

MESTRADO INTEGRADO EM PSICOLOGIA
PSICOLOGIA DA JUSTIÇA E DA DESVIÂNCIA

A RELAÇÃO ENTRE O MEDO DO VÍRUS DA COVID-19 E A INTENÇÃO DE ADESÃO E PARTILHA VIRTUAL DE NOTÍCIAS FALSAS EM CONTEXTO PANDÉMICO BRASILEIRO.

Raíssa Lorensatto Corrêa

M

2025



Universidade do Porto
Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação

A relação entre o medo do vírus da covid-19 e a intenção de adesão e partilha virtual de notícias falsas em contexto pandémico brasileiro.

Autora: Raíssa Lorensatto Corrêa

Novembro, 2025

Dissertação apresentada no Mestrado Temas de Psicologia, área de especialização Psicologia da Justiça e da Desviância, Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto (F.P.C.E.U.P), orientada pela Professora Doutora Isabel Rocha Pinto.

AVISOS LEGAIS

O conteúdo desta dissertação reflete as perspectivas, o trabalho e as interpretações da autora no momento da sua entrega. Esta dissertação pode conter incorreções, tanto conceituais como metodológicas, que podem ter sido identificadas posteriormente ao da sua entrega. Por conseguinte, qualquer utilização dos seus conteúdos deve ser exercida com cautela.

Ao entregar esta dissertação, a autora declara que a mesma é resultante do seu próprio trabalho, contém contributos originais e são reconhecidas todas as fontes utilizadas, encontrando-se tais fontes devidamente citadas no corpo do texto e identificadas na secção das referências. A autora declara ainda que não divulga na presente dissertação quaisquer conteúdos cuja reprodução esteja vedada por direitos de autor ou de propriedade industrial.

AGRADECIMENTOS

O meu primeiro e mais profundo agradecimento é para a minha amada mãe, dona Iascara. Você é o meu porto seguro e a base de todo o meu crescimento. A sua fé e sua força inabaláveis, assim como seu apoio incondicional não apenas iluminaram o meu caminho, mas também me deram a coragem necessária para ir além dos meus limites e concluir esta jornada.

Aos meus queridos avós, vó Liana e ao vô Júlio (in memoriam), dedico o meu reconhecimento eterno. Em cada etapa da vida, vocês estiveram presentes com uma generosidade que transcende o tempo. Vocês são as minhas raízes e a sabedoria de onde tudo começou. O vosso exemplo foi a fundação sólida que me permitiu florescer.

Ao meu companheiro, Pedro, o meu amor, a minha gratidão e o meu respeito mais sinceros. A nossa parceria e companheirismo tornam a vida mais leve e colorida. Obrigado por cada momento de compreensão, por cada palavra de apoio e por ser o meu maior alicerce e a minha alegria diária.

Às minhas irmãs, Mimi, Ranna e Pi, vocês representam o futuro, a esperança e a força das novas gerações. Que a vossa curiosidade e paixão continuem a moldar o mundo. O vosso entusiasmo e a vossa presença dão sentido à ambição de construir um amanhã melhor.

Às minhas amigas, o meu muito obrigado por preencherem a vida com cor, risos e leveza. Sem a nossa cumplicidade e as nossas conversas (e desabafos!) intermináveis, esta caminhada seria cinzenta e solitária. A amizade de vocês é um presente que celebro todos os dias.

Por fim, agradeço imensamente à minha orientadora, Professora Doutora Isabel Pinto, por ter caminhado ao meu lado. A sua atenção dedicada, a confiança que depositou no meu trabalho e os seus ensinamentos valiosos foram a bússola que guiou esta pesquisa até o final.

RESUMO

Em dezembro de 2019, surgiram os primeiros casos da COVID-19, uma doença infecciosa altamente contagiosa e provocada pelo vírus SARS-CoV-2. Desde então, surgiram inúmeras notícias falsas sobre a origem da pandemia e o contexto pandêmico. A desinformação sobre o vírus foi disseminada de forma exponencial através das redes sociais virtuais, criando uma infodemia e aumentando o medo sentido pela população mundial.

Desta forma, o objetivo principal deste estudo consistiu em perceber qual a relação entre o medo da COVID-19 e a adesão e intenção da partilha de notícias falsas sobre esta temática. Secundariamente, procurou-se testar o papel preditor da tendência política, assim como de algumas influências cognitivas específicas (efeito da mera exposição - EME, viés de confirmação, Fear of missing out - FoMO e favoritismo endogrupal) na relação entre o medo e a intenção de partilha destes conteúdos nas redes sociais.

Neste estudo, participaram 159 indivíduos de nacionalidade brasileira. Observou-se que a adesão e intenção de partilha diminuem à medida que o medo do vírus aumenta, ao contrário do que foi previsto. Também foi observado que a influência cognitiva EME funciona de forma fidedigna como mediador na relação entre o medo e a adesão e intenção de partilha e que a tendência política prediz este processo, como previsto. Além disso, na relação entre a tendência política, adesão e a intenção de partilha, a influência cognitiva EME funciona de forma fidedigna como mediador das relações.

Foi observado que a tendência política mostrou-se significativamente relacionada com o medo, adesão e intenção de partilha, sendo que quanto mais à esquerda do espectro político, maior o medo sentido e menor a adesão e intenção de partilha de notícias falsas ou não comprovadas nas redes sociais, assim como menor o efeito das influências cognitivas na adesão e intenção de partilha.

Considerando a dinâmica virtual de partilha de informações no século XXI, este estudo evidencia a urgente necessidade de melhorar a literacia em saúde, bem como desenvolver competências de alfabetização mediática e informacional considerando as exigências da era moderna e a acentuada exclusão digital de populações específicas.

Palavras-chave: Medo, Brasil, COVID-19, Influências, Notícias falsas, Adesão, Partilha

ABSTRACT

In December 2019, the first cases of COVID-19 emerged, a highly contagious infectious disease caused by the SARS-CoV-2 virus. Since then, countless false news stories have emerged about the origin of the pandemic and the pandemic context. Disinformation about the virus was exponentially disseminated through virtual social networks, creating an infodemic and increasing the fear felt by the world population.

Thus, the main objective of this study was to understand the relationship between the fear of COVID-19 and the adherence and intention to share fake news on this topic. Secondly, the study sought to test the predictive role of political leaning, as well as some specific cognitive influences (mere-exposure effect - MEE, confirmation bias, Fear of Missing Out - FoMO, and in-group favoritism) in the relationship between fear and the adherence and intention to share this content on social media.

One hundred and fifty-nine individuals of Brazilian nationality participated in this study. It was observed that the adherence and intention to share decreased as the fear of the virus increased, contrary to what was expected. It was also observed that the MEE cognitive influence reliably mediates the relationship between fear and the adherence and intention to share, and that political leaning predicts this process, as predicted. Furthermore, in the relationship between political leaning, adherence, and the intention to share, the MEE cognitive influence reliably mediates the relationships.

It was observed that political leaning was significantly related to fear, adherence, and intention to share, with individuals further to the left of the political spectrum experiencing greater fear and having lower adherence and intention to share fake news on social media, as well as a smaller effect of cognitive influences on adherence and intention to share.

Considering the virtual dynamic of information sharing in the 21st century, this study highlights the urgent need to improve health literacy, as well as to develop media and information literacy skills, considering the demands of the modern era and the pronounced digital exclusion of specific populations.

Keywords: Fear, Brazil, COVID-19, Influences, Fake news, Adherence, Sharing

ÍNDICE

Sumário	
AVISOS LEGAIS	1
AGRADECIMENTOS	2
RESUMO	3
ABSTRACT	4
ÍNDICE.....	5
ÍNDICE DE FIGURAS	8
ÍNDICE DE TABELAS	8
SIGLAS, ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS	9
INTRODUÇÃO.....	1
Contexto Pandémico e Medo do Vírus da COVID-19	1
Medo do Vírus da COVID-19 no Contexto Político	2
Contexto Pandémico e o Uso das Redes Sociais Virtuais	3
Disseminação de Notícias Falsas nas Redes Sociais Virtuais	4
Consequências da Disseminação de Notícias Falsas no Cenário Pandémico Brasileiro...	6
Influência de Vieses Cognitivos na Intenção de Partilha de Notícias Falsas em Contexto Virtual	8
Tendência Política, Adesão e Intenção de Partilha Virtual de Notícias Falsas em Contexto Virtual	11
OBJETIVOS E HIPÓTESES DO ESTUDO.....	12
MÉTODO	13
Participantes	13
Procedimento	13
Medidas Utilizadas	14
Medo do Vírus da COVID-19	14
Adesão	14

Intenção de Partilha	15
Influências Cognitivas	15
Efeito da Mera Exposição.....	15
Viés de Confirmação.	15
FoMO.	15
Favoritismo Endogrupal.	16
RESULTADOS	16
Relação Entre o Medo do Vírus da COVID-19, a Intenção de Partilha e Adesão	16
Relações Entre a Adesão, a Intenção de Partilha, o Medo do vírus da COVID-19 e as Influências Cognitivas.	17
Relação entre a Adesão, a Intenção de Partilha, o Medo do vírus da COVID-19 e a Tendência Política.....	18
Relação Entre a Tendência Política e as Influências Cognitivas.....	18
Análise de Mediação Paralela - Medo do Vírus da COVID-19, Adesão e Intenção De Partilha - Influências Cognitivas Como Mediadores Paralelos	19
Análise de Mediação Sequencial - Tendência Política, Adesão e Intenção de Partilha - Medo e EME como Variáveis Mediadoras Sequenciais.....	21
DISCUSSÃO	24
Relações entre o Medo, Adesão, Intenção de Partilha e Tendência Política.....	24
O Papel das Influências Cognitivas	25
CONCLUSÃO.....	27
Limitações	28
Sugestões para Investigações Futuras	28
REFERÊNCIAS	30
ANEXOS	38
I Consentimento Informado.....	38
II Questionário.....	41
Questões Socioeconómicas.....	41

Escala de Medo da COVID-19	42
Afirmações Falsas ou Não Comprovadas, Adesão, Intenção de Partilha e Influências Cognitivas.....	42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura I	20
Modelo de Mediação entre o Medo do Vírus como Variável Independente, a Adesão como Variável Dependente e os mediadores: EME; Viés da Confirmação; FoMO e Favoritismo Endogrupal	20
Figura II	21
Modelo de Mediação entre o Medo do Vírus como Variável Independente, a Intensão de Partilha como Variável Dependente e os mediadores: EME; Viés da Confirmação; FoMO e Favoritismo Endogrupal	21
Figura III	22
Modelo de Mediação entre a Tendência Política como Variável Independente, EME e Medo do Vírus como Mediadores, e Adesão como Variável Dependente	22
Figura IV	23
Modelo de Mediação entre a Posição Política como Variável Independente, EME e Medo do Vírus como Mediadores, e Intenção de Partilha como Variável Dependente	23

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela I	10
Vieses Cognitivos Utilizados e Seus Conceitos	10
Tabela II	16
Relações entre Adesão, Intenção de Partilha e o Medo do vírus da COVID-19	16
Tabela III	17
Relações entre a Adesão, Intenção de Partilha, o Medo do vírus da COVID-19 e as Influências Cognitivas	17
Tabela IV	18
Relações entre a Adesão, a Intenção de Partilha, o Medo e a Tendência Política	18
Tabela V	19
Relações entre a Tendência Política e as Influências Cognitivas	19

SIGLAS, ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS

COVID-19	<i>Coronavirus Disease 2019</i>
DP	Desvio Padrão
EME	Efeito da Mera Exposição
EUA	Estados Unidos da América
FoMO	<i>Fear of Missing Out</i>
IC	Intervalo de confiança
M	Média
MIT	<i>Massachusetts Institute of Technology</i>
OberCom	Observatório da Comunicação
OMS	Organização Mundial de Saúde

INTRODUÇÃO

Contexto Pandémico e Medo do Vírus da COVID-19

Em dezembro de 2019, em Wuhan, uma cidade chinesa, foram identificados os primeiros casos de uma doença viral, posteriormente denominados como vírus SARS-CoV-2 e doença COVID-19 (*Coronavirus Disease 2019*), revelando-se extremamente perigoso, em virtude da sua elevada transmissibilidade e letalidade. Adicionalmente, a falta de conhecimentos suficientes sobre o vírus e a ausência de tratamentos específicos disponíveis contribuíram para a dificuldade em controlar a propagação e em reduzir os seus efeitos nefastos na Saúde Pública (Faro et al, 2022). A 30 de janeiro de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou o surto de COVID-19 como uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional e, mais tarde, a 11 de março de 2020, declarou como uma pandemia global.

Diante da recomendação da OMS como medida preventiva para combater a propagação da COVID-19, vários países adotaram o isolamento e distanciamento social, além da utilização de máscaras e higienização regular das mãos. Esta medida incluiu o encerramento de escolas, locais de trabalho, comércios, escritórios e espaços públicos, assim como restrições de ajuntamentos e de deslocações, dando início ao processo de quarentena a nível global (Ahorsu et al, 2022).

A mudança abrupta na rotina e a nova forma de viver causadas pelo isolamento social consequentes da quarentena, deram origem a uma crise económica, causando grande sofrimento psicológico globalmente (González-Sanguino et al, 2020). Como consequência dos altos níveis de ansiedade, tristeza, medo e *stress* relativamente ao vírus causador da COVID-19, o impacto psicológico observado aumentou, provocado também pelo sentimento de impotência e a ebulição de certos estigmas e discriminações a populações específicas, causados por conteúdos populistas, falsos ou não comprovados (Ahorsu et al., 2022).

