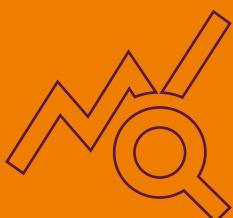
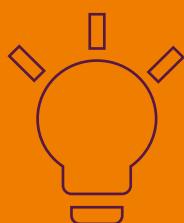


03.2025

## DESINFORMAÇÃO: PREVENÇÃO E INTERVENÇÃO

CIÊNCIA E PRÁTICA PSICOLÓGICAS



DOCUMENTOS DE APOIO À PRÁTICA PROFISSIONAL

Documento de Apoio à Prática Profissional: Desinformação: Prevenção e Intervenção, publicado pela Ordem dos Psicólogos Portugueses.

A informação que consta deste documento, elaborado em Março de 2025, e na qual se baseia foi obtida a partir de fontes que os autores consideram fiáveis. Esta publicação ou partes dela podem ser reproduzidas, copiadas ou transmitidas com fins não comerciais, desde que o trabalho seja adequadamente citado, conforme indicado abaixo.

**Sugestão de citação:**

Ordem dos Psicólogos Portugueses (2025). Desinformação: Prevenção e Intervenção. Lisboa.

**Para mais esclarecimentos contacte Ciência e Prática Psicológicas:**

[andresa.oliveira@ordemdospsicologos.pt](mailto:andresa.oliveira@ordemdospsicologos.pt)

**Ordem dos Psicólogos Portugueses**

Av. Fontes Pereira de Melo 19 D, 1050-116 Lisboa

+351 213 400 250  
[ordemdospsicologos.pt](http://ordemdospsicologos.pt)

# Enquadramento

O **acesso à informação** tornou-se cada vez mais **democratizado, fácil e imediato**, permitindo que milhões de pessoas em todo o mundo obtenham conteúdos de forma rápida e diversificada, seja através dos novos meios digitais ou dos meios tradicionais (como jornais e televisão). Embora a **democratização da informação** tenha **benefícios significativos**, incluindo a disseminação de conhecimento e o acesso facilitado a recursos essenciais, também traz **desafios importantes**, nomeadamente o **aumento da exposição a conteúdos factualmente falsos, imprecisos ou intencionalmente manipuladores** (Edelson et al., 2024).

A **desinformação**, enquanto fenómeno social e psicológico, **não é nova**, mas a sua **disseminação acelerada** torna-a um **problema de particular relevância e urgência**. Independentemente do nível de escolaridade, idade, género ou experiência digital, **todas as pessoas estão suscetíveis à exposição a desinformação** (Van der Linden, 2024).

Para os/as **Psicólogos/as**, **compreender** este fenómeno é essencial, não só para **mitigar** os seus efeitos no comportamento individual e coletivo, mas também para promover estratégias que **reforcem o pensamento crítico** e a **resiliência cognitiva** face à manipulação da informação. Assim, este recurso pretende dar continuidade ao trabalho da Ordem dos Psicólogos Portugueses, complementando o documento de apoio à prática profissional [Desinformação, Fake News e Pandemia COVID-19: Os processos cognitivos subjacentes e o papel dos Psicólogos](#), publicado em 2020.

# 01. Desinformação: Definição, Causas, Impactos e Mecanismos

## Definição, Causas e Estatísticas

A Desinformação corresponde a **qualquer tipo de conteúdo ou prática** que contribua para o **aumento de informação falsificada, não validada ou pouco clara** e/ou que tenha a **intenção de afastar as pessoas do conhecimento factual da realidade**.

Dentro desta definição cabe ainda uma **diferenciação**: as pessoas podem ser **informadas erradamente** ou **desinformadas intencionalmente** (Edelson et al., 2024; WHO, 2024):

**Informar erradamente.** O emissor/a transmite informação errada ou falsa, porque acredita em factos errados, sem uma intenção maliciosa para com os/as recipientes da informação.

**Desinformar intencionalmente.** O emissor/a transmite informação errada ou falsa, de forma deliberada e com intenção de enganar, com base em factos propositadamente falsos. As motivações podem ser económicas, religiosas, ideológicas, políticas, entre outras.

Também é útil fazer a diferenciação entre **fake news** e **desinformação**. As *fake news* referem-se especificamente a notícias falsas que são apresentadas como se fossem verdadeiras, frequentemente com o objetivo de influenciar opiniões, gerar *clicks* ou receitas publicitárias. As **fake news são uma forma de desinformação**, mas nem toda a desinformação se apresenta sob a forma de *fake news*. Podemos ser expostos a desinformação de muitas formas, como através de conteúdos publicados nas redes sociais, vídeos ou outros conteúdos criados por Inteligência Artificial, *memes* virais, e-mails de *phishing*, anúncios patrocinados, entre outros (Edelson et al., 2024).

Também é necessário sublinhar que a **desinformação, na maior parte das vezes, não é completamente falsa**. As informações veicu-

ladas podem não ser tecnicamente falsas, mas serem apresentadas de forma a manipular ou enganar o/a leitor/a. No entanto, a informação pode igualmente ser completamente fabricada com a intenção de enganar ou influenciar (Van der Linden, 2024).

**A propagação de desinformação não ocorre por um motivo único.** Pode resultar de diferentes intenções e processos (e.g., motivacionais, cognitivos). Uma parte da desinformação é partilhada de forma **involuntária**, outra é **deliberadamente partilhada** para manipular a percepção pública. Entre as razões para partilhar desinformação, podem destacar-se (APA, 2023; Edelson et al., 2024; Guinote et al., 2025; Van der Linden, 2024):

● **Sátira e humor.** Algumas formas de desinformação surgem sem intenção de enganar, mas como sátira ou paródia. No entanto, a ausência de um contexto claro pode levar à sua interpretação como informação factual.

● **Crença genuína.** Muitas pessoas partilham desinformação porque acreditam que é verdadeira. Este fenómeno pode ser impulsivado por confiarem na pessoa que veiculou a desinformação e por vieses cognitivos, como o viés de confirmação, que leva as pessoas a aceitar informação que reforça as suas crenças pré-existentes.

● **Intenção de manipular e enganar.** Algumas entidades ou pessoas criam e disseminam desinformação intencionalmente para influenciar a opinião pública, causar divisão, descredibilizar adversários ou obter ganhos financeiros.

● **Fins políticos e ideológicos.** A desinformação pode ser utilizada como uma ferramenta estratégica para moldar narrativas e influenciar eleições, alimentar polarização ou minar a confiança nas instituições.

● **Motivações financeiras.** Conteúdos falsos podem gerar *clicks* e tráfego para determinadas páginas, resultando em retorno financeiro, por meio de publicidade, nomeadamente para informações/práticas/produtos pseudocientíficos.

