processamento de informação é a **heurística da disponibilidade**. Quando necessitamos de tomar alguma decisão, quanto maior for a acessibilidade e familiaridade com determinada informação, maior a probabilidade de ser usada. Esta heurística é reforçada pela repetição da informação, mesmo que falsa (Myers, 2019).

À partida, a mera repetição de informação não deveria modificar a validade ou influência que tem nas crenças pessoais. Mas a repetição da desinformação aumenta a probabilidade da desinformação se tornar familiar, credível e aceitável (Myers, 2019).

Continuando a analisar a forma como as informações são processadas, importa referir um fenómeno cognitivo apelidado de **miopia metacognitiva** (Forgas & Baumeister, 2019). Este enviesamento, quando aplicado à forma como é monitorizada a informação recebida, permite perceber como o ser humano é capaz de processar informação complexa, mas não está tão apto a validar a credibilidade da mesma (fact-checking).

O medo do desconhecido e a incerteza, em níveis não antes experienciados, relacionados com a pandemia COVID-19 criam dissonância com a necessidade de segurança e previsibilidade, tornam as pessoas ainda mais permeáveis à aceitação de informações (mesmo

que potencialmente falsas) que confirmem o que estão dispostos e pretendem aceitar.

Se adicionarmos uma alta frequência de partilhas e repetição – **efeito de exposição repetida** - ao desejo de pertença, pressão social no controle da percepção, do grupo, as *fake news* emergem como “receita bem-sucedida”, de difícil contestação.

A **crença em teorias da conspiração** aparece assim relacionada com motivos epistémicos: compreensão do ambiente envolvente; motivos existenciais – sentimento de segurança e controle sobre o meio e motivos sociais – manutenção de uma imagem positiva de si e do grupo social (Douglas et al., 2017).

Os motivos epistémicos dizem respeito à necessidade que o ser humano tem de compreender com precisão e consistência o mundo que o rodeia. A COVID-19 veio adicionar incerteza ao conhecimento que as pessoas têm da situação. É a intolerância face à incerteza que lança as pessoas na procura da verdade. As teorias da conspiração são muitas vezes a resposta encontrada que melhor permite manter a coerência interna, encontrar explicações causais e, de algum modo, proteger-se da incerteza (Douglas et al., 2019).

O desejo de sentir segurança e controle faz parte dos motivos existenciais. A Pandemia trouxe a sensação de insegurança e impotência. As *fake news* mostram um caminho alternativo (ainda que infundado), onde identificam as ameaças e as contrariam, permitindo retomar a sensação de controlo (Douglas et al., 2019).

Ao olharmos os motivos sociais percebemos o porquê da atribuição de culpas dos acontecimentos negativos aos outros. Por forma a manter uma imagem positiva de si e do grupo de pertença, as culpas são colocadas num outro grupo (e.g., “o Vírus da China”) (Douglas et al., 2019).

Falar em *fake news* é falar também num fenómeno grupal. As mentes fortalecem-se umas às outras, mesmo quando o que é dito é falso. A **polarização grupal** – discussão que amplifica as tendências pré-existentes do grupo – permite perceber como as visões se acentuam e se tornam mais extremadas quando o indivíduo integra um grupo. As redes sociais acabam

por ter um algoritmo polarizador dos grupos, porque se adequam aos gostos, interesses e comentários do utilizador.

Já foi feita referência aos dois estilos cognitivos envolvidos no processamento de informação, o Sistema 1 (intuitivo e emocional) e o Sistema 2 (deliberado e analítico). O sistema 1 acaba por ganhar maior predominância durante situações de crise, pois as emoções negativas (sensação de impotência, de privação, de ansiedade, de falta de controlo) são vividas com muito mais intensidade, introduzindo mais vieses cognitivos para dar um sentido ao mundo. É através do pensamento analítico que se reduz a crença em *fake news*, mas não basta. É necessário estar motivado para confiar nas evidências (van Prooijen, 2019).

