

XXV ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – XXV ENANCIB

GT 5 – Política e Economia da Informação

HEURÍSTICAS, VIESES E AS CONTRIBUIÇÕES DA PSICOLOGIA PARA O ESTUDO DA DESINFORMAÇÃO

HEURISTICS, COGNITIVE BIASES, AND THE CONTRIBUTIONS OF PSYCHOLOGY TO THE STUDY OF MISINFORMATION

Renan Pereira Oliveira - Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Barbara Coelho Neves - Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Modalidade: Trabalho Completo

Resumo: há questões de natureza mental que estão associadas ao fenômeno da desinformação e o campo da Psicologia possui estudos sobre isso. O presente artigo apresenta considerações iniciais e preliminares sobre as contribuições da Psicologia Social e da Psicologia Cognitiva para o estudo da desinformação e das *fake news*, a partir dos conceitos de heurística e viés cognitivo. A proposta aqui é fazer uma primeira aproximação teórico/conceitual como tentativa de identificar um referencial teórico no campo da Ciência da Informação e da Psicologia para analisar a desinformação. Recorreremos à metodologia da revisão bibliográfica, de modo a mapear alguns trabalhos já produzidos sobre o tema. Ao final, concluímos que a Psicologia apresenta estudos que ajudam a alargar o entendimento da desinformação, a partir dos conceitos de heurística, viés cognitivo e traços de personalidade.

Palavras-chave: desinformação; fake news; vieses; heurísticas; teorias da comunicação.

Abstract: there are mental aspects associated with the phenomenon of misinformation, and the field of psychology has produced studies on this subject. The present work offers initial and preliminary considerations on the contributions of social psychology and cognitive psychology to the study of misinformation and fake news, drawing on the concepts of heuristics and cognitive bias. The aim here is to undertake a preliminary theoretical and conceptual approach in an effort to identify a theoretical framework within the fields of information science and psychology to analyze misinformation. A literature review methodology was employed in order to map existing research on the topic. In conclusion, we find that psychology provides studies that contribute to a broader understanding of misinformation, particularly through the concepts of heuristics, cognitive bias, and personality traits.

Keywords: misinformation; desinformation; fake news.

1 INTRODUÇÃO

A perspectiva interdisciplinar é essencial para a abordagem dos fenômenos que a ciência se debruça para o seu entendimento. Contudo, exige bastante atenção e rigor epistêmico e metodológico do pesquisador ao integrar os diferentes pontos de vista sobre determinado tema.

**XXV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação - XXV ENANCIB
Rio de Janeiro, RJ - 03 a 07 de novembro de 2025**

Podemos dizer que a Ciência da Informação (CI) é uma área de estudo que busca justamente entrelaçar conceitos e teorias de outros campos com as suas próprias bases enquanto área do conhecimento; a Ciência da Informação é, portanto, essencialmente *interdisciplinar*. Neste sentido, a CI e a Psicologia possuem relações em comum. Como sabemos, os trabalhos de pesquisa da CI com as bases da Psicologia não são novos. Os estudos de comportamento informacional são apenas um exemplo desta relação, que ajuda a alargar o entendimento e abrir perspectivas e horizontes dos fenômenos informacionais.

Ao realizarmos uma pesquisa na Base de Dados em Ciência da Informação (BRAPCI) com a palavra “psicologia”, o referido banco nos apresenta uma série de trabalhos que associam as duas áreas. No entanto, quando agregamos as palavras “psicologia” e “desinformação” na pesquisa no mesmo banco, só encontramos um trabalho (Oliveira; Santos Neto, 2022) que aborda pela perspectiva dos dois campos de estudo o tema da desinformação. A pesquisa com “psicologia” e “*fake news*” na BRAPCI também oferece como resultado apenas um trabalho (Neves; Oliveira, 2024). Isso nos leva a concluir que ainda carecemos de mais trabalhos no campo da Ciência da Informação que façam a associação epistêmica entre Psicologia, desinformação e *fake news*. Neste sentido, este texto contribui para a bibliografia de um campo ainda pouco explorado pela CI (ao menos no Brasil), fomentando o debate para que, no futuro próximo, esse hiato seja reduzido. E é nesta lacuna teórica que este trabalho se insere, visando compreender a intersecção entre Psicologia e Ciência da Informação com vistas ao fenômeno da desinformação, a partir dos conceitos de heurística e viés cognitivo, relacionando como esse trinômio alicerça o entendimento da desinformação. Além disso, o texto pretende preencher um espaço ainda incipiente no Brasil, que é uma bibliografia de interface entre as duas áreas mencionadas diante do mesmo objeto de estudo.