● **Reforço identitário.** As pessoas tendem a compartilhar desinformação que reforça a sua

identidade de grupo, especialmente em contextos polarizados, onde a lealdade ao grupo de pertença pode ser considerada mais importante do que a veracidade da informação.

● **Falta de literacia da informação e mediática.** A ausência de competências de literacia da informação e mediática associa-se a dificuldades em avaliar criticamente conteúdos. Deste modo, a propagação de conteúdos desinformativos é facilitada.

## Desinformação | Estatísticas

Num dos inquéritos existentes sobre o impacto da desinformação em Portugal, reporta-se que **um em cada três portugueses/as se depara com informações falsas/erradas quase todos os dias.**

Cerca de **81%** dos portugueses/as inquiridos **sentem-se preocupados** com a sua capacidade para **distinguir conteúdo verdadeiro e falso na internet.**

A população portuguesa relata ainda que **os conteúdos desinformativos** que visualizam estão associados às temáticas da **guerra** (37%), **política** (28%), **economia e custo de vida** (19%) e **imigração** (17%) (Costa, 2024).

A partir destes dados é possível concluir que **os portugueses/as se sentem preocupados com este problema, enfrentam conteúdos desinformativos diariamente e receiam não ter competências suficientemente sólidas para identificar as tentativas de manipulação.**

## Impactos da Desinformação

A **desinformação globalmente disseminada** impacta os setores social, da saúde, educação, política e finanças, provocando custos que ascendem aos €72 mil milhões anuais (CHEQ, 2019).

**Mas os custos da desinformação vão muito além dos económicos.** A disseminação da desinformação tem efeitos no **comportamento**

**humano**, influenciando **perceções, atitudes e processos de tomada de decisão**, dificultando o pensamento crítico sobre a informação (Van der Linden, 2024).

Além de mudanças individuais no comportamento humano, a **pressão causada** por estes conteúdos falsos ou enganosos pode **retardar mudanças sociais** importantes como **o combate às alterações climáticas, garantir uma Saúde de qualidade para todos ou a construção de sociedades inclusivas e pacíficas.**

● No que diz respeito às **alterações climáticas**, as **mentiras e mitos sobre o clima** são um dos principais problemas a resolver. Os/As agentes desinformativos usam estratégias como contrariar o consenso que existe em torno das alterações climáticas serem causadas pelo ser humano ou relativizar o impacto negativo da mudança climática. Como consequência, provocam níveis maiores de confusão pública, menor apoio a políticas de adaptação climática e confiança reduzida no consenso científico em torno da questão (Ejaz et al., 2024).

● **A Saúde (Física e Psicológica) sofre com a desinformação.** Um exemplo consiste na maior adesão a tratamentos pseudocientíficos (sem eficácia comprovada), que podem colocar em risco a saúde (física e psicológica), além de implicarem encargos financeiros desnecessários. Outro exemplo recente é o da Pandemia COVID-19. Em contexto de pandemia, os níveis mais baixos de adesão a medidas preventivas, vacinação, tratamentos eficazes e, ainda, a maior desconfiança nos/as especialistas e organizações de Saúde, pode ser parcialmente explicada pela maior exposição a conteúdos desinformativos (WHO, 2024).

● **A desinformação também potencia a degradação da coesão social.** As campanhas desinformativas – muito frequentes em alturas de eleições, por exemplo – **são estrategicamente criadas para serem o mais convincentes possível**. Estas exploram crenças pré-existentes da população-alvo e divulgam narrativas persuasivas para influenciar preferências políticas e comportamentos eleitorais. Os estudos demonstram que a exposição frequente a **desinformação favorece partidos populistas e extremistas**, promovendo uma visão fragmen-

tada e desconfiança no sistema democrático (Van der Linden, 2024; Van der Linden et al., 2024).

A desinformação descredibiliza, ainda, as instituições e a ciência, nomeadamente, os governos, as organizações internacionais ou especialistas (e.g., European Parliament, 2021).

**Os conteúdos desinformativos visam provocar desconfiança nos Media, na Ciência, nas instituições governamentais e sociais.** O desgaste da confiança pública **eleva a sensação de insegurança** experienciada individualmente, aumentando os riscos para conflitos interpessoais, hostilidade entre grupos diferentes e a adoção de soluções extremas para problemas sociais complexos (Van Bavel et al., 2021a).

## *A Relação da Desinformação com a Polarização*

No seu conjunto, os níveis elevados de incerteza, insegurança percebida e conflitualidade conduzem ao agravamento de um outro fenómeno social - a **Polarização**. A **Polarização** é a **concentração de ideias, opiniões e crenças em polos opostos** e, muitas vezes, **conflituantes**. Uma das suas formas, a **polarização política** (i.e., a crescente divisão ideológica que separa visões políticas contrastantes) tem vindo a aumentar e tem causado disruptões no sistema democrático (Iyengar et al., 2019; Tallisse, 2024).

Para compreender a ascensão da **polarização política** é preciso compreender a interligação e distinção entre dois dos seus componentes (Druckman et al., 2021; Iyengar et al., 2019):

● **Polarização ideológica.** Refere-se às diferenças crescentes entre grupos políticos em relação a ideias e políticas públicas. Ou seja, pessoas de diferentes partidos ou orientações políticas tendem a adotar posições cada vez mais extremas e menos sobrepostas em temas como economia, direitos civis, políticas ambientais, entre outros. Tradicionalmente, este tipo de polarização era visto como a principal forma de divisão política.

● **Polarização afetiva.** Diz respeito à crescente aversão e desconfiança entre grupos políticos. Mais do que discordar de ideias, as pessoas passam a ver os membros de outro grupo como moralmente inferiores, egoístas, hipócritas ou mesmo como uma ameaça.

A **polarização ideológica não é necessariamente negativa**, sendo as discordias importantes para a Democracia e o confronto de opiniões fundamental para a descoberta de melhores alternativas e decisões. Por outro lado, a **polarização afetiva** é apontada como uma das principais causadoras da **dificuldade em dialogar sobre ideias diferentes e pela adoção de atitudes mais extremadas** (Druckman et al., 2021).

A **polarização afetiva** contribui para a degradação do diálogo político, tornando o espaço de debate público num **local de confronto entre grupos mais do que de confronto de ideias**. O confronto entre grupos – o “Nós” e o “Eles” – gera uma afiliação partidária/identitária forte e um favoritismo pelo grupo interno e um antagonismo forte pelos grupos externos. A **animosidade entre grupos** é reforçada pelo **reforço das identidades** e, por isso, à medida que as pessoas se identificam mais fortemente com um grupo, aumenta a sua propensão para perceber o outro grupo como uma ameaça e intensificam-se as suas emoções, atitudes e comportamentos negativos (Iyengar et al., 2019; Tallisse, 2024).

