

DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NO CENTRO DE AVALIAÇÃO PSICOLÓGICA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL (UFRGS)¹

Giulia Carvalho dos Santos²

Francielly Maziero³

Lucas Rivelli Ramos³

Denise Balem Yates⁴

Resumo: A divulgação científica em Psicologia tem se destacado pela sua capacidade de promover o conhecimento de forma acessível e educativa ao público leigo, especialmente através das redes sociais. Durante a pandemia de Covid-19 houve um aumento significativo na produção e divulgação de conteúdos científicos para combater a infodemia e promover o aprendizado online. Um exemplo dessa prática ocorre no Centro de Avaliação Psicológica (CAP) da UFRGS, onde a divulgação científica tornou-se parte integrante do ensino-aprendizagem desde 2016. Estudantes de estágio básico e bolsistas são incentivados a criar e disseminar materiais educativos sobre temas psicológicos complexos de maneira simplificada e atraente, utilizando plataformas como Instagram e Facebook. Essas atividades não só contribuem para a educação do público e o combate à desinformação, mas também preparam os futuros profissionais para uma atuação ética e responsável nas redes sociais. Essa habilidade é crucial para garantir que o conhecimento científico seja disseminado de maneira eficaz e benéfica para a sociedade.

Palavras-chave: Avaliação psicológica. Divulgação científica. Redes sociais.

Scientific dissemination at the Psychological Assessment Center (CAP) of the Federal University of Rio Grande do Sul (UFRGS)

Abstract: Scientific communication in Psychology has stood out for its ability to promote knowledge in an accessible and educational way to the general public, especially through social media. During the Covid-19 pandemic, there was a significant increase in the production and dissemination of scientific content to combat the infodemic and promote online learning. An example of this practice can be seen at the Psychological Assessment Center (CAP) of UFRGS, where scientific communication has been integrated into the teaching-learning process since 2016. Basic internship students and scholarship holders are encouraged to create and disseminate educational materials on complex psychological topics in a simplified and engaging manner, using platforms such as Instagram and Facebook. These activities not only contribute to public



¹ Trabalho Selecionado como Destaque no ESEPRS 2023

² Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil.

³ Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil

⁴ Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil. E-mail: denise.yates@ufrgs.br

education and combating misinformation, but also prepare future professionals for ethical and responsible engagement on social media. This skill is crucial to ensure that scientific knowledge is disseminated effectively and beneficially to society.

Keywords: Psychological assessment. Scientific dissemination. Social media.

INTRODUÇÃO

A divulgação científica é uma face da produção científica que vem assumindo grande importância com o maior acesso à informação por meio das tecnologias digitais de informação e comunicação (TDICs). A divulgação ao público leigo de informações científicas tem se tornado um meio tanto de disseminação do conhecimento, como de aprendizado da comunicação através de linguagem simples. Nesse sentido, o conceito de literacia psicológica auxilia a pensar sobre o papel da divulgação científica em psicologia na vida das pessoas: trata-se da capacidade de um indivíduo utilizar os conceitos da psicologia para promover o bem-estar e o desenvolvimento pleno para si mesmo, para seus relacionamentos e para a sociedade em geral (BIZARRO; VASCONCELOS; PIETA, 2023).

Promover literacia psicológica ao público não especializado envolve a habilidade de transmitir informações de forma atrativa, simplificada e acurada - habilidade necessária para estudantes e profissionais em psicologia, tanto oralmente como por mídias digitais e impressas. O exercício da elaboração de materiais de divulgação científica como forma de aprendizado de comunicação com o público vem se mostrando mais frequente em contextos universitários (OLIVEIRA, 2021; SANTOS; COUTO, 2022; YATES et al., 2023), especialmente após o início da pandemia de Covid-19 (Gorla et al., 2021). Nesse período, ocorreu uma abundância de informação e desinformação - fenômeno nomeado pela Organização Mundial de Saúde como infodemia (PAHO, 2020a).