Em contextos propiciadores de inseguranças e instabilidades políticas e sociais, como pandemias e guerras, o medo se torna uma emoção central, considerando que “estas crises apresentam uma ameaça às noções fundamentais de organização social e comportamental” (Degerman et al, 2023, p.1).

Além do medo criado por alguns governos e disseminado pelos media através de discurso ou notícias falsas, conteúdos estes posteriormente partilhados incessantemente em redes sociais pessoais, relativamente a etnias específicas, a origem da doença e seu tratamento ou “curas e tratamentos alternativos”, a epidemia criou uma perceção de ameaça também relacionada ao medo de contágio e morte ou da severidade da doença. Embora a perceção de ameaça de doenças dependerá da interpretação pessoal da situação, resposta a reações sociais e significado pessoal atribuído à experiência, numa situação epidémica como a da COVID-19, o medo passou a ser um ponto central no dia a dia da população geral (Pérez-Fuentes et al 2020). Ao mesmo tempo que o medo é um mecanismo adaptativo de defesa essencial na evolução e sobrevivência, quando sentido de forma exacerbada e constante, acaba por se tornar prejudicial, podendo desencadear diversos transtornos psiquiátricos (Aguilar et al, 2021).

Em situação epidémica, o medo “aumenta os níveis de ansiedade e *stress* em indivíduos saudáveis e intensifica os sintomas daqueles com transtornos psiquiátricos pré-existent” (Ornell et al, 2020, p. 232), além de afetar a clareza e racionalização dos pensamentos da população relativamente à forma como reagem à doença (Ahorsu, et al., 2022).

Perante estes contextos, definiu-se o medo como um estado emocional intenso, ativado pela presença de ameaça percebida, real ou antecipada, que mobiliza o organismo e se manifesta através de mudanças físicas, como dificuldade em respirar, palpitações, suores e tonturas, e que está presente em todas as idades, culturas e espécies (Baptista et al, 2005).

Desta forma, o objetivo principal deste estudo consistiu em perceber qual a relação entre o medo da COVID-19 e a adesão e intenção da partilha de notícias falsas sobre esta temática. Secundariamente, procurou-se testar o papel mediador da tendência política, assim como de algumas influências cognitivas específicas (efeito da mera exposição (EME), viés de confirmação, Fear of missing out (FoMO) e favoritismo endogrupal) na relação entre o medo e a intenção de partilha destes conteúdos nas redes sociais.

Medo do Vírus da COVID-19 no Contexto Político

Esta nova era tecnológica é marcada pela intensa criação, partilha e consumo de conteúdos não verificados e informações falsas, manipuladas e distorcidas através das redes sociais digitais, que servem a diversas finalidades institucionais ou pessoais (Ripoll & Matos, 2017). Entre essas finalidades estão as motivações económicas, como os *clickbait*s ou empresas e empresários deliberadamente disseminando informações falsas para obtenção de lucro e as

motivações políticas e ideológicas, nas quais políticos e os seus apoiantes disseminam informações falsas ou não confirmadas, a fim de manipular uma narrativa que lhes beneficie (Pennycook et al, 2020; Silva, 2021; Tandoc, 2019). Por exemplo, em um artigo jornalístico de 2016 (Silverman & Alexander, 2016), os autores descobriram que na Macedónia muitos jovens, de estatuto socioeconómico baixo, movidos somente por incentivos económicos, trabalhavam na criação de notícias falsas de cunho político ideológico, sendo na sua maioria pró-Trump, pois de acordo com os entrevistados, eram os conteúdos que mais geravam retorno financeiro.

Politicamente, Shklar (2018) conceitualiza o medo como uma força motriz por detrás do liberalismo e da conquista de um estado liberal funcional. Embora também reconheça que o medo possa ser usado como uma arma de controlo social opressivo pelos governos. Referente à COVID-19, esta situação é visível nos discursos de alguns líderes mundiais de tendência política à direita, como foi o caso de Donald Trump (dos Estados Unidos da América [EUA]) e Jair Bolsonaro (do Brasil), que amplificaram e potencializaram o medo populacional sentido, criando canais de notícias alternativos e fazendo seus apoiantes desacreditarem nos meios oficiais de comunicação, criando grande desconfiança geral.

Contexto Pandémico e o Uso das Redes Sociais Virtuais

O medo do desconhecido, como o medo da COVID-19, combinado ao baixo nível de literacia mediática que os indivíduos possuem e somado ao uso intenso e crescente das redes sociais, torna-se um cenário fértil para a disseminação em massa de informações e notícias falsas (Milhazes-Cunha & Oliveira, 2023; Ordem dos Psicólogos Portugueses [OPP], 2020).

De acordo com Oulasvirta e equipa (2012) as pessoas tendem a utilizar as redes virtuais para suprir necessidades sociais em falta, com um fluxo constante de aprovação e sentido de recompensa, com o objetivo de aumentar a popularidade e sentimento de pertencimento grupal (Beyens et al, 2016). Um estudo de Lelisho e equipa (2023) revelou uma forte relação positiva entre o medo da COVID-19 e o uso das redes sociais, além de observar que o uso das mesmas durante o período pandémico teve um impacto significativo no aumento do pânico sentido pelos indivíduos relativamente ao vírus e ao contexto pandémico, podendo também causar consequências psicológicas na saúde mental dos utilizadores (Rocha et al, 2023; Lelisho et al, 2023).

Também relativamente ao aumento do uso das redes sociais durante o período pandémico, um estudo de 2021 com amostra italiana e americana (Salvi et al, 2021) mostrou que o medo

da COVID-19 está positivamente relacionado com a procura de informações sobre o vírus e como evitar a sua infeção.

O aumento do uso das redes sociais entre adultos e a ansiedade crescente decorrente deste uso (Vannucci et al, 2017), assim como o aumento da procura por notícias e informações sobre a COVID-19 na internet durante o período pandémico e ainda o aumento do uso das redes sociais durante a quarentena (Haraki, 2021; Roberto et al, 2022), podem ser explicados pela necessidade dos indivíduos de procurar intensamente informações e descobrir o máximo possível sobre o problema que lhes atinge e o seu contexto (Roberto et al., 2022).

Relativamente ao pânico sentido, Carlson (2018) acredita que as novas tecnologias e a disseminação em massa de informações, entre elas as notícias falsas, cria o que se chama de “pânico moral informacional”, que pode ser definido como uma “ameaça percebida à ordem informacional adequada necessária para o coletivo bem-estar de uma política democrática. É usado para indicar um conjunto específico de medos em torno da erosão da comunicação pública através dos meios digitais.” (p. 4).

Disseminação de Notícias Falsas nas Redes Sociais Virtuais

Juntamente com o aumento da atenção sobre a pandemia, veio a propagação viral online de notícias falsas sobre esta doença. A desinformação é algo que podemos esperar durante qualquer grande acontecimento que capte a imaginação das pessoas, mas no caso da COVID-19, a propagação de notícias falsas ofereceu desafios e perigos únicos ao público, sendo um terreno fértil para o caos informacional (Ripoll & Matos, 2017).

O diretor geral da OMS declarou que além da luta contra uma pandemia sanitária, impôs-se também uma “infodemia” - palavra que usou para denominar a partilha em massa de notícias falsas sobre a pandemia e o vírus SARS-CoV-2, alegando ainda que as *fake news*¹ espalham-se mais rápido e mais facilmente do que este vírus, sendo tão perigosas quanto este (WHO, 2022).

¹ A tradução de “*fake news*” para português é “notícias falsas”. Embora ambos os termos se usem, neste documento manteve-se a designação na língua portuguesa.

Desde notícias falsas sobre a origem da pandemia até à confiabilidade na eficácia das vacinas e das medidas de prevenção, a desinformação sobre o vírus foi disseminada de forma exponencial pelas redes sociais (Gottlieb & Dyer, 2020).

Devido ao grande sucesso no ambiente *online* de histórias e notícias falsas, porém apelativas, as notícias de facto verdadeiras perdem o brilho aos olhos de leitores aclimatados com as mais bizarras, extravagantes - e falsas - histórias, fotos e notícias. De acordo com um estudo do Massachusetts Institute of Technology (MIT), as notícias falsas têm 70% mais probabilidade de serem partilhadas na rede social X (antigo Twitter) do que as notícias verdadeiras e comprovadas (Vosoughi et al, 2018).

Sobre a designação “notícia falsa”, Tandoc e equipa (2017) apontam numa revisão bibliográfica que este termo não é novo, e parece ser cada vez mais utilizado pelos meios de comunicação no contexto moderno como sendo a fabricação intencional de conteúdo com a estética semelhante à de uma notícia verdadeira, com objetivo de viralização e desinformação.

O OberCom, Observatório da Comunicação, define notícias falsas como “um conjunto de práticas pseudo jornalísticas ou baseadas na distorção mais ou menos voluntária de informações jornalísticas, voltadas à desinformação e à deslegitimação dos saberes e atores institucionalizados” (Cardoso et al, p. 6-7, 2018).

No presente estudo, partindo destas ideias, trataram-se as notícias falsas como informações falsas ou não comprovadas, com alta disseminação nas redes sociais, muitas vezes carregando conteúdos conspiratórios.

Consideramos neste estudo conteúdos conspiratórios como sendo “tentativas de explicar algum evento ou prática referenciando esquemas de pessoas poderosas, que tentam esconder seu papel, pelo menos até seu objetivo ser alcançado” (Sunstein e Vermeule, 2009, p.205), ou ainda como sendo “tentativas de explicar as causas principais de eventos ou circunstâncias sociais e políticas com alegações de enredos secretos de dois ou mais participantes/atores poderosos” (Douglas & Sutton., 2019, p. 256).

Esses conteúdos normalmente possuem conceitos conspiratórios em comum, entre eles: A culpabilização - um mecanismo psicológico no qual a responsabilidade por um problema ou crise é transferida para um indivíduo ou grupo, criando um inimigo claro e tangível, simplificando causas complexas e atribuindo a culpa a um "bode expiatório" que pode ser odiado e combatido (Douglas & Sutton., 2019) e a justificação do sistema - a tendência

psicológica a justificar e defender o "status quo" e racionalizar o sistema em que vivemos, fazendo com que o vejamos como bom, legítimo e justo, mesmo à custa dos seus próprios interesses (Jolley, Douglas, and Sutton, 2017; Jost, Ledgerwood, & Hardin, 2008). Nas teorias da conspiração, a operacionalização destes conceitos transforma a disseminação de desinformação, a hostilidade e até a violência em atos heroicos: desejáveis e estimulados.

São informações comprovadamente falsas, ainda não comprovadas ou impossíveis de comprovar, normalmente construídas de forma simplificada e superficial; uma forma de desinformação digital (Tandoc, 2019). Estas desinformações através das notícias falsas atualmente tendem a ser disseminadas através de aplicativos de mensagens, propagandas, *memes*, títulos e enunciados de notícias *clickbait* (prática que consiste em anunciar notícias e informações em contexto digital para gerar *clicks*, envolvimento e maior lucro com publicidade).

Wardle e Derakhshan (2017) citam algumas características do sistema informacional moderno que propicia a partilha de notícias falsas, tais como a facilidade de edição e publicação largamente acessível, sofisticada e de baixo custo; que consequentemente possibilita a criação e distribuição de qualquer conteúdo por qualquer pessoa a qualquer momento; o consumo de informação, que antes era privado e, neste sistema, passa a ser público por causa dos meios de comunicação sociais; e o facto de que as informações tendem a ser partilhadas entre pessoas que confiam umas nas outras e dentro das suas bolhas sociais ou intelectuais, o que aumenta a confiabilidade na informação e diminui a possibilidade de qualquer informação ser questionada.

Na cultura digital, Cover e equipa (2022) constataram que a rápida partilha em massa e proliferação de notícias falsas tornaram-se o meio de distribuição usual das teorias da conspiração, de uma forma resumida e simplificada, pois “estendem, exacerbaram e afirmam o alcance das crenças conspiratórias” (p. 79), considerando as informações não comprovadas com conteúdos conspiratórios uma forma específica e extremamente danosa de notícias falsas.

Consequências da Disseminação de Notícias Falsas no Cenário Pandémico Brasileiro

As notícias falsas também tornaram-se uma poderosa arma capaz de influenciar e fragilizar democracias e eleições políticas em países como os EUA (Carlson, 2018) e o Brasil (Euzébios Filho & Siqueira, 2023; Mota et al, 2023). O posicionamento negacionista do então chefe de Estado Brasileiro, que subestimava e desacreditava na eficácia da vacina ou na competência da ciência e medicina modernas, alastrou-se pela internet, sendo partilhado

exaustivamente pelos seus apoiantes, em redes sociais ou aplicações de mensagens. Notícias falsas sobre a origem do vírus, vacinas e tratamentos/curas alternativas para a COVID-19 disseminaram-se.

Nas diversas redes sociais, observou-se uma partilha exacerbada de conteúdos falsos e enganadores através de notícias que divulgavam uma falsa cura mais recente ou um pseudo tratamento mais eficiente, afetando negativamente a saúde mental dos indivíduos e tornando a população mais mental, social, política e/ou economicamente sensível, estressada e amedrontada.

Estes conteúdos relativos à saúde durante a pandemia e as respetivas notícias eram vinculados nos moldes das notícias tradicionais de conhecidos e confiáveis meios de comunicação, detalhe este que, para a maior parte da população, as torna de difícil distinção das notícias e informações verificadas e reais (Ferreira et al, 2020).

O impacto da desinformação gerada através de notícias falsas com conteúdos não confiáveis e alarmantes durante o período epidémico pode ter alterado a perceção individual de comportamentos de risco, ameaçando a saúde pública em diversos países (Salvi et al., 2021). O acesso a notícias falsas também afetou negativamente a saúde física de milhares de pessoas, que, por vezes, acreditaram em desinformações comunicadas por partidos políticos e seus apoiantes (Mota et al, 2023).