A **escalada da polarização afetiva dá incentivos aos Media e a decisores/as políticos para amplificar estas divisões**. Por exemplo, a forma como decisores/as políticos retratam os seus adversários/as políticos, como corruptos/as, incompetentes ou uma ameaça, intensifica as divisões e promove a hostilidade contra os partidos da oposição. Pelo caminho, prejudica-se não apenas a percepção entre grupos, mas também se reduz a disposição para o diálogo e cooperação democrática (Iyengar et al., 2019).

Em suma, a **polarização (ideológica e afetiva)** pode causar (Druckman et al., 2021; Van Bavel et al., 2024; Van der Linden et al., 2024):

**Impactos negativos a nível político.** Quanto maior a distância entre partidos, maior a fre-

quência dos impasses, confrontos e da rigidez partidária, nos governos locais e no Parlamento;

**Impactos negativos a nível da Saúde (Física e Psicológica).** Elevar os níveis de polarização pode significar dificuldades acrescidas na implementação de legislação e de políticas de proteção/promoção da Saúde Pública, assim como reduz o consenso em torno da adoção de comportamentos pró-Saúde (e.g., vacinação, dieta equilibrada). Ainda, afeta as relações interpessoais e comunitárias – por exemplo, pessoas afastam-se e passam menos tempo com familiares, amigos e colegas com visões políticas distintas;

**Impactos negativos a nível societal.** A polarização alimenta o discurso de ódio contra pessoas e comunidades marginalizadas, agravando o clima de violência e tensão social. Por exemplo, a escalada da polarização, por intermédio de campanhas de desinformação, já conduziu a motins, linchamentos, invasões a instituições democráticas e a outros atos de violência extrema.

**A polarização e a desinformação são fenômenos sociais que estão interligados e que se alimentam mutuamente.** A polarização aumenta a predisposição para acreditar e partilhar conteúdos desinformativos, especialmente aqueles que reforçam positivamente a identidade do grupo de pertença. Por outro lado, a desinformação aprofunda a polarização ao manipular as percepções sobre os grupos opositos e reforçar sentimentos de hostilidade e desconfiança (Van Bavel et al., 2021b).

## Mecanismos Psicológicos que Alimentam a Desinformação

**Avaliar a veracidade da informação é um processo cognitivo exigente e complexo.** Quando recebemos informação nova, a **primeira reação cognitiva** é tentar compreendê-la e integrá-la no conhecimento que já temos disponível. Apenas num **segundo momento** é que tentamos **avaliar se esta é verdadeira ou falsa**. Ou seja, verificar a verdade exige um **esforço cognitivo adicional**, quando, no sentido contrário, aceitar imediatamente a informação como válida é um

caminho rápido e automático (APA, 2023).

Além disso, os **conteúdos desinformativos** são criados de forma a **explorar as nossas vulnerabilidades psicológicas**, tornando-os particularmente eficazes no momento de **captar a nossa atenção e solidificar crenças erróneas** (Edelson et al., 2024).

A desinformação recorre a **estratégias específicas para manipular a cognição e a tomada de decisão**, incluindo (APA, 2023; Kozyreva et al., 2024; Van der Linden, 2024):

**Efeito da verdade ilusória.** A repetição de uma afirmação aumenta a percepção da sua veracidade, independentemente da sua exatidão;

**Efeito surpresa.** A desinformação é composta por conteúdos constraintuitivos, surpreendentes e inesperados, que captam a nossa atenção, mesmo sendo falsos;

**Viés de confirmação.** As pessoas tendem a aceitar mais facilmente informações que reforcem as suas crenças pré-existentes, descartando ou desvalorizando conteúdos que as contradigam;

**Ativação Emocional.** Conteúdos desinformativos frequentemente recorrem a emoções intensas (ex.: medo, indignação) para dificultar o pensamento crítico e promover respostas impulsivas;

**Viés do Grupo.** O alinhamento social influencia a aceitação de informação – se um conteúdo é partilhado por membros do grupo de pertença, ele ganha mais credibilidade;

**Simplificação Excessiva.** As narrativas desinformativas apresentam explicações simplistas e dicotómicas para eventos complexos, reduzindo a incerteza e tornando-as cognitivamente mais acessíveis.

Cada uma destas estratégias ganha ainda maior eficácia em contextos de elevada **sobrecarga informativa**. Por exemplo, durante um período de eleições podem viralizar conteúdos falsos sobre corrupção ou falsificação de votos. No meio de um volume massivo de notícias, análises e rumores, torna-se difícil avaliar rapidamente o

que é verdadeiro ou falso. O **excesso de informação reduz a capacidade de filtragem e análise crítica**, favorecendo a aceitação de informação falsa (Kozyreva et al., 2024).

Agravando o problema, sabe-se que a **velocidade da disseminação da desinformação no meio digital supera a da correção dos conteúdos**, criando um cenário em que a **primeira impressão tem um impacto duradouro**, mesmo após uma eventual refutação (Edelson et al., 2024).

Os mecanismos acima explicitados ajudam a compreender porque todas as pessoas estão vulneráveis à desinformação. No entanto, alguns **grupos específicos** parecem estar mais vulneráveis do que outros. Entre os grupos de maior risco estão as **crianças e adolescentes** e as **pessoas mais velhas**, ainda que por razões distintas.

As **crianças e adolescentes** passam diariamente pelo menos quatro horas *online*, sendo o mundo digital um dos contextos preferenciais de divulgação de desinformação (Moreira, 2024). Num inquérito europeu, aproximadamente **três em cada dez crianças/adolescentes**, entre os 8-17 anos, acreditam que **quase tudo o que veem nas redes sociais é verdade**. Se, por um lado, a maioria (70%) das crianças e adolescentes portugueses confiam na sua capacidade para diferenciar a verdade e a mentira, uma parte significativa destas (25%) não o consegue fazer. Em Portugal, a realidade poderá ser mais preocupante, uma vez que cerca de **metade dos alunos/as portugueses de 15 anos não consegue discernir facto de opinião** (Lusa, 2021).

Ainda sobre as crianças e jovens portugueses/as, **um em cada cinco adolescentes**, entre os 12 e os 16 anos, admite já ter partilhado nas redes sociais **informações que não tinham lido na íntegra** e que, mais tarde, perceberam ser conteúdo falso (Moreira, 2024). A reforçar esta dificuldade, **9% dos/as adolescentes** admitem já ter tomado **decisões incorretas** com base em informações encontradas na Internet (Moreira, 2024).

**As pessoas mais velhas também estão em risco acrescido perante a desinformação.**

Uma investigação revelou que as pessoas com mais de 65 anos **partilhavam sete vezes mais notícias falsas do que jovens adultos/as** (Moore & Hancock, 2022).

