

## Psicologia social e *fake news*: a perspectiva do realismo crítico

*Social psychology and fake news: a critical realism approach*

**Marcos Emanuel Pereira**

Universidade Federal da Bahia – UFBA – Salvador – Bahia – Brasil

---

**Resumo:** Este artigo é o desdobramento de uma comunicação lida na mesa redonda “A psicologia na luta contra a desinformação”, proposta pela Sociedade Brasileira de Psicologia e realizada na 74ª Reunião Anual da Sociedade Brasileira Para o Progresso da Ciência. A temática comum à comunicação, e ao artigo aqui apresentado, é a das *fake news* e, em um sentido mais amplo, o uso da desinformação como um recurso de persuasão. Defendemos o argumento de que as *fake news* devem ser interpretadas como um fenômeno real, complexo e, como tal, apreensível nas condições concretas que presidem as manifestações de qualquer evento real. Para entendê-las devemos a) identificar o que é *fake news*, diferenciando-as de fenômenos similares e análogos; b) reconhecer que, por se tratar de um fenômeno real, deve ser analisada em consonância com perspectivas teóricas que permitam considerá-la na sua complexidade; c) uma vez entendidas como fenômenos reais e analisados segundo uma perspectiva ao mesmo tempo realista e crítica, consideramos a possibilidade de analisá-las segundo a perspectiva da psicologia social, a partir da constituição de um *corpus*; e d) apresentaremos algumas sugestões, decorrentes dos argumentos assinalados nas seções anteriores, que ofereçam indicadores de como podemos enfrentar a enxurrada de desinformações as quais estamos sujeitos em função das demandas impostas pelo desenvolvimento tecnológico atual e pela crescente polarização política.

**Palavras-chave:** *Fake News*. Psicologia social. Realismo crítico. Heurísticas. Vieses

**Abstract:** The article presented here is about fake news and, in a broader sense, the use of disinformation as a persuasion resource. We defend the point that fake news is a complex phenomenon that is apprehensible in the concrete conditions that preside over the manifestations of any event. To understand them, we must a) identify what fake news is, differentiating them from similar and analogous phenomena; b) recognize that, as it is a real phenomenon and must be analyzed in line with theoretical perspectives that allow considering it in its complexity; c) once understood as real phenomena and analyzed from a perspective that is both realistic and critical, we will consider the possibility of analyzing them from the perspective of social psychology, based on the constitution of a corpus; and d) we will present some suggestions, resulting from the arguments highlighted in the previous sections, that offer indicators of how we can face the flood of disinformation to which we are subject due to the demands imposed by current technological development and political polarization.

**Keywords:** Fake news. Social psychology. Critical realism. Heuristics. Bias.

---

## 1 O que não é *fake news*?

Se, literalmente, a expressão *fake news* pode ser traduzida como notícias falseadas é importante diferenciá-las da mentira pura e simples. Se as *fake news* são inseparáveis da tecnologia atual e devem ser interpretadas como um fenômeno historicamente situado a partir do final do século XX, a mentira acompanha toda a história da humanidade, sendo razoável acolher o entendimento que as mentiras eclodem ao mesmo tempo em que são formuladas as primeiras teorias da mente (Harari, 2020).

As *fake news*, no entanto, não devem ser confundidas com o mero e simples ato de enganar, pois para enganar é necessário ter uma certa clareza sobre as intenções do interlocutor e depende de um roteiro claramente especificado no qual as ações de quem engana e de quem é enganado são previamente antecipadas. Alguns eventos históricos atendem às especificações conceituais acima descritas, embora não possam ser qualificadas como *fake news* no sentido estrito do termo, sendo particularmente referidos no domínio da comunicação política, tal como se pode entrever no panfleto publicado sob os auspícios do Centro Internacional para os Jornalistas (ICFJ), por Posseti e Matheus (2018), bem como em inúmeros trabalhos jornalisticamente (BBC, 2022; Strauss, 2022; Soll, 2016; Ward, 2001) ou academicamente orientados (Herzstein, 1978; Kallis, 2005; Thornton, 2000).

É possível supor que a troca de informações seja uma característica inerente aos agrupamentos humanos e que os relatos de viajantes sobre práticas e costumes dos povos visitado, comuns desde a antiguidade (Gruen, 2011; Marqués, 2020; Pereira, 2021), representem formas arquetípicas de difusão de informações inverídicas com a finalidade de humanizar o próprio grupo às expensas da desumanização dos estrangeiros (Messick, & Mackie, 1989). No caso específico do uso das *fake news* com tais intenções, em que pese o debate de quando teriam surgido as primeiras implementações dessa prática, alguns eventos têm sido considerados, pelos

estudiosos, formas primevas de utilização da desinformação como recurso político, numa linha histórica que retroage à antiguidade romana: como nas campanhas patrocinada por Otaviano, na qual eram impressos em moedas *slogans* contra o rival Marco Antônio; passando pelas campanhas contra Justiniano, na época do Império Bizantino; até chegar a modernidade, nas campanhas contra Maria Antonieta, e ao mundo contemporâneo, marcado por eventos como a campanha dos ingleses na Guerra dos Boer, fundamentada em estereótipos contra os nativos sul africanos; a utilização das linhas ferroviárias como meio para a difusão de propaganda política durante a revolução bolchevique na Rússia; a campanha de demonização dos alemães na primeira grande guerra e a criação do Ministério da Propaganda pelo terceiro Reich.

As campanhas de desinformação não se restringem, no entanto, aos interesses políticos, tendo sido documentados em eventos distantes das batalhas ideológicas, a exemplo dos boatos sobre os habitantes da lua, fomentados por artigos publicados em 1835, pelo New York Times (Farmer, 2021; Posetti, & Matthews, 2018). Uma outra grande loucura coletiva, a febre dos dirigíveis - que ocorreu entre os anos de 1896 e 1897, uma época em que os índices de desemprego eram particularmente altos e os Estados Unidos contavam com cerca de dois milhões de desempregados - se originou nas circunstâncias em que um objeto voador com forma de charuto sobrevoou a cidade de Oakland, no estado da Califórnia. Posteriormente, testemunhas em várias outras cidades passaram a relatar outros episódios de avistamentos, numa onda que se estendeu até o ano seguinte. Os relatos sobre estes objetos, observados em várias cidades de diferentes estados norte-americanos, passam a despertar a atenção da imprensa, que se posicionava de forma ambígua em relação ao assunto, ora contestando os relatos, com base na informação de que estes não eram nada mais do que a consequência de doses generosas de uísque, ora dando destaque ao acontecimento, confiando e reproduzindo relatos de pessoas

eminentes e que reputavam de uma condição de respeitabilidade na comunidade em que viviam (Moffitt, 2003). Outro evento paradigmático relacionado com o impacto cultural das *fake news* é a emissão a Guerra dos Mundos, radiodifundida em 1938, por Orson Welles, cujas consequências ainda tem sido objeto de inúmeras análises psicossociais (Cantril, 1940; Fine, 1978; Welles, 1938).

### 1.1 O que é desinformar?

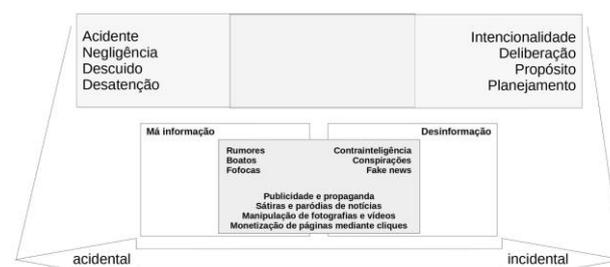
Alguns debates consideráveis permeiam a discussão sobre as *fake news*, destacando-se a questão de definir quão aceitável e pertinente representa a preservação do próprio conceito, dado que para alguns pode ser considerado um recurso analítico necessário e válido (Bernecker, Flowerie & Grundmann 2021; Gelfert, 2018), enquanto outros tendem a tratá-lo como um referente impreciso e, mais do que isso, perigoso e facilmente aproveitado com a finalidade de implementar a censura e animar perseguições políticas (Coady, 2021; Habgood-Coote, 2019).

A difusão de uma falsa informação não pode ser interpretada simplesmente como uma ação deliberada ou intencional, embora essa seja a faceta mais comum, pois uma pessoa pode ser a fonte da informação espúria, mesmo não tendo deliberadamente agido no sentido de mentir ou de enganar os outros. É importante diferenciar a má informação da desinformação, pois a primeira não envolve a dimensão de intencionalidade; toda e qualquer pessoa já deve ter, em algum momento da vida, difundido má informação, sendo importante assinalar que a desinformação se diferencia da mentira ou do engano por pressupor que a pessoa que é enganada ou acolhe a mentira está previamente informada a respeito de algo e termina por substituir essa informação prévia por outra não alinhada com os próprios interesses. Nesse caso, a ação de desinformar envolve reconhecer o teor da informação previamente disponível, conhecer os meios e recursos para substituir a informação verdadeira por aquela que se deseja implementar, escolher uma

fonte de comunicação com potencial suficiente para amplificar os impactos daquilo que se deseja desinformar e, claro, dispor de alguma estimativa acerca das fragilidades pessoais daqueles que serão desinformados.

Isso não significa afirmar que toda e qualquer informação deliberadamente difundida com a finalidade de enganar deve ser marcada como difusão de *fake news* (Tandoc, Lim, & Ling, 2018). Os rumores, boatos e fofocas podem surgir sem nenhuma base intencional que as sustente e, ainda assim, se difundem muito rapidamente. No outro pólo, encontramos fenômenos que devem ser levados em conta em função da intencionalidade dos autores, a exemplo da rudeza das ações de contraespionagem ou a sutil arte de criação das teorias conspiratórias (Pigden, 2007). As películas de espionagem se esmeram em retratar a importância das estruturas de desinformação e enfatizam como a contra inteligência desempenha um papel fundamental no desenrolar de algumas batalhas ou mesmo no resultado final de uma guerra. Entre os dois pólos, numa zona cinzenta, na qual é difícil descrever a acidentalidade ou a incidentalidade da fabricação ou difusão na desinformação, encontramos eventos como os veículos de sátiras e paródias aos noticiários, as inúmeras manipulações de fotografias e vídeos, muitas vezes usando os modernos recursos de *deep learning*, a utilização das técnicas de *clickbait* para monetizar páginas web, assim como campanhas publicitárias ou propagandísticas nas quais as informações são manipuladas para alcançar fins econômicos ou ideológicos.