No Brasil, por exemplo, as notícias falsas sobre a vacina acabaram por diminuir a intenção de vacinação de alguns brasileiros residentes em cidades que votam maioritariamente em partidos ou candidatos de direita (Peixoto et al, 2023).

Observou-se também que o uso prolongado de alguns vermífugos como tratamento precoce para a COVID-19, como o kit-COVID, divulgados pelo então presidente brasileiro e os seus apoiantes, mostrou ser um risco para a saúde da população, refletindo um aumento de diagnósticos de problemas de hepatite medicamentosa e de mortes relacionadas ao uso destes medicamentos (Lalwani et al, 2021).

O uso do medicamento hidroxicloroquina, incentivado pelo então governo federal brasileiro, foi associado a um aumento de 11% de mortalidade, assim como 16.990 mortes estimadas relacionadas ao seu uso (Mota et al, 2023).

Para além destes factos, a compra destes medicamentos contribuiu para o gasto de recursos públicos, mesmo sem comprovação de eficácia no combate ao vírus, em detrimento de um investimento na compra de vacinas com eficácia comprovada, contribuindo para o agravamento da crise sanitária enfrentada na época (Bortone, 2021). Coincidentemente, presidentes e administradores das farmacêuticas responsáveis pela produção destes medicamentos no Brasil faziam parte dos apoiantes do presidente Bolsonaro, e viram os seus lucros aumentarem substancialmente durante a época da pandemia (Bortone, 2021).

Foi também associada a infeção do vírus da COVID-19 à população chinesa, e apelidaram o vírus de “Vírus Chinês”, aumentando assim a xenofobia direcionada a esta população (Khalil et al, 2021), instaurando medo e preconceitos associados às pessoas de etnia e nacionalidade chinesa (e, por vezes, generalizando para asiática) nos EUA, Europa e Brasil, além de vulnerabilizar ainda mais uma população minoritária e estigmatizada, que são os imigrantes chineses (Degerman et al, 2023).

Influência de Vieses Cognitivos na Intenção de Partilha de Notícias Falsas em Contexto Virtual

As notícias falsas tendem a apelar às emoções mais básicas, como o medo, e através deste fator, aproveitam-se das emoções e características pessoais de cada um para se propagar, considerando que todo e qualquer ser humano está sujeito a determinadas influências, e, conseqüentemente, à disseminação de informações falsas.

Quando lemos alguma notícia ou informação, tomamos uma decisão acerca dos julgamentos que fazemos da mesma e como vamos interpretar e integrar com as informações já existentes, assim como decidir se acreditamos ou não naquela informação, e se queremos ou não partilhá-la (Baptista et al, 2021).

A partir do momento que decidimos considerar alguma informação como crível e verdadeira, a fixamos e é esta parte de informação que será evocado de nossa memória e partilhado quando o assunto em questão for mencionado (Pinto, 2011). Estudos recentes na área da Psicologia Cognitiva revelam o quão difícil é a desmistificação de uma informação já processada e integrada na memória (Basol et al, 2020).

Considerando a Teoria dos Dois Sistemas de Kahneman (2012), existem dois sistemas de raciocínio que influenciam a tomada de decisão e julgamento que fazemos acerca das informações que recebemos: Sistema 1 - Operações Automáticas, que exige menor esforço, e acontece de forma mais automática e intuitiva, uma vez que está associado às emoções. Além disso, é sistema responsável por processamentos cognitivos que geram uma resposta rápida, adaptando-se constantemente segundo as necessidades de decisão que o indivíduo enfrenta.

O Sistema 2 - Operações Controladas, é mais lento, pois exige maior esforço mental, foco e concentração, visto que funciona de forma mais racional. Por esse motivo exige um processamento mais detalhado, deliberativo e não intuitivo.

Para conseguir agir rapidamente diante de uma inferência, como escolher e decidir a preferência entre uma informação em detrimento de outra, ou entre acreditar ou não nas informações recebidas, o Sistema 1 segue atalhos, priorizando o menor esforço no raciocínio, tanto a nível de concentração quanto ao tempo (Batista et al, 2021).

Isto ocorre principalmente quando há insuficiência ou excesso de informação não verificada disponível, fenômeno atualmente descrito como “information overload” ou Sobrecarga de Informação, potencializado pelas redes sociais e smartphones (Tandoc, 2019). Estes atalhos são conhecidos como heurísticas ou vieses cognitivos - processo que nos auxilia na vida quotidiana - permitindo-nos tomar decisões de forma rápida e intuitiva, mas que muitas vezes podem levar a erros de processamento de informação, racionalização e julgamento (Kahneman, 2012).

Considerando o formato das notícias falsas consumidas e partilhadas nas redes sociais virtuais - reduzido, simplista e com pouco espaço para reflexões mais detalhadas - e o modo de funcionamento do Sistema 1, é possível assumir como este sistema de raciocínio pode propiciar a preferência pela rápida absorção da informação falsa e consequente crença na mesma.

Os vieses cognitivos e sua influência no julgamento da tomada de decisões e consequente absorção e enraizamento de valores (Plous, 1993) foram bem aceites e utilizados em diversos campos científicos (Kahneman, 2012), assim como para explicar a crença em notícias falsas e nos seus conteúdos conspiracionistas, e também na partilha das mesmas (Basol et al, 2020; Giotakos, 2022; Kahneman, 2012; Pennycook & Rand, 2021; Tandoc et al, 2021).

Neste presente estudo, consideramos a teoria de Kahneman sobre os dois sistemas de raciocínio e os vieses cognitivos provenientes do Sistema Automático 1 afim de perceber

melhor o relacionamento destes com o medo em relação ao vírus SARS-COV-2 e intenção de partilha de informações falsas ou não comprovadas nas redes sociais.

Elegeram-se, com o observado na literatura (OPP, 2020) (Tabela I) alguns tipos de vieses cognitivos associados a adesão e partilha de notícias falsas, por se tratarem de vieses mais automáticos e propensos a acontecerem no ambiente virtual e redes sociais, em função da dinâmica e funcionamento deste meio. Deste modo, o foco foi nos seguintes vieses cognitivos descritos na tabela abaixo:

Tabela I

Vieses Cognitivos Utilizados e Seus Conceitos

Viés Cognitivo	Conceito
EME (Efeito da Mera Exposição)	Viés cognitivo no qual a exposição repetida a algum estímulo ou informação é suficiente para que o indivíduo crie uma familiaridade maior e consequente preferência por aquele estímulo ou informação (Zajonc, 1968);
Viés da Confirmação	É uma predisposição a crer instintivamente mais em informações que vão ao encontro com o que já acreditamos, com as nossas opiniões, valores morais e crenças pré-existentes, validando assim essa crença pessoal e confirmando o que já sabíamos ou esperávamos (Lazer, Baum, Benkler, Berinsky, Greenhill, Menczer & Zittrain., 2018; Tandoc E. C., 2019; Plous, 1993; Ling, 2020);
FoMO	Este processo consiste numa ansiedade originada na suposição de que outras pessoas estão a ter uma experiência positiva e gratificante que o indivíduo considera que, por alguma razão, está a perder (Alvi & Saraswat, 2021).
Favoritismo Endogrupal	O viés endogrupal, ou favoritismo endogrupal acontece quando há um “compadrio” pelo grupo do qual se faz parte, assim como a preferência por informações fornecidas e/ou disseminadas dentro do endogrupo, pois estas já passaram pela “validação” prévia do mesmo e, por isso, parecem mais confiáveis (Fernandes & Pereira, 2018; Flintham, Karner, Creswick, Bachour, Gupta & Moran, 2018; Ling, 2020). Proporciona um sentimento de pertença e bem-estar coletivo e individual, além de coesão grupal (Fernandes & Pereira, 2018).

Todos esses processos citados e os seus efeitos nos indivíduos podem, atualmente, ser observados em prática nas redes sociais virtuais, sendo potencializados pelas *echo chambers* (em português ‘câmaras de eco’) (Flintham et al., 2018; Martin, 2017; Terren & Borge-Bravo, 2021). *Echo chambers* são espaços e grupos fechados dentro dos medias sociais digitais, com participantes que tendem a partilhar e conversar sobre idéias em comum – aumentando assim a

propensão que estes espaços têm a empregar e disseminar notícias falsas ou não comprovadas, muitas vezes com conteúdo conspiracionista (Milhazes-Cunha & Oliveira, 2023), assim como ampliar a entrega da mensagem/informação sem risco de refutação (Arguedas et al, 2022).

Relativamente à associação entre estes processos cognitivos e a intenção de partilha de notícias falsas nas redes sociais, Ren e equipa (2023) concluíram, nos seus estudos, que as pessoas possuem o *feedback* social (e.g. *likes*) como influência a partilhar notícias falsas com conteúdos conspiracionistas. Os autores afirmam que a proporção aumenta substancialmente quando as recompensas sociais para partilhar desinformação são salientes, como é o caso do *feedback* social nas redes virtuais. Ou seja, quando as pessoas tomam a decisão de partilhar ou não determinada informação em suas redes sociais, são, de certa forma, recompensadas ao partilhar informações falsas, pois estas tendem a gerar maior *feedback* e envolvimento, o que aumenta a tendência para mais partilha de conteúdos e notícias falsas, independentemente da convicção na veracidade da informação (Ren et al, 2023).

Partindo destas informações, neste estudo designaremos estes vieses e efeitos cognitivos de influências cognitivas para intenção de partilha de notícias falsas nas redes sociais virtuais.

Tendência Política, Adesão e Intenção de Partilha Virtual de Notícias Falsas em Contexto Virtual

Considerando então a criação e disseminação das notícias falsas como estratégia política adotada em alguns países por determinados partidos políticos, assim como sua disseminação pelos apoiantes destes partidos, é possível ressaltar algumas investigações nas quais os resultados mostram que indivíduos politicamente mais conservadores e à direita parecem aceder, empregar e partilhar mais informações e notícias falsas (Allcott & Gentzkow, 2017; Baptista et al., 2021; Calvillo et al, 2020; Grinberg et al, 2019; Guess, 2020; Guess et al, 2019; de Medeiros & Muniz de Medeiros, 2022; Tandoc et al, 2021). Partindo destas informações, consideramos que a tendência política dos indivíduos pode influenciar as suas crenças, assim como a intenção de partilha virtual de notícias e informações falsas, processo que iremos também testar neste estudo.

OBJETIVOS E HIPÓTESES DO ESTUDO

O principal objetivo deste estudo é compreender os processos subjacentes à intenção de partilha de informações falsas ou não comprovadas nas redes sociais virtuais. Desta forma, procuramos perceber qual a relação entre o medo do vírus da COVID-19 e a adesão e intenção de partilha de notícias falsas sobre esta temática, no contexto brasileiro. Secundariamente, exploramos o papel mediador das influências cognitivas mais frequentes e prováveis em contextos virtuais e o papel preditor da tendência política deste processo.

As hipóteses deste estudo focam-se no efeito preditor do medo do vírus da COVID-19 (tanto da morte como da sua infeção) na adesão e intenção de partilha de notícias falsas, e no papel mediador dos vieses cognitivos nesta associação. Analisa-se ainda o papel da tendência política neste processo. Consequentemente, a primeira hipótese deste estudo é:

H1: Prevê-se que o medo da COVID-19 esteja positivamente relacionado com adesão e intenção de partilha de notícias falsas sobre COVID-19 nas redes sociais virtuais.

Como referido anteriormente, existem variáveis que podem influenciar a relação entre o medo do vírus da COVID-19 e a adesão e partilha de notícias virtuais falsas. Desta forma, considerando a propensão que os espaços virtuais têm a empregar e disseminar notícias falsas com conteúdo conspiracionista, surgiram a segunda e terceira hipóteses, nas quais se consideram as influências na adesão e intenção de partilha de notícias falsas: Influências Cognitivas (vieses cognitivos) e Tendência Política .

H2: Prevê-se que influências cognitivas medeiem parcialmente a relação entre o medo do vírus da COVID-19 e a intenção de partilha de notícias falsas nas redes sociais virtuais. Neste estudo iremos explorar quais os vieses mediadores significativos.

H3: Prevê-se que a tendência política assuma um papel preditor do processo acima enunciado.

MÉTODO

Participantes

A amostra desta pesquisa é de conveniência. Um link com o questionário foi divulgado em algumas redes sociais pessoais e aplicativos de mensagens (WhatsApp, Instagram, Facebook), seguindo o método da bola de neve, no qual foi pedido aos participantes que divulgassem com os seus contactos, para outros possíveis.

A amostra é composta por um total de 159 participantes de nacionalidade brasileira, maiores de idade, residentes no Brasil, sendo destes, 124 mulheres e 35 homens, com idades compreendidas entre os 18 e os 79 anos ($M = 37.9$, $DP = 12.9$). Em termos de escolaridade: 78% com ensino superior e 35% com ensino secundário. Relativamente a tendência política, 16 participantes consideraram-se extrema-direita ($N = 16$), 26 participantes de direita ($N = 26$), 44 participantes de Centro ($N = 44$), 65 participantes de esquerda ($N = 65$) e 5 participantes de extrema-esquerda ($N = 5$), $M = 4.17$ e $DP = 1.59$.

Procedimento

No presente estudo, foi utilizado um questionário sobre a disseminação de notícias falsas nas redes virtuais, o qual foi elaborado e implementado na plataforma Qualtrics (Anexo II). O instrumento foi estruturado em 3 partes: na primeira recolheram-se dados sociodemográficos para caracterização da amostra, incluindo variáveis como género, idade, escolaridade, tendência política, religião e rendimento mensal; na segunda parte recolheram-se dados relativos ao medo do vírus da COVID-19; por último, na terceira parte, apresentaram-se afirmações falsas ou não comprovadas seguidas de questões relativas à adesão, intenção de partilha e argumentos justificativos para o acordo com as afirmações.