Ambos os grupos enfrentam desafios específicos relacionados com a **literacia da informação e mediática** e a sua capacidade de **avaliar criticamente a informação**. A **literacia da informação e mediática** refere-se à capacidade de aceder, analisar e avaliar criticamente informação e mensagens dos *Media*, permitindo tomar decisões informadas sobre o que consumir, criar e partilhar (Media Literacy, 2024).

Estes grupos têm de **reforçar as suas competências de literacia da informação e mediática**. No caso das crianças e jovens, um **trabalho conjunto**, entre mães, pais, cuidadores/as, professores/as e educadores/as, com o apoio de Psicólogos/as, **ajuda a robustecer as competências de análise crítica da informação** (Ortício et al., 2024). Já as pessoas mais velhas devem desenvolver competências de literacia da informação e mediática, no geral, mas com **especial enfoque nas competências de literacia mediática digitais** – i.e., a capacidade de analisar e avaliar informação encontrada online, inclusivamente a capacidade para avaliar a qualidade da informação, fontes e evidências (Moore & Hancock, 2022).

## *Mecanismos de Disseminação da Desinformação*

**A desinformação não é um fenómeno novo, mas a sua disseminação nunca foi tão rápida e massiva como na era digital.** A velocidade a que se propaga nas redes sociais supera significativamente a da informação verdadeira—um estudo demonstrou que **as notícias falsas se espalham seis vezes mais rápido do que notícias verdadeiras** (Vosoughi et al., 2018).

**Existem poucas ou nenhuma barreiras à publicação.** Quando comparamos os *media* tradicionais, que têm processos de revisão editorial ou de *fact-checking* estabelecidos, com as redes sociais, percebemos porque estas últimas são um alvo muito apetecível para a disseminação de desinformação. Sem quaisquer barreiras

editoriais ou estratégias para avaliar a qualidade da informação, os **conteúdos desinformativos podem ser facilmente partilhados**, atingindo milhões de pessoas em poucas horas (APA, 2023).

Investigações recentes (e.g., Bak-Coleman et al., 2022) sugerem que a **desinformação se comporta como um vírus**, segundo padrões semelhantes aos da transmissão de doenças infeciosas. Tal como acontece com um vírus, a exposição inicial à desinformação pode levar à sua adoção e subsequente partilha, aumentando exponencialmente o número de “infetados” pela crença no conteúdo falso. Algumas pessoas podem atuar como “**super-disseminadoras**”, estendendo o alcance da desinformação a um público vasto. Outras funcionam como **veteros assintomáticos**—mesmo sem acreditar na desinformação, contribuem para a sua propagação ao partilhá-la por entretenimento, descuido ou vieses cognitivos (van der Linden & Grimes, 2024).

Entre os **principais fatores que contribuem para a proliferação da desinformação**, destacam-se:

**O incentivo à viralidade da arquitetura das plataformas digitais.** As redes sociais são desenhadas para maximizar o tempo de permanência dos utilizadores/as, favorecendo conteúdos altamente envolventes, independentemente da sua veracidade. O modelo de *feed infinito* e algoritmos que promovem conteúdos baseados nos interesses dos utilizadores/as criam um círculo vicioso, onde mensagens polarizadoras e emocionalmente intensas, muitas vezes associadas à desinformação, são priorizadas (Robertson et al., 2024).

**A exploração de vieses cognitivos e emocionais.** A desinformação, tal como referido anteriormente, é estruturada para tirar partido de mecanismos psicológicos, sendo feita para ir ao encontro de crenças prévias, aumentar a sensação de credibilidade e ter uma maior probabilidade de ser partilhada (Swire-Thompson & Lazer, 2020).

**As câmaras de eco e o reforço de crenças.** A segmentação algorítmica reforça a exposição seletiva a conteúdos congruentes com as cren-

ças pré-existentes dos utilizadores/as, criando **câmaras de eco** onde a desinformação se torna autossustentável. Uma câmara de eco é um contexto onde as nossas opiniões e ideias são repetidas e reforçadas por outras pessoas que pensam igual a nós. Esta dinâmica facilita o reforço de narrativas conspirativas e reduz a exposição a perspetivas alternativas, diminuindo a probabilidade de correção de crenças erróneas (APA, 2023; Van der Linden, 2024).

## **Desinformação e Teorias da Conspiração**

Este último fator, referente a câmaras de eco, é particularmente relevante na compreensão do que se denominam **Teorias da Conspiração**, uma vez que estas, além de se basearem em crenças individuais fortes, também são reforçadas pelo efeito de grupo.

As teorias da conspiração são conteúdos desinformativos defendidos por alguns grupos de pessoas para explicar determinados eventos, sendo tendencialmente baseadas em pedaços desconexos de informação e não em factos sólidos (Van der Linden, 2024).

Estas teorias têm diferentes **funções psicológicas que satisfazem necessidades específicas**, inclusive, é possível identificar três categorias de necessidades associadas à adesão a estas crenças conspirativas (Douglas, 2021; Douglas & Sutton, 2023):

**Epistémicas.** Necessidade de compreensão e de ter certezas. Quando as pessoas experimentam níveis maiores de incerteza, ou procuram padrões para explicar eventos aleatórios, tendem a estar mais suscetíveis a crenças conspirativas.

**Existenciais.** Necessidade de segurança e controlo. Quando as pessoas se sentem impotentes ou ansiosas, as teorias da conspiração oferecem narrativas que lhes dão um sentido de ordem e previsibilidade.

**Sociais.** Necessidade de pertença e identidade. Acreditar em teorias da conspiração pode reforçar a autoestima e a coesão de grupo, espe-

cialmente em grupos que se percecionam como marginalizados ou injustiçados (Douglas & Sutton, 2023).

**As teorias da conspiração tendencialmente opõem grupos e reforçam identidades de grupo.** Estas ideias, geralmente, também assumem uma estrutura de “Nós vs. Eles”, atribuindo intenções maliciosas a grupos poderosos e promovendo uma visão dicotómica da sociedade. Algo que acaba por reforçar a identidade de grupo que partilha e acredita nestas crenças e aumenta a desconfiança em relação a instituições/grupos externos (Douglas & Sutton, 2023).

Uma característica central das teorias da conspiração é a sua **resistência à refutação**. Qualquer evidência contrária pode ser reinterpretada como parte da conspiração, tornando as crenças imunes à correção (Douglas & Sutton, 2023). Assim, a crença em teorias da conspiração é difícil de desconstruir porque tem um mecanismo de autoproteção – qualquer contra-argumento é transformado numa nova “prova”.

