

VAMOS FALAR SOBRE

**DESINFORMAÇÃO**

# ÍNDICE

- 03 INTRODUÇÃO
- 04 O QUE É A DESINFORMAÇÃO?
- 08 QUAIS AS RAZÕES PARA ALGUÉM ESPALHAR DESINFORMAÇÃO?
- 09 QUAIS SÃO OS IMPACTOS DA DESINFORMAÇÃO, EM NÓS E NA SOCIEDADE?
- 12 COMO FUNCIONA A DESINFORMAÇÃO?
- 15 O QUE SÃO TEORIAS DA CONSPIRAÇÃO?
- 18 QUAL O PAPEL DAS REDES SOCIAIS NA PROLIFERAÇÃO DE DESINFORMAÇÃO?
- 20 QUEM ESTÁ MAIS VULNERÁVEL À DESINFORMAÇÃO?
- 22 O QUE PODEMOS FAZER PARA NOS PROTEGERMOS DA DESINFORMAÇÃO?
- 27 O QUE PODEMOS FAZER PARA AJUDAR UMA PESSOA QUE ACREDITA EM DESINFORMAÇÃO?
- 29 O QUE PODEM OS PAIS, MÃES E EDUCADORES/AS FAZER PARA AJUDAR CRIANÇAS E ADOLESCENTES A LIDAR COM DESINFORMAÇÃO?
- 31 O QUE PODEM OS PROFESSORES/AS FAZER PARA AJUDAR OS ALUNOS/AS A LIDAR COM DESINFORMAÇÃO?

# INTRODUÇÃO

O acesso à informação está cada vez mais democratizado. Em todo o mundo, milhões de pessoas acedem rapidamente a informação disponível através da internet e das tecnologias digitais (smartphones, tablets, computadores), beneficiando, em simultâneo, dos meios tradicionais, como os jornais, a televisão ou a rá-

dio. Muita desta informação é útil, valiosa e até pode salvar vidas.

Porém, e num fenómeno relativamente recente, também tem aumentado o risco de estarmos expostos a informação factualmente falsa, imprecisa ou intencionalmente enganadora.

**A Desinformação não é um problema novo, mas é um problema urgente.** Ninguém, independentemente do seu nível de escolaridade, idade, género, ou experiência digital, está a salvo da exposição a estes conteúdos. **Afeta-nos a todos e a todas.**

## DESINFORMAÇÃO | ESTATÍSTICAS SOBRE A REALIDADE PORTUGUESA

1 em cada 3 portugueses/as vê informações falsas/erradas quase todos os dias.

Cerca de 81% dos portugueses/as estão preocupados com a sua capacidade para distinguir conteúdo verdadeiro e falso na internet.

Entre os temas onde encontram mais desinformação destacam-se a política (28%), economia e custo de vida (19%), guerras (37%) e imigração (17%).

Estes dados mostram como a **desinformação está massificada** e é motivo de preocupação, alastrando-se à **vida em sociedade**. Demonstram ainda que, quase inevitavelmente, nos **vamos cruzar com alguma informação falsa ou errónea no nosso dia-a-dia**.

As **consequências deste fenómeno são globais** e têm impactos profundos a **nível político, económico, social e**

**ambiental**. O **custo financeiro** da desinformação ascende a **€72 mil milhões anuais**.

Não existe, para já, uma forma de erradicar a desinformação, mas é possível protegermos-nos e protegermos os outros/as, **reforçando as nossas competências a identificá-la e a combatê-la**.

Neste recurso, a Ordem dos Psicólogos Portugueses dá

continuidade ao trabalho realizado no recurso **Desinformação, Fake News e Pandemia COVID-19**, procurando fortalecer as competências de todos nós e, em particular, apoiar as mães, pais, professores/as e educadores/as na tarefa de ajudar as crianças e jovens a navegar a (des)informação disponível nas redes sociais e noutras plataformas digitais.

**EM CONJUNTO, PODEMOS REDUZIR O IMPACTO DA DESINFORMAÇÃO E CONTRIBUIR PARA UMA SOCIEDADE MAIS BEM INFORMADA E PROTEGIDA DOS SEUS PERIGOS.**

VAMOS

# O QUE É A DESINFORMAÇÃO?

FALAR

SOBRE

DESINFORMA

A Desinformação corresponde a **qualquer tipo de conteúdo ou prática que contribua para o aumento de informação falsa, não validada, pouco clara e/ou que tenha a intenção de afastar as pessoas dos factos e da verdade.**

As pessoas podem informar erradamente ou desinformar intencionalmente:

**Informar erradamente.** Transmitir informação errada ou falsa, por acreditar em factos errados. Por exemplo, as pessoas partilham informação errada por acreditarem ser verdade, útil ou interessante, mas sem uma intenção maliciosa de enganar as outras pessoas.

**Desinformar intencionalmente.** Transmitir informação errada ou falsa, de forma deliberada e com intenção de enganar. As motivações podem ser económicas, religiosas, ideológicas, políticas, entre outras.