Assim, o nosso objetivo geral é intercambiar as bases teóricas da Psicologia e da Ciência da Informação inserindo-as no contexto da desinformação como forma de encontrar novos horizontes epistêmicos para o assunto em tela, sendo que o nosso objetivo específico é analisar os conceitos de heurísticas e de vieses cognitivos e como eles podem servir como chaves interpretativas para a compreensão da desinformação, contribuindo para a construção de um referencial teórico interdisciplinar sobre o estudo da desinformação no âmbito da CI.

Para isso, recorreremos a metodologia bibliográfica para alcançar os nossos objetivos, a partir do banco da BRAPCI e das bibliografias das disciplinas ofertadas pelo Programa de Pós-

XXV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação - XXV ENANCIB
Rio de Janeiro, RJ - 03 a 07 de novembro de 2025

graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Bahia (UFBA), cursadas por um dos autores deste trabalho entre 2023 e 2025.

A abordagem sobre o fenômeno da desinformação e das *fake news* tem múltiplos olhares, sendo possível encontrar trabalhos oriundos de várias áreas do conhecimento científico. No campo da CI e das Ciências Sociais Aplicadas imperam uma abordagem de natureza sociológica, buscando um raciocínio que compreenda o fenômeno das *fake news* nos seus aspectos conceituais, analisando os fundamentos epistemológicos do caso em tela, compreendendo a repercussão dentro do nosso campo, laçando análises, sobretudo, a partir do ponto de vista tecnológico, econômico e político. Todavia, o campo da Psicologia também oferece elementos para a compreensão dos estudos sobre a desinformação e *fake news*. A proposta deste texto é trazer considerações iniciais sobre o tema proposto para que cientistas da informação possam levar em consideração que questões de natureza comportamental/emocional também merecem algum grau de atenção durante os estudos sobre o tópico desinformação. Naturalmente que não cabe a nós da Ciência da Informação mergulhar e esmiuçar uma abordagem da Ciência da Saúde, no caso a Psicologia, pois tal exercício já vem sendo feito pelos nossos pares da Psicologia Social e da Psicologia Cognitiva, as duas vertentes que trabalharemos aqui - embora saibamos de outras abordagens, por parte da psicanálise e da psiquiatria, muitas delas incorporadas *a posteriori* pelas teorias da comunicação.

Em seu estudo sobre os boatos, Kapferer (1993) aborda um aspecto interessante: a psiquiatrização do boato. Para ele, essa abordagem “é a consequência direta da recusa de se reconhecer um fato crucial: uma vez introduzida no corpo social, a falsa informação é divulgada exatamente como uma informação verídica. Esta difusão não diz respeito nem à loucura, nem à alucinação coletiva, mas simplesmente às regras que fundamentam a vida social” (Kapferer, 1993, p. 13). No entanto, o autor francês faz crítica à perspectiva psiquiátrica que Edgar Morin (2015) deu ao fenômeno dos boatos, em um contexto totalmente diferente da desinformação e das *fake news* do século XXI. Na verdade, acreditamos que a crítica de Kapferer (1993) é na mera tentativa de conhecer a problemática dos boatos apenas pelo campo da psiquiatria, sem levar em consideração outros aspectos, sobretudo os sociais, que então inerentes ao fenômeno, mas também os psicológicos, que nos ajudam a compreender os processos comunicacionais.

Este artigo foi dividido em três seções: A *introdução*, que contextualiza a discussão do tema, apresenta a metodologia e situa o leitor sobre o estado da arte do assunto; a seção 2, *A psicologia e as teorias da comunicação*, que faz um resgate histórico sobre a interface entre as duas áreas; a seção 3, *Os subsídios da psicologia para a compreensão da desinformação: as heurísticas e os vieses cognitivos*, que apresenta e discute o tema de acordo com os objetivos, incluindo seus resultados, finalizando com as considerações finais, concluindo que a Psicologia apresenta estudos que subsidiam o entendimento da desinformação, a partir dos conceitos de heurística e viés cognitivo, contribuindo para um referencial teórico interdisciplinar no campo da CI sobre a desinformação.