Ser exposto e acreditar nestas teorias conspirativas pode ser prejudicial a vários níveis, incluindo (Douglas, 2021):

**Apatia política e desconfiança nas instituições.** Redução na participação política, menor propensão para votar, doar para campanhas ou envolvimento em debates políticos. Menos confiança nas instituições governamentais, na Ciência e nos Media;

**Extremismo, crime e violência.** Maior aceitação de ações políticas radicais e, em alguns casos, envolvimento em atividades extremistas;

**Preconceito, discriminação e tensões entre grupos.** Alimentam atitudes negativas contra grupos opositos, reforçando divisões sociais e agravando a polarização.

Neste sentido, a desinformação não é apenas um desafio de gestão de informação, mas também é um fenómeno que afeta a forma como pensamos, sentimos e tomamos decisões. As suas consequências vão além do indivíduo, moldando o funcionamento social e comprometendo áreas como a Saúde, a política e a coesão social.

Dado o seu impacto no comportamento humano, **compreender como a desinformação opera e como é possível mitigar as suas consequências, exige uma abordagem informada pela Ciência Psicológica.**

## 02. O Papel dos Psicólogos/as no Combate à Desinformação

A desinformação tem impactos significativos na Saúde Psicológica, na polarização e na confiança nas instituições, exigindo uma **abordagem multidisciplinar** para o seu combate. No âmbito desta abordagem, **as Psicólogas/os desempenham um papel fundamental na mitigação dos efeitos da desinformação, tanto a nível individual como a nível sistémico.**

De seguida, apresentam-se alguns papéis e atividades que os Psicólogos/as podem desempenhar, organizados em dois níveis: intervenção individual e intervenção sistémica (APA, 2023).

### Intervenções Individuais

A nível individual, a intervenção dos/as Psicólogos/as pode focar-se na promoção de competências que permitam às pessoas resistir à desinformação e adotar um pensamento e comportamentos mais críticos e informados.

#### **Desenho e implementação de estratégias de Debunking (i.e., correção de desinformação)**

O *debunking* consiste em **corrigir desinformação, explicando porque está errada e fornecendo informação verdadeira como alternativa**. Esta estratégia é utilizada **após a exposição** ao conteúdo enganoso, ajudando tanto quem acreditou nele como quem deseja combatê-lo com argumentos mais sólidos. Genericamente, o *debunking* é eficaz, mas a sua eficácia varia consoante o tema e o público-alvo (APA, 2023).

O método mais eficaz não é apenas afirmar que uma informação é falsa, mas sim **explicar detalhadamente o erro e substituí-lo por factos** (“refutação”) – uma das estratégias mais utilizadas é a da **sanduíche da verdade**; dizer a informação verdadeira duas vezes, com o mito no meio (APA, 2023; van der Linden, 2024).

Os/As Psicólogos/as podem fazer este trabalho **diretamente** com as pessoas que acreditam em desinformação, mas também o pode fazer **indirectamente**, trabalhando na divulgação de práticas eficazes de *fact-checking*. Ainda, podem trabalhar em conjunto com jornalistas, especialistas e decisores políticos/as para desenvolver mensagens corretivas eficazes (APA, 2023).

#### **Desenho e implementação de intervenções de Prebunking (i.e., Inoculação Psicológica)**

O *prebunking* refere-se a estratégias que **preparam as pessoas para resistir à desinformação antes de serem expostas a ela**. Uma das estratégias que reúne mais evidências é a da **inoculação psicológica**, baseada no princípio de que a exposição prévia a uma versão fraca de um argumento enganoso pode aumentar a resistência contra futuras tentativas de manipulação, tal como acontece com as vacinas. A inoculação pode ser **baseada em conteúdos específicos** (i.e., focar-se na refutação de argumentos concretos ou narrativas falsas) ou **baseada em técnicas de manipulação** (i.e., focar-se na capacidade para identificar as principais estratégias de desinformação).

Diferentes meios têm sido utilizados para intervir através da inoculação, como infografias e vídeos educativos, mas aqueles que reúnem mais evidências de eficácia são os **jogos**, como o **Bad News** (APA, 2023).

### BAD NEWS GAME

Neste jogo, somos desafiados/as a assumir o papel de criadores de desinformação, lançando um site de *fake news*, no qual divulgamos conteúdos enganadores para o máximo de pessoas possível. O objetivo passa por aprender as técnicas mais comuns de desinformação.

Pode consultar as **orientações** para a utilização do jogo por Psicólogos/as e jogá-lo [aqui](#). O Bad News Game pode ser utilizado em diferentes contextos, nomeadamente, nas escolas, com adolescentes e em contextos comunitários, com adultos mais velhos, por exemplo.

De uma forma geral, as evidências demonstram

que estas intervenções reduzem a suscetibilidade à desinformação, reduzindo a disposição para partilhar conteúdos falsos e aumentando a capacidade de identificar técnicas de desinformação, ainda que os seus efeitos não sejam muito prolongados no tempo (APA, 2023; Axelson et al., 2023).

Deste modo, as Psicólogas e Psicólogos podem intervir individualmente junto de outras pessoas, com recurso a estratégias de inoculação para as ajudar a reconhecer e resistir a técnicas de manipulação. É, também, possível a criação de campanhas de Educação Psicológica Deliberada que exponham os mecanismos usados para disseminar desinformação, recorrendo ao jogo Bad News, por exemplo, para reforçar estas competências (APA, 2023).

### ***Desenho e implementação de programas de Literacia da Informação e Mediática***

As intervenções de promoção da literacia da informação e mediática envolvem o reforço de competências de avaliação crítica de informação e de mensagens nos *media* tradicionais e digitais. Estas intervenções podem ser implementadas em contextos educativos ou comunitários (APA, 2023).

Para trabalhar a **literacia da informação e mediática**, os/as Psicólogos podem trabalhar com todas as faixas etárias (crianças, adolescentes, pessoas adultas ou adultas mais velhas), com as devidas adaptações. Estas intervenções poderão ainda servir para capacitar pais, mães e cuidadores/as; professores/as e educadores/as; profissionais de Saúde; jornalistas; e muitos outros potenciais beneficiários (APA, 2023). Técnicas de leitura lateral, distinguir factos de opiniões, avaliar a qualidade das fontes e ignorar são apenas alguns dos exemplos de estratégias de promoção do pensamento crítico que os/as profissionais da Psicologia podem partilhar (e.g., Kozyreva et al., 2023, 2024).

Uma abordagem mais relacionada com a **literacia digital**, pode passar por facilitar conversas sobre ecrãs e outras tecnologias digitais, mantendo um diálogo aberto sobre os seus benefícios, riscos (e.g., a desinformação) e como adotar hábitos digitais seguros e saudáveis. Sobre

o caso particular do contexto escolar, pode consultar mais informações em Orientações para a utilização de ecrãs e tecnologias nas Escolas. Ainda, o treino digital parece melhorar competências de distinção entre notícias falsas e verdadeiras, recorrendo, por exemplo, a técnicas de fact-checking, identificação de conteúdos falsos e manipulados (e.g., blogues, posts, contas nas redes sociais, conteúdos gerados por Inteligência Artificial), programas específicos de literacia científica ou financeira (APA, 2023).