O incontável número de fontes e fluxos, assim como a facilidade no uso das novas tecnologias, produz um excesso de informações, provocando uma sobrecarga – **information overload** – e expondo as limitações cognitivas e de processamento de informação das pessoas, afetando a sua capacidade de análise e decisão, neste caso sobre a veracidade ou não, dos conteúdos disponibilizados.

**A (in)capacidade de discriminação das informações, revela-se na irracionalidade e vulnerabilidade dos seres humanos na diferenciação entre veracidade e falsidade, quando sobrecarregados por informações falsas** (vários estudos mostram uma capacidade ligeiramente melhor na deteção do engano, comparada com o acaso).

Deste modo, a disponibilidade de um grande volume de informações, a predominância de um raciocínio intuitivo, marcado pelo recurso às heurísticas e com maior probabilidade de enviesamentos, aliados à ausência de avaliação da credibilidade, falta de tempo, assim como uma maior propensão para a desinformação em virtude da preguiça cognitiva (estando o raciocínio analítico associado a uma melhor capacidade de distinguir notícias falsas de verdadeiras) devem ser considerados no papel do Psicólogo enquanto agente promotor de comportamentos e tomada de decisões relativas à informação que sejam protectoras da



## 4 ● QUAL É O PAPEL DOS PSICÓLOGOS NO COMBATE À DESINFORMAÇÃO/FAKE NEWS?

Controlar a “epidemia” de *fake news*, com consequências igualmente devastadoras e negativas na vida dos cidadãos e na sociedade, depende também do contributo dos Psicólogos, nomeadamente na rapidez e correção com que preenchem o vazio criado pela falta de respostas, medo e incertezas com informação fidedigna e que vai ao encontro das necessidades das pessoas.

Considerando este papel e a sua exigência, assim como o conhecimento da ciência psicológica sobre o tema, **reconhece-se o Psicólogo como um agente fundamental:**

- No desenvolvimento de medidas preventivas e estratégias de combate à desinformação;
- Na promoção e disseminação de literacia digital básica;
- Na promoção da literacia, consciência e reflexão sobre os processos cognitivos de gestão da informação e tomada de decisão.

### Prevenção e Desmistificação

O processo de desmascarar notícias falsas, boatos e combater a desinformação é complexo, uma vez que o risco das estratégias adotadas produzirem o efeito contrário e reforçarem, ainda mais os mesmos, é bastante elevado.

Estratégias que apresentam correções à informação falsa, incentivando apenas a consideração do oposto, podem precisamente fortalecer a informação inicial –

informação falsa.

Por outro lado, o simples rotular das informações como incorretas, pode não se constituir como suficiente para uma alteração no entendimento da informação, dificultando aos recetores a memória do que realmente estava errado (Chan et al., 2017).

O Psicólogo assume neste processo de **desmistificação e prevenção das *fake news*** um papel crucial, quer directamente nas suas comunicações/intervenções, quer numa intervenção multidisciplinar e/ou de consultoria nos diferentes contextos, na utilização e/ou partilha de literacia para esse efeito:

- A refutação dever-se-á centrar nos factos principais e na informação que se deseja comunicar e não no mito, evitando assim o aumento da familiarização com a desinformação (Cook & Lewandowsky, 2012);
- Recurso a uma comunicação simples, direta e focada (com utilização de um menor número possível de argumentos) nos processos de desmistificação, tal como a utilizada nas *fake news* e mitos, facilitará o seu processamento, tornando a refutação igualmente mais atractiva cognitivamente. De igual forma o vazio deixado pela refutação deverá ser sempre preenchido por uma explicação/argumentos alternativos (Cook & Lewandowsky, 2012).
- A exposição a contra-informações favorece a compreensão e promoção das informações de desmistificação – deverão ser por isso facilitadas condições favoráveis para as contra-argumentações das informações erradas (Chan et al., 2017).
- Fazer referência aos consensos científicos existentes facilita que as pessoas se deixem guiar pela informação válida. As pessoas procuram saber qual a posição dos peritos e o consenso por parte da comunidade científica diminui o esforço requerido para aprender sobre problemas complexos (Van der Linden et al., 2017).