Estes argumentos justificativos para o acordo com as afirmações consistiram em medidas que operacionalizaram os vieses cognitivos.

As 4 afirmações falsas sobre o vírus e a pandemia causada pelo SARS-COV-2 que foram escolhidas foram baseadas em notícias falsas que circularam muito na internet e, consequentemente, popularizaram-se nas ruas das cidades brasileiras entre abril de 2020 e abril de 2022 no Brasil: “O vírus da COVID-19 foi criado e disseminado pela China com o intuito de controle econômico e social.”; “Os efeitos do vírus da COVID-19 não são diferentes de uma

gripe normal, os governos é que estão a usá-lo para controlar a população.”; “Medicamentos como hidroxiclороquina, azitromicina e ivermectina são muito úteis no tratamento preventivo da COVID-19.” e “O uso obrigatório das máscaras de proteção exigidos pelos governos não passa de uma tentativa de controle social, ferindo a liberdade de expressão e de escolha individual. Além de não proteger contra o vírus, causa também sequelas respiratórias.”

A recolha de dados ocorreu durante o período de maio a dezembro de 2022, através da divulgação de um *link* em algumas redes sociais e aplicativos de mensagens (WhatsApp, Instagram, Facebook).

A participação foi voluntária e sem qualquer tipo de compensação monetária. Inicialmente, o consentimento informado (Anexo I) foi apresentado a todos os participantes, o qual apresentou o objetivo do estudo, assim como questões relacionadas ao processamento, armazenamento e segurança dos dados obtidos.

Medidas Utilizadas

Medo do Vírus da COVID-19

Para medir o medo sentido em relação ao vírus da COVID-19, utilizou-se a Escala de Medo da COVID-19, adaptada e validada para o Brasil por (Faro, Silva, Santos, & Feitosa, 2022). Esta escala consiste em sete itens (Anexo I) numa escala tipo Likert com possibilidades de resposta entre 1 (Discordo totalmente) a 7 (Concordo totalmente); α Cronbach= .88.

Foi pedido aos participantes para lerem as afirmações falsas sobre o vírus com atenção e, posteriormente, responderam a três medidas sobre cada afirmação (Adesão, Intenção de Partilha e Vieses Cognitivas).

Adesão

Os participantes responderam numa escala de Likert (1 = Discordo totalmente, 7 = Concordo totalmente) ao seguinte item, para cada uma das afirmações falsas: “Indique em que medida concorda com a afirmação acima”.

A variável “Adesão” foi criada a partir da média das quatro perguntas de adesão (uma para cada afirmação); α Cronbach=.84 ($M= 2.33$; $DP= 1.64$).

Intenção de Partilha

Os participantes responderam numa escala de Likert (1= Não partilhava com ninguém, 7= Partilhava com muitas pessoas) ao seguinte item, para cada uma das afirmações falsas: “Indique em que medida compartilharia esta informação nas suas redes sociais ou grupos de mensagens”.

A variável “intenção de partilha” foi criada a partir da média das quatro perguntas de intenção de partilha (uma para cada afirmação); α de Cronbach de 0,85 ($M=1.98$; $DP= 1.57$).

Influências Cognitivas

Adicionalmente, os participantes responderam numa escala de Likert (1 = Discordo totalmente, 7 = Concorde totalmente) aos cinco itens que correspondem aos vieses cognitivos: Efeito da mera exposição (EME); Viés de confirmação; FoMO e Favoritismo endogrupal.

As perguntas foram elaboradas de forma a representar o mais fielmente possível o conceito de cada viés cognitivo utilizado nesta pesquisa (Tabela 1).

Efeito da Mera Exposição.

Os participantes indicaram o seu grau de acordo com o seguinte item: “Eu já ouvi ou li sobre isso mais de uma vez, portanto não deve ser mentira.”. Calculou-se a média das respostas dos participantes e criou-se a medida EME, com uma boa consistência interna (α de Cronbach = .87, $M = 2.17$, $DP = 1.64$);

Viés de Confirmação.

Os participantes indicaram o seu grau de acordo com o seguinte item: “Porque a mensagem vai ao encontro do que acredito e com o que acho certo”. A partir das médias das respostas, foi criada então a medida de Viés de Confirmação, obtendo uma boa consistência interna (α de Cronbach = 0.85, $M = 2.45$, $DP = 1.82$);

FoMO.

Os participantes indicaram o seu grau de acordo com os seguintes itens: “Por ser um assunto popular no momento, acredito que terá muitas interações” e “Várias pessoas que conheço estão compartilhando esta informação, sinto que devo compartilhar também”. As respostas foram condensadas num *score* médio para a criação da variável FoMO, que obteve uma ótima consistência interna (α de Cronbach = 0.92, $M = 2.07$, $DP = 1.53$)

Favoritismo Endogrupal.

Os participantes indicaram o seu grau de acordo com o seguinte item: “Pessoas próximas de mim e em quem eu confio acreditam também nesta informação, então julgo ser verdadeira”. Esta variável obteve uma boa consistência interna (α de Cronbach de 0.86; $M = 2.11$, $DP = 1.63$).

RESULTADOS

Relação Entre o Medo do Vírus da COVID-19, a Intenção de Partilha e Adesão

Com o objetivo de verificar a primeira hipótese deste estudo ($H1$: Prevê-se que o medo do vírus da COVID-19 esteja positivamente relacionado com adesão e intenção de partilha), foram calculados coeficientes de correlação de Pearson entre estas medidas.

A correlação entre o medo e a intenção de partilha revelou uma relação negativa ($r_{157} = -0.20$, $p = 0.01$), assim como a relação entre o medo do vírus da COVID-19 e a adesão ($r_{157} = -0.39$, $p < 0.001$), significando que quanto maior o medo sentido pelos participantes em relação ao vírus da COVID-19, menor a adesão e a intenção de partilha de notícias falsas ou não comprovadas nas redes sociais. Embora a correlação seja estatisticamente significativa, a hipótese deste estudo previa uma relação positiva. Deste modo, a primeira hipótese deste estudo foi contrariada.

A intenção de partilha e a adesão possuem uma relação positiva forte entre si ($r_{157} = 0.74$, $p < 0.001$), sinalizando que quanto mais as pessoas aderem/concordam, mais tendem também a ter a intenção de partilhar informações não comprovadas nas redes sociais.

Tabela II

Relações entre Adesão, Intenção de Partilha e o Medo do vírus da COVID-19

Variável	M	DP	1	2	3
1. Adesão	2.33	1.64	—	.74***	-.39***
2. Intenção de Partilha	1.98	1.57	.74***	—	-.20*
3. Medo	2.95	1.34	-.39***	-.20*	—

$N = 159$. * $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

Relações Entre a Adesão, a Intenção de Partilha, o Medo do vírus da COVID-19 e as Influências Cognitivas.

Com o objetivo de verificar de que forma as influências cognitivas estão relacionadas com a percepção do medo, com a adesão e com a intenção de partilha, assim como também verificar os pré-requisitos mínimos para fazer análise de mediação, foram realizadas correlações entre todas as influências cognitivas (potenciais mediadores) e as medidas de medo do vírus, de adesão e de intenção de partilha.

Relativamente às relações entre o medo do vírus e as várias influências cognitivas, observamos correlações estatisticamente significativas para o EME ($r_{157} = -0.28, p < 0.001$) e para o viés de confirmação ($r_{157} = -0.29, p < 0.001$), que apontam que quanto maior o medo sentido pelos participantes em relação ao vírus da COVID-19 menor será o EME. Ambas as análises mostraram correlações negativas. Por outro lado, não observamos resultados estatisticamente significativos relativamente ao FOMO ($r_{157} = -0.13, p = 0.90$) e ao Favoritismo endogrupal ($r_{157} = -0.22, p > 0.001$).

Por sua vez, as correlações entre as influências cognitivas, a adesão e a intenção de partilha mostraram-se todas significativas, evidenciando relações positivas e fortes entre estas variáveis ($p < 0.001$) (Tabela 3), sinalizando que quanto maior o efeito das influências cognitivas, maior será também a adesão e intenção de partilha.

Tabela III

Relações entre a Adesão, Intenção de Partilha, o Medo do vírus da COVID-19 e as Influências Cognitivas

Variável	M	DP	1	2	3	4	5	6	7
1. Adesão	2.33	1.64	—	.74***	-.39***	.82***	.59***	.65***	.75***
2. Intenção de Partilha	1.98	1.57	.74***	—	-.20*	.84***	.58***	.76***	.82***
3. Medo	2.95	1.34	-.39***	-.20*	—	-.28***	-.29***	-0.13	-.22**
4. EME	2.17	1.64	.82***	.84***	-.28***	—	.70***	.80***	.91***
5. Viés de Confirmação	2.45	1.82	.59***	.58***	-.29***	.70***	—	.58***	.66***
6. FoMO	2.07	1.53	.65***	.76***	-0.13	.80***	.58***	—	.85***

Variável	M	DP	1	2	3	4	5	6	7
7. Favoritismo Endogrupal	2.11	1.63	.75***	.82***	-.22**	.91***	.66***	.85***	—

$N=159$. * $p<.05$. ** $p<.01$. *** $p<.001$.

Relação entre a Adesão, a Intenção de Partilha, o Medo do vírus da COVID-19 e a Tendência Política

A tendência política mostrou uma relação positiva com o medo do vírus ($r_{157} = 0.32$, $p = <0.001$), assim como também se mostrou negativamente relacionada à adesão ($r_{157} = -0.66$, $p = <0.001$) e à intenção de partilha ($r_{157} = -0.52$, $p = <0.001$). Ou seja, quanto mais à direita a tendência política, menor o medo sentido e maior a adesão e a intenção de partilha de informações falsas ou não comprovadas em relação ao vírus da COVID-19 nas redes sociais.

Tabela IV

Relações entre a Adesão, a Intenção de Partilha, o Medo e a Tendência Política

Variável	M	DP	1	2	3	4
1. Adesão	2.33	1.64	—	.74***	-.39***	-.66***
2. Intenção de Partilha	1.98	1.57	.74***	—	-.20*	-.52***
3. Medo	2.95	1.34	-.39***	-.20*	—	.32***
4. Tendência Política	4.17	1.59	-.66***	-.52***	.32***	—

$N=159$. * $p<.05$. ** $p<.01$. *** $p<.001$.

Relação Entre a Tendência Política e as Influências Cognitivas

Como a tendência política mostrou estar relacionada com a adesão e a intenção de partilha, decidiu-se observar a relação entre esta variável e as influências cognitivas. Os resultados mostram correlações negativas entre a tendência política e todas as influências cognitivas analisadas (Tabela V), o que significa que quanto mais à esquerda um participante se declara, menor concordam com influências cognitivas, e quanto mais à direita, mais concordam com as mesmas.

Tabela V*Relações entre a Tendência Política e as Influências Cognitivas*

Variável	M	DP	1	2	3	4	5
1. Tendência Política	4.17	1.60	—	-.60***	-.42***	-.43***	-.53***
2. EME	2.17	1.64	-.60***	—	.70***	.80***	.91***
3. Viés de Confirmação	2.45	1.82	-.42***	.70***	—	.58***	.66***
4. FoMO	2.07	1.54	-.43***	.80***	.58***	—	.85***
5. Favoritismo Endogrupal	2.11	1.63	-.53***	.91***	.66***	.85***	—

$N = 159$. * $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$

Análise de Mediação Paralela - Medo do Vírus da COVID-19, Adesão e Intenção De Partilha - Influências Cognitivas Como Mediadores Paralelos

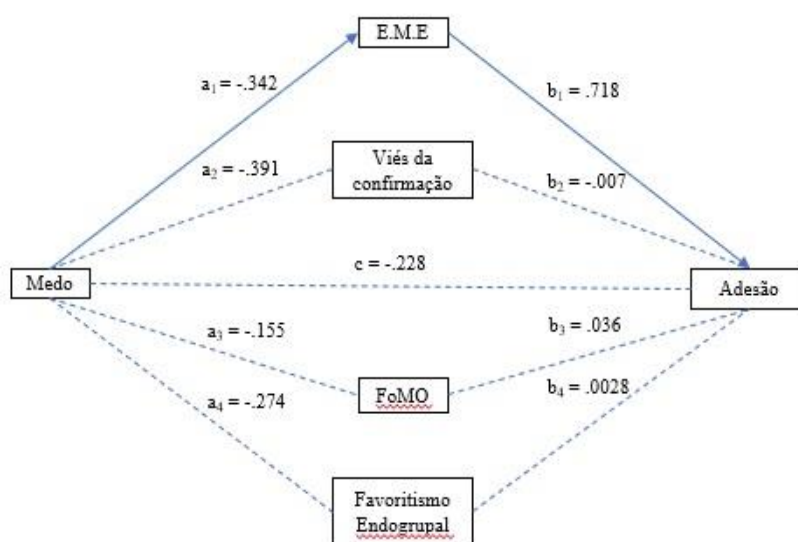
Para testar a Hipótese 2 (segundo a qual as influências cognitivas iriam mediar a associação entre o medo do vírus e a adesão e intenção de partilha, realizámos uma análise de moderação em que considerámos o medo do vírus da COVID-19 como variável independente, a adesão (Modelo 1) e a intenção de partilha (Modelo 2) de conteúdos falsos nas redes sociais como variáveis dependentes, e as influências cognitivas como mediadores paralelos (Modelo 4, Mediação Simples, no PROCESS; Hayes, 2022): Mediador 1: Efeito da Mera Exposição (EME); Mediador 2: Viés de Confirmação; Mediador 3: FoMO e Mediador 4: Favoritismo Endogrupal.