**Figura 1: Má informação, desinformação e fake news**



A Figura 1 representa a posição relativa das *fake news* e indica em que sentido elas se assemelham e podem ser diferenciadas de conceitos

com os quais mantém alguma proximidade. A noção se refere a um termo, de uso algo antigo, popularizado na segunda metade do século XXI, especialmente após as vitórias eleitorais de Donald Trump, nos EUA, e do Brexit, o plebiscito que retirou o Reino Unido da União Europeia, e ganhou visibilidade em 2017, após ter sido eleita a palavra do ano pelo Collins Dictionary, mesmo não sendo uma palavra.

É possível assinalar três acepções para a expressão *fake news*. A primeira se refere a um uso muito restrito e associado exclusivamente a veículos de comunicação humorísticos criados com a finalidade de fazer paródias e sátiras aos eventos difundidos pelos meios de comunicação de massa, a exemplo do Planeta Diário, intitulado o maior jornal do planeta e publicado entre 1984 e 1992. A segunda acepção se refere à desinformação exposta dissimuladamente sob a forma de notícias, supondo um agente que difunde notícias falsas de forma deliberada com a finalidade de alcançar alguns objetivos possíveis de serem alcançados, apenas se o teor da notícia original sofrer distorções. A terceira acepção é mais restrita e se refere a uma categoria acusatória utilizada como recurso por agentes políticos com a finalidade de desqualificar informações, usualmente apresentadas por fontes críveis e sobre as quais não se duvida da veracidade, e atingir defensores de posições políticas ou econômicas antagônicas ao tempo em que se defende os próprios interesses. No primeiro caso, a notícia é facilmente marcada como a reprodução humorística de uma notícia real; no segundo, mimetiza-se uma fonte crível para falsear uma notícia verdadeira; na terceira, tanto a fonte da informação quanto o teor da notícia são desqualificados. Dadas as distintas acepções para o termo, as condições de emergência, aceitação e difusão das *fake news* devem ser consideradas levando em conta a complexidade que as caracteriza.

## 2 Um fenômeno real

Como qualquer fenômeno complexo, as *fake news* são fenômenos reais e devem ser explicadas levando em conta um conjunto de condições e mecanismos que as tornam possíveis. Em consonância com os princípios do realismo crítico, consideramos que o real se encontra em constante transformação e é composto por vários estratos, o que justifica a diferenciação entre as dimensões intransitiva e transitiva do real e, concomitantemente, os três estratos mediante os quais a realidade pode ser apreendida: o empírico, o atual e o real (Bhaskar, 1975; 2014; 2016).

### 2.1 Intransitivismo e transitivismo

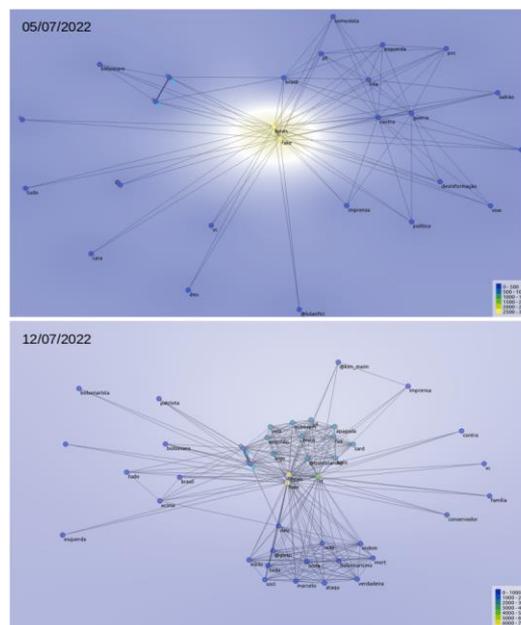
Uma das premissas básicas do realismo crítico, a crítica à falácia epistêmica, nos assegura que o indevido é confundir o mundo real com o conhecimento que dele alcançamos. Acolher esta premissa nos obriga a diferenciar as *fake news*, um fenômeno real, do conhecimento que obtemos na tentativa de explicá-las, pois o que é socialmente construído é o nosso conhecimento sobre as *fake news*, sobre as estratégias que utilizamos para investigá-las e as formas pelas quais elas encontram expressão nos diferentes contextos geográficos, históricos e culturais. Além desse domínio marcado pela transitividade, entender as *fake news* enquanto entidades reais nos obriga, ademais, a identificar os mecanismos que presidem as suas manifestações, os poderes que impõem que elas continuem a ser criadas e difundidas, a compreender por que em algumas circunstâncias elas se difundem facilmente e a razão de determinados agentes as acolherem com alguma reticência, ao passo que outros as aceitam sem muito discernimento crítico. Entendê-las como algo real requer admitir que elas são constituídas por mecanismos, poderes e tendências, e que para apreendê-las cientificamente é necessário diferenciar, além da dimensão transitiva da realidade, o domínio do intransitivo (Collier, 1994; Hartwig, 2007).

### 2.2 O empírico, o actual e o real

Se deparar com exemplares de *fake news* é uma experiência recorrente no nosso cotidiano. A nossa experiência ordinária nos habilita, com maior ou menor precisão, a tomarmos cuidados com algumas fontes, a olhar meio atravessado para determinados meios de comunicação, a desconfiar dos conteúdos de muitas mensagens e a impor uma certa resistência a acolher inúmeras estruturas formais de transmissão de conteúdos informativos. Por mais imprecisos que possam ser os nossos julgamentos, as experiências que sustentamos com as *fake news* são recorrentes e constituem um corpo de conhecimento nada desprezível, o que torna o domínio empírico uma dimensão importante no conhecimento das *fake news*.

Acompanhamos, na plataforma Twitter, durante uma semana, entre os dias 05 e 12 de julho de 2022, as postagens que incluíam a expressão *fake news* e a hashtag #fakenews, o que permitiu obter um *corpus* com 31.567 postagens, de 2345 usuários distintos. A Figura 2 apresenta uma representação gráfica dos termos mais frequentes e suas relações semânticas, nos dias 05 e 12 de julho, e tratadas com algoritmo de transformação de *corpus* para rede do ambiente Python Orange, na qual as cores indicam a frequência e a distância entre os nós a proximidade semântica.

**Figura 2: Rede de palavras obtidas mediante busca no Twitter da expressão Fake News**



Os conteúdos apresentados nas redes semânticas se mostraram fortemente associados com os eventos políticos que frequentaram os noticiários nos dias imediatamente anteriores ao registro dos dados. Ao incluir termos como imprensa, guerra, Brasil, ladrão, desinformação, a rede do dia 05 de julho reflete, sobretudo, a publicação de uma fotografia, obtida com um drone, da caminhada do candidato presidencial, Luis Inácio Lula da Silva, em um evento popular na cidade do Salvador, na qual se evidenciou a duplicação das imagens das pessoas que participavam do evento. A segunda imagem, a rede do dia 12 de julho, na qual estão inclusos termos como conservador, ocorrido, patriota e morte, reflete o noticiário do assassinato de um militante petista por um agente penal bolsonarista, em Foz do Iguaçu, durante a comemoração do aniversário da vítima.

Os resultados evidenciam a homogeneidade das postagens; a análise dos tópicos das mensagens confirma o quão a preocupação com as notícias falsas é uma constante dos usuários da rede Twitter e sugere uma forte associação entre as postagens e os eventos difundidos pelos meios de comunicação de massa. A dimensão empírica da realidade, no entanto, representa uma apreensão restrita das *fake news*, pois o conhecimento ordinário, embora importante na vida cotidiana, é limitado em escopo, amplitude e profundidade e, por mais que forneça informações significativas sobre como lidar com as notícias falsas, é imperativo agregar a esta dimensão

de tratamento da realidade uma outra forma de apreendê-las, no que corresponde ao denominado domínio do atual.

A dimensão do atual ilustrada pela captura do corpus que originou a Figura 2 e sua contextualização factual, possibilita, a partir do uso sistemático de procedimentos de pesquisa empírica, tanto fundamentados em modelos positivistas quanto construtivistas (Pilgrim, 2020), a identificação de associações sistemáticas e recorrentes entre eventos. Por esta via, documentaram-se estudos nos quais foram estabelecidas associações entre os fatores que levam ao acolhimento e à difusão, com maior ou menor intensidade, das *fake news* e uma série de variáveis (Dordevic, & Safieddine, 2020). As que interessam mais de perto aos psicólogos sociais se referem às sociodemográficas, cognitivas, afetivas e psicossociais. No primeiro caso, foram documentadas associações com a faixa etária (Brashier, Umanath, Cabeza, & Marsh, 2017; Jacoby, & Rhodes, 2006), com o sexo (Almenar, Aran-Ramspott, Suau, & Masip, 2021; Stabile, Grant, Purohit, & Harris, 2019), com a orientação ou ideologia política (Groenendyk, 2018; Nyhan, & Reifler, 2010; Shin, & Thorson, 2017) e com a religião (Bronstein, Pennycook, Bear, Rand, Cannon, 2019). As associações das *fake news* com as variáveis cognitivas incluem o grau de conhecimento a respeito ou a familiaridade com o assunto (Dechêne, Stahl, Hansen, & Wänke, 2010; Fazio, Brashier, Payne, & Marsh, 2015; Parks, & Toth, 2006), a capacidade cognitiva (Reinhard, & Sporer, 2008), a consistência cognitiva (Axt, Landau, & Kay, 2020) e a necessidade de clausura (De Keersmaecker, Dunning, Pennycook, Rand, Sanchez, Unkelbach, & Roets, 2020; Leman, & Cinnirella, 2013). Entre as variáveis afetivas foram identificadas associações entre as *fake news* e o julgamento da valência dos eventos (Itay, Majima, & Mercier, 2020; Baumeister, Bratslavsky, Finkenauer, & Vohs, 2001; Hilbig, 2009) e com o estado de humor de quem as recebe (Forgas, & East, 2008). No caso das variáveis psicossociais podem ser citadas associações com a presença de terceiros (Jang, & Kim, 2018; Sun, Pan,

& Shen, 2008), a credibilidade da fonte (Henkel, & Mattson, 2011), a credulidade (Forgas, & Baumeister, 2019) e a homofilia (Anagnostopoulos, Bessi, Caldarelli, Del Vicario, Petroni, Scala, Zollo, & Quattrociocchi, 2014; Törnberg, 2018).