Não obstante a disponibilidade e capacidade de recurso aos processos cognitivos mais complexos, de carácter mais analítico/reflexivo, a preguiça cognitiva

e a predominância dos processos cognitivos heurísticos e intuitivos são um “entrave” significativo a ter em consideração.

O actual momento de crise e as especificidades da pandemia COVID-19, numa sociedade inundada com excessivas fontes e conteúdos de informação, marcada pela urgência/necessidade de respostas aliadas à característica humana inata do uso de atalhos e procura/manutenção do conforto e equilíbrio psicológico e cognitivo, exige um maior cuidado e adaptação das estratégias de mitigação das *fake news*, atendendo-se aos diferentes públicos-alvo.

Emerge como principal estratégia o **valorizar do papel activo de cada pessoa** no combate às *fake news*, promovendo a adopção do exercício “**parar e pensar**” – activação de processos cognitivos mais complexos. Cada pessoa tem a capacidade de treinar e evoluir no exercício de pensar e refletir antes de responder, assegurando assim um maior controlo sobre os processos automáticos e tendências inconscientes e intuitivas, com a consequente redução da possibilidade de acreditar em notícias falsas e posterior disseminação.

Kahneman (2012) refere que o modo de bloquear e reduzir estes erros passa pelo reconhecimento da existência de um campo cognitivo que os podem propiciar e potenciar, assim como reconhecer que determinada situação é potencialmente geradora de erros. Tratando-se de um problema de saúde pública e de uma situação nova e de constante aprendizagem, como a actual, incluindo para a comunidade médica e científica, esta é seguramente uma situação potencialmente geradora de erros/enganos nos julgamentos e decisões tomadas, tornando-nos a todos ainda mais responsáveis por prevenir e evitar os mesmos.

Recentemente começou a ser desenvolvida uma **estratégia preventiva** que prepara as pessoas para lidar com os potenciais milhões de tópicos que podem ser disseminados com o objetivo de espalhar desinformação. Não se foca nos argumentos sobre uma temática específica (porque esta muda constantemente), mas dá espaço para que os seus participantes possam conhecer e, posteriormente, reconhecer as estratégias de desinformação (Roozenbeek, van der

Linden & Nygren, 2020).

A ideia desta prevenção passa por facilitar que perante notícias falsas, soe um alarme e se passe do Sistema 1 (baseado em heurísticas) para o Sistema 2 (pensamento crítico) (Cook et al., 2017).

Da mesma forma que o aparecimento de uma vacina se torna uma das mais eficazes respostas no combate a um vírus, também nas *fake news* a inoculação emerge como uma potencial estratégia de combate e controle. A inoculação passa por preparar as pessoas para a desinformação, garantindo que possuem informações precisas e contra-argumentos, ainda antes de receberem a desinformação. A estratégia de prevenção contra as *fake news* envolve a exposição das pessoas a pequenas doses de desinformação e treino das mesmas para o seu reconhecimento, reduzindo a sua suscetibilidade à mesma (Van Bavel et al., 2020).

A metodologia utilizada para a prevenção da desinformação recorre a um jogo online (“Get Bad News”), onde os jogadores ocupam a posição de um criador de notícias falsas e lhe são ensinadas as estratégias da indústria das *fake news*. Entre as estratégias aprendidas encontram-se falsificação (fazer-se passar por outras pessoas ou instituições), exploração emocional (evocar o medo/ódio), polarização (uso de linguagem que fomente divisão social), conspiração (espalhar teorias conspirativas), difamação (atacar os opositores) e trolling (fazer pouco das outras pessoas) (Roozenbeek et al., 2020).

O jogo permite às crianças, jovens ou adultos estar em contacto com pequenas doses de *fake news* num ambiente controlado, acabando por fortalecer o a resistência psicológica contra a desinformação (Roozenbeek et al., 2020).

Os psicólogos podem olhar para esta intervenção inovadora, preventiva, baseada num jogo, e pensar como podem desenvolver outros métodos/jogos, baseados em evidências, que ajudem a estimular o pensamento crítico e a inoculação.