Modelo 1. (Figura I) O modelo explicou 70% da variância total da Adesão ($F 5,153 = 71.48$, $p < 0.001$). No entanto, somente a variável EME funciona de forma fidedigna enquanto mediadora da relação entre o medo e a adesão ($B = -0.24$, $SE = 0.08$, $IC\ 95\% [-0.40; -0.10]$). Viés da Confirmação ($B = 0.003$, $SE = 0.02$, $IC\ 95\% [-0.05; 0.05]$); FoMO ($B = -0.01$, $SE = 0.02$, $IC\ 95\% [-0.05; 0.02]$) e Favoritismo Endogrupal ($B = -0.01$, $SE = 0.03$, $IC\ 95\% [-0.09; 0.05]$) não se evidenciaram mediadores significativos.

O efeito direto do medo na adesão se revelou negativamente significativo ($B = -0.23$, $SE = 0.06$, $t = -3.95$, $p < 0.001$, $IC\ 95\% [-0.34; -0.11]$), assim como o efeito total ($B = -0.48$, $SE = 0.09$, $t = -5.38$, $p < 0.001$, $IC\ 95\% [-0.66; -0.31]$).

Figura I

Modelo de Mediação entre o Medo do Vírus como Variável Independente, a Adesão como Variável Dependente e os mediadores: EME; Viés da Confirmação; FoMO e Favoritismo Endogrupal



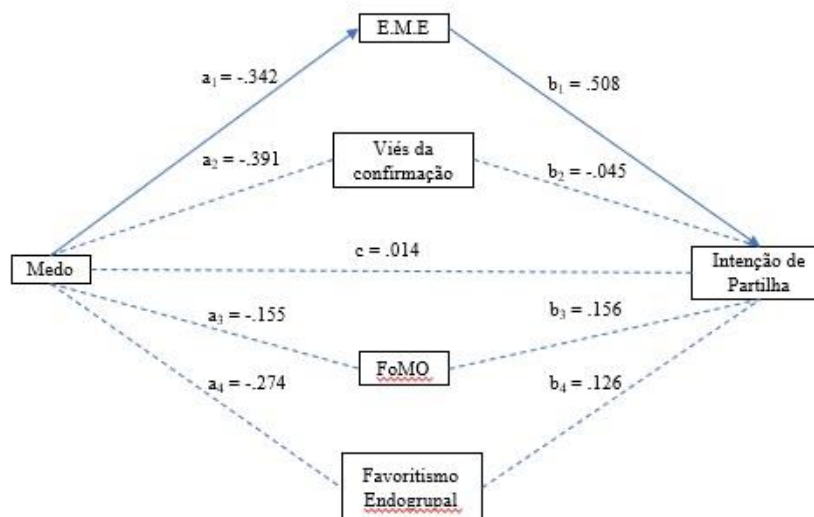
Modelo 2. (Figura 2) O modelo explicou 73% da variância total da intenção de partilha ($F 5,153 = 84.33, p < 0.001$). Novamente, somente a variável EME se mostrou significativa ($B = -0.19, SE = 0.07, IC 95\% [-0.34; -0.07]$) enquanto mediadora da relação entre o medo e a intenção de partilha. Viés da Confirmação ($B = 0.01, SE = 0.02, IC 95\% [-0.02; 0.05]$), FoMO ($B = -0.03, SE = 0.02, IC 95\% [-0.09; 0.01]$) e Favoritismo Endogrupal ($B = -0.04, SE = 0.04, IC 95\% [-0.14; 0.02]$) não se evidenciaram mediadores significativos. O efeito direto e o efeito total do medo na intenção de partilha não se revelaram significativos.²

Os resultados indicam que, quanto mais medo sentem, menor o efeito de EME e menor a adesão e intenção de partilha de informações falsas. A segunda hipótese confirma-se apenas para EME enquanto mediador.

² Respectivamente: ($B = 0.01, SE = 0.05, t = 0.25, p = 0.80, IC 95\% [-0.09; 0.12]$), ($B = -0.23, SE = 0.09, t = -2.55, p = 0.01, IC 95\% [-0.42; -0.05]$).

Figura II

Modelo de Mediação entre o Medo do Vírus como Variável Independente, a Intensão de Partilha como Variável Dependente e os mediadores: EME; Viés da Confirmação; FoMO e Favoritismo Endogrupal



Análise de Mediação Sequencial - Tendência Política, Adesão e Intenção de Partilha - Medo e EME como Variáveis Mediadoras Sequenciais

Dado o modelo anterior, procurámos testar a ideia de que tendência política pode ser o preditor deste processo completo. Assim, aplicámos o Modelo 6 do PROCESS, considerando tendência política como variável independente, medo do vírus da COVID-19 como primeiro mediador, EME como segundo mediador, e adesão (Modelo 3) e intenção de partilha (Modelo 4) como variáveis dependentes.

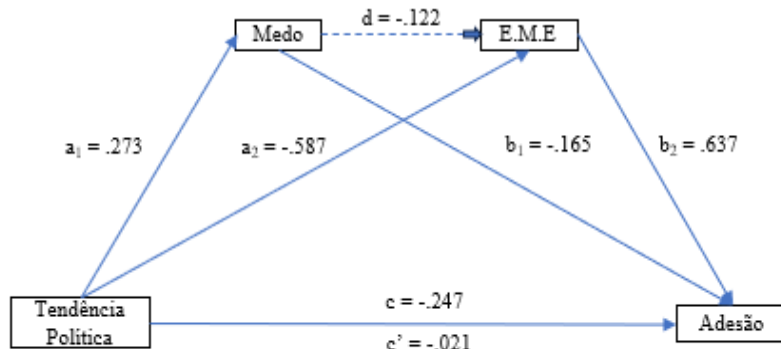
O Modelo 3 (Figura III) explica 73% da variância total da adesão ($F 3,152 = 140.66, p < 0.001$). A adesão é significativamente associada a EME ($B = 0.64, SE = 0.05, t = 12.16, p < 0.001, IC 95\% [0.53; 0.74]$), a tendência política ($B = -0.25, SE = 0.05, t = 7.33, p < 0.001, IC 95\% [-0.35; -0.14]$), e ao medo do vírus da COVID-19 ($B = -0.17, SE = 0.05, t = -3.05, p < 0.01, IC 95\% [-0.27; -0.06]$). Tendência política prediz positiva e significativamente medo do vírus ($B = 0.27, SE = 0.06, t = 4.23, p < 0.001, IC 95\% [0.14; 0.40]$), e negativamente EME ($B = -0.59, SE = 0.07, t = -8.34, p < 0.001, IC 95\% [-0.73; -0.45]$). Medo do vírus, por sua vez, não prediz significativamente EME ($B = -0.12, SE = 0.08, t = -1.47, p = 0.14, IC 95\% [-0.29; 0.4]$).

O Modelo 3 evidencia que ambos os mediadores são fidedignos entre a tendência política e a adesão, sendo o efeito indireto negativamente significativo tanto para EME ($B = -0.37, SE = 0.08, IC\ 95\% [-0.54; -0.22]$) quanto para o medo do vírus ($B = -0.04, SE = 0.02, IC\ 95\% [-0.08; -0.01]$). O efeito indireto da tendência política na adesão não se revelou significativo através do processo serial com ambos os mediadores³. O efeito direto da tendência política na adesão se mostrou significativo ($B = -0.25, SE = 0.05, t = -4.49, p < 0.001, IC\ 95\% [-0.35; -0.14]$), assim como o efeito total ($B = -0.69, SE = 0.06, t = -11.04, p < 0.001, IC\ 95\% [-0.81; -0.56]$).

Estes resultados mostram que quanto mais à direita no espectro político se situam os participantes, mais tenderão a aderir, influenciados pelo EME, que, por sua vez, afeta positivamente a partilha, sendo que quanto mais acesso e exposição às mesmas informações falsas, mais possuem a intenção de aderir. Relativamente ao mediador medo, os resultados mostram que quanto mais a esquerda no espectro político maior será o medo sentido, e quanto maior o medo sentido, menor será a adesão.

Figura III

Modelo de Mediação entre a Tendência Política como Variável Independente, EME e Medo do Vírus como Mediadores, e Adesão como Variável Dependente



O modelo 4 (Figura IV) explica 72% da variância total da intenção de partilha ($F\ 3,152 = 131.91, p < 0.001$). A intenção de partilha é significativamente associada a EME ($B = 0.80, SE = 0.05, t = 15.70, p < 0.001, IC\ 95\% [0.70; 0.90]$). Tendência política prediz positiva e significativamente medo do vírus ($B = 0.27, SE = 0.06, t = 4.23, p < 0.001, IC\ 95\% [0.14; 0.40]$), e negativamente EME ($B = -0.59, SE = 0.08, t = -8.34, p < 0.001, IC\ 95\% [-0.73; -0.45]$).

³ ($B = -0.02, SE = 0.02, IC\ 95\% [-0.6; 0.01]$).

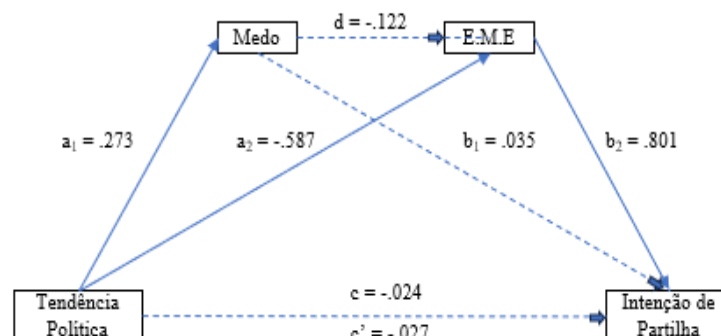
Medo do vírus, por sua vez, não prediz significativamente EME ($B = -0.12$, $SE = 0.08$, $t = -1.47$, $p = 0.14$, $IC\ 95\% [-0.29; 0.4]$) e nem intenção de partilha ($B = 0.03$, $SE = 0.05$, $t = 0.66$, $p = 0.51$, $IC\ 95\% [-0.07; 0.14]$).

O Modelo evidencia que o único mediador fidedigno entre a posição política e a intenção de partilha é EME, sendo o efeito indireto negativamente significativo ($B = -0.47$, $SE = 0.10$, $IC\ 95\% [-0.66; -0.29]$). O efeito indireto da posição política na partilha não se revelou significativo através do mediador medo do vírus, nem através do processo serial com ambos os mediadores⁴. O efeito direto da tendência política na intenção de partilha também não se mostrou significativo ($B = -0.02$, $SE = 0.05$, $t = -0.45$, $p = 0.66$, $IC\ 95\% [-0.13; 0.08]$).

Estes resultados mostram que quanto mais à direita no espectro político se situam os participantes, mais serão influenciado pelo EME, que, por sua vez, afeta positivamente a partilha, sendo que quanto mais acesso e exposição às mesmas informações falsas, mais possuem a intenção de partilhar. Relativamente ao mediador medo, os resultados mostram que quanto mais a esquerda no espectro político maior será o medo sentido, e quanto maior o medo sentido, maior será a intenção de partilha, embora esta última não seja estatisticamente significativa.

Figura IV

Modelo de Mediação entre a Posição Política como Variável Independente, EME e Medo do Vírus como Mediadores, e Intenção de Partilha como Variável Dependente



⁴ O efeito indireto da tendência política na intenção de partilha não se revelou significativo através do mediador medo do vírus ($B = 0.01$, $SE = 0.01$, $IC\ 95\% [-0.01; 0.03]$), nem através do processo serial com ambos os mediadores ($B = -0.03$, $SE = 0.02$, $IC\ 95\% [-0.65; -0.29]$).

DISCUSSÃO

Relações entre o Medo, Adesão, Intenção de Partilha e Tendência Política

Este estudo evidenciou que quanto maior o medo sentido pelos participantes em relação ao vírus da COVID-19, menor a adesão e a partilha de conteúdos falsos ou não confirmados nas redes sociais. Evidenciou ainda que EME parece ser o viés cognitivo que medeia estas associações. Ou seja, o menor medo sentido em relação ao vírus COVID-19 prediz maior adesão e maior partilha de informações falsas ou não confirmadas, na medida em que estão mais expostos a estas mesmas informações. Este resultado contraria a nossa hipótese de base, na medida em que esperávamos que maior medo prediria maior adesão e maior partilha. Este resultado, aparentemente contraria todo o nosso racional, desafiando-nos a tentar compreender este processo a posteriori. Assim, será esse “novo” entendimento que será apresentado aqui, em jeito de novo racional que poderia ser testado num novo estudo, e sustentado no conjunto de resultados que observámos.

Em paralelo com o processo anterior, os resultados também evidenciam que tendência política de direita prediz maior adesão e partilha das informações falsas ou não confirmadas, associação esta explicada pela maior familiaridade à exposição deste tipo de informações. Aliás, os resultados mostram que na presença da tendência política enquanto preditor do processo, o medo da COVID-19 perde o seu poder explicativo da adesão e de intenção de partilha de informações falsas ou não comprovadas, assumindo a tendência política o papel de preditor principal do processo.

Para além destes resultados, obtivemos uma associação positiva significativa entre tendência política de direita e menor medo da COVID-19 e complementarmente, tendência de esquerda no espectro político associada a maior medo e menor a adesão e partilha de notícias falsas ou não comprovadas nas redes sociais. Este resultado vai ao encontro do relatado na literatura e em investigações feitas sobre o tema (Baptista et al., 2021; Allcott & Gentzkow, 2017; Guess, Nagler, & Tucker, 2019; de Medeiros & Muniz de Medeiros, 2022; Guess AM, 2020; Grinberg, et al., 2019; Tandoc et al., 2021).