2 A PSICOLOGIA E AS TEORIAS DA COMUNICAÇÃO

Como consequência das revoluções industriais do século XIX, o século XX viveu momentos inéditos na história da humanidade com a emergência da sociedade de massa, sob a égide dos meios de comunicação de massa, primeiramente o rádio e o cinema, posteriormente, televisão. Todavia, o conceito de massa já não se aplica nos tempos atuais de Internet e redes sociais. Mudanças estruturais aconteceram na sociedade de massa, amorfizada por sua natureza, isolada fisicamente e conectada pela mesma visão de mundo e valores que os meios de massa forneciam. Como os meios de comunicação de massa influenciam as pessoas? É possível manipular a massa? Como é possível fazer isso? Foram algumas das questões levantadas pela academia e pelo mercado de marketing. Nesta época, muitos partidos políticos, sobretudo dos Estados Unidos, encomendaram pesquisas de natureza administrativa (Wolf, 2009) a centros de pesquisas de renomadas universidades para compreender como a grande massa pode ser conduzida para o lado A ou B, a depender das conveniências políticas e econômicas. Em outras palavras, como conduzir sob controle o rebanho. De um lado, candidatos à presidência estavam muito interessados em usar cientificamente os meios de comunicação de massa para alcançar os seus objetivos; de outro, a indústria também queria entender melhor esse movimento das massas para vender seus produtos que eram anunciados pelos veículos de massa. Chomsky (2013) nos lembra que durante o período entre guerras a atividade das relações públicas, um dos ramos da comunicação social, era “controlar a mente da população” (Chomsky, 2013, p. 23).

Dentre as várias vertentes para explicar a nova realidade comunicacional, a Psicologia ofereceu importantes contribuições para a área da Comunicação e forneceu um marco

importante para as pesquisas sobre a comunicação de massa. Até então, predominava uma perspectiva antropológica/sociológica, que entendia o comportamento da massa através dessas duas áreas e suas premissas conceituais e teóricas (Wolf, 2009). A introdução das perspectivas advindas da Psicologia representa para a comunicação uma ruptura de abordagem e a quebra de paradigma (Wolf, 2009). Até ali, acreditava-se em um poder absoluto dos meios de comunicação sobre as massas, no sentido de que as massas eram manipuladas pelos meios de forma quase automática, bastando a audiência se expor às mensagens dos *mass media*.

Considerada a primeira teoria da comunicação, a Teoria Hipodérmica baseava-se neste superpoder da mídia, mas sua abordagem acabou sendo abandonada anos depois com a introdução dos novos estudos advindo da Psicologia, quando foram possíveis experiências empíricas com o comportamento observável do público, já que até então predominava apenas as diretrizes da Psicologia Behaviorista na compreensão da relação mídia-massa (Wolf, 2009).

As perspectivas da Psicologia a partir dos anos de 1950, sobretudo com o enredo teórico da Psicologia Social, visavam entender o funcionamento da mente da massa diante dos veículos de comunicação, principalmente o poder da televisão. Aqui destacamos duas correntes dessa época, que acabaram sendo importadas da Psicologia para uma melhor compreensão e análise da cultura de massa. Vale salientar que as abordagens foram elaboradas no campo da Psicologia e, mais na frente, outros teóricos da comunicação de massa acabaram fazendo adaptações para o seu campo de estudos. No campo das conhecidas teorias da comunicação, evocamos aqui a Teoria da Dissonância Cognitiva e a Teoria Empírico-Experimental.

De acordo com Wolf (2009), as abordagens empírico-experimentais, de base teórica da Psicologia, contribuíram para a superação das primeiras teorias da comunicação, sobretudo a Teoria Hipodérmica. “A abordagem já não é global em todo o universo da mídia, mas é ‘direcionada’, de um lado, para estudar a sua melhor eficácia persuasiva e, de outro, para esclarecer o ‘insucesso’ das tentativas de persuasão” (Wolf, 2009, p. 18). De fato, a abordagem demonstrou que a persuasão do público é possível, mas não de forma automática como pressupunha a Teoria Hipodérmica, desde que haja uma organização da mensagem organizadas aos fatores pessoais que o público estabelece para interpretar tais mensagens. As teorias anteriores não levavam em consideração as características individuais do público

no consumo das informações que a mídia emanava, o que os estudos empírico-experimentais acabaram fazendo, trabalhando de forma mais precisa com as diversas variáveis aplicadas às pesquisas. “Essa teoria das diferenças individuais nos efeitos obtidos pela mídia, sustentando que, em vez de serem uniformes para toda a audiência, esses efeitos são variáveis de indivíduo para indivíduo, por causa das particularidades psicológicas [...]” (Wolf, 2009, p. 19).