Além das experiências ordinárias, relativas ao domínio empírico, e da identificação das associações entre os eventos, associada ao domínio do atual, é imperativo identificar os mecanismos reais de constituição e de atuação das *fake news*. A diferenciação entre os três domínios, previamente especificados, nos obriga a acentuar que do mesmo modo que podemos experimentar as *fake news* sem nos dar conta de que elas sistematicamente estão associadas com determinados fatores pessoais ou sociais, também devemos considerar que um mecanismo psicossocial pode estar presente sem que os seus poderes possam ser experienciados e, ainda mais, que o real possa estar presente sem que venha a ser atualizado (Collier, 1994; Manicas, 1998).

Entre os mecanismos psicológicos e psicossociais destacamos os associados a duas linhas de pesquisas hegemônicas na psicologia social, uma 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 (Shermer, 1987).

A se considerar a pouca heterogeneidade do *pool* genético humano, se comparado ao dos outros mamíferos superiores, é possível supor que, em uma das inúmeras glaciações as quais o nosso planeta esteve sujeito, teriam sobrevivido poucos exemplares de uma espécie que se supõe antecessora da nossa (Maryanski, 2013). Esse funil evolutivo proporcionou o desenvolvimento de uma dupla habilidade decisiva na trajetória da nossa espécie. Uma delas foi a de se adaptar relativamente bem às mais diferentes condições geográficas e climáticas, fossem nas regiões e épocas mais frias, fossem em condições marcadas pelo calor extremo. Isso significou o desenvolvimento de uma

extraordinária plasticidade adaptativa e suscitou a formulação de inúmeras pautas comportamentais para fazer frente às diferentes condições de existência. Estas duas características, um excelente potencial para se adaptar aos ambientes mais diversificados e um avantajado repertório de rotinas de conduta, representaram um enorme diferencial na maneira pela qual a espécie humana se difundiu e ocupou o planeta (Jablonski, 2012), e se refletiu na evolução de dois sistemas de aprendizagem: um que habilitou a espécie humana a ser capaz de mapear de forma constante e ininterrupta o mundo em que vivemos, o que inclui a identificação dos ambientes físicos e sociais e o monitoramento e, quando requerido, a ativação de inúmeras rotinas que facilitam a adaptação, como também o desenvolvimento de uma habilidade ainda mais exigente em termos de recursos cognitivos, associado a um segundo sistema de aprendizagem, desenhado para detectar a intromissão de eventos imprevisíveis e apto a isolar e marcar os elementos que se diferenciam dos padrões de homogeneidade identificados pelo sistema de mapeamento das regularidades (McClelland, McNaughton, & O'Reilly, 1995). Estas duas modalidades de aprendizagem, nos termos da tradição de estudo dos sistemas duais, estão associadas a duas grandes perspectivas teóricas de abordagem do processamento da informação, a automática e a controlada (Smith, & DeCoster, 2000; Wegner, & Bargh, 1998) e se associam a duas concepções antropológicas fundamentais, os modelos do ser humano avaro cognitivo e o do taticamente motivado (Fiske, & Taylor, 1991).

Um programa de estudo dos automatismos, denominado heurísticas e vieses, evidenciou claramente como a nossa vida mental é fortemente marcada pela presença das heurísticas, e 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 (Gigerenzer, & Gaissmaier, 2011). Um mecanismo

psicológico paradigmático no entendimento da criação, aceitação e difusão das *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 (Lewandowsky, Ecker, Seifert, Schwarz, and Cook, 2012; Schwarz, & Jalbert, 2020). O que torna uma informação mais facilmente aceita? Em primeiro lugar, se a nova informação for compatível com o que se acredita e consistente com o que se pensa, as chances de nela acreditar aumentam sensivelmente. Além disso, se ela tiver sido apresentada de uma maneira sistemática e organizada, sustentando-se em argumentos coerentes, o potencial de aceitação da informação é intensificado. Além disso, se a informação for apresentada por uma pessoa crível, considerada acima de qualquer suspeita em termos de idoneidade ou de boas intenções, e sobre a qual se deposita uma enorme confiança, o que justificaria não acreditar em algo sustentado de forma coerente por uma pessoa de boa fé? Se, além disso, as pessoas com quem se convive também naquilo creem, assim como quase toda a gente do planeta, qual seria a razão para impor descrédito à informação? Os quatro elementos referidos, a consistência, a coerência, a confiabilidade da fonte e o consenso são decisivos na atuação dos vieses de confirmação. Schwarz e Jalbert (2020) sintetizaram o impacto da heurística da confirmação na difusão, fácil acolhida e dificuldade de correção das *fake news* nas redes sociais ao indicarem que elas i) são constituídas por peças de informações sintéticas; ii) materializadas em mensagens de fácil processamento; iii) escritas em um linguagem simples e de leitura amena; iv) postadas por amigos e conhecidos; v) compatíveis com as crenças e opiniões de quem as recebe; vi) compartilhadas pela rede de relacionamento; viii) valorizadas pelo grupo de pertença; e viii) marcadas como positivas pelos demais.

Este, no entanto, é apenas um dos inúmeros vieses aos quais estamos sujeitos e que consideramos decisivos para a explicação das *fake news*. Devido à profusão das heurísticas identificadas

na literatura, consideramos apenas algumas delas, classificando-as levando em conta a diferenciação imposta por Francis Bacon, no início da modernidade, entre os quatro tipos de ídolos, uma representação figurativa dos desafios, perigos e paralogismos que podem nos afastar do caminho da verdade (Bacon, 2014).

Os ídolos da tribo se referem à nossa própria natureza humana, aquilo que nos constitui e que faz com que o nosso entendimento sobre o mundo real seja distorcido e corrompido. Os vieses associados aos ídolos da tribo aludem a uma crença espúria a respeito de regularidades, nas circunstâncias em que existem apenas eventos aleatórios e sem conexão entre si. Eles incluem desde vieses associados aos mecanismos sensorio-perceptuais, a exemplo da clusterização e da pareidolia, até mecanismos de forte teor cognitivo, a exemplo dos vieses de aceitação. A clusterização se refere a uma métrica de similaridade que impõe a percepção de objetos aleatórios e desconexos entre si como parte de um grupo (Gilovich, Vallone, & Tversky, 1985), enquanto a heurística da pareidolia alude à imposição de padrões familiares a estímulos aleatórios, a exemplo de visualizar formas animais em nuvens (Pavlova, Heiz, Sokolov, Fallgatter, & Barisnikov, 2018; Pennycook, Cheyne, Barr, Koehler, & Fugelsang, 2015). Os vieses de aceitação envolvem o acolhimento dos falsos positivos, o que intensifica a crença na veracidade da informação trazida pelo outro, um mecanismo fundamental para a nossa sobrevivência enquanto espécie (von Hippel, & Trivers, 2011), indicando que acreditar no outro representa um recurso importante para restaurar a condição de conforto nas circunstâncias em que temos que fazer frente a informações desagradáveis. Os ídolos da caverna se referem aos elementos incluídos na nossa biografia, que nos tornam facilmente aprisionados pelas inverdades e resultam dos efeitos impostos pelas práticas educacionais e pelos hábitos que cultivamos ao longo da vida. A heurística do eu, como centro de referência, se refere a uma condição de usar um sistema pessoal de

referência como medida de todas as coisas e se imaginar o centro do mundo (Gilovich, Medvec, & Savitsky, 2000; Ross, & Sicoly, 1979), enquanto a heurística do excesso de confiança se refere ao impacto dos vieses que contribuem para preservar a autoimagem, o autoconceito e a autoestima e cuja ação envolve, sobretudo, esforços na direção de impor distorções de avaliação e de julgamento no que concerne a tudo aquilo que poderia representar uma ameaça à visão positiva que cultivamos sobre nós mesmos (Kruger, & Dunning, 1999; Moore, & Healy, 2008). A heurística da ilusão de controle se refere a um exagero relativo às nossas capacidades em manter o curso dos acontecimentos numa direção desejada (Delfabbro, & Winefield, 2000; Dixon, Hayes, & Ebbs, 1998; Langer, 1975; Presson, & Benassi, 1996; Thompson, 1989; Wolfgang, Zenker, & Viscusi, 1984). A heurística da autojustificação e os vieses de confirmação se referem ao duplo movimento de buscar seletivamente e introduzir distorções nos julgamentos, passando a considerar válidas e justificadas as crenças que se ajustam ao que acreditamos e a desconsiderar a importância de todas as informações contrárias às nossas expectativas (Myers, 2019).