Em conjunto, estes resultados podem ser reforçados por estarem contextualizados no Brasil, em que o então presidente da República, Jair Bolsonaro, político de extrema direita, contribuiu para a validação de alguns tipos de informações e conspirações relacionadas ao vírus e a situação pandémica enfrentada na altura, enquanto negligenciava o perigo da COVID-19.

Nomeadamente, o então presidente brasileiro repercutiu internacionalmente não somente devido à descredibilização com que tratou publicamente o vírus e a situação pandêmica, comparando-o a um simples resfriado, mas também devido à sua negação científica em relação à confiabilidade no funcionamento das vacinas contra o vírus SARS-COV-2. Esta situação caracterizou-se por discurso de incentivo negacionista e apelando a tratamentos alternativos para a COVID-19 sem nenhuma evidência científica, porém, com total aprovação e incitação popular dos seus apoiantes. O então presidente brasileiro possuía um gabinete específico especializado na criação e disseminação de notícias falsas através de redes sociais virtuais, apelidado de Gabinete do Ódio (Euzébios Filho & Siqueira, 2023).

Considerando este quadro, é compreensível que os seus apoiantes não temessem a morte pelo vírus ou o seu contágio, possivelmente por não acreditarem na gravidade ou entenderem a complexidade da doença causada pelo vírus. Complementarmente, quanto mais à esquerda o participante se considera, maior o medo sentido – situação congruente, no cenário brasileiro pandêmico, com o entendimento da esquerda brasileira sobre a letalidade do vírus da COVID-19 e a escassa pesquisa e literacia que havia na época sobre o vírus SARS-COV-2, assim como a divulgação da mesma.

O Papel das Influências Cognitivas

Apenas a influência do Efeito da Mera Exposição (EME) foi significativa na intenção de partilha. Já na adesão tanto o EME quanto o medo do vírus se mostraram significativamente associados. Assim como o medo do vírus, a tendência política possui uma forte relação com todas as influências cognitivas testadas, sendo que quanto mais à esquerda um participante se declara, menor o efeito das influências cognitivas, e quanto mais à direita, maior o efeito.

Apesar de arriscar num argumento especulativo, a literatura em psicologia política e ciência cognitiva apresenta evidências científicas que associam o conservadorismo com maior propensão a certas influências cognitivas específicas como por exemplo a Necessidade de Fechamento Cognitivo (Need for Cognitive Closure) (Jost et al., 2003), que sugere que os conservadores tendem a ser mais dogmáticos, menos tolerantes à ambiguidade e demonstram maior necessidade de fechamento cognitivo e o Viés de Negatividade (Hibbing et al., 2014) que argumenta que conservadores reagem de forma mais forte a estímulos negativos (visuais, auditivos, etc.) do que liberais, o que pode ser potencializado pelo Efeito da Mera Exposição.

A significância do mediador EME na relação entre a tendência política e a intenção de partilha, assim como o efeito da Tendência política em todos os mediadores, parecem ser uma evidência do poder de disseminação de conteúdos falsos nas redes sociais e das *echo chambers* – comunidades/bolhas digitais, que potenciam estes fenómenos. Considerando que a própria dinâmica do sistema das *echo chambers* consiste na repetição da exposição, partilha e debate de informações, por vezes semelhantes, criando nos participantes uma maior familiaridade e, consequentemente, uma maior confiança na veracidade da informação recebida (Myers, 2019).

Estas são, na sua grande maioria, grupos fechados, em redes sociais como X (Antigo Twitter), WhatsApp, Discord, Instagram e Facebook, onde participantes de qualquer nacionalidade conectam-se por alguma característica comum, o que lhes confere uma grande coesão grupal e informacional. Terren e Borge-Bravo (2021), encontraram evidências de *echo chambers* numa revisão sistemática sobre as *echo chambers* nas redes e mídias sociais, principalmente sobre tópicos políticos, assuntos controversos ou debates entre grupos ideológicos diferentes.

As *echo chambers* podem ser observadas durante as épocas epidémicas (2020-2023) e eleitorais (2018-2022) no Brasil, principalmente com a rede social WhatsApp, responsável por gerar grande instabilidade e radicalização política ao longo dos anos e por permitir a massificação rápida da partilha de notícias falsas (Evangelista & Bruno, 2019), afetando principalmente indivíduos mais velhos e conservadores (Castelli-Rosa & Lins, 2023).

CONCLUSÃO

O objetivo do presente estudo foi compreender melhor o relacionamento entre o medo do vírus da COVID-19 e a adesão e a intenção de partilha de informações falsas ou não comprovadas nas redes sociais, assim como as influências cognitivas e políticas que podem afetar este relacionamento. Neste sentido, averiguou-se que, ao contrário do previsto, quanto maior a ameaça sentida, menor a adesão e a partilha de notícias falsas pela internet. Porém, como previsto, a influência EME mediou a relação entre o facto de o participante sentir medo e partilhar informações falsas.

Constatou-se que a tendência política é uma variável fortemente preditora do medo do vírus da COVID-19 (quanto mais conservador, menor o medo sentido) e do EME (quanto mais conservador, maior o efeito do EME). O EME é o que mais influencia a adesão e intenção de partilha dos conteúdos falsos (quanto maior o efeito, maior a adesão e a partilha), sendo que o modelo que melhor funciona tanto na adesão como na partilha assevera que quanto mais conservador um participante se considera, maior será o EME, e, consequentemente, maior será a intenção de partilha.

Relativamente ao facto de que quanto menor o medo sentido do vírus da COVID-19, mais à direita do espectro político o participante se considera, isto poderá ser devido a fatores políticos mencionados decorridos no Brasil, durante a época epidémica. Considerando que a tendência política mais a esquerda tende a associar-se a maior medo sentido do vírus, isso pode ser explicado devido ao facto de esta porção da população considerar a gravidade e a complexidade da transmissão do vírus.

Entendendo a intensa dinâmica virtual de partilha de informações no século XXI, assim como o poder que a partilha desenfreada desses conteúdos tem em vulnerabilizar física e psicologicamente os indivíduos pertencentes às sociedades nas quais a internet e a interação virtual se faz constantemente presente, concluiu-se a urgente necessidade de melhoria da literacia em saúde, assim como uma efectiva alfabetização mediática e informacional, considerando a grande exclusão digital de populações específicas que podem ser mais influenciadas por este tipo de conteúdo.

Limitações

O estudo presente possui algumas limitações, nomeadamente a amostra, composta na maioria por mulheres, assim como a falta de validação de algumas medidas usadas neste estudo para a população brasileira – uma vez que não existem questionários robustos sobre as influências cognitivas utilizadas neste estudo.

Outra limitação percebida é referente ao período da recolha de dados. Este processo coincidiu com o ano eleitoral no Brasil, e como o questionário foi lançado e partilhado nas mesmas redes sociais utilizadas por apoiantes e extremistas políticos, surgiram dúvidas dos participantes a respeito do “real objetivo” do estudo. Por este motivo, acredita-se que a polarização política no Brasil pode ter tido um impacto na resposta destes questionários.

Sugestões para Investigações Futuras

Considerando os resultados e conclusões deste estudo relativamente ao impacto da posição política no medo e na adesão e intenção de partilha, assim como o papel mediador da influência cognitiva EME na relação entre a tendência política e a adesão e intenção de partilha de conteúdos falsos nas redes sociais, podem ser pertinentes mais estudos referentes às influências exercidas na esfera virtual, e como as mesmas podem afetar o pensamento crítico e a tomada de decisão, não somente na esfera virtual, mas também na vida real e consequentemente na saúde física e psicológica dos indivíduos.

Com o avanço da inteligência artificial, torna-se importante investigar possíveis estratégias a serem adotadas com o objetivo de educar a população geral (desde o ensino básico, até à população idosa) a distinguir informações, nomeadamente através da análise de diferenças e semelhanças entre notícias/vídeos reais e falsas/os, assim como salientando a importância da pesquisa e do *fact-checking* antes de decidir acreditar e partilhar informações. A prática do *fact-checking* já se mostrou uma prática útil em reduzir a crença em desinformações em diversos países, de forma durável e consistente (Porter & Wood, 2021).

Nesta linha, estudos sobre a popularização ou as dificuldades enfrentadas em popularizar a ação consciente de checar, pesquisar e confirmar - ou não - as informações recebidas no dia a dia também seriam relevantes, considerando os atuais conhecimentos que

existem sobre os hábitos informacionais de controlo de conteúdos dos indivíduos na esfera virtual.

Parece ser necessária, de igual forma, uma maior investigação referente à relação entre a alfabetização mediática, exclusão digital de populações específicas e a partilha de informações falsas nas redes sociais, na tentativa de entender a relação entre estas variáveis, e como podem afetar a saúde mental/física dos indivíduos.

REFERÊNCIAS

- Aguiar, M., Barros, M., Macedo, A., Puccia, M., & Pereira, A. (2021). COVID-19 fear scale – translation and validation into Brazilian portuguese. *J Hum Growth Dev*, 31(3), 376-386. doi:10.36311/jhgd.v31.1260
- Ahorsu, D. K., Lin, C. Y., Imani, V., Saffari, M., Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2022). The fear of COVID-19 scale: development and initial validation. *Int J Ment Health Addict*, 20(3), 1537-1545. doi:10.1007/s11469-020-00270-8
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of economic perspectives*, 31(2), 211-236. doi:10.1257/jep.31.2.211
- Alvi, I., & Saraswat, N. (2021). Motivation versus intention of sharing fake news among social media users during the pandemic. *Journal of Contemporary Eastern Asia*, 20(2), 40–62. doi:10.17477/JCEA.2021.20.2.040
- Arguedas, A. R., Robertson, C. T., Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2022). *Echo chambers, filter bubbles, and polarisation: a literature review*. doi:10.60625/risj-etxj-7k60
- Baptista, A., Carvalho, M., & Lory, F. (2005). O medo, a ansiedade e as suas perturbações. *PSICOLOGIA*, 19(1/2), 267-277. doi:10.17575/rpsicol.v19i1/2.407
- Baptista, J. P., Correia, E., Gradim, A., & Piñeiro-Naval, V. (2021). The influence of political ideology on fake news belief: the portuguese case. *Publications*, 9(2). doi:10.3390/publications9020023
- Basol, M., Roozenbeek, J., & Linden, S. v. (2020). Good news about Bad News: Gamified inoculation boosts confidence and cognitive immunity against fake news. *J Cogn*, 10(3), 2. doi:10.5334/joc.91
- Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). "I don't want to miss a thing": adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1-8. doi:10.1016/j.chb.2016.05.083
- Bortone, E. (2021). O governo Jair Bolsonaro e os empresários da indústria farmacêutica. *Revista Marx e o Marxismo - Revista do NIEP-Marx*, 9(17), 246-270. doi:10.62782/2318-9657.2021.447

- Calvillo, D., Ross, B., Garcia, R., Smelter, T., & Rutchick, A. (2020). Political ideology predicts perceptions of the threat of COVID-19 (and susceptibility to fake news about it). *Social Psychological and Personality Science*, 11(8), 1119–1128. doi:10.1177/1948550620940539
- Cardoso, G., Baldi, V., Pais, P. C., Paisana, M., Quintanilha, T. L., & Couraceiro, P. (2018). *As Fake News numa sociedade pós-verdade. Contextualização, potenciais soluções e análise*. Lisboa: Relatórios OberCom. ISSN 2182-6722
- Carlson, M. (2018). Fake news as an informational moral panic: the symbolic deviancy of social media during the 2016 US presidential election. *Information, Communication & Society*, 23(3), 374-388. doi:10.1080/1369118X.2018.1505934
- Castelli-Rosa, M., & Lins, M. (2023). 'WhatsApp aunts': ageism, sexism, and the marginalisation of older people in brazilian politics. Em N. Haring, R. Maierhofer, & B. Ratzenböck (Edits.), *Gender and age/aging in popular culture* (Vol. 22, pp. 153-177). doi:10.14361/9783839462423-009
- Cover, R., Haw, A., & Thompson, J. D. (2022). *Fake news in digital cultures: technology, populism and digital misinformation*. emerald insight. ISBN 978-1-80117-877-8
- de Medeiros, P. M., & Muniz de Medeiros, P. (2022). Fake news mediate the relationship between sociopolitical factors and vaccination intent in Brazil. *Health Promot Int*, 37(6), daac110. doi:10.1093/heapro/daac110
- Degerman, D., Flinders, M., & Johnson, M. T. (2023). In defence of fear: COVID-19, crises and democracy. *Critical Review of International Social and Political Philosophy*, 26(6), 788-809. doi:10.1080/13698230.2020.1834744
- Douglas, K. M., & Sutton, R. M. (2018). Why conspiracy theories matter: A social psychological analysis. *European Review of Social Psychology*, 29(1), 256–298. <https://doi.org/10.1080/10463283.2018.1537428>
- Euzébios Filho, A., & Siqueira, G. C. (2023). O "gabinete do ódio" em foco: governo Bolsonaro sob uma ótica psicossocial. *Revista Psicologia Política*, 23(58), 660-675. <https://submission-pepsic.scielo.br/index.php/rpp/article/view/23405/1407>