## Promoção da Literacia

A literacia só terá os efeitos visíveis e desejados se for acompanhada por uma boa estratégia e uma “campanha” que promova o envolvimento das pessoas com este tema. Não basta expor informação sobre desinformação ou outra, é necessário motivar e envolver as pessoas, captar a sua atenção e que os processos cognitivos associados ao julgamento e tomada de decisão se tornem conscientes e sejam assimilados, caso contrário permanece o risco de, não sendo notícias/informações falsas, continuarem a serem processadas de igual forma.

A reduzida literacia digital está na origem das dificuldades que as pessoas sentem em diferenciar informações falsas das informações válidas. Sem competências de literacia digital, as pessoas acabam por ser vítimas de *fake news* com maior frequência (Guess et al., 2019).

Os indicadores que sinalizam *fake news* podem ser partilhados à semelhança da intervenção do Facebook “Tips to Spot False News”. Esta intervenção envolve referir algumas regras que podem ajudar as pessoas a avaliar a credibilidade das fontes e a sinalizar aspectos que possam mostrar que o conteúdo é falso. Estas estratégias ajudam as pessoas a discernir entre o que é falso e o que é confiável (Guess et al., 2019). Neste sentido, a OPP desenvolveu a **CHECKLIST VERIFICAR ANTES DE PARTILHAR INFORMAÇÃO** que pode ser encontrada mais adiante.

Um maior conhecimento dos fatores de risco, tais como: o efeito da cultura e do meio no qual cada um está inserido; a pressão social; a falta de avaliação da credibilidade; a falta de atenção e de paciência, associados à urgência de respostas; a preguiça mental, hábitos e rotinas instaladas; (a falta de) domínio das emoções e maior dificuldade de manter uma postura racional em momentos de crise, é igualmente fundamental.

O recurso, disponibilização e treino de ferramentas, como a checklist verificar antes de partilhar informação – é altamente recomendado, devendo ser assumido como um exercício simples, rápido e com

resultados eficazes na estratégia global, particularmente quando formos capazes de atender ainda ao que a informação em causa nos faz sentir e termos consciente como isso pode influenciar os resultados da checklist.

### CHECKLIST

#### Verificar Antes de Partilhar Informação

1. A fonte de informação é credível (DGS, OMS ou OPP)?
2. A informação é válida?
3. A informação é útil, vai ajudar outras pessoas?
4. A informação é recente, está actualizada?
5. Não tenho dúvidas sobre a veracidade ou a vantagem de partilhar?



Se a resposta a estas questões foi **SIM, PARTILHE**. Informação correcta leva-nos a adoptar comportamentos que nos protegem a nós e a todos.



Se a resposta a estas questões foi **NÃO, NÃO PARTILHE**. A desinformação é outro vírus: evite que se espalhe!

A promoção de literacia digital básica e a responsabilização das acções no meio digital, nomeadamente nas redes sociais (individuais ou organizacionais), é igualmente uma estratégia recomendada:

- Cada pessoa tem a capacidade de produzir conteúdos e partilhá-los com os outros, não havendo vigilantes quer para a veracidade dos conteúdos, quer para as intenções de quem os produz e partilha;
- A produção de conteúdos, a participação e a partilha responsável dos mesmos na internet, nos diferentes meios disponíveis, deve pautar-se pelo pensamento crítico e consciência do impacto nos outros. Deve, por isso, ser incentivada a prática de uma comunicação simples, directa e baseada nas recomendações emiti-



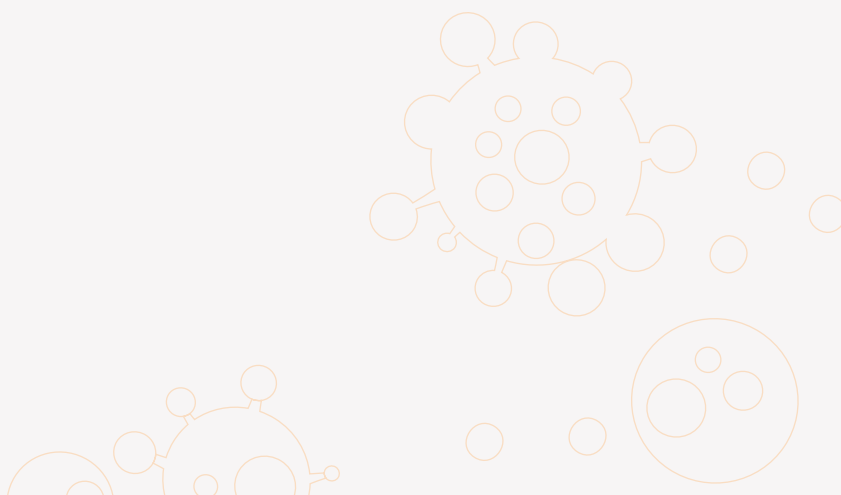
das pelas autoridades de saúde.