Os ídolos do foro se associam aos elementos encontrados nas interações e nas relações entre os humanos que forçam a um maior distanciamento das informações verídicas. Eles se fundamentam, sobretudo, no uso da linguagem e nas batalhas verbais nas quais o uso das habilidades retóricas ganha mais densidade do que o peso das evidências ou a coerência argumentativa. A polarização grupal alude a uma heurística na qual se aponta o quão comum é, no âmbito das relações sociais, se restringir a um ambiente muito restritivo, buscando informações única e exclusivamente em pessoas que comungam os mesmos pontos de vista (Vicario, Quattrociocchi, Scala, & Zollo, 2019). Ser bem acolhido em um grupo, percebê-lo como coeso e considerar as condutas dos membros do grupo como consistentes com o que nele se defende torna muito mais plausível o desenvolvimento da crença no que é

defendido pelo grupo e na rejeição das teses defendidas pelos demais (Lees, & Cikara, 2021). A heurística da validação consensual da realidade se refere ao potencial de que uma informação repetida inúmeras vezes durante os contatos interpessoais se torne dotada de um poder muito mais decisivo do que a pura e simples observação da realidade (Krueger, Vogrincic-Haselbacher, & Evans, 2019), algo constatado com frequência quando ocorre uma situação de convergência de ações ou decisões ou nas circunstâncias em que se apresentam situações marcadas pelo pânico ou pela incerteza (Butts, 1998). A heurística do falso consenso ocorre quando exageramos ao acreditar que o número de pessoas que compartilha o que acreditamos e afirmamos é maior do que se demonstra na realidade (Alicke, & Largo, 1995; Mullen, Atkins, Champion, Edwards, Hardy, Story, & Vanderklok, 1985). A heurística ou viés da exclusividade se refere a uma tendência a acreditar quão positivas e raras são as nossas capacidades e, ao mesmo tempo, em subestimar as habilidades e capacidades das outras pessoas (Ross, Greene, & House, 1977; Suls, Wan, & Sanders, 1988). A heurística da perseverança se refere a uma tendência a obter refúgio nas próprias crenças e a evitar manter contatos com informações que se diferenciam daquilo que previamente acreditamos (Ross, Lepper, & Hubbard, 1975). A heurística da retratação alude às situações em que se torna praticamente inócuo sugerir que o agente do discurso se retrate ou que um receptor desconsidere uma informação previamente relatada, pois raramente é possível passar a borracha e apagar completamente da memória o conteúdo de uma informação à qual previamente se atribui credibilidade, sendo mais provável reter indefinidamente o conteúdo, apesar das admoestações explícitas em contrário (Bar-Ilan, & Halevi, 2021).

A última categoria de ídolos, os do teatro, se encontra associada com o plano das doutrinas e teorias e cuja aceitação irracional e indiscriminada impõe certezas intelectuais que terminam por nos afastar do caminho da verdade. A heurística da negligência das probabilidades alude à condição de

sermos tomados por uma preocupação exagerada com a possível ocorrência de um evento cuja chance de acontecer é praticamente desprezível (Barbey, & Sloman, 2007). A heurística do iletramento estatístico (Myers, 2019; Lyons, Merola, & Reifler, 2020) se refere à tendência a interpretar erroneamente dados estatísticos e a adotar ações irracionais compatíveis com a interpretação. A heurística da miopia cognitiva se refere à falta de capacidade em avaliar corretamente a fonte, a confiabilidade e a validade da informação recebida (Fiedler, 2019). A heurística da repetição faz com que um argumento frágil se difunda muito rapidamente pelo simples fato de ser enunciado inúmeras vezes, enquanto a heurística da fluência se refere à tendência de ser convencido por interlocutores com grande poder persuasivo (Corneille, Mierop, & Unkelbach, 2020). A heurística do ancoramento acentua como uma informação inicial exerce um efeito poderoso na organização posterior do pensamento, ao servir como uma âncora e inibir a aceitação de novas perspectivas de análise de um fenômeno (Epley, & Gilovich, 2006).

O movimento intelectual das heurísticas e dos vieses é apenas um entre os diversos modelos da psicologia social que se perfilam na crítica à racionalidade e se escoram no entendimento de que a credulidade é uma marca registrada na condição humana e que o cultivo do pensamento crítico é muito mais uma condição de exceção de que de regra na nossa vida cotidiana. Isso ocorre porque somos preparados para acreditar que as informações que nos chegam são verdadeiras ou, pelo menos, que não temos justificativas para delas desconfiar (DePaulo, Kashy, Kirkendol, Wyer, & Epstein, 1996; Gilbert, 1991; Gilbert, Krull, & Malone, 1990; Gilbert, Tafarodi, & Malone, 1993; Mandelbaum, 2014; ver, no entanto, Isberner, & Richter, 2014; Richter, 2015; Richter, Schroeder, & Wöhrmann, 2009).

Aceitar uma informação demanda muito menos operações mentais do que rejeitá-la pois, nesse último caso, é necessário acolher a proposição, compreendê-la e, posteriormente, rotulá-la e marcá-la como não crível (Pennycook, & Rand, 2019a; Street, & Kingstone, 2017; Street, & Richardson, 2015). A

validação de uma proposição demanda muitos recursos cognitivos e se realiza apenas em determinadas circunstâncias (o modelo do taticamente motivado), sendo o processamento *default* muito mais econômico do ponto de vista cognitivo (o modelo do avaro cognitivo). Além dessas dimensões cognitivas, mesmo as informações rotuladas como pouco críveis ainda estão pouco sujeitas à rejeição por uma série de fatores, que tornam ainda mais difícil a assunção do pensamento crítico, sendo especialmente significativos os associados como mecanismos psicológicos motivacionais e afetivos (Albarracín, 2020; McGuire, 1964).

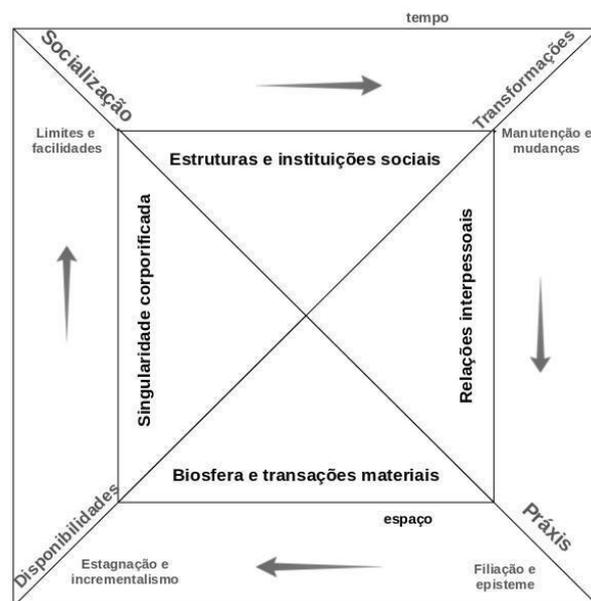
As suposições aqui alinhavadas desafiam o realismo ingênuo, a crença de que possuímos uma invejável capacidade de conhecer de forma objetiva o mundo em que vivemos, uma tese objeto de fortes críticas na psicologia social. Esta disciplina tem assinalado, desde as origens, a impossibilidade de se aceder ao mundo de forma objetiva, dada a nossa apreensão subjetiva da realidade e o quanto qualquer pessoa que acredita estar correta tende a supor que todo aquele ou aquela que abre discordância é desinformada e mal-intencionada (Asch, 1952; Bruner, & Goodman, 1947; Krech, & Crutchfield, 1948; Ross, & Ward, 1996).

### 2.3 O modelo de ação do realismo crítico

O modelo da ação social postulado pelo realismo crítico (Danermark, Ekström, Jakobsen, & Karlsson, 1997) nos parece uma alternativa para superar a dicotomia entre os modelos explicativos individualistas e holistas e as dificuldades enfrentadas pela solução hegemônica oferecido pela psicologia de eludir esta dicotomia a partir da postulação de modelos metateóricos elaborados a partir da perspectiva dos níveis de análise (Ritzer, & Gindoff, 1992). O modelo está representado na figura 3, na qual podem ser diferenciados os quatro fatores a serem considerados: 1) a biosfera e as transações com o mundo material; 2) as singularidades

corporificadas; 3) as estruturas sociais distribuídas no tempo e no espaço; e 4) o campo das relações interpessoais.

**Figura 3: Quadriplano dos entes sociais**



O primeiro fator impõe que acolhamos a tese de que as *fake news* se manifestam de maneira diferente a depender da latitude e da longitude, o que significa afirmar que os emissores e os receptores das *fake news* estabelecem transações materiais com mundo físico no qual estão situados, embora quase nunca as condições geográficas e sociais nas quais emissores e receptores se encontram sejam coincidentes. As condições ecológicas podem se mostrar decisivas no acolhimento de determinadas *fake news*, em especial em contextos associados com as bolhas epistêmicas e as câmaras de eco (Nguyen, 2020), o que assegura à dimensão espacial um papel importante no modelo aqui apresentado.

Ao não considerar os agentes envolvidos na difusão e na recepção das *fake news* entidade amorfas, somos compelidos a aceitar a inclusão de um outro plano de considerações, as relativas às singularidades dos agentes (Archer, 2000; Cromby, 2015), tais como elas se materializam nas corporeidades (Loersch, & Payne, 2011). A depender da singularidade corporificada o campo para a expressão das *fake news* pode ser ampliado ou reduzido, não sendo incomum a implementação de

linhas de difusão de *fake news* específicas em função das peculiaridades físicas ou corporais dos circunstantes.

As relações estabelecidas entre os agentes singulares que mantêm transações entre si e se posicionam na biosfera não ocorrem em um vazio social, uma condição que impele a inclusão de um outro plano de considerações, o relativo às estruturas sociais. As instituições sociais representam o contexto mais amplo no qual as *fake news* ganham corpo, pois elas podem atender a interesses econômicos, políticos, legais, midiáticos, religiosos, educacionais ou de saúde visivelmente manifestos. As estruturas sociais têm sofrido inúmeras transformações ao longo da história, daí a importância de introduzirmos a dimensão temporal como um fator decisivo para a compreensão das instituições sociais.