- Evangelista, R., & Bruno, F. (2019). WhatsApp and political instability in Brazil: targeted messages and political radicalisation. , 8(4). *Internet Policy Review*, 8(4). doi:10.14763/2019.4.1434
- Faro, A., Silva, L., Santos, D., & Feitosa, A. (2022). The fear of COVID-19 scale adaptation and validation . *Estudos De Psicologia (Campinas)*, 39(e200121). doi:https://doi.org/10.1590/1982-0275202239e200121
- Fernandes, S., & Pereira, M. E. (2018). Endogrupo versus Exogrupo: o papel da identidade social nas relações intergrupais. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, 18(1), 30-49. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1808-42812018000100003&lng=pt&tlng=pt
- Ferreira, J., Lima, P., & de Souza, E. (2020). Desinformação, infodemia e caos social: impactos negativos das fake news no cenário da COVID-19. *Em Questão*, 27(1), 30-52. doi:10.19132/1808-5245271.30-53
- Flintham, M., Karner, C., Creswick, H., Bachour, K., Gupta, N., & Moran, S. (2018). Falling for fake news: Investigating the consumption of news via social media. *CHI '18: Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 376, 1 - 10. doi:10.1145/3173574.3173950
- Giotakos, O. (2022). Fake news in the age of COVID-19: evolutionary and psychobiological considerations. *Psychiatriki*, 19(3), 183-186. doi:10.22365/jpsych.2022.087
- González-Sanguino, C., Ausín, B., Castellanos, M. Á., Saiz, J., López-Gómez, A., Ugidos, C., & Muñoz, M. (2020). Mental health consequences during the initial stage of the 2020 Coronavirus pandemic (COVID-19) in Spain. *Brain Behav Immun*, 87, 172-176. doi:10.1016/j.bbi.2020.05.040
- Gottlieb, M., & Dyer, S. (2020). Information and disinformation: social media in the COVID-19 crisis. *Acad Emerg Med*, 27(7), 640-641. doi:10.1111/acem.14036
- Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B., & Lazer, D. (2019). Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election. *Science*, 363(6425), 374-378. doi:10.1126/science.aau2706
- Guess AM, N. B. (2020). Nat Hum Behav. *Exposure to untrustworthy websites in the 2016 US election*, 4(5), 472-480. doi:10.1038/s41562-020-0833-x

- Guess, A., Nagler, J., & Tucker, J. (2019). Less than you think: prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Sci Adv*, 5(1), eaau4586. doi:10.1126/sciadv.aau4586
- Haraki, C. (2021). Estratégias adotadas na América do Sul para a gestão da infodemia da COVID-19. *Rev Panam Salud Publica*, 45, e43. doi:10.26633/RPSP.2021.43
- Hayes, A. F. (2022). Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach (3rd ed.). The Guilford Press. Obtido de ISBN 9781462549030
- Hibbing, J. R., Smith, K. B., & Alford, J. R. (2014). Differences in negativity bias underlie variations in political ideology. *Behavioral and Brain Sciences*, 37(3), 297–350.
- Jolley, D., Douglas, K. M., & Sutton, R. M. (2018). Blaming a few bad apples to save a threatened barrel: The system-justifying function of conspiracy theories. *Political Psychology*, 39(2), 465–478. <https://doi.org/10.1111/pops.12404>
- Jost, J. T., Glaser, J., Kruglanski, A. W., & Sulloway, F. J. (2003). Political conservatism as motivated social cognition. *Psychological Bulletin*, 129(3), 339–375.
- Kahneman, D. (2012). *Thinking, fast and slow*. Penguin Books.
- Khalil, O. A., Khalil, S. d., & Junior, E. C. (2021). Xenofobia: um velho sintoma de um novo coronavírus. *Revista Thema*, 20, 132–142. doi:10.15536/thema.V20.Especial.2021.132-142.1855
- Lalwani, P., Salgado, B., Filho, I., Silva, D., Moraes, T., Barbosa, A. (2021). SARS-CoV-2 seroprevalence and associated factors in Manaus, Brazil: baseline results from the DETECTCoV-19 cohort study. *Int J Infect Dis*, 110, 141-150. doi:10.1016/j.ijid.2021.07.017
- Lazer, D., Baum, M., Benkler, Y., Berinsky, A., Greenhill, K., Menczer, F., Zittrain, J. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096. doi:10.1126/science.aao2998
- Lelisho, M. E., Pandey, D., Alemu, B. D., Pandey, B. K., & Tareke, S. A. (2023). The negative impact of social media during COVID-19 pandemic. *Trends in Psychol*, 31, 123-142. doi:10.1007/s43076-022-00192-5

- Ling, R. (2020). Confirmation bias in the era of mobile news consumption: the social and psychological dimensions. *Digital Journalism*, 8(5), 596–604. doi:10.1080/21670811.2020.1766987
- Martin, N. (2017). Journalism, the pressures of verification and notions of post-truth in civil society. *Cosmopolitan Civil Societies An Interdisciplinary Journal*, 9(2), 41–56. doi:10.5130/ccs.v9i2.5476
- Milhazes-Cunha, J., & Oliveira, L. (2023). Doctors for the truth: echo chambers of disinformation, hate speech, and authority bias on social media. *Societies*, 13(10), 226. doi:10.3390/soc13100226
- Mota, A., Pimentel, S., & Oliveira, A. (2023). Desordens informativas: análise de pronunciamentos de Jair Bolsonaro contra a vacinação de covid-19. *Revista Eletrônica De Comunicação, Informação & Inovação Em Saúde*, 17(2), 311-331. doi:10.29397/reciis.v17i2.3513
- Myers, D. G. (2019). Psychological science meets a gullible post-truth world. Em J. P. Forgas, & R. F. Baumeister, *The social psychology of gullibility: fake news, conspiracy theories, and irrational beliefs* (pp. 77-100). London: Routledge Taylor & Francis Group.
- Ordem dos Psicólogos Portugueses. (2020). Desinformação, fake news e pandemia COVID-19: Os processos cognitivos subjacentes e o papel dos psicólogos. Documentos de Apoio à Prática OPP. https://www.ordemdospsicologos.pt/ficheiros/documentos/opp_desinformacao_fake_news_pandemia_covid19.pdf
- Ornell, F., Schuch, J. B., Sordi, A. O., & Kessler, F. (2020). “Pandemic fear” and COVID-19: mental health burden and strategies. *Brazilian Journal of Psychiatry*, 42(3), 232-235. doi:10.1590/1516-4446-2020-0008
- Oulasvirta, Antti & Rattenbury, Tye & Ma, Lingyi & Raita, Eeva. (2012). Habits make smartphone use more pervasive. *Personal and Ubiquitous Computing*. 16. 105-114. 10.1007/s00779-011-0412-2.
- Peixoto, V., Leal, J., & Marques, L. (2023). O impacto do bolsonarismo na cobertura vacinal de Covid-19 em municípios brasileiros. *Saúde debate [Internet]*, 47(139), 806-17. <https://www.saudeemdebate.org.br/sed/article/view/8398>

- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(5), 388–402. doi:10.1016/j.tics.2021.02.007
- Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, J., & Rand, D. (2020). Fighting COVID-19 misinformation on social media: experimental evidence for a scalable accuracy-nudge intervention. *Psychological science*, 31(7), 770-780.
- Pérez-Fuentes, M. del P., Márquez-Hernández, V. V., Molero-Jurado, M. M., Simón-Márquez, M. M., Gázquez-Linares, J. J., & Sisto, M. (2020). Threat of COVID-19 and emotional state during quarantine: Positive and negative affect as mediators in a cross-sectional study of the Spanish population. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(22), 8560. <https://doi.org/10.3390/ijerph17228560>
- Pinto, A. D. C. (2011). *Psicologia da aprendizagem e memória*. Porto, Portugal: Livpsic-Edições de Psicologia.
- Plous, S. (1993). *The psychology of judgment and decision making*. McGraw-Hill Book Company.
- Porter, E & Wood, T.J. (2021) The global effectiveness of fact-checking: Evidence from simultaneous experiments in Argentina, Nigeria, South Africa, and the United Kingdom, *Proc. Natl. Acad. Sci. U.S.A.* 118 (37) e2104235118, <https://doi.org/10.1073/pnas.2104235118>
- Ren, Z., Dimant, E., & Schweitzer, M. (2023). Beyond belief: how social engagement motives influence the spread of conspiracy theories. *Journal of Experimental Social Psychology*, 104, 104421. doi:10.1016/j.jesp.2022.104421
- Ripoll, L., & Matos, J. M. (2017). Zumbificação da informação: a desinformação e o caos informacional. *Revista Brasileira De Biblioteconomia E Documentação*, 13, 2334–2349.
- Roberto, F., Tavares, M., de Araújo, P., Freitas, M., & Cestari, J. (2022). A busca de informação sobre covid-19 na web: uma perspectiva cibernétrica. *Reciis – Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde*, 16(1), 48-63. doi:10.29397/reciis.v16i1.2381
- Rocha, Y. M., de Moura, G. A., Desidério, G. A., Oliveira, C. d., Lourenço, F., & Nicolete, L. (2023). The impact of fake news on social media and its influence on health during the

- COVID-19 pandemic: a systematic review. *J Public Health (Berl.)*, 31, 1007–1016. doi:10.1007/s10389-021-01658-z
- Salvi C, Iannello P, Cancer A, McClay M, Rago S, Dunsmoor JE and Antonietti A (2021) Going Viral: How Fear, Socio-Cognitive Polarization and Problem-Solving Influence Fake News Detection and Proliferation During COVID-19 Pandemic. *Front. Commun.* 5:562588. doi: 10.3389/fcomm.2020.562588
- Shklar, J. N. (1989). The liberalism of fear . Em N. L. Rosenblum (Ed.), *Liberalism and the moral life* (pp. 21-38). Harvard University Press.
- Silva, E. A. (2021). Trump, do negacionismo climático à operation warp speed: crise, mobilizações e a politização da vacina nos Estados Unidos. *revista tempo do mundo*, 26, 281-311. doi:10.38116/rtm26art8
- Silverman, C., & Alexander, L. (2016). How teens in the balkans are duping Trump supporters with fake news. *BuzzFeed News*. <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/how-macedonia-became-a-global-hub-for-pro-trump-misinfo>
- Sunstein, C. R., & Vermeule, A. (2009). Conspiracy theories: Causes and cures. *Journal of Political Philosophy*, 17(2), 202-227
- Talwar, S., Dhir, A., Kaur, P., Zafar, N., & Alrasheedy, M. (2019). Why do people share fake news? Associations between the dark side of social media use and fake news sharing behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 72-82. doi:10.1016/j.jretconser.2019.05.026
- Tandoc, E. C. (2019). The facts of fake news: A research review. *Sociology Compass*, 13(9), e12724. doi:10.1111/soc4.12724
- Tandoc, E., Lee, J., Chew, M., Tan, F. X., & Goh, Z. H. (2021). Falling for fake news: the role of political bias and cognitive ability. *Asian Journal of Communication*, 31(4), 237-253. doi:10.1080/01292986.2021.1941149
- Tandoc, E., Lim, Z., & Ling, R. (2017). Defining “Fake News”: a typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. doi:10.1080/21670811.2017.1360143
- Terren, L., & Borge-Bravo, R. (2021). Echo chambers on social media: a systematic review of the literature. *Review of Communication Research*, 9, 99-118.

- UCLA. (2021). *Introduction to mediation models with the process macro in SPSS*. Obtido de Advanced research computing. Statistical methods and data analysis: <https://stats.oarc.ucla.edu/other/mult-pkg/seminars/spss-process/>
- Vannucci, A., Flannery, K. M., & Ohannessian, C. M. (2017). Social media use and anxiety in emerging adults. *J Affect Disord*, 207, 163-166. doi:10.1016/j.jad.2016.08.040
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*(359), 1146–1151.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe report DGI (2017)09.
- WHO. (2022). *Infodemics and misinformation negatively affect people's health behaviours, new WHO review finds*. <https://www.who.int/europe/news/item/01-09-2022-infodemics-and-misinformation-negatively-affect-people-s-health-behaviours--new-who-review-finds>
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9(2, Pt.2), 1–27. <https://doi.org/10.1037/h0025848>

ANEXOS

I Consentimento Informado

INFORMAÇÕES AOS PARTICIPANTES

Q1 Consentimento Informado

Introdução e Contexto: No âmbito do Mestrado em Psicologia, na Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto (FPCEUP), o(a) convido a participar no estudo desenvolvido pela estudante Raíssa Lorensatto Corrêa, sobre a ameaça sentida pelo vírus da COVID-19 e sua relação com a adesão e compartilhamento de informações relacionadas ao vírus da COVID-19 e ao contexto pandêmico.

Objetivos do estudo: O objetivo deste estudo é compreender melhor como se dão os processos psicossociais subjacentes envolvidos na adesão e compartilhamento de informações relacionadas ao vírus da COVID-19, assim como a relação existente entre a ameaça em relação ao vírus da COVID-19 e a adesão e compartilhamento de informações específicas sobre o contexto pandêmico.

Procedimentos: A participação neste estudo envolve responder a perguntas sobre o stress sentido em relação ao vírus da COVID-19, sobre a sua opinião relativamente a adesão e ao compartilhamento de informações específicas relacionadas ao vírus da COVID-19 e ao contexto pandêmico, assim como alguns dados pessoais como sua idade, sexo, escolaridade, orientação política, religiosidade e nível sócio-econômico.

Tempo médio de resposta: 15 minutos.

Elegibilidade: Poderá participar deste estudo qualquer adulto maior de 18 anos e de nacionalidade brasileira.

Riscos e benefícios: Não há nenhum risco envolvido em sua participação neste estudo, assim como não há nenhum benefício pessoal que o afete diretamente, porém, esperamos que sua participação neste estudo seja informativa e reflexiva e que os resultados deste estudo nos ajude

a conhecer e entender melhor os processos psicológicos subjacentes a certos fenômenos sociais atuais e significativos do cotidiano.