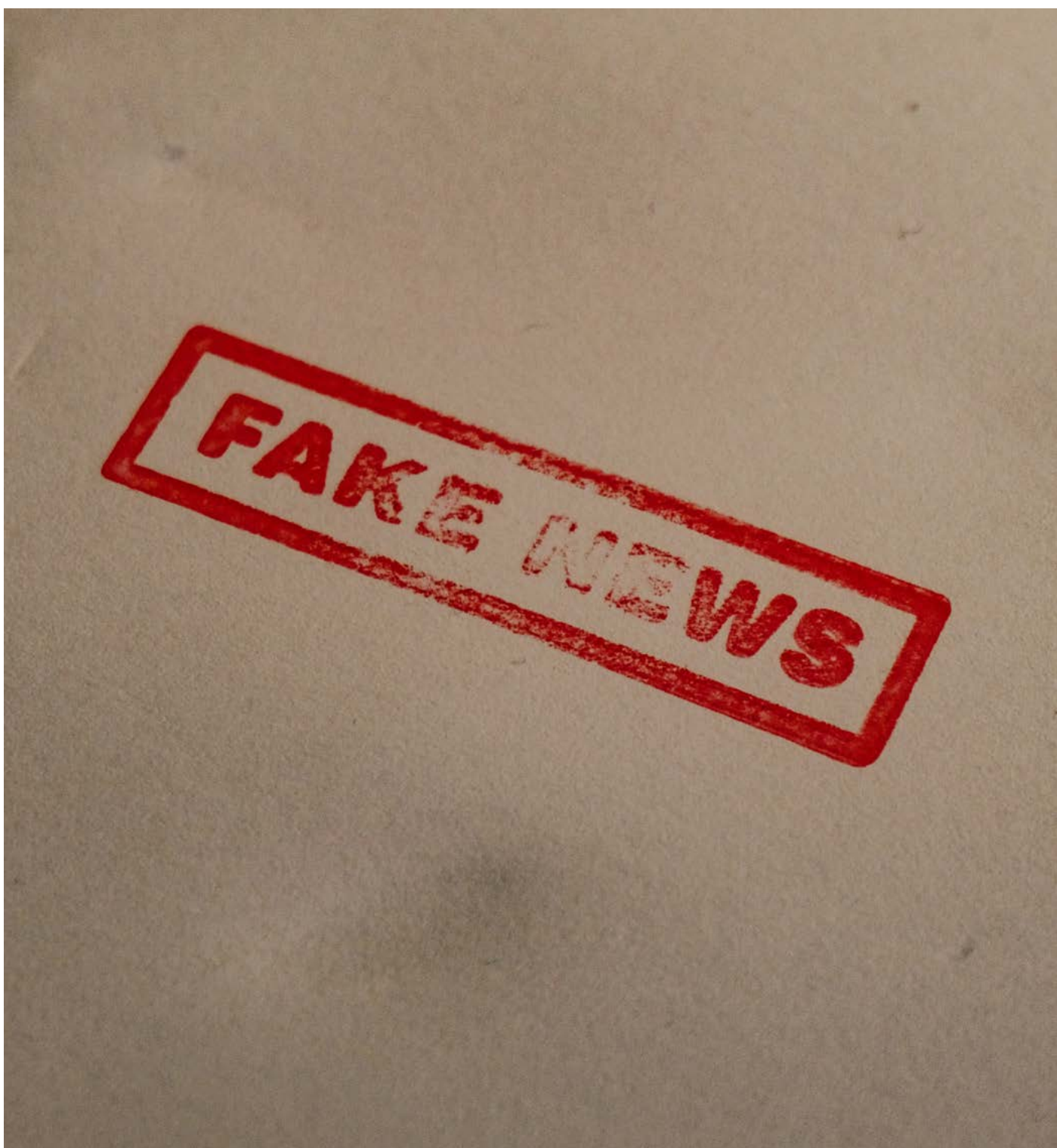
QUALQUER TIPO DE  
CONTEÚDO OU PRÁTICA  
QUE CONTRIBUA  
PARA O AUMENTO DE  
INFORMAÇÃO FALSA,  
NÃO VALIDADA, POUCO  
CLARA E/OU QUE TENHA A  
INTENÇÃO DE AFASTAR AS  
PESSOAS DOS FACTOS E  
DA VERDADE.

Também é útil fazer **distinguir *fake news*** de **desinformação**. As *fake news* referem-se especificamente a notícias falsas que são apresentadas como se fossem verdadeiras, frequentemente com o objetivo de influenciar opiniões, gerar *clicks* ou receitas publicitárias. As ***fake news* são uma forma de desinformação**, mas nem toda a desinformação se apresenta sob a forma de *fake news*.

**Podemos ser expostos a desinformação de muitas formas**, como através de conteúdos

publicados nas redes sociais, anúncios/vídeos/conteúdos gerados por Inteligência Artificial, e-mails de *phishing*, anúncios patrocinados, entre outros formatos.

**Na maior parte das situações, a desinformação não é completamente falsa.** Poderá conter informações que mesmo não sendo tecnicamente falsas, pretendem subtilmente manipular-nos ou enganar-nos de algum modo. Noutras situações, pode chegar-nos informação completamente fabricada.



# Palavras que devemos conhecer e nos ajudam a compreender o que é desinformação:

**Deepfakes** — Vídeos, imagens ou áudios manipulados através de inteligência artificial que colocam alguém a dizer ou a fazer algo que nunca disse ou fez. Por serem tão realistas e poderem simular situações de carácter violento, antedemocrático ou sexual, são muito perigosos.

---

**Bots** — Programas informáticos que atuam automaticamente nas redes sociais ou em sites, publicando comentários ou partilhando conteúdos de forma massiva. São usados para espalhar informação enganosa, amplificar narrativas falsas e influenciar debates como se fossem pessoas reais.

---

**Contas falsas e trolls** — Perfis criados por alguns utilizadores/as para se fazerem passar por outras pessoas, sendo usados para espalhar desinformação. Algumas destas contas são “trolls”, ou seja, são utilizadores/as que fazem publicações provocatórias para enganar, confundir ou incentivar o ódio.

**Conteúdo viral** — Informação (verdadeira ou falsa) que se espalha muito rapidamente na internet, atingindo um grande número de pessoas em pouco tempo.

---