### ***Promoção da Literacia em Saúde***

Dos muitos efeitos negativos da desinformação, um dos principais é a degradação da Saúde Pública. As/Os Psicólogas/os podem desenvolver **programas e campanhas de promoção da Literacia em Saúde** para promover conhecimentos factualmente corretos sobre problemas de Saúde (Física e Psicológica) ou comportamentos pró-Saúde (e.g., fazer exames, vacinação), corrigir mitos em Saúde, ou, ainda, para partilhar estratégias de avaliação da qualidade da informação *online* (Swire-Thompson & Lazer, 2020).

### ***Intervenções Sistémicas***

A nível sistémico, os/as Psicólogos/as podem atuar como consultores/as em políticas públicas e regulatórias, colaborar com a indústria tecnológica e promover práticas éticas no meio digital.

### ***Construir redes sociais mais transparentes e responsáveis***

Os/As profissionais de Psicologia, em colaboração com as organizações da área da tecnologia, podem contribuir para o **desenho de algoritmos mais transparentes**, que reduzam o incentivo para partilhar conteúdos desinformativos e polarizadores. Mais, podem contribuir para intervenções globais, através de **nudging** (i.e., forma subtil de incentivar pessoas a tomar decisões sem lhes retirar opções) para reduzir partilhas de conteúdos falsos ou polarizadores. Por exemplo, numa plataforma digital lançar um pequeno lembrete quando um utilizador/a quiser

partilhar um conteúdo (“*Verifique as fontes antes de partilhar*”). Ou, também numa plataforma digital, perguntar ao utilizador/a se quer partilhar um artigo que não leu (APA, 2023).

identificação de valores em comum, por exemplo. Em simultâneo, os/as Psicólogos/as podem prevenir campanhas de desinformação e polarização, juntamente com decisores/as políticos/as (APA, 2023; Waldrop, 2025).

### ***Advogar por modelos de negócio responsáveis***

Podemos advogar por mudanças nos modelos das organizações da área da Tecnologia, recomendando maior investimento em intervenções contra a desinformação e com maior transparência, dando acesso aos resultados para que possam ser validados por especialistas. Incentivar a redução do investimento de *sites* que promovem desinformação. Apoiar iniciativas que tornem os *media* mais confiáveis, exigindo que as plataformas sejam revistas por especialistas independentes ao nível da privacidade, algoritmos, qualidade da informação, por exemplo (APA, 2023; Roozenbeek et al., 2023).

**Nenhuma das estratégias (individuais ou sistémicas) é suficiente por si só.** Para combater a desinformação é necessária a implementação de todas as estratégias elencadas, numa estreita colaboração entre Psicólogos/as, agentes educativos/as, famílias, profissionais de Saúde, decisores/as políticos e organizações do sector tecnológico.

### ***Apoiar o desenho e implementação de Políticas Públicas***

Os/As Psicólogos/as podem apoiar a formulação de políticas públicas que protejam os cidadãos/ãs dos impactos da desinformação. Em conjunto com as decisórias/es políticas, podem propor-se medidas de regulação das plataformas digitais (e.g., transparência obrigatória nos algoritmos de recomendação das plataformas) ou acesso facilitado a dados sobre intervenções contra a desinformação nas redes sociais para investigação independente. De forma complementar, podemos advogar por maior investimento em Literacia da Informação e Mediática, Digital e de Saúde (APA, 2023; Roozenbeek et al., 2023).

### ***Combater a Polarização***

Com base na Ciência Psicológica, é possível desenvolver campanhas de Educação Psicológica Deliberada sobre competências de Diálogo Construtivo, para combater narrativas extremistas e conspirativas, polarização afetiva e o discurso de ódio. Podem promover-se estratégias de Diálogo, empatia, correção de percepções negativas sobre pessoas do grupo oposto, o contacto entre pessoas de diferentes grupos e

# **03. Recomendações Gerais para a Prática Profissional**

**A desinformação representa um desafio crescente para a sociedade, com impactos significativos na Saúde Psicológica, na polarização social e na confiança nas instituições.** Dada a sua formação científica e o compromisso com a promoção do Bem-Estar, os/as Psicólogos/as desempenham um papel essencial na mitigação dos efeitos da desinformação, sempre em conformidade com os princípios éticos e normas deontológicas definidas no Código Deontológico da Ordem dos Psicólogos Portugueses.

Neste sentido, apresentam-se algumas recomendações, dirigidas a Psicólogos e Psicólogas, para a participação no combate à desinformação, com base nas melhores práticas e na evidência científica disponível:

- Reconhecer que qualquer pessoa pode acreditar, em algum momento da sua vida, em desinformação**

Nenhuma pessoa está imune à desinformação. Psicólogos/as, tal como qualquer outra pessoa, podem ser influenciados por conteúdos desformativos. Assim, é fundamental manter um compromisso contínuo com o pensamento crítico, formação científica e estratégias reflexivas na prática profissional.

- Reconhecer a nossa parte no combate à desinformação**

As/Os profissionais de Psicologia são frequentemente considerados fontes confiáveis de informação e, por isso, têm um papel essencial na qualidade da informação que circula na sociedade. Dada a formação científica e compromisso ético, as/os Psicólogos/os têm um papel ativo na disseminação de informação credível. Neste sentido, podem contribuir disseminando consensos científicos existentes sobre diferentes temáticas; participando no espaço público, seja através dos Media, redes sociais ou intervenções comunitárias para combater mitos e falsas

narrativas; colaborando com outras fontes confiáveis como líderes comunitárias/os, políticas/os e religiosas/os; e, ainda, confrontando a desinformação nas suas áreas de atuação, garantindo que práticas pseudocientíficas e crenças infundadas não sejam perpetuadas.

- Compreender os desafios experienciados por quem acredita em desinformação**

A crença em desinformação não se reduz a uma simples falta de conhecimento ou um erro lógico. A desinformação pode estar associada a emoções intensas, como medo, indignação ou esperança, pelo que desmentir uma crença falsa pode ser um evento psicologicamente desestabilizador, especialmente se essa crença estiver ligada à identidade, grupo social ou visão do mundo.

- Identificar as consequências da desinformação a nível individual e coletivo**

A exposição repetida a desinformação pode afetar a Saúde (Física e Psicológica) e influenciar decisões que colocam as pessoas em risco. Quem acredita em desinformação, pode experiente conflitos com familiares, amigos/as e colegas, afastando-se e isolando-se de redes de apoio fundamentais. A nível coletivo, a desinformação contribui para o reforço das camaras de eco e a intensificação de atitudes extremadas, dificultando o diálogo e a cooperação social. Além disso, o consumo de desinformação sistemática leva à erosão de confiança nas instituições e pode criar sérias ameaças à Saúde Pública.