Combater a “pandemia” de *fake news* e a desinformação é responsabilidade individual, num objetivo e para um esforço comum. O papel dos Psicólogos é fundamental para que as *fake news* não perturbem o bem-estar psicológico e adoção de comportamentos que levem à erradicação da pandemia.

Os psicólogos têm uma compreensão privilegiada da dimensão psicológica da desinformação e do seu impacto na forma como as pessoas vão processar e construir a sua realidade. Os psicólogos têm competências para comunicar adequadamente nesta interface entre a Literacia Digital e a Literacia para a Saúde.

Desmistificar a natureza das *fake news*, contra-argumentar e discutir sobre as emoções e os processos cognitivos que influenciam a análise do que é verdadeiro ou falso é fundamental para combater a aceitação de *fake news*.

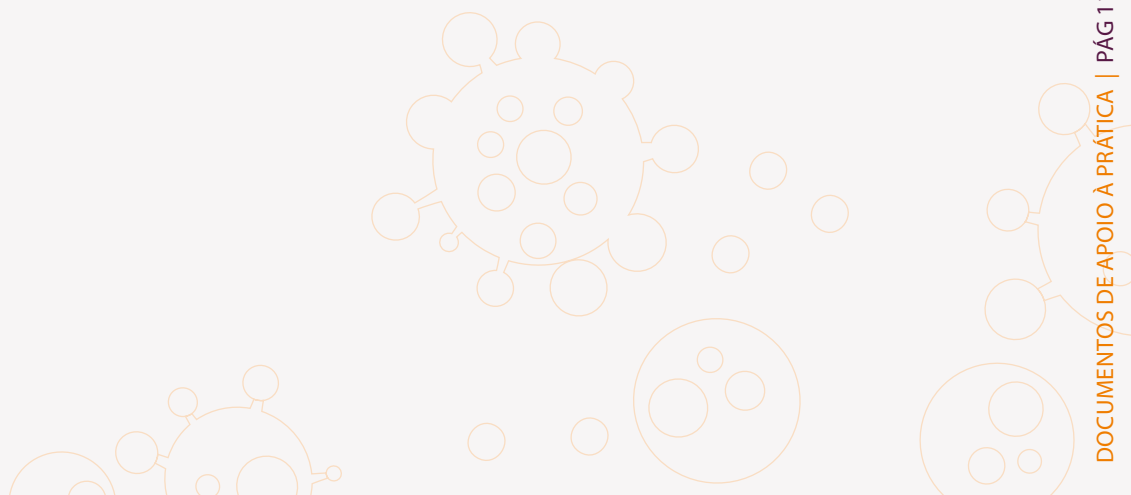
Por fim, a pandemia da desinformação veio para ficar, não se limitando à COVID-19. Os profissionais da Psicologia vão ter um papel importante no desenvolvimento de estratégias de inoculação face às *fake news*. Enquanto especialistas na motivação para a mudança vai ser necessário desenvolver metodologias mais eficazes na descredibilização de teorias da conspiração.



## > REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Basol, M., Roozenbeek, J., & Van der Linden, S. (2020). Good News about Bad News: Gamified Inoculation Boosts Confidence and Cognitive Immunity Against Fake News. *Journal of Cognition*, 3(1), 9. <https://doi.org/10.5334/joc.91>
- Cook, J., Lewandowsky, S. (2011), *The Debunking Handbook*. St. Lucia, Australia: University of Queensland. November 5. ISBN 978-0-646-56812-6. [<http://sks.to/debunk>]
- Cook, J., Lewandowsky, S. & Ecker, U. K. H. (2017). Neutralizing misinformation through inoculation: Exposing misleading argumentation techniques reduces their influence. *PLoS ONE*, 12(5), e0175799. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0175799>
- Chan, M. pui S., Jones, C. R., Hall Jamieson, K., & Albarracín, D. (2017). Debunking: A Meta-Analysis of the Psychological Efficacy of Messages Countering Misinformation. *Psychological Science*, 28(11), 1531–1546. <https://doi.org/10.1177/0956797617714579>
- Douglas, K. M., Sutton, R. M., & Cichocka, A. (2017). The psychology of conspiracy theories. *Current Directions in Psychological Science*, 26(6), 538–542. <https://doi.org/10.1177/0963721417718261>
- Douglas, K. M., Sutton, R. M., & Cichocka, A. (2019). 4 Belief in Conspiracy Theories: Looking Beyond Gullibility. In J. P. Forgas & R. F. Baumeister (2019) (Eds.) *The Social Psychology of Gullibility: Fake News, Conspiracy Theories, and Irrational Beliefs* (p. 61-76). London: Routledge Taylor & Francis Group.
- Forgas, J. & Baumeister, R. F. (2019). Homo credulus: On the Social Psychology of Gullibility. In J. P. Forgas & R. F. Baumeister (2019) (Eds.) *The Social Psychology of Gullibility: Fake News, Conspiracy Theories, and Irrational Beliefs* (p. 1-18). London: Routledge Taylor & Francis Group.
- Guess, A., Lerner, M., Lyons, B., ... & Sircan, N. (2019). A digital media literacy intervention increases discernment between mainstream and false news in the United States and India. *PNAS*, 117(17). [www.pnas.org/cgi/doi/10.1073/pnas.1920498117](http://www.pnas.org/cgi/doi/10.1073/pnas.1920498117)
- Kahneman, D. (2012). *Pensar, Depressa e Devagar*. Lisboa: Temas e Debates.
- Myers, D. G. (2019). Psychological Science Meets a Gullible Post-Truth World. In J. P. Forgas & R. F. Baumeister (2019) (Eds.) *The Social Psychology of Gullibility: Fake News, Conspiracy Theories, and Irrational Beliefs* (p. 77-100). London: Routledge Taylor & Francis Group.
- Roozenbeek, J. & van der Linden, S. (2019). Fake news game confers psychological resistance against online misinformation. *Palgrave Communications*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.1057/s41599-019-0279-9>
- Roozenbeek, J., van der Linden, S. & Nygren, T. (2020). Prebunking interventions based “inoculation” theory can reduce susceptibility to misinformation across cultures. *The Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*, 1(2), 1-23. DOI: <https://doi.org/10.37016//mr-2020-008>

- Taylor, S. (2019). *The Psychology of Pandemics: Preparing for the Next Global Outbreak of Infectious Disease*. Cambridge, UK: Cambridge Scholars Publishing.
- Van Bavel, J., Baicker, K., Boggio, P., ... & Willer, R. (2020). Using social and behavioural science to support COVID-19 pandemic response. *Nature Human Behaviour*, 4, 460-471.
- Van der Linden, S., Leiserowitz, A., Rosenthal, S. & Maibach, E. (2017). Inoculating the Public against Misinformation about Climate Change. *Global Challenges*, 1, 1-7. DOI: 10.1002/gch2.201600008
- Van Prooijen, J-W. (2019). Belief in Conspiracy Theories: Gullibility or Rational Skepticism? In J. P. Forgas & R. F. Baumeister (2019) (Eds.) *The Social Psychology of Gullibility: Fake News, Conspiracy Theories, and Irrational Beliefs* (p. 319-332). London: Routledge Taylor & Francis Group.
- Zhou, X. & Zafarani, R. (2018). Fake News: A Survey of Research, Detection Methods, and Opportunities. <http://arxiv.org/abs/1812.00315>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 1151(March), 1146–1151





ORDEM  
DOS  
PSICÓLOGOS

AGOSTO 2020