O plano da biosfera é frequentado por pessoas singulares no contexto das instituições e estruturas sociais, o que nos obriga a assinalar as circunstâncias em que ocorrem as relações interpessoais que facilitam a expressão das *fake news*. As interações sociais estão sujeitas a inúmeras rotinas, que definem as distintas práticas materializadas em roteiros que se impõem como as soluções mais usuais para atender as demandas específicas aos distintos tipos de relacionamento. Esses roteiros estão perfeitamente ajustados e dependem dos locais nos quais os relacionamentos se manifestam, o que impele uma relação intrínseca entre o plano das relações interpessoais e as imposições inerentes à biosfera e às estruturas sociais (Hamilton, & Sherman, 1996; Tajfel, & Turner, 1986).

Os quatro elementos especificados na figura 3 correspondem ao que os realistas críticos denominam quadriplano dos entes sociais, uma estrutura analítica que pode nos ajudar a apreender dois aspectos fundamentais para o entendimento das *fake news*, a socialização diferenciada para acolher ou rejeitar a desinformação e, conseqüentemente, entender os determinantes impostos pela socialização

para a reprodução ou para a transformação dos sistemas sociais.

Independentes das suas singularidades corporificadas, os agentes humanos sempre são socializados, embora as singularidades imponham resultados distintos para a socialização. A depender das estruturas sociais, em particular da possibilidade de aceder com maior ou menor facilidade a algumas instituições e, obviamente, do padrão de qualidade dessas mesmas instituições, assim como das modalidades de encontros sociais a que tem acesso, a socialização pode sofrer restrições severas ou ser premiada com facilidades adicionais. Por exemplo, a depender da condição econômica desfrutada pelo grupo familiar no qual nasce, o socializando pode ter a acesso ou não às instituições educacionais e, mesmo nesse caso, ainda que formalmente frequente uma instituição escolar, a depender das estruturas políticas econômicas da sociedade em que vive, pode não encontrar os recursos que necessita para desenvolver a habilidade de se defender das *fake news*. Por outro lado, ainda que tenha acesso a uma instituição que ofereça formalmente recursos educacionais que favoreça a assunção do senso crítico, ainda assim pode não desenvolver esse potencial se frequenta um ambiente interpessoal no qual as capacidades analíticas não são fomentadas e versões falseadas das notícias são suportadas e valorizadas. Como contraponto às situações previamente expostas, é possível postular contextos particulares nos quais agentes dotados de determinadas peculiaridades encontram condições estruturais econômicas e sociais satisfatórias, tenham acesso a instituições (família, amigos, escola, meios de comunicação, partidos políticos etc.) e convivam em um meio no qual uma posição de crítica às *fake news* seja a tendência predominante.

A depender do cenário, parece-nos importante assinalar que se a socialização oferece os recursos que podem ser caracterizados como facilitadores ou inibidores da criação, promoção e difusão das *fake news*, o processo de socialização não ocorre no vazio e, sobretudo, é interminável (Henrich, & Muthukrishna, 2021). Somos socializados

desde o nascimento e reconhecemos que devemos nos socializar para a finitude. Ao longo do tempo agentes humanos e estruturas sociais atuam de forma indissociável numa *práxis* fortemente marcada pela intencionalidade, impondo dois caminhos e duas visões a respeito das relações entre humanos e sociedade.

Uma delas adota uma perspectiva de reprodução da ordem e das relações e, nesse sentido, é necessário entender como as *fake news* contribuem decisivamente para o processo de manutenção do *status quo* e de legitimação das hierarquias sociais. Pouco importa, no caso, se a informação difundida é verificável ou verídica, assim como nada significa se os agentes responsáveis pela difusão da informação sejam humanos, robôs ou máquinas, mas o fato é que as *fake news* são difundidas e o seus efeitos são muito acentuados (Shao, Ciampaglia, Varol, Yang, Flammini, & Menczer, 2018; Shin, Jian, Driscoll, & Bar, 2018).

A segunda perspectiva, ao contrário, entende que as ações humanas ao longo do tempo devem ser direcionadas para a transformação social (Bhaskar, 1986). Riquezas e misérias, bem-estar e inanição, saúde e doença, ter acesso à informação ou viver na desinformação, todas estas condições se distribuem desigualmente, sendo absolutamente imperativa a luta no sentido de contribuir para a transformação da sociedade e para a salvação do planeta, o que alinha esta perspectiva com a busca da verdade e o distanciamento e a crítica aos produtores e difusores de *fake news*.

### **3 O que a psicologia social nos informa sobre a desinformação via disseminação de fake news?**

Ainda que em algumas circunstâncias manter uma prudente distância em relação ao conhecimento seja uma alternativa a ser considerada (Hertwig, & Engel, 2016), temos uma forte tendência a buscar explicações para os eventos que ocorrem na realidade e para as ações nas quais estamos envolvidos (Heider, 1970), o que torna perfeitamente

natural a formulação de teorias baseadas no senso comum sobre as *fake news* e as formas pelas quais elas nos afetam. Recorremos a um modelo psicossocial de *folk psychology* para identificar as distintas formulações pelas quais as explicações sobre as *fake news* podem encontrar algum suporte, sendo-nos particularmente útil a diferenciação entre as explicações fundadas na noção de causalidade e as que se sustentam em arrazoados intencionais (Dweck, 2012). As duas principais teorias causais, tanto para o emissor quanto para o receptor das *fake news*, se fundamentam nas noções de traços psicológicos (Coates, Muller, & Sirur, 2021) e no pensamento essencialista (Anderson, 2021; Marie, Altay, & Strickland, 2020).

Os traços psicológicos, entendidos como características estáveis trans-situacionais, têm sido considerados as principais variáveis disposicionais adotadas para a formulação de explicações para as condutas humanas. Entre os traços mais atribuídos ao receptor das *fake news* são relatados a credulidade excessiva e a rigidez mental, enquanto os emissores são considerados fundamentalmente indivíduos de mente fechada e manipuladores inveterados. Os pressupostos do raciocínio essencialista, por sua vez, ao promoverem a ideia de permanência, oferecem o substrato cognitivo para o desenvolvimento de arrazoados que tendem a considerar os emissores das *fake news* incapazes de mudarem as suas características definidoras e os receptores pouco afeitos a desenvolverem qualquer potencial crítico para enfrentar à desinformação (Prentice, & Miller, 2007).

As teorias intencionais se referem, sobretudo, aos emissores das *fake news* e se fundamentam no entendimento de que eles deliberadamente decidem criar e/ou difundir a desinformação ou que podem intencionalmente adotar postura de enfrentá-las. Em algumas circunstâncias, a conduta pode ser a resultante de uma relação intencional direta entre o desejo e a ação de desinformar, sendo a conduta explicada pelas razões e motivos do agente. Em outras circunstâncias, quando não é possível

identificar uma relação direta entre o desejo e uma conduta específica, as explicações podem fazer referência não a uma ação específica, mas sim aludir a uma tendência ou inclinação comum aquela pessoa em se comportar de uma determinada maneira, em função das crenças e atitudes que sabidamente acolhe, um tipo de explicação denominada história causal das razões. Por fim, as explicações intencionais podem aludir aos fatores habilitadores, a exemplo dos processos grupais que podem inibir ou facilitar a expressão de determinadas condutas, que muitas vezes são efetivadas sem que os agentes demonstrem alguma intenção direta no sentido de realizar a ação em tela (Malle, 1999; 2004).

Ao considerarmos as teorias intencionais acima aludidas é possível estabelecer uma relação com as teorias psicossociais a respeito da confiança nos outros e, conseqüentemente, nas notícias que se recebe. Um modelo explicativo da confiança acentua que esta deve ser interpretada como uma atitude e, como tal, depende fundamentalmente das crenças e da avaliação afetiva da fonte e do teor da informação. Nesse caso, pode-se supor que aceitar ou rejeitar uma notícia falsa pode ser interpretada como uma tendência, o que as aproxima mais do modelo da história causal. 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.

Ainda que os esforços no sentido de alcançar o sucesso na revisão da desinformação não possam ser desvalorizados, nem sempre a má informação pode ser intencionalmente revisada, dada a presença de um número significativo de resistências, pois não pode ser considerado incomum que as informações verdadeiras sejam ignoradas, rejeitadas, submetidas a incertezas, excluídas, consideradas indecíveis ou reinterpretadas de forma a favorecer às crenças *a priori* (Chinn, & Brewer, 1993). Além dessas resistências mais gerais, no caso específico das *fake news*, é impossível desconsiderar os efeitos da seleção expositiva, ao se ignorar as informações que

refutam as crenças previamente acolhidas, o incremento das atitudes compatíveis com a informação que contradiz as crenças iniciais, o desenvolvimento de argumentos contrários às informações a serem corrigidas e ao ataque à racionalidade da fonte da informação, não sendo incomum a manifestação de um efeito reverso, particularmente se informação representar uma ameaça à identidade pessoal ou social de quem acolhe a informação a ser modificada (Trevors, 2019; Trevors, Muis, Pekrun, Sinatra, & Winne, 2016).

Sejam criadas ou difundidas de forma intencional ou automática, as conseqüências da fabricação e da difusão das *fake news* não devem ser desconsideradas, dados os inúmeros efeitos a elas associados: a disseminação da desinformação, o potencial para a tomada de decisões a partir de informações injustificadas, a criação de desconforto e de desconfianças, a desqualificação das decisões coletivas e o risco que impõem à erosão das normas sociais (Jaster, & Lanius, 2021).