- Ter uma visão abrangente do combate à desinformação**

O combate à desinformação exige uma abordagem multidimensional, que vá além da correção de conteúdos falsos e envolva a mobilização de diferentes agentes, assim como a implementação de estratégias diversificadas em contextos distintos. Por ser um desafio societal e sistémico, a desinformação precisa de ser abordada de forma coordenada por Psicólogos/as, profissionais da Saúde e da Educação, jornalistas e plataformas digitais, decisores/as políticos/as e organizações da sociedade civil. Além disso, a estratégia de intervenção deve ser transver-

sal, passando, com as devidas adaptações, por contextos como escolas e universidades, locais de trabalho, comunidades, serviços de saúde e meios digitais.

- **Conhecer e aplicar intervenções psicológicas na desinformação**

É fundamental utilizar estratégias baseadas em evidência para promover a literacia da informação, mediática e da Saúde; para reduzir a adesão a crenças falsas e promover a resistência cognitiva à desinformação. Tendo uma base de conhecimento ampla, que engloba o reconhecimento dos níveis variados de evidências de cada estratégia, sem esquecer as limitações de cada uma delas, enquanto Psicólogos/as, devemos ajustar cada intervenção ao contexto e às características individuais do público-alvo.

- **Evitar repetir desinformação sem incluir a correção**

A exposição repetida a uma informação falsa pode aumentar a sua credibilidade. Sempre que numa intervenção for necessário mencionar um mito, este deve ser acompanhado de uma correção clara. Nestes casos, o mito é dito brevemente, e a correção e explicação alternativas podem ser ditas repetidamente, uma vez que a estratégia de correção, por implicar a repetição de informação falsa, pode levar, de modo contraproducente, ao reforço da desinformação.

- **Priorizar o *Prebunking* (Inoculação Psicológica) desde a infância**

Em vez de corrigir desinformação depois das pessoas lhe terem sido expostas, a inoculação psicológica é considerada a intervenção de primeira linha e é eficaz na prevenção da adesão à desinformação. Tal como uma vacina prepara o sistema imunitário para reagir a vírus, o *prebunking* expõe pessoas a versões fracas de desinformação para que desenvolvam resistência a técnicas manipulativas. Estas estratégias devem ser implementadas desde cedo, podendo ser incorporadas em programas escolares e trabalhadas em conjunto com mães, pais e cuidadores/as. A eficácia do *prebunking* vai diminuindo ao longo do tempo, pelo que será necessário implementar estratégias adicionais tais como jogos educativos (e.g., *Bad News*), campanhas

públicas sobre desinformação, vídeos de *prebunking* nas redes sociais.

- **Refutar (*Debunking*) a desinformação de modo baseado em evidências**

É importante refutar a desinformação de forma frequente e repetida, usando métodos baseados em evidências. Para as correções serem levadas a sério devem vir de fontes confiáveis, explicar de forma suficientemente detalhada porque é que uma determinada informação é falsa e transmitir a informação que é verdadeira. É necessário refutar afirmações falsas, ao longo do tempo, através de diversos canais e com diferentes fontes.

- **Promover a Literacia da Informação, Mediática, Digital e em Saúde**

A promoção da literacia em informação, Media, Digital e em Saúde é uma das formas mais eficazes de aumentar a resiliência à desinformação, ajudando as pessoas a interpretar e avaliar criticamente as informações que consomem. Apesar de serem frequentemente abordadas separadamente, os/as Psicólogos/as podem trabalhar estas dimensões em conjunto no sentido de capacitar as pessoas para lidar com um volume crescente de informação e melhorar a tomada de decisões em relação à Saúde e comportamentos de risco.

- **Colaborar com as plataformas digitais para reduzir a disseminação da desinformação**

As redes sociais desempenham um papel central na propagação da desinformação. Por exemplo, com os seus algoritmos, as redes sociais criam camaras de eco, reforçando crenças erróneas e dificultando a circulação de correções factuais. Os/as Psicólogos/as podem colaborar com as plataformas digitais para reduzir o impacto da desinformação e mitigar os seus efeitos psicosociais. Isto pode ser feito através de parcerias com organizações tecnológicas para compreender os mecanismos que amplificam conteúdos desinformativos e encontrar formas de contrariar esse efeito, aconselhando a implementação de estratégias para reduzir a disseminação impulsiva de desinformação. De igual modo, com base no seu conhecimento sobre cognição e comportamento humano, os Psicólogos/as tam-

bém podem colaborar no desenvolvimento de estratégias de correção da informação, mais generalizadas, e explorar juntamente com as organizações, a possibilidade de as implementar de forma automatizada.

- **Advogar pelo acesso transparente a dados para investigação sobre desinformação**

A investigação sobre desinformação enfrenta uma limitação significativa: a falta de acesso a dados das plataformas digitais. Os investigadores/as têm dificuldade em quantificar o alcance e o impacto da desinformação, compreender os seus padrões de disseminação e avaliar a eficácia das intervenções. Assim, é essencial exigir maior transparência e acesso a dados das plataformas digitais para criar soluções informadas e, desse modo, reduzir a propagação da desinformação.

- **Reducir a polarização como estratégia para combater a desinformação**

A polarização e a desinformação reforçam-se mutuamente, criando um elo difícil de quebrar. Quanto mais polarizadas estão as pessoas, maior a probabilidade de acreditarem e partilharem desinformação que confirme as suas crenças e rejeitarem evidências que as desafiem. Por outro lado, a desinformação frequentemente intensifica a polarização ao promover narrativas que acentuam divisões sociais e políticas. Os/As Psicólogos/as têm um papel crucial na promoção do pensamento crítico e do diálogo construtivo, na implementação de estratégias de mediação e comunicação entre diferentes grupos, na redução de preconceitos contra grupos distintos e, por fim, no apoio a políticas e programas de educação para a cidadania digital.