Naquele período de excepcionalidade as instituições de ensino em diversos países cancelaram ou adiaram as atividades presenciais, fazendo com que fossem criadas alternativas às acadêmicas (de ensino, pesquisa, extensão) e administrativas (ALENCAR et al., 2020). As estratégias de divulgação científica foram uma das iniciativas para combater a infodemia e auxiliar no controle da pandemia. Além do objetivo específico de evitar a desinformação e promover a disseminação de informações qualificadas referentes à Covid-19, as estratégias de divulgação científica via redes sociais têm se intensificado nos cursos de saúde do ensino superior como forma de promover o aprendizado dos estudantes (ALENCAR et al., 2020; DIAS et al., 2020; FREITAS et al., 2021).

As formas de combate à desinformação não são recentes. Em meados da década de 1960, McGuire (1964) propôs a ideia de inoculação psicológica, com objetivo de estimular resistência à persuasão por informações tendenciosas. A ideia veio do princípio da vacinação para a biologia, quando ocorre a inoculação de um vírus enfraquecido, a fim de estimular a imunização. Nesse sentido, o mesmo aconteceria contra fontes e informações persuasivas inverídicas. Essa teoria foi resgatada para tentar combater a desinformação de assuntos como as alterações climáticas, mas ganhou ainda mais força no pós pandemia da Covid-19 (TRABERG et al., 2022).

Nesse sentido, os mecanismos de combate à desinformação nas redes sociais podem ser tanto as inoculações psicológicas, quanto *Tags* falsas (sinalizadores de conteúdos controversos). Apesar de ambas as intervenções demonstrarem ser eficazes, é possível identificar maior efetividade das inoculações (MCPHEDRAN et al., 2023). Tal achado vai ao encontro do fundamento da teoria de McGuire,

demonstrando a necessidade de produção de conteúdos informativos e de linguagem acessível ao público geral. A oferta desses conteúdos colabora para maior acesso à informação, além de ajudar no controle mais eficiente da desinformação.

Nesse contexto, visto o aumento significativo de profissionais de Psicologia produzindo e divulgando materiais relacionados à área, muitos se questionaram sobre como fazê-lo. Em 2022 o Conselho Federal de Psicologia (CFP) divulgou uma nota técnica com os critérios necessários para as divulgações nas redes sociais. Assim, visou-se instruir os profissionais e evitar a propagação de desinformação. Como destacado na nota e no Código de Ética Profissional do Psicólogo, o profissional possui autonomia para escolher os meios de divulgação e os temas veiculados, desde que esses sejam reconhecidos pela ciência psicológica. Além disso, o CFP também alerta sobre o cuidado de se certificar que as publicações não tenham cunho sensacionalista (CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA, 2022, p.2), ou seja, de maneira tendenciosa, com o intuito de causar fortes reações no receptor da mensagem.

Divulgação Científica no Centro de Avaliação Psicológica da UFRGS (CAP)

No CAP, a divulgação científica passou a ser vista como estratégia de ensino-aprendizagem para os alunos de estágio básico desde 2016. Essa atividade em redes sociais se mostrou especialmente eficaz nos estágios a partir do isolamento físico pela pandemia da Covid-19, quando era necessário promover conteúdos sobre saúde psicológica no período de isolamento e ao mesmo tempo garantir atividades de formação para os estudantes. Nesse processo os alunos do estágio básico e bolsistas de extensão e de iniciação científica foram estimulados a pesquisar, resumir e apresentar temas complexos de forma simples, atrativa e breve (COSTA et al., 2022).

A maioria desses materiais foram desenvolvidos através das seguintes etapas: (1) reunião de supervisão coletiva na qual os estagiários definem, em conjunto com a supervisora, o tema do próximo material a ser desenvolvido; (2) os estagiários definem o que cada um ficará responsável por pesquisar e escrever; (3) uma bolsista de extensão e a supervisora revisam o texto produzido pelos estagiários; (4) após a aprovação do texto ou após as modificações necessárias serem feitas, a bolsista de extensão transforma o texto produzido em uma cartilha digital através da plataforma Canva; (5) a equipe revisa a cartilha final; (6) após a aprovação do material, é definida a data em que ele será publicado nas redes sociais do serviço; (7) por fim, o material é publicado nas plataformas Instagram e Facebook (YATES et al., 2023).