Pagamento ou compensação: Não há nenhum tipo de incentivo financeiro atrelado a sua participação neste estudo, não havendo qualquer tipo de pagamento ou recompensa material.

Participação voluntária: A participação nesta investigação tem um carácter voluntário, pelo que pode escolher não participar ou decidir interromper o preenchimento do questionário, a qualquer momento, se assim o entender, sem ter que dar explicações e sem nenhuma consequência atrelada a esta decisão.

Confidencialidade e anonimato: É importante ressaltar que todos os dados recolhidos são anónimos e confidenciais, e em nenhum momento será pedido seu nome ou qualquer dado que possa lhe identificar, seu anonimato estará sempre garantido. Os dados recolhidos serão analisados de forma conjunta, ou seja, não será analisada a resposta de um participante individualmente, mas sim as respostas de todos os participantes simultaneamente. A identificação de cada participante para o investigador se dará através de códigos alfabéticos ou numéricos escolhidos aleatoriamente e de forma automática pelo software que será utilizado para responder ao questionário. Após a submissão do questionário, não será possível a identificação dos participantes, e por este motivo os participantes não terão mais direitos de acesso ou retificação relativamente às suas respostas.

Responsável pelo tratamento e proteção de dados: A responsável pelo tratamento e proteção dos dados recolhidos para este estudo será a estudante Raíssa Lorensatto Corrêa, que se compromete a respeitar e a salvaguardar a privacidade e confidencialidade das suas respostas; assegurar a proteção dos seus dados pessoais, respeitando as normas e orientações nacionais e europeias aplicáveis ao seu tratamento e armazenamento.

Armazenamento e tratamento dos dados: As suas respostas serão gravadas numa base de dados para tratamento estatístico. Apenas os membros da equipe de investigação responsáveis por este estudo terão acesso a esta base de dados. Os dados serão armazenados e conservados apenas pelo período necessário para cumprir as finalidades que motivaram a sua recolha e tratamento, ou após cinco anos da conclusão da recolha de dados, os mesmos serão confidencialmente destruídos.

Finalidade do tratamento de dados e disseminação dos resultados: A recolha e tratamento de dados é, exclusivamente, para fins de investigação científica. Os resultados finais do estudo

poderão ser publicados em revistas científicas e jornais acadêmicos, ou apresentados em seminários, conferências, aulas ou outras atividades acadêmicas, nos quais serão apenas mencionados os resultados de forma agregada e nunca de forma individual. A estudante assegura que os seus dados não serão tratados para outras finalidades que não as previamente indicadas. A base de dados de tratamento estatístico poderá ser eventualmente exigida pela revista científica para publicação dos resultados. Nesses casos, a base de dados de tratamento estatístico terá de ser partilhada com os responsáveis da revista científica.

Contactos: Para esclarecer qualquer questão acerca deste estudo poderá contactar a estudante Raíssa Lorensatto Corrêa, através do endereço eletrónico raissalorensatto@gmail.com.

Declaro que tenho 18 anos ou mais; li e compreendi as informações acima e aceito participar de livre vontade neste estudo, assim como autorizo a recolha, tratamento e armazenamento dos dados pessoais acima identificados para o fim a que se destinam – investigação científica. Declaro também que estou de acordo com o modo de disseminação dos resultados.

- ☐ Eu concordo, iniciar estudo (1)
- ☐ Eu não concordo, não desejo participar (2)

II Questionário

Questões Socioeconômicas

Q2 Qual seu gênero:

- Feminino
- Masculino
- Outro

Q3 Qual a sua idade: _____

Q4 Qual a sua escolaridade:

- Ensino fundamental
- Ensino médio
- Ensino superior

Q5 Indique, de 1 (Extrema-direita) a 7 (Extrema-esquerda) qual sua posição política:

- 1 - Extrema Direita
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 - Extrema Esquerda

Q6 O quanto se considera uma pessoa religiosa:

- 1 - Nada religiosa
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 - Muito religiosa

Q7 Considera o seu estatuto socioeconômico, quando comparado ao do restante da população onde vive:

- 1 - Muito inferior
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 - Muito superior

Escala de Medo da COVID-19

Q8 Abaixo são apresentadas algumas frases a respeito da COVID-19. Leia cada uma delas e, de 1 (Discordo fortemente) a 7 (Concordo fortemente), escolha a opção que melhor descreve a sua opinião.

	1	2	3	4	5	6	7
Eu tenho muito medo da COVID-19. (Q8_1)							
Pensar sobre a COVID-19 me deixa desconfortável. (Q8_2)							
Minhas mãos ficam úmidas/frias quando penso na COVID -19. (Q8_3)							
Eu tenho medo de morrer por causa da COVID-19. (Q8_4)							
Eu fico nervoso/a ou ansioso/a quando vejo notícias nos jornais e nas redes sociais sobre a COVID-19. (Q8_5)							
Não consigo dormir porque estou preocupado/a em ser infectado pela COVID-19. (Q8_6)							
Meu coração dispara ou palpita quando penso em ser infectado/a pela COVID-19 (Q8_7)							

Afirmações Falsas ou Não Comprovadas, Adesão, Intenção de Partilha e Influências Cognitivas

Q9 Leia atentamente a seguinte afirmação e responda as questões:

A COVID-19 não foi criada em laboratório como uma arma biológica e disseminada de forma intencional com o objetivo de diminuir a população; ela é uma doença infecciosa que teve origem e se disseminou de forma natural.

Indique em que medida concorda com a afirmação acima:

- 1 - Discordo totalmente
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 - Concordo totalmente

Q10 Indique em que medida compartilharia esta informação nas suas redes sociais ou grupos de mensagens:

- 1 - Não compartilharia com ninguém
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 - Compartilharia com muitas pessoas

Q11 Indique, de 1 a 7, o quanto concorda com as seguintes afirmações sobre os motivos que podem o levar a compartilhar a afirmação acima:

	1	2	3	4	5	6	7
Eu já ouvi ou li sobre isso mais de uma vez, portanto não deve ser mentira. (Q11_1)							
Porque a mensagem vai ao encontro do que acredito e com o que acho certo. (Q11_2)							
Como forma de brincadeira, no sentido de debochar ou ironizar a mensagem da informação. (Q11_3)							
Por ser um assunto popular no momento, acredito que terá muitas interações. (Q11_4)							

É uma informação relevante que as pessoas precisam saber. (Q11_5)							
Várias pessoas que conheço estão compartilhando esta informação, sinto que devo compartilhar também. (Q11_6)							
Pessoas próximas de mim e em quem eu confio acreditam também nesta informação, então julgo ser verdadeira. (Q11_7)							

Q12 Leia atentamente a seguinte afirmação e responda as questões:

O vírus da COVID-19 foi criado e disseminado pela China com o intuito de controle econômico e social.

Indique em que medida concorda com a afirmação acima:

- 1 - Discordo totalmente
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 - Concordo totalmente

Q13 Indique em que medida compartilharia esta informação nas suas redes sociais ou grupos de mensagens:

- 1 - Não compartilharia com ninguém
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 - Compartilharia com muitas pessoas

Q14 Indique, de 1 a 7, o quanto concorda com as seguintes afirmações sobre os motivos que podem o levar a compartilhar a afirmação acima:

	1	2	3	4	5	6	7
--	---	---	---	---	---	---	---

Eu já ouvi ou li sobre isso mais de uma vez, portanto não deve ser mentira. (Q14_1)							
Porque a mensagem vai ao encontro do que acredito e com o que acho certo. (Q14_2)							
Como forma de brincadeira, no sentido de debochar ou ironizar a mensagem da informação. (Q14_3)							
Por ser um assunto popular no momento, acredito que terá muitas interações. (Q14_4)							
É uma informação relevante que as pessoas precisam saber. (Q14_5)							
Várias pessoas que conheço estão compartilhando esta informação, sinto que devo compartilhar também. (Q14_6)							
Pessoas próximas de mim e em quem eu confio acreditam também nesta informação, então julgo ser verdadeira. (Q14_7)							

Q15 Leia atentamente seguinte afirmação e responda as questões:

Os efeitos do vírus da COVID-19 não são diferentes de uma gripe normal, os governos é que estão a usá-lo para controlar a população.

Indique em que medida concorda com a afirmação acima:

- 1 - Discordo totalmente
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 - Concordo totalmente

Q16 Indique em que medida compartilharia esta informação nas suas redes sociais ou grupos de mensagens:

- 1 - Não compartilharia com ninguém
- 2
- 3
- 4

- 5
- 6
- 7 - Compartilharia com muitas pessoas

Q17 Indique, de 1 a 7, o quanto concorda com as seguintes afirmações sobre os motivos que podem o levar a compartilhar a afirmação acima:

	1	2	3	4	5	6	7
Eu já ouvi ou li sobre isso mais de uma vez, portanto não deve ser mentira. (Q17_1)							
Porque a mensagem vai ao encontro do que acredito e com o que acho certo. (Q17_2)							
Como forma de brincadeira, no sentido de debochar ou ironizar a mensagem da informação. (Q17_3)							
Por ser um assunto popular no momento, acredito que terá muitas interações. (Q17_4)							
É uma informação relevante que as pessoas precisam saber. (Q17_5)							
Várias pessoas que conheço estão compartilhando esta informação, sinto que devo compartilhar também. (Q17_6)							
Pessoas próximas de mim e em quem eu confio acreditam também nesta informação, então julgo ser verdadeira. (Q17_7)							

Q18 Leia atentamente a seguinte afirmação e responda as questões:

As vacinas contra o vírus da COVID-19 que são feitas a partir de RNA não tem a capacidade de alterar o DNA humano.

Indique em que medida concorda com a afirmação acima:

- 1 - Discordo totalmente
- 2

- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 - Concordo totalmente

Q19 Indique em que medida compartilharia esta informação nas suas redes sociais ou grupos de mensagens:

- 1 - Não compartilharia com ninguém
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 - Compartilharia com muitas pessoas

Q20 Indique, de 1 a 7, o quanto concorda com as seguintes afirmações sobre os motivos que podem o levar a compartilhar a afirmação acima:

	1	2	3	4	5	6	7
Eu já ouvi ou li sobre isso mais de uma vez, portanto não deve ser mentira. (Q20_1)							
Porque a mensagem vai ao encontro do que acredito e com o que acho certo. (Q20_2)							
Como forma de brincadeira, no sentido de debochar ou ironizar a mensagem da informação. (Q20_3)							
Por ser um assunto popular no momento, acredito que terá muitas interações. (Q20_4)							
É uma informação relevante que as pessoas precisam saber. (Q20_5)							
Várias pessoas que conheço estão compartilhando esta informação, sinto que devo compartilhar também. (Q20_6)							

Pessoas próximas de mim e em quem eu confio acreditam também nesta informação, então julgo ser verdadeira. (Q20_7)							
--	--	--	--	--	--	--	--

Q21 Leia atentamente a seguinte afirmação e responda as questões:

Medicamentos como hidroxicloroquina, azitromicina e ivermectina são muito úteis no tratamento preventivo da COVID-19.

Indique em que medida concorda com a afirmação acima:

- 1 - Discordo totalmente
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 - Concordo totalmente

Q22 Indique em que medida compartilharia esta informação nas suas redes sociais ou grupos de mensagens:

- 1 - Não compartilharia com ninguém
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 - Compartilharia com muitas pessoas

Q23 Indique, de 1 a 7, o quanto concorda com as seguintes afirmações sobre os motivos que podem o levar a compartilhar a afirmação acima:

	1	2	3	4	5	6	7
Eu já ouvi ou li sobre isso mais de uma vez, portanto não deve ser mentira. (Q23_1)							
Porque a mensagem vai ao encontro do que acredito e com o que acho certo. (Q23_2)							

Como forma de brincadeira, no sentido de debochar ou ironizar a mensagem da informação. (Q23_3)							
Por ser um assunto popular no momento, acredito que terá muitas interações. (Q23_4)							
É uma informação relevante que as pessoas precisam saber. (Q23_5)							
Várias pessoas que conheço estão compartilhando esta informação, sinto que devo compartilhar também. (Q23_6)							
Pessoas próximas de mim e em quem eu confio acreditam também nesta informação, então julgo ser verdadeira. (Q23_7)							

Q24 Leia atentamente a seguinte afirmação e responda as questões:

O uso obrigatório das máscaras de proteção exigidos pelos governos não passa de uma tentativa de controle social, ferindo a liberdade de expressão e de escolha individual. Além de não proteger contra o vírus, causa também sequelas respiratórias.

Indique em que medida concorda com a afirmação acima:

- 1 - Discordo totalmente
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 - Concordo totalmente

Q25 Indique em que medida compartilharia esta informação nas suas redes sociais ou grupos de mensagens:

- 1 - Não compartilharia com ninguém
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 - Compartilharia com muitas pessoas

Q26 Indique, de 1 a 7, o quanto concorda com as seguintes afirmações sobre os motivos que podem o levar a compartilhar a afirmação acima:

	1	2	3	4	5	6	7
Eu já ouvi ou li sobre isso mais de uma vez, portanto não deve ser mentira. (Q26_1)							
Porque a mensagem vai ao encontro do que acredito e com o que acho certo. (Q26_2)							
Como forma de brincadeira, no sentido de debochar ou ironizar a mensagem da informação. (Q26_3)							
Por ser um assunto popular no momento, acredito que terá muitas interações. (Q26_4)							
É uma informação relevante que as pessoas precisam saber. (Q26_5)							
Várias pessoas que conheço estão compartilhando esta informação, sinto que devo compartilhar também. (Q26_6)							
Pessoas próximas de mim e em quem eu confio acreditam também nesta informação, então julgo ser verdadeira. (Q26_7)							