# Referências Bibliográficas

- American Psychological Association (APA) (2023). *Using psychological science to understand and fight health misinformation: An APA Consensus Statement*. EUA: American Psychological Association.
- Axelsson, C-L., Nygren, T., Roozenbeek, J. & van der Linden, S. (2024). Bad News in the civics classroom: How serious gameplay fosters teenagers' ability to discern misinformation techniques. *Journal of Research on Technology in Education*, 1-28.
- Bak-Coleman, J., Kennedy, I., Wack, M., ... & West, J. (2022). Combining interventions to reduce the spread of viral misinformation. *Nature human behaviour*, 6, 1372-1380.
- CHEQ (2019). *The economic cost of bad actors on the internet: Fake News*. EUA: University of Baltimore.
- Costa, F. (2024). Portugueses preocupados com desinformação. Notícias produzidas por IA geram desconforto. Retirado de <https://www.publico.pt/2024/06/17/sociedade/noticia/portugueses-preocupados-desinformacao-noticias-produzidas-ia-geram-desconforto-2094013>.
- Douglas, K. (2021). Are Conspiracy Theories Harmless?. *The Spanish Journal of Psychology*, 24, 1-7.
- Douglas, K. & Sutton, R. (2023). What Are Conspiracy Theories? A Definitional Approach to Their Correlates, Consequences, and Communication. *Annual Review of Psychology*, 74, 271-298.
- Druckman, J., Klar, S., Krupnikov, Y., Levendusky, M. & Ryan, J. (2021). Affective polarization, local contexts and public opinion in America. *Nature Human Behaviour*, 5, 28-38.
- Edelson, S., Reyna, V., Singh, A. & Roue, J. (2024). The Psychology of Misinformation Across the Lifespan. *Annual Review of Developmental Psychology*, 6, 425-454.
- Ejaz, W., Altay, S., Fletcher, R. & Nielsen, R. (2024). Trust is key: Determinants of false beliefs about climate change in eight countries. *New media & society*, 1-20.
- European Commission (2021). *The impact of disinformation campaigns about migrants and minority groups in the EU*. Bruxelas: European Parliament.
- Quinte, A., Kossowska, M., Jago, M., Idenkpmoma, S. & Biddlestone, M. (2025). Why do people share (mis)information? Power motives in social media. *Computers in Human Behaviour*, 162, 1-12.
- Iyengar, S., Lelkes, Y., Levendusky, M., Malhotra, N. & Westwood, S. (2019). The Origins and Consequences of Affective Polarization in the United States. *Annual Review of Political Science*, 22, 129-146.
- Kozyreva, A., Wineburg, S., Lewandowsky, S. & Hertwig, R. (2023). Critical Ignoring as a Core Competence for Digital Citizens. *Current Directions in Psychological Science*, 32(1), 81-88.
- Kozyreva, A., Lorenz-Spreen, Herzog, S., ... & Wineburg, S. (2024). Toolbox of individual-level interventions against online misinformation. *Nature human behaviour*, 8, 1044-1052.
- Lusa (2021). *Metade dos jovens portugueses não distingue “entre a verdade e a mentira” quando navega online (e a OCDE deixa um conselho: leiam livros)*. Retirado de <https://expresso.pt/sociedade/2021-05-04-Metade-dos-jovens-portugueses-nao-distingue-entre-a-verdade-e-a-mentira-quando-navega-online--e-a-OCDE-deixa-um-conselho-leiam-livros--c5742b03>.
- Media Literacy (2024). *Literacia Mediática para combater a Desinformação: Notas para Educadores*. Lisboa: European Media and Information Fund & NOVA FCSH.
- Moreira, C. (2024). *Partilharam conteúdo falso sem o terem lido antes: como os jovens se comportam online*. Retirado de <https://www.publico.pt/2024/03/11/sociedade/noticia/partilharam-conteudo-falso-terem-lido-jovens-comportam-online-2082362>.
- Moore, R. & Hancock, J. (2022). A digital media literacy intervention for older adults improves resilience to fake news. *Scientific Reports*, 12(6008), 1-9.
- Ortício, E., Meyer, M. & Kidd, C. (2024). Exposure to detectable inaccuracies makes children more diligent fact-checkers of novel claims. *Nature Human Behaviour*, 8(12), 2322-2329.
- Robertson, C., del Rosario, K. & Van Bavel, J. (2024). Inside the funhouse mirror factory: How social media distorts perceptions of norms. *Current Opinion in Psychology*, 60, 1-8.
- Roozenbeek, J., Culloty, E. & Suiter, J. (2023). Countering Misinformation: Evidence, Knowledge Gaps, and Implications of Current Interventions. *European Psychologist*, 28(3), 189-205.
- Swire-Thompson, B. & Lazer, D. (2020). Public Health and Online Misinformation: Challenges and Recommendations. *Annual Review of Public Health*, 41, 433-451.

Talisse, R. (2024). *When Is Political Polarization Good and When Does It Go Bad?*. Retirado de [https://greatergood.berkeley.edu/article/item/when\\_is\\_political\\_polarization\\_good\\_and\\_when\\_does\\_it\\_go\\_bad](https://greatergood.berkeley.edu/article/item/when_is_political_polarization_good_and_when_does_it_go_bad).

Van Bavel, J., Harris, E., Parnamets, P., Rathje, S. Doell, K. & Tucker, J. (2021a). Political psychology in the digital (mis)information age: A model of news belief and sharing. *Social Issues and Policy Review*, 15(1), 84-113.

Van Bavel, J., Rathje, S., Harris, E., Robertson, & Stelmisko, C. (2021b). How social media shapes polarization. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(11), 913-916.

Van Bavel, J., Gadarian, S., Knowles, E. & Ruggeri, K. (2024). Political polarization and health. *Nature Medicine*, 30, 3085-3093.

Van der Linden, S. (2024). *Foolproof: Why misinformation infects our minds and how to build immunity*. EUA: W. W. Norton & Company.

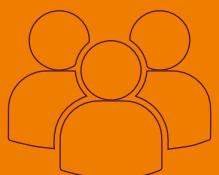
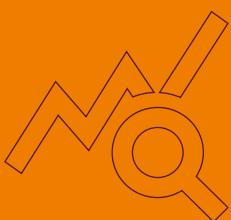
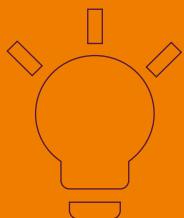
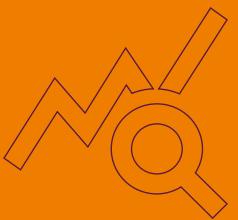
Van der Linden, S. & Grimes, D. (2024). *Misinformation really does spread like a virus, suggest mathematical models drawn from epidemiology*. Retirado de <https://theconversation.com/misinformation-really-does-spread-like-a-virus-suggest-mathematical-models-drawn-from-epidemiology-242679>.

Van der Linden, S., Ecker, U. & Lewandowsky, S. (2024). *Misinformation is a threat to society – let's not pretend otherwise*. Retirado de <https://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/2024/10/08/misinformation-is-a-threat-to-society-lets-not-pretend-otherwise/>.

Vosoughi, S., Roy, D. & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151.

Waldrop, M. (2025). Can science-based interventions tamp down polarization? *PNAS*, 122(4), 1-5.

World Health Organization (2024). *Disinformation and public health*. Retirado de <https://www.who.int/news-room/questions-and-answers/item/disinformation-and-public-health>.



[ordemdospsicologos.pt](http://ordemdospsicologos.pt)