#### 4.1 Entre o esclarecimento e a emancipação

Uma perspectiva realista crítica de estudo das relações entre os humanos e a sociedade nos obriga a tratá-las na complexidade delas exigida e, no caso das *fake news*, não são poucos os apelos formulados no sentido de apreendê-las a partir de uma perspectiva eminentemente científica (Lazer, Baum, Benkler, Berinsky, Greenhill, Menczer, Metzger, Nyhan, Pennycook, Rothschild, Schudson, Sloman, Sunstein, Thorson, Watts, & Zittrain, 2018). Um conjunto de estudos empiricamente orientados (Greenspan, 2008; Lewandowsky, Ecker, Seifert, Schwarz, & Cook, 2012; Marsh, & Stanley, 2020; Swire, & Ecker, 2018; Wittenberg, & Berinsky, 2020; Kin, Xiong, Lee, & Han, 2021) oferecem uma série de recomendações que colocadas em prática podem ajudar no enfrentamento das *fake news*: evite repetir a informação falsa; use uma linguagem simples; inclua informações visuais que aumentem a credibilidade da correção; fomente crenças positivas ao invés de acentuar a negatividade da notícia falsa. Essas recomendações fazem sentido se

considerarmos o domínio do empírico, tal como previamente diferenciado, e embora sirvam como diretrizes gerais de ação, é impossível assegurar que sejam plenamente atendidas ou que produzam o resultado esperado. Em um outro plano, associado ao domínio do atual, os estudos sistematicamente orientados indicam quatro níveis de estratégias para o enfrentamento das *fake news* (van der Linden, & Roozenbeek, 2020). Uma delas é a algorítmica, cuja sustentação se escora no entendimento de que se os progressos da tecnologia se encarregaram de amplificar a difusão das *fake news* e as tornam praticamente impossíveis de serem eliminadas, a própria tecnologia tem oferecido os meios para ajudar a corrigir as falsas informações e a desinformação (Giansiracusa, 2021; Lahby, Pathan, Yassine, & Yafooz, 2022).

A segunda estratégia é corretiva e, ao contrário da anterior, monitorada por máquinas, demanda o trabalho humano especializado, seja o de indivíduos com um forte poder especializado, seja o esforço coletivo de agências dedicadas ao monitoramento, identificação e denúncia das *fake news* (Pennycook, & Rand, 2019a).

A terceira estratégia depende da promulgação de leis e da autorregulação da mídia e se assenta na imposição de normas e regulamentos que limitem e apresentem desafios à produção desenfreada de falsa informação. Trata-se de uma estratégia sujeita a inúmeros debates, cujo cerne se refere ao conflito entre a imposição de alguma modalidade de censura e, por outro lado, a imposição de limites à liberdade de expressão (Jayakumar, Ang, & Anwar, 2021).

A quarta estratégia é comportamental e se fundamenta na identificação dos mecanismos psicológicos, que favorecem a aceitação indiscriminada de informações, na especificação e fomento das habilidades destinadas a conduzir uma avaliação criteriosa das informações e na adoção de uma atitude crítica frente ao saber e ao conhecimento (Pennycook, Cheyne, Barr, Koehler, & Fugelsang, 2015).

Em contraposição aos modelos que acentuam a importância do cultivo de virtudes intelectuais (Schoon, Cheng, Gale, Batty, & Deary, 2010), enfatizamos aqui as estratégias que se fundamentam em teorias psicológicas sobre a persuasão, usualmente formuladas com a finalidade de identificar e minimizar os efeitos dos automatismos e contribuir para o consequente desenvolvimento de estratégias de autorregulação capazes de evitar a aceitação indiscriminada da desinformação. Postula-se, no caso, uma postura de maior controle sobre as próprias crenças, o que as posiciona diretamente nos modos de intervenção orientados segundo a dimensão do real.

O quadro 1 acentua, para cada um dos quatro ídolos e os respectivos domínios da realidade, as possibilidades de controle e fomentam o potencial de evitar a influência dos mecanismos psicológicos de aceitação da desinformação, enfatizando em que medida as relações aqui apresentadas potencializam estratégias de intervenção sobre as *fake news*.

**Quadro 1: Relação entre ídolos, estratos, controle, evitabilidade e possibilidade de intervenção nos mecanismos de fomento das *fake news*.**

Ídolos	Estrato	Controle	Evitabilidade	Intervenção
Tribo	Natureza humana	Incontrolável	<b>Não</b> A credulidade é um critério decisivo	Muito limitada
Caverna	Biografia	Controlável	<b>Sim</b> fortalecimento do eu, mudança de valores	Possível
Foro	Relações sociais	Controlável	<b>Sim</b> evidenciar os perigos da falsa consciência	Razoável
Teatro	Doutrinas e teorias	Controlável	<b>Sim</b> teorias emancipatórias	Efetiva

A possibilidade de intervir sobre aquilo que é determinado pela natureza humana é muito limitada. Dificilmente deixamos de impor uma ordem aos fenômenos aleatórios, como demonstram a clusterização e a pareidolia, o que significa dizer que são mecanismos mentais dificilmente controláveis. O efeito dos ídolos da tribo impele ao acolhimento da interpretação de que somos organismos especialmente crédulos e, conseqüentemente, devemos admitir que as intervenções no sentido de limitar o impacto das *fake news* são muito limitadas,

pois elas se fundamentam em mecanismos mentais profundamente arraigados.

No que concerne aos ídolos da caverna, aqueles associados à biografia e às experiências de vida, podemos aceitar que mediante esforços advindos de ações como as do fortalecimento do eu ou da mudança nos sistemas de valores possam ser introduzidos algum tipo de controle sobre a desinformação. Uma forte evidência dos impactos positivos desta estratégia está refletida nos estudos nos quais se sugerem que apesar da importância recebida pela mídia atual, tem sido levantadas dúvidas sobre a real incidência das *fake news*, pois ser reconhecido como alguém que as aceitou pode representar danos ao autoconceito e à própria reputação (Altay, Hacquin, & Mercier, 2022).

No caso dos ídolos do foro, admitimos que o potencial de intervenção sobre a aceitação das falsas informações se torna mais acentuado, pois é possível, no âmbito das relações sociais interpessoais, selecionar e restringir os contatos interpessoais com as pessoas que também compartilham a denúncia à falsa consciência, e em função de um acordo coletivo, torna-se possível adotar um estilo de vida marcado pela denúncia às amarras ideológicas.

Finalmente, no plano dos ídolos do teatro, o que concerne às doutrinas e teorias acolhidas no plano intelectual, acreditamos que algumas delas contribuem para a formulação de estratégias bem efetivas para o controle da falsa informação, particularmente com a aproximação e o cultivo de teorias filosóficas e científicas marcadas por uma perspectiva emancipatória de transformação da sociedade e do planeta.

## Referências

- Albarracín, D. (2020). Conspiracy beliefs: Knowledge, ego-defense, and social integration. In R. Greifeneder, M. Jaffé, E. J. Newman, & N. Schwarz (Eds.), *The psychology of fake news: Accepting, sharing, and correcting misinformation* (pp. 196–219). Routledge.
- Almenar, E., Aran-Ramspott, S., Suau, J., & Masip, P (2021). Gender Differences in Tackling Fake News: Different Degrees of Concern, but Same ProblemsMedia and Communication, 9, 1, 229-238, <https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3523>
- Altay, S., Hacquin, A.-S., & Mercier, H. (2022). Why do so few people share fake news? It hurts their reputation. *New Media & Society*, 24(6), 1303–1324. <https://doi.org/10.1177/1461444820969893>
- Altay, S., Majima, Y., & Mercier, H. (2020). Happy Thoughts: The Role of Communion in Accepting and Sharing Misbeliefs. PsyArXiv, <https://doi.org/10.31234/osf.io/3s4nr>
- Anagnostopoulos, A., Bessi, A., Caldarelli, G., Del Vicario, M., Petroni, F., Scala, A., Zollo, F., & Quattrociocchi, W. (2014). Viral Misinformation: The Role of Homophily and Polarization. ArXiv:1411.2893. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1411.2893>
- Anderson, C. (2021) Fake News is Not a Virus: On Platforms and Their Effects, *Communication Theory*, 31, 1, 42–61, <https://doi.org/10.1093/ct/qtaa008>
- Anderson, C. A., Lepper, M. R., & Ross, L. (1980). Perseverance of social theories: The role of explanation in the persistence of discredited information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 1037–1049.
- Archer, M. (2000) *Being Human: The Problem of Agency*. Cambridge University Press.
- Asch, S. E. (1952). *Social psychology*. Prentice-Hall, Inc. <https://doi.org/10.1037/10025-000>
- Axt, J. R., Landau, M. J., & Kay, A. C. (2020). The Psychological Appeal of Fake-News Attributions. *Psychological science*, 31(7), 848–857. <https://doi.org/10.1177/0956797620922785>
- Bacon, F. (2014). *Novum Organum*. Edipro.
- Barbey, A. K., & Sloman, S. A. (2007). Base-rate respect: From ecological rationality to dual processes. *The Behavioral and brain sciences*, 30(3), 241–297. <https://doi.org/10.1017/S0140525X07001653>
- Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Finkenauer, C., & Vohs, K. D. (2001). Bad is stronger than good. *Review of General Psychology*, 5, 323–370. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.5.4.323>
- BBC.(2022) A brief history of fake news. <https://www.bbc.co.uk/bitesize/articles/zwcgn9q>. Retrieved in 04 de julho de 2022.
- Bernecker, A. Flowerree & T. Grundmann (2021) Introduction. Em S. Bernecker, A. Flowerree & T. Grundmann (Eds). *The Epistemology of Fake News*. Oxford Press. pp. 1-16.
- Bhaskar, R (1978). *A realist theory of science*. Leeds Books.
- \_\_\_\_\_ (1986). *Scientific realism and human emancipation*. Verso.