Quando Leon Festinger (1975, *apud* Martino, 2009) criou a sua tese sobre a dissonância cognitiva certamente não imaginava que anos depois seria incluída no rol das principais teorias da comunicação. Originalmente, Festinger estava preocupado como as pessoas selecionam alimentos no supermercado. No campo da comunicação, a abordagem foi aplicada no sentido de entender como o público seleciona e descarta informações e seu processo psicológico para validar ou não essas informações. “Festinger mostrou que existe uma dificuldade das pessoas em enfrentar situações onde suas opiniões, práticas e crenças são confrontadas de maneira direta com uma informação contrária. Esse choque entre conhecimento antigo e o novo é a *dissonância cognitiva* [...]” (Martino, 2009, p. 81). Neste sentido, as pessoas buscam e validam informações que reforcem seus pontos de vista, descartando aquelas que as contradizem.

3 OS SUBSÍDIOS DA PSICOLOGIA PARA A COMPREENSÃO DA DESINFORMAÇÃO: AS HEURÍSTICAS E VIESES

Partindo da base teórica da Psicologia Social sob as premissas do realismo crítico, Pereira (2022) traz uma abordagem sobre o problema de confundir o mundo real com a interpretação que fazemos dele. A ideia do autor é tentar entender o porquê de algumas pessoas, do ponto de vista psicológico, serem mais vulneráveis às *fake news*, e o porquê de uns receberem com reticência e outros sem muito discernimento crítico a desinformação. Os indivíduos tendem a favorecer informações que confirmem suas crenças pré-existentes, tornando-os mais suscetíveis à desinformação (Myers, 2019).

Ao tratar das variáveis que estabelecem os fatores de maior e menor consumo de *fake news*, Pereira (2022) aponta que a Psicologia Social se interessa pelas variáveis sociodemográficas, cognitivas, afetivas e psicossociais. “As associações das *fake news* com as variáveis cognitivas incluem o grau de conhecimento a respeito ou familiaridade com o assunto” (Pereira, 2022, p. 103). Isso inclui também, para o autor, a capacidade cognitiva, a consistência cognitiva e a necessidade de clausura.

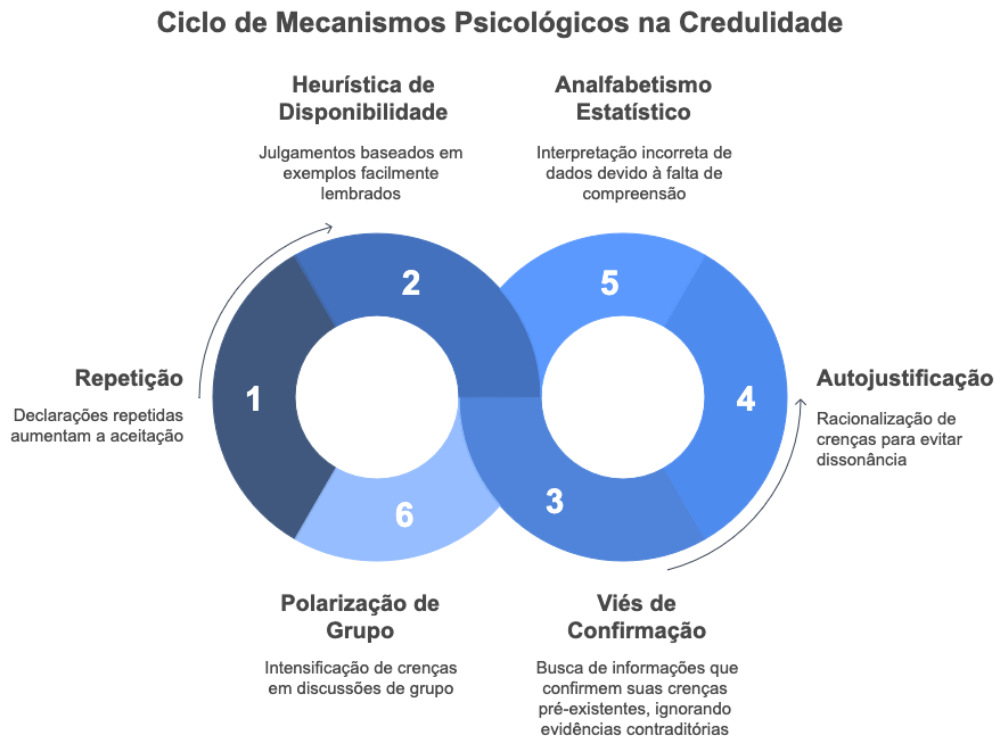
“Entre os mecanismos psicológicos e psicossociais destacamos os associados a duas linhas de pesquisas hegemônicas na psicologia social, um referente ao impacto exercido pelos sistemas duais de processamento (Evans; Stanovich, 2013), em especial no que concerne aos diversos tipos de heurísticas e, um segundo, na qual acentuamos o quanto o processo de crer é marcado pelas armadilhas da credulidade” (Pereira, 2022, p. 103). As pessoas geralmente julgam a probabilidade de eventos com base na facilidade com que os exemplos vêm à mente, o que pode distorcer sua compreensão da realidade (Myers, 2019).