O presente trabalho visa ilustrar como ocorre a elaboração de alguns materiais de divulgação científica em avaliação psicológica (AP) feitos pelos bolsistas e estagiários do CAP. Para isso, foram desenvolvidos vídeos de temas diversos, porém relacionados com AP. Esses vídeos foram publicados nas redes sociais do CAP no período de 13 de junho a 3 de outubro de 2023.

A primeira série de materiais foram 16 vídeos de divulgação de um evento em comemoração aos 20 anos do CAP, que foi fundado em 2003 pela Professora Doutora Denise Ruschel Bandeira. Esses vídeos são depoimentos de pessoas que já passaram pelo CAP como estagiárias, bolsistas, extensionistas e supervisoras. As postagens convidavam o espectador a participar do evento, que ocorreu em 04 de agosto de 2023 e contou com duas mesas-redondas sobre serviços-escola e dois estudos de caso atendidos pelo CAP. Os 16 vídeos contam a experiência vivida dentro do serviço e os impactos dessa experiência na vida profissional dos antigos estagiários e supervisores extensionistas. A série foi pensada com o intuito de aproximar o CAP dos estudantes da graduação de Psicologia da UFRGS e de outras instituições. Pelas métricas do Instagram, o vídeo que teve maior alcance foi visto por 736 contas, das quais 424 não eram

seguidoras do perfil do CAP. Os vídeos tiveram um total de 9.184 visualizações. A disseminação da divulgação do evento auxiliou a atingir pessoas de outras instituições da região Metropolitana de Porto Alegre, o que foi demonstrado pelo público de 90 pessoas que compareceram ao evento presencial.

O segundo material foi um *react* — um vídeo de reação a algum material disponível na internet — a um teste de personalidade por manchas divulgado numa conhecida plataforma *on-line* de testes e *quizzes*, a BuzzFeed. Esse vídeo foi planejado pelas bolsistas e gravado pela coordenadora, que reagiu a esse teste e o usou para trazer uma discussão sobre a banalização dos testes psicológicos e seu uso indevido e irresponsável na internet de maneira criativa, divertida e informativa. Desse modo, o público pode refletir sobre a fidedignidade dos materiais à disposição na internet e, assim, o vídeo auxilia na criação do senso crítico a fim de diferenciar um teste psicológico aprovado pelo CFP de um *quiz* recreativo *on-line*. O vídeo foi muito bem recebido pelos seguidores do Instagram do CAP e contou com 1.773 visualizações.

Por último, foi produzida uma série de vídeos sobre Transtorno do Espectro Autista (TEA) em adultos. A elaboração dos vídeos foi feita por quatro estagiários da modalidade de Estágio Básico do CAP em conjunto com a supervisora local. Foram realizadas reuniões semanais durante os meses de julho, agosto e setembro a fim de discutir os possíveis assuntos a serem abordados. A temática sobre os vídeos produzidos foi escolhida a partir de um panorama sobre conteúdos relacionados ao TEA. Pode-se perceber que grande parte das informações discutidas e divulgadas são focadas em autismo nas fases iniciais da vida, seja como identificar o transtorno desde cedo ou como acolher e incluir crianças autistas em diferentes esferas da sociedade. Pensando em ajudar a suprir essa lacuna, o tema escolhido foi TEA em adultos.

Uma vez discutido e acordado quais seriam os temas, foi possível dividi-los em cinco tópicos, sendo eles: “O que é o Transtorno do Espectro Autista?” seguido por “Como é o TEA em adultos?”, “TEA e trabalho”, “TEA e relações sociais” e “TEA e *masking*/camuflagem”. Cada tema foi designado a um integrante (quatro estagiários e a supervisora). Esses foram responsáveis por consultar a literatura e coletar informações sobre o cotidiano das pessoas com TEA. Foi decidido, então, que cada um deveria elaborar um roteiro de vídeo no formato das redes sociais (como Instagram, TikTok etc.). Os vídeos mais curtos costumam atingir um público mais amplo, motivo pelo qual a duração máxima dos *reels* foi de quatro minutos.

Além disso, foi realizada a adaptação de termos técnico-científicos para uma linguagem mais acessível e cotidiana. Após a elaboração dos esboços dos roteiros, os encontros semanais foram dedicados à revisão, visando reestruturar as informações e tornar a linguagem mais compreensível ao público. Nesse processo, identificou-se o desafio de simplificar as informações sem perder a especificidade dos assuntos.