- \_\_\_\_\_. (2014) *Foreground*. Em P. Edwards, J. O' Mahoney & S. Vincent. *Studying organizations using critical realism. A practical guide*. Oxford Press (pp.iv-xv)
- \_\_\_\_\_. (2016). *Enlightened common sense. The philosophy of critical realism*. Routledge.
- Brashier, N. M., Umanath, S., Cabeza, R., & Marsh, E. J. (2017). Competing cues: Older adults rely on knowledge in the face of fluency. *Psychology and Aging*, 32(4), 331–337. <https://doi.org/10.1037/pag0000156>
- Bronstein, M. V., Pennycook, G., Bear, A., Rand, D. G., & Cannon, T. D. (2019). Belief in fake news is associated with delusionality, dogmatism, religious fundamentalism, and reduced analytic thinking. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 8(1), 108–117.
- Bruner, J. S., & Goodman, C. C. (1947). Value and need as organizing factors in perception. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 42(1), 33–44. <https://doi.org/10.1037/h0058484>
- Cantril, H. (1940). *Invasion from Mars: A study in the psychology of panic*. Princeton University Press.
- Coady, D. (2021). The fake news about fake news. Em S. Bernecker, A. Flowerree & T. Grundmann (Eds). *The Epistemology of Fake New*. Oxford Press. pp. 68-81.
- Coates, A., Muller, T., & Sirur, S. (2021). Simulating the Impact of Personality on Fake News. Em R. Falcone, J. Zhang, & D. Wang (Eds.). *Proceedings of the 22nd International Workshop on Trust in Agent Societies*. <http://ceur-ws.org>
- Collier, A. (1994). *Critical Realism An Introduction to Roy Bhaskars Philosophy*. Verso.
- Corneille, O., Mierop, A., & Unkelbach, C. (2020). Repetition increases both the perceived truth and fakeness of information: An ecological account. *Cognition*, 205, 104470. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2020.104470>
- Cromby, J. (2015) *Feeling Bodies: Embodying Psychology*. London: Palgrave.
- Danermark, B., Ekström, M., Jakobsen, L. & Karlsson, J. (1997). *Explaining Society. Critical realism in the social sciences*. Routledge.
- Dechêne, A., Stahl, C., Hansen, J., & Wänke, M. (2010). The truth about the truth: a meta-analytic review of the truth effect. *Personality and social psychology review : an official journal of the Society for Personality and Social Psychology, Inc*, 14(2), 238–257. <https://doi.org/10.1177/1088868309352251>
- De Keersmaecker, J., Dunning, D., Pennycook, G., Rand, D. G., Sanchez, C., Unkelbach, C., & Roets, A. (2020). Investigating the Robustness of the Illusory Truth Effect Across Individual Differences in Cognitive Ability, Need for Cognitive Closure, and Cognitive Style. *Personality & social psychology bulletin*, 46(2), 204–215. <https://doi.org/10.1177/0146167219853844>
- DePaulo, B. M., Kashy, D. A., Kirkendol, S. E., Wyer, M. M., & Epstein, J. A. (1996). Lying in everyday life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(5), 979–995. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.70.5.979>
- Dordevic, M., & Safieddine, F. (2020). Variable Identification and Approaches to Validating Fake News. In Y. Ibrahim, & F. Safieddine (Eds) *Fake News in an Era of Social Media: Tracking Viral Contagion*, Rowland and Littlefield. p.133
- Dweck, C. (2012). *Implicit Theories*. Em P. Lange, A. Kruglanski, & E. Higgins (Eds). *Handbook of Theories of Social Psychology*. Sage.
- Epley, N., & Gilovich, T. (2006). The anchoring-and-adjustment heuristic: why the adjustments are insufficient. *Psychological science*, 17(4), 311–318. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2006.01704.x>
- Evans, J., & Stanovich, K. (2013). Dual-Process theories of higher cognition: advancing the debate. *Perspectives on Psychological Science*, 8, 3, 223-241.
- Farmer, L. (2021). *Fake news in context*. Routledge.
- Fazio, L. K., Brashier, N. M., Payne, B. K., & Marsh, E. J. (2015). Knowledge does not protect against illusory truth. *Journal of experimental psychology. General*, 144(5), 993–1002. <https://doi.org/10.1037/xge0000098>
- Fine, G. A. (1978). The war of the worlds broadcast: Credibility ai the news frame. *Michigan Sociological Review*, 5, 1–11. <http://www.jstor.org/stable/44952582>
- Fiske, S., & Taylor, S. (1991). *Social cognition*. 2nd. Ed. Addison-Wesley Pub.
- Forgas, J. P., & East, R. (2008). On being happy and gullible: Mood effects on skepticism and the detection of deception. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44(5), 1362–1367. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2008.04.010>
- Forgas, J., & Baumeister, R. (2019) *Homo credulus. On the social psychology of gullibility*. Em The J. Forgas & R. Baumeister (Eds.) *The Social Psychology of Gullibility: Conspiracy Theories, Fake News and Irrational Beliefs*
- Gelfert, A. (2018). Fake News: A Definition. *Informal Logic*, 38, 1, 84–117. <https://doi.org/10.22329/il.v38i1.5068>

- Giansiracusa, N. (2021) How Algorithms Create and Prevent Fake News. Exploring the Impacts of Social Media, Deepfakes, GPT-3, and More. Apress.
- Gigerenzer, G., & Gaissmaier, W. (2011). Heuristic decision making. *Annual Review of Psychology*, 62, 451–482. doi:10.1146/annurev-psych-120709-145346
- Gilbert, D. T. (1991). How mental systems believe. *American Psychologist*, 46(2), 107–119. https://doi.org/10.1037/0003-066X.46.2.107
- Gilbert, D. T., Krull, D. S., & Malone, P. S. (1990). Unbelieving the unbelievable: Some problems in the rejection of false information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(4), 601–613. https://doi.org/10.1037/0022-3514.59.4.601
- Gilbert, D. T., Tafarodi, R. W., & Malone, P. S. (1993). You can't not believe everything you read. *Journal of personality and social psychology*, 65(2), 221–233. https://doi.org/10.1037//0022-3514.65.2.221
- Gilovich, T., R. Vallone, & Tversky, A. (1985). "he hot hand in basketball: On the misperception of random sequences. *Cognitive Psychology*, 17, 295-314.
- Greenspan, S. (2008). *Annals of Gullibility: Why We Get Duped and How to Avoid*. Praeger.
- Groenendyk, E. (2018), Competing Motives in a Polarized Electorate: Political Responsiveness, Identity Defensiveness, and the Rise of Partisan Antipathy. *Political Psychology*, 39: 159-171. https://doi.org/10.1111/pops.12481
- Gruen, Erich (2011). *Rethinking the other in antiquity*. Princeton University Press.
- Habgood-Coote, J. (2019) Stop talking about fake news!. *Inquiry*, 62:9-10, 1033-1065, DOI: 10.1080/0020174X.2018.1508363
- Harari, Y. N. (2020). *Sapiens. Uma breve história da humanidade*. Companhia das Letras.
- Hartwig, M (2007). *Dictionary of critical realism*. Routledge.
- Heider, F. (1970). *Psicologia das relações interpessoais*. (tradução: Dante Moreira Leite). Pioneira.
- Henkel, L. A., & Mattson, M. E. (2011). Reading is believing: The truth effect and source credibility. *Consciousness and Cognition*, 20(4), 1705–1721.
- Henrich, J. & Muthukrishna, M. (2021). The origins and psychology of human cooperation. *Annual Review of Psychology*, 72, 24.1–24.34.
- Hertwig, R., & Engel, C. (2016). *Homo Ignorans: Deliberately Choosing Not to Know*. Perspectives on psychological science : a journal of the Association for Psychological Science, 11(3), 359–372. https://doi.org/10.1177/17456916166635594
- Hilbig, B. E. (2009). Sad, thus true: Negativity bias in judgments of truth. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45, 983–986. https://doi.org/10.1016/j.jesp.2009.04.012
- Jablonski, N. (2012). *Living color: the biological and social meaning of skin color*. University of California Press.
- Jacoby, L. L., & Rhodes, M. G. (2006). False Remembering in the Aged. *Current Directions in Psychological Science*, 15(2), 49–53. https://doi.org/10.1111/j.0963-7214.2006.00405.x
- Jaster, R., & Lanius, D. (2021). *Speaking of Fake News. Definitions and Dimensions*. Em S. Bernecker, A. Floweree & T. Grundmann (Eds). *The Epistemology of Fake New*. Oxford Press. pp. 19-45.
- Jayakumar, S., Ang, B., & Anwar, N. (2021). *Disinformation and fake news*. Palgrave Macmillan.
- Hamilton, D. L., & Sherman, S. J. (1996). Perceiving persons and groups. *Psychological Review*, 103, 336–355.
- Herzstein, R. E. (1978). *The war that Hitler won: The most infamous propaganda campaign in history (Vol. 1977)*. New York: Putnam Publishing Group.
- Jang, S. M., & Kim, J. K. (2018). Third person effects of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions. *Computers in Human Behavior*, 80, 295–302.
- Kallis, A. (2005). *Nazi propaganda and the second world war*. Palgrave Macmillan.
- Kin, B., Xiong, A., Lee, D., & Han K.(2021) A systematic review on fake news research through the lens of news creation and consumption: Research efforts, challenges, and future directions. *PLoS ONE* 16(12): e0260080. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0260080
- Krech, D., & Crutchfield, R. S. (1948). *Theory and problems of social psychology*. McGraw-Hill. https://doi.org/10.1037/10024-000
- Lahby, M., Pathan, A., Yassine, M., & Yafooz, W (2022). *Combating Fake News with Computational Intelligence Techniques*. Springer.
- Lazer, D., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J., & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science (New York, N.Y.)*, 359(6380), 1094–1096. https://doi.org/10.1126/science.aao2998