Ao categorizar as modalidades de aprendizagem humana em automática e controlada, Pereira (2022) aponta que, no âmbito dos estudos do automatismo, um programa de estudo denominado heurísticas e vieses revelou que a nossa mente é marcada pela presença deles. Além disso, “demonstrou como são ativados mecanismos mentais automáticos dedicados a simplificar o sistema de identificação de padrões e, com isso, manter os recursos de economia disponíveis para a consecução das tarefas de identificação dos eventos inesperados” (Pereira, 2022, p. 104). Neste sentido, segundo o autor, um mecanismo psicológico para criar, aceitar e difundir *fake news* é a heurística da confirmação, “um viés que se refere à confiança decisiva que depositamos nas suposições, opiniões e crenças que previamente acolhemos” (Pereira, 2022, p.104). Para Kahneman (2012, p. 127), a definição de heurística é um procedimento simples que ajuda a encontrar respostas adequadas, ainda que geralmente imperfeitas para perguntas difíceis”. Quando a nossa mente não encontra de forma rápida uma resposta para uma pergunta difícil, a própria mente tenta responder a uma pergunta que se relaciona e que é mais fácil (Machado, 2018).

A heurística da confirmação é apenas uma das classificações, existindo ainda a heurística da ilusão de controle, da autojustificação, do falso consenso, etc. Outro exemplo é a heurística da miopia cognitiva, que trata da incapacidade em avaliar corretamente a fonte, a confiabilidade e a validade da informação que se recebe (Pereira, 2022).

Myers (2019) identifica vários mecanismos psicológicos que contribuem para a credulidade, incluindo a repetição, a heurística de disponibilidade, o viés de confirmação, autojustificação, analfabetismo estatístico, e a polarização de grupo.

Figura 1 – Ciclo de Mecanismos psicológicos na credulidade



Fonte: Elaboração própria com base em Myers (2019).

Os apontamentos de Myers (2019) ressaltam a complexidade da desinformação e os fatores psicológicos que contribuem para sua persistência e aderência no mundo atual.

Ao recorrer ao modelo de *folk psychology*, Pereira acredita encontrar distintas formulações para explicar as *fake news* do ponto de vista da Psicologia Social, fazendo uma diferenciação entre a perspectiva da causalidade e intencionalidade. “As duas principais teorias causais, tanto para o emissor quanto para o receptor de *fake news*, se fundamentam nas noções de traços psicológicos” (Pereira, 2022, p. 109). Segundo ele, a credulidade excessiva e a rigidez mental são os traços mais atribuídos aos receptores de *fake news*, enquanto que os emissores são considerados fundamentalmente indivíduos de mente fechada e manipuladores inveterados (Pereira, 2022).

Herman (2006 *apud* Machado, 2018, p.14) fala que rigidez cognitiva é “a tendência humana de interpretar quaisquer evidências à luz de preconceitos e de resistir a explicações alternativas.” Neste caminho, Charaudeau (2022) nos lembra bem que a credulidade é uma tendência mental que faz com que as pessoas, sem discernimento e criticidade, acreditem facilmente nas afirmações dos outros. “Na Psicologia Cognitiva, por exemplo, ela é estudada na interseção das diferentes funções cerebrais específicas do indivíduo” (Charaudeau, 2022,

p. 149). Ao fazer uma análise da credulidade no contexto das *fake news*, Charaudeau afirma que quando uma verdade se choca com a outra verdade, o indivíduo é colocado em uma dupla coação que o paralisa. “Ocorre o conflito cognitivo que obriga o sujeito a fazer um esforço de interpretação e traz à tona sua subjetividade sem considerar qualquer tentativa de racionalização” (Charaudeau, 2022, p. 152).

Já na perspectiva das teorias intencionais se estabelece uma relação com as teorias psicossociais a partir da relação de confiança nos outros e, por tabela, nas informações e notícias que recebemos. Entendida a partir da perspectiva teórica da escolha, a confiança nas *fake news* se associa fortemente com as noções de motivos e razões e indicaria um papel decisivo do julgamento do agente a respeito da credibilidade da informação recebida (Charaudeau, 2022). Não à toa, ao elencar estratégias de combate à desinformação, que incluiu questões como regulação da mídia digital e educação, Pereira sublinha a importância da estratégia comportamental que se fundamente nos mecanismos psicológicos, ou seja, nos cuidados mentais dos indivíduos.

Além da Psicologia Social, a Psicologia Cognitiva também oferece subsídios que nos ajudam a entender como a mente humana está sujeita a variadas condicionantes que podem limitar e intervir na racionalidade humana em processos de escolhas e julgamentos lógicos diante de informações. “Na origem desse processo estão os vieses cognitivos, erros de raciocínio causados pela simplificação da representação do mundo do intelecto” (Machado, 2018, p.9), revela o autor sobre como isso pode impactar nos processos de produção de conhecimento. Para Heuer (1999), diante da complexidade do mundo, a mente humana tende a fazer simplificações usando tais representações para fazer análise da realidade. Ele sublinha que o entendimento humano reflete uma escolha subjetiva, e a cognição humana é ajustada a partir das limitações mentais, incluindo o viés cognitivo. “Vieses cognitivos são erros de raciocínio causados por estratégias mentais de simplificação geradas no esforço de processamento de informações” (Machado, 2018, p. 10). É nesse processamento que se determina quais informações são selecionadas e quais significados damos a elas, a partir de experiências passadas, educação, valores culturais, exigências funcionais e normas organizacionais, tanto quanto pelas especificidades da informação recebida (Machado, 2018).

Um dos vieses cognitivos é o viés de ancoragem (Heuer, 1999). Neste processo, a mente se ancora em informações e interpretações iniciais de um determinado fato, muitas vezes por falta de mais informações, mas mesmo com informações adicionais que podem

mudar as observações iniciais, demonstrando inclusive os enganos, a mente tende a manter o ponto de vista inicial, mantendo assim o indivíduo no erro mesmo com informações que podem tirá-lo do engano. De modo prático, podemos associar o processo do viés de ancoragem no contexto da desinformação e *fake news* quando o indivíduo recebe conteúdo falso, mas mesmo após outra informação que confirme a falsa informação, trazendo assim informação para o restabelecimento da verdade, o indivíduo mantém a confiança na informação inicial, ou seja, prefere acreditar na desinformação. “O que ocorre na prática é que o ponto de partida serve como uma âncora que reduz o volume de ajustamento e assim a estimativa final permanece mais perto do ponto de vista de partida do que poderia estar” (Machado, 2018, p. 12).

Em *Personality and misinformation*, Calvillo, León e Rutchick (2024) revelam traços de personalidade de usuários que compartilham desinformação. Dentre eles, narcisismo, psicopatia e maquiavelismo compõe o perfil psicológico de quem acredita e de quem compartilha desinformação, associado a uma série de comportamento problemático, como transtorno do uso da *Internet*, *cyberbullying* e crenças em teorias conspiratórias. Os autores mostram que a desinformação não atinge os indivíduos de forma homogênea. O trabalho de revisão de literatura mapeou as pesquisas recentes que focaram no binômio personalidade/desinformação, recorrendo a abordagens experimentais, tais como nas teorias da comunicação de base psicológica, como já vimos. Um desses testes trazidos por Calvillo, León e Rutchick (2024), chamado de *efeitos de desinformação*, realizou estudos de testemunhas oculares. Um grupo que testemunhou determinado evento pessoalmente em seguida é exposto a desinformações sobre esse mesmo evento. Ao final, o grupo é convidado a descrever os detalhes deste evento e acaba por relatar os fatos enganosos. Em outro estudo, revelou que pessoas extrovertidas têm mais dificuldade de discernir notícias verdadeiras das falsas após uma série de procedimentos experimentais (Calvillo; León; Rutchick, 2024).

Em outro trabalho identificado pelos autores, foi percebido que indivíduos jovens e idosos estão particularmente em risco devido a seus objetivos sociais e estilos de processamento cognitivo, que podem ampliar a aceitação da desinformação (Edelson *et al.*, 2024). Desse modo, a capacidade cognitiva e o escrutínio metacognitivo protegem contra a desinformação. Também experiências adversas precoces podem influenciar o processamento de informações e a desconfiança. Edelson *et al.* (2024) destacam que a capacidade cognitiva, os estilos de pensamento e o escrutínio metacognitivo desempenham papéis cruciais na

proteção dos indivíduos da desinformação. Aqueles que conseguem avaliar criticamente as informações têm menos probabilidade de cair em falsidades.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Muitas pesquisas sobre desinformação têm sido produzidas no âmbito da Ciência da Informação, e as iniciativas no campo que fazem a articulação com a Psicologia para o alargamento do tema tendem a aumentar devido à tendência de modulação envolvendo plataformas de redes sociais digitais.

Além dos fatores sociais e tecnológicos, há ainda os fatores pessoais, cuja Psicologia pode nos oferecer subsídios para uma melhor observação deste campo epistemológico. A Psicologia, através dos conceitos de heurísticas e vieses, associados aos traços de personalidades que quem produz e consome *fake news*, ancorada nas bases teóricas da Psicologia Social e Psicologia Cognitiva, podem nos apresentar um novo ângulo de abordagem e entendimento da desinformação e *fake news* para além dos horizontes sociais, econômicos, tecnológicos e políticos.

REFERÊNCIAS

CALVILLO, D. P.; LEÓN, A; RUTCHICK, Abraham. Personality and misinformation. **Current Opinion in Psychology**, v. 55, n. 101752, p. 1-6, 2024. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/38065004>. Acesso em: 15 jul. 2025.

CHARAUDEAU, P. **A manipulação da verdade**. São Paulo: Editora Contexto, 2022.

CHOMSKY, N. **Mídia: política, propaganda e manipulação**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2013.

EDELSON, S. M. *et al.* The psychology of misinformation across the lifespan. **Annu. Rev. Dev. Psychol.**, v. 6, p. 425–454, 13 Sept. 2024.

HEUER, R. J. **Psychology of intelligence analysis**. Washington: Central Intelligence Agency, 1999.

KAHNEMAN, D. **Rápido e devagar: duas formas de pensar**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

KAPFERER, J-N. **Boatos, o mais antigo mídia do mundo**. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 1993.

MACHADO, A. M. O impacto dos vieses cognitivos sobre a imparcialidade no conteúdo de inteligência. **Revista Brasileira de Inteligência**, Brasília, DF, n. 13, p. 1-16, dez. 2018.

XXV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação - XXV ENANCIB
Rio de Janeiro, RJ - 03 a 07 de novembro de 2025

MARTINO, L. M. S. **Teoria da Comunicação**. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo**. 5. ed. Tradução de Elaine Lisboa. Porto Alegre: Sulina, 2015.

MYERS, D. G. Psychological science meets a gullible post-truth world. *In*: FORGAS, J. P.; BAUMEISTER, R. **The social psychology of gullibility**. [S. l.]: Routledge, 2019. p.77–100. Disponível em: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780429203787-5/psychological-science-meets-gullible-post-truth-world-david-myers>. Acesso em: 11 maio 2025.

NEVES, B. C.; OLIVEIRA, R. P. A pós-verdade pelo viés da teoria da dissonância cognitiva. **P2P e Inovação**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p. e-6942, 2024. DOI: 10.21728/p2p.2024v10n2e-6942. Disponível em: <https://revista.ibict.br/p2p/article/view/6942>. Acesso em: 10 maio 2025.

OLIVEIRA, T. M. L.; SANTOS NETO, J. A. Mediação da informação, comportamento informacional e desinformação no facebook. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 18, n. 2, 1–21, 2022.

PEREIRA, M. E. Psicologia social e fake news: a perspectiva do realismo crítico. **Revista Signo**, Santa Cruz do Sul, v. 47, n. 90, p. 98-117, set./dez. 2022.

WOLF, M. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.