Com os roteiros finalizados, foi determinada a sequência de postagem de cada vídeo, visando uma abordagem que melhor permitisse ao público assimilar as informações. Optou-se por começar com uma introdução geral sobre o TEA e, de forma progressiva, aprofundar o tema. Cada estagiário ficou responsável pela produção do vídeo correspondente ao roteiro pré definido, utilizando seus celulares para gravação e edição. Os conteúdos foram postados no perfil do Instagram do CAP em forma de *reels*. À época da submissão do resumo ao III Encontro de Serviços-Escola de Psicologia do Rio Grande do Sul (ESEPRS), a série ainda não havia sido publicada por completo. O primeiro foi ao ar dia 05/09/2023 e os demais, a cada semana seguinte. Juntos, os vídeos receberam mais de 5.711 visualizações e 30 comentários.

Discussão e Conclusão

A adequação da linguagem de artigos científicos e a adaptação para o meio leigo de maneira atrativa é uma habilidade necessária na formação de um psicólogo, principalmente após a crescente disseminação de informação pelas redes sociais sobre o tema da saúde mental, sendo elas verdadeiras ou não. Ao divulgar seus trabalhos em uma linguagem de difícil compreensão, os pesquisadores correm o risco de ver seus trabalhos ignorados (VASCONCELLOS, 2003). Incentivar a construção dessa habilidade dentro da universidade como graduando garante que, em sua atuação profissional, o estudante tenha mais facilidade na disseminação de conteúdo de uma forma atrativa e responsável dentro das redes sociais. O entendimento de como funcionam os algoritmos das redes sociais, privilegiando vídeos, atividades com interação, movimento e conteúdos que geram engajamento possibilita a criação de conteúdos atrativos mas ainda assim críticos aos limites do que é benéfico ao público.

O uso da divulgação científica em redes sociais sem conhecimento dos riscos que a banalização de conceitos psicológicos oferece pode levar a infrações éticas. Ainda que existam resoluções de como produzir conteúdo científico sobre psicologia de maneira adequada, como a nota 57660028.000088/2022-46 do CFP (CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA, 2022), a internet é carregada de materiais sem fontes adequadas sobre transtornos mentais e sobre o processo diagnóstico. O uso da linguagem sensacionalista e a atribuição do título de “novidade” a essas informações é capaz de impulsioná-las nas redes sociais, causando o aumento orgânico (ou seja, sem o uso de robôs ou *bots*) da sua divulgação (Vasoughi et al., 2018). O acesso irrestrito a essas informações pode levar a uma preocupação excessiva sobre o estado da saúde mental de algumas pessoas, causando quadros de ansiedade específicos que foram denominados recentemente de cibercondria (do inglês *cyberchondria*) (Vismara et al., 2020). Além disso, a popularização dos conteúdos sensacionalistas sobre transtornos mentais pode levar a uma romantização dos mesmos, levando a população, especialmente a mais jovem, a entender que ter um transtorno é algo a ser desejado como uma estética e uma forma alternativa de expressão pessoal (JADAYEL et al., 2017; VIDAMALY; LEE, 2021).

Além do seu principal objetivo, a disseminação de conteúdos científicos com linguagem adaptada para o público geral, o aprendizado de como realizar divulgação científica em AP exige que os estudantes aprendam sobre a temática a ser produzida. Para essa construção é necessária a busca por artigos científicos e por meios de adaptação da linguagem, tornando-a acessível a todos os públicos, assim, incentivando e educando os estudantes em relação aos temas abordados e em como apresentá-los de maneira criativa e descomplicada, visando a atração de novos públicos que não são da área de psicologia. Tais habilidades são necessárias no trabalho do psicólogo, como forma de adquirir e disseminar conhecimento e consistem em uma forma de preparação dos estudantes para a atuação profissional responsável nas redes sociais.

Referências

ALENCAR, T. D. O. S. et al. Uso de tecnologias digitais na educação interprofissional: experiência do PET-Saúde Interprofissionalidade. **Revista de Divulgação Científica Sena Aires**, v. 9, p. 603-609, 2020.

BIZARRO, L. et al. (2023). Divulgação científica e literacia psicológica: definições e aplicações. In L. Bizarro & M. Vasconcellos (Org.). **Divulgação científica e literacia psicológica**. Hogrefe, 2023. p. 13-27

CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. **Nota Técnica sobre Uso Profissional das Redes Sociais:**

Publicidade e Cuidados Éticos (576600028.000088/2022-46) [Nota técnica]. 2022. Conselho Federal de Psicologia - CFP. <<https://site.cfp.org.br/documentos/nota-tecnica-sobre-uso-profissional-das-redes-sociais-publicidade-e-cuidados-eticos/>>.

COSTA, F. B. et al. Centro de Avaliação Psicológica da UFRGS (CAP). **Seminário de Extensão Universitária da Região Sul–SEURS**. 2022.

DANTAS, L. F. S.; DECCACHE-MAIA, E. Scientific Dissemination in the fight against fake news in the Covid-19 times. **Research, Society and Development**, v. 9, n. 7, p. 1-18, 2020.

FREITAS, V. P. et al. Produção de redes sociais digitais como estratégia de educação em saúde no contexto da pandemia da COVID-19. **Revista de Atenção Primária à Saúde**, v. 24, n. 3, p. 617-627, 2021.

DIAS, P. R. M.; MORAIS, O. J.; GOMES, R. F. L. (2020). Divulgação Científica por Instituições de Ensino Superior: estratégias e práticas discursivas em redes sociais digitais. **XIV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas-Bauru/SP-18 a**, v. 21, n. 5, 2020.

GORLA, J. A. et al. Comunicação social e divulgação científica em tempos de pandemia: Relato de experiência do grupo “Cuidado Sem Limites”. **Cadernos da Pedagogia**, v. 15, n. 31, p. 129-138, 2021.

JADAYEL, R.; MEDLEJ, K.; JADAYEL, J. J. (2017). Mental disorders: A glamorous attraction on social media? **Journal of Teaching and Education**, v. 7, n. 1, p. 465-476, 2017.

MCGUIRE W. J. Inducing resistance to persuasion: Some contemporary approaches. **Advances in Experimental Social Psychology**, v. 1, p. 191–229, 1964.

MCPHEDRAN, R., RATAJCZAK, M., MAWBY, M., KING, E., Yang, Y., & Gold, N. (2023). Psychological inoculation protects against the social media infodemic. *Scientific Reports*, 13(1), 57-80.

OLIVEIRA, A. L. C. D. **Universidades federais brasileiras e a divulgação nas redes sociais: um estudo sobre as estratégias de divulgação científica através das redes sociais**. 2021. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 2021.

PAN AMERICAN HEALTH ORGANIZATION. Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19. **Folheto Informativo Saúde Digital**. 2020. Disponível em:

<https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf>

SANTOS, A. M.; COUTO, M. F. Divulgação científica e da extensão universitária nas redes sociais em contexto da pandemia do covid 19: relato de uma experiência. **EXTRAMUROS: Revista de Extensão da UNIVASF**, v. 10, n. 2, p. 24-39, 2022.

TRABERG, C. S.; ROOZENBEEK, J.; VAN DER LINDEN, S. Psychological inoculation against misinformation: Current evidence and future directions. **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**, v. 700, n. 1, p. 136-151, 2022.

VASCONCELLOS, L. M. Ciência e Linguagem (2003). In.: GRESSLER, L. A. **Introdução à pesquisa: projetos e relatórios**. Edições Loyola, 2003. p. 203-2012.

VASOUGHI, S.; ROY, D.; ARAL, S. The spread of true and false news online. **Science**, v. 359, n. 6380, p. 1146-1151, 2018.

VIDAMALY, S.; LEE, S. L. Young Adults' Mental Illness Aesthetics on Social Media. **International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning**, v. 11, n. 2, p. 13-32, 2021.

Vismara, M. et al. Is cyberchondria a new transdiagnostic digital compulsive syndrome? A systematic review of the evidence. **Comprehensive Psychiatry**, v. 99, p. 152-167, 2020.