- Lees, J., & Cikara, M. (2021) Understanding and combating misperceived polarization. *Philosophical Transactions of Royal Society B* 376: 20200143. <https://doi.org/10.1098/rstb.2020.0143>
- Leman, P. J., & Cinnirella, M. (2013). Beliefs in conspiracy theories and the need for cognitive closure. *Frontiers in psychology*, 4, 378. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2013.00378>
- Loersch, C. & Payne, B. (2011). The situated inference model: an integrative account of the effects of primes on perception, behavior, and motivation. *Perspectives on Psychological Science*. 6, 3, 234-252. doi:10.1177/1745691611406921.
- Lyons, B., Merola, V., & Reifler, J. (2020). How bad is the fake news problem? The role of baseline information in public perceptions. In R. Greifeneder, M. Jaffé, E. J. Newman, & N. Schwarz (Eds.), *The psychology of fake news: Accepting, sharing, and correcting misinformation* (pp. 11–26). London: Routledge.
- Malle, B. (1999). How people explain behavior: a new theoretical framework. *Personality and Social Psychology Review*, 3, 1, 23-48.
- \_\_\_\_\_ (2004). How the mind explains behavior. *Folk explanations, meaning, and social interaction*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Mandelbaum, E. (2014). Thinking is believing. *Inquiry: An Interdisciplinary Journal of Philosophy*, 57(1), 55–96.
- Manicas, P. (1998). A realist social science. Em Margaret Scotford Archer (ed.), *Critical Realism: Essential Readings*. Routledge. (pp. 313-38)
- Marqués, N. (2020). *Fake News dell'Antica Roma*. Bibliotheka.
- Maryanski, A. (2013). The secret of the hominin mind: an evolutionary story. Em *Handbook of neurosociology* (pp. 257 – 287). Springer.
- Marie, A., Altay, S., & Strickland, B. (2020). The cognitive foundations of misinformation on science: What we know and what scientists can do about it. *EMBO reports*, 21(4), e50205. <https://doi.org/10.15252/embr.202050205>
- McClelland, J. L., McNaughton, B. L., & O'Reilly, R. C. (1995). Why there are complementary learning systems in the hippocampus and neocortex: insights from the successes and failures of connectionist models of learning and memory. *Psychological review*, 102(3), 419–457. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.102.3.419>
- McGuire, W. J. (1964). Inducing resistance to persuasion: Some contemporary approaches. *Advances in Experimental Social Psychology*, 1, 191–229.
- Moffitt, J. (2003). *Picturing Extraterrestrials. Alien Images in Modern Mass Culture*. Prometheus.
- Nguyen, C. (2020). Echo chambers and epistemic bubbles. *Episteme*, 17(2), 141-161. doi:10.1017/epi.2018.32
- Parks, C. M., & Toth, J. P. (2006). Fluency, familiarity, aging, and the illusion of truth. *Neuropsychology, development, and cognition. Section B, Aging, neuropsychology and cognition*, 13(2), 225–253. <https://doi.org/10.1080/138255890968691>
- Pavlova, M., Heiz J., Sokolov A., Fallgatter, A., & Barisnikov, K. (2018). Even subtle cultural differences affect face tuning. *Plos One*, 13, e0198299.
- Pennycook, G., Cheyne, J. A., Barr, N., Koehler, D. J., & Fugelsang, J. A. (2015). On the reception and detection of pseudo-profound bullshit. *Judgment and Decision Making*, 10(6), 549–563.
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019a). Fighting misinformation on social media using crowdsourced judgments of news source quality. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 116(7), 2521–2526. <https://doi.org/10.1073/pnas.1806781116>
- Pennycook, G., & Rand, D.G. (2019b). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*, 188, 39-50.
- Pereira, M. (2021). *Estereótipos*. Kindle Publishing.
- Pigden, C. (2007) Conspiracy theories and the conventional wisdom. *Episteme: A Journal of Social Epistemology*, 4, 2, 219–232. <https://doi.org/10.3366/epi.2007.4.2.219>
- Pilgrim, D. (2020). *Critical realism for psychologists*. Routledge.
- Prentice, D. & Miller, D. (2007). Psychological essentialism of human categories. *Current Directions in Psychological Science*, 16, 4, 202-206.
- Prior, M. (2013). Media and political polarization. *Annual Review of Political Science*, 16(1), 101–127. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-100711-135242>
- Posetti, J., & Matthews, A. (2018). A short guide to the history of “fake news” and disinformation: A new ICFJ learning module. Retrieved November 2, 2019, from [www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module](http://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module)
- Reinhard, M.-A., & Sporer, S. L. (2008). Verbal and nonverbal behaviour as a basis for credibility

- attribution: The impact of task involvement and cognitive capacity. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44(3), 477–488. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2007.07.012>
- Ritzer, G., & Gindoff, P. (1992). Methodological relationism: lessons for and from social psychology. *Social Psychology Quarterly*, 55, 2, 128-128.
- Ross, L., Lepper, M. & Hubbard, M. (1975). Perseverance in Self-Perception and Social Perception: Biased Attributional Processes In the Debriefing Paradigm. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, 5, 680-892. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.32.5.880>
- Ross, L., & Ward, A. (1996). Naive realism in everyday life: Implications for social conflict and misunderstanding. In E. S. Reed, E. Turiel, & T. Brown (Eds.), *Values and knowledge* (pp. 103–135). Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Schoon, I., Cheng, H., Gale, C. R., Batty, G. D., & Deary, I. J. (2010). Social Status, Cognitive Ability, and Educational Attainment as Predictors of Liberal Social Attitudes and Political Trust. *Intelligence*, 38, 1, 144–50. <https://doi.org/10.1016/j.intell.2009.09.005>
- Schwarz, N., & Jalbert, M. (2020). When news feels true: Intuitions of truth and the acceptance and correction of misinformation. In R. Greifeneder, M. Jaffé, E. J. Newman, & N. Schwarz (Eds.), *The psychology of fake news: Accepting, sharing, and correcting misinformation* (pp. 73–89). London: Routledge.
- Shao, C., Ciampaglia, G., Varol, O., Yang, K., Flammini, A., & Menczer, F. (2018) The spread of low-credibility content by social bots. *Nature Communications*, 9, 4787. <https://doi.org/10.1038/s41467-018-06930-7>
- Shermer, M. (1987). *Why People Believe Weird Things*. Henry Holt and Company.
- Shin, J., Jian, L., Driscoll, K., & Bar, F. (2018). The diffusion of misinformation on social media: temporal pattern, message, and source. *Computers in Human Behavior*, 83, 278–87. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.02.008>.
- Smith, E. R., & DeCoster, J. (2000). Dual-process models in social and cognitive psychology: Conceptual integration and links to underlying memory systems. *Personality and Social Psychology Review*, 4, 108–131.
- Strauss, Barry (2022). The long history of disinformation during war. <https://www.washingtonpost.com/outlook/2022/04/28/long-history-misinformation-during-war/>. Retrieved in 04 de julho de 2022.
- Street, C. N., & Kingstone, A. (2017). Aligning Spinoza with Descartes: An informed Cartesian account of the truth bias. *British Journal of Psychology*, 108(3), 453–466
- Street, C. N., & Richardson, D. C. (2015). Descartes versus Spinoza: Truth, uncertainty, and bias. *Social Cognition*, 33(3), 227–239.
- Soll, J. (2016) The Long and Brutal History of Fake News, *Politico Magazine*. Retrieved 04/07/2022: <https://www.politico.com/magazine/story/2016/12/fake-news-history-longviolent-214535>
- Stabile, B., Grant, A., Purohit, H., & Harris, K. (2019). Sex, lies, and stereotypes: Gendered implications of fake news for women in politics. *Public Integrity*, 21(5), 491–502.
- Sun, Y., Pan, Z., & Shen, L. (2008). Understanding the third-person perception: Evidence from a meta-analysis. *Journal of Communication*, 58(2), 280–300. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00385.x>
- Tajfel, H. & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. Em S. Worchel & W.G. Austin (Eds.). *Psychology of Intergroup Relations* (pp. 7-24). Nelson-Hall Publishers.
- Tandoc, E. C., Jr., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news” a typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.
- Thornton, B. (2000). The moon hoax: Debates about ethics in 1835 New York newspapers. *Journal of Mass Media Ethics*, 15, 89–100. doi: 10.1207/S15327728JMME1502\_3
- Törnberg P. (2018). Echo chambers and viral misinformation: Modeling fake news as complex contagion. *PloS one*, 13(9), e0203958. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0203958>
- van der Linden, S., & Roozenbeek, J. (2020). A psychological vaccine against fake news. In R. Greifeneder, M. Jaffé, E. J. Newman, & N. Schwarz (Eds.), *The psychology of fake news: Accepting, sharing, and correcting misinformation* (pp. 147–169). Routledge.
- Vicario, M.D., Quattrociocchi, W., Scala, A., & Zollo, F. (2019). Polarization and Fake News. *ACM Transactions on the Web (TWEB)*, 13, 1 - 22.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359, 1146–1151. doi: 10.1126/science.aap9559
- von Hippel, W. (2019). *A evolução improvável*. Harper Collins.
- von Hippel, W., & Trivers, R. (2011). The evolution and psychology of self-deception. *The Behavioral and brain sciences*, 34, 1, 1–56. <https://doi.org/10.1017/S0140525X10001354>

Ward, Jason (2001). The Fake News Campaign in Ancient Rome That Led to the First Emperor and the Deaths of Anthony and Cleopatra. History of Yesterday. <https://historyofyesterday.com/the-fake-news-campaign-in-ancient-rome-that-led-to-the-first-emperor-and-the-deaths-of-anthony-and-d130564e1eb9>. Retrieved in 04 de julho de 2022.

Wegner, D., & Bargh, J. (1998). Control and automaticity in social life. Em The handbook of social psychology (4th ed., pp. 446-496). McGraw-Hill.

Welles, Orson. War of the Worlds. The Mercury Theatre on Air. [https://archive.org/details/OrsonWelles\\_MercuryTheatre/16+38-10-30+War+of+the+Worlds.mp3](https://archive.org/details/OrsonWelles_MercuryTheatre/16+38-10-30+War+of+the+Worlds.mp3). Acessado em 18/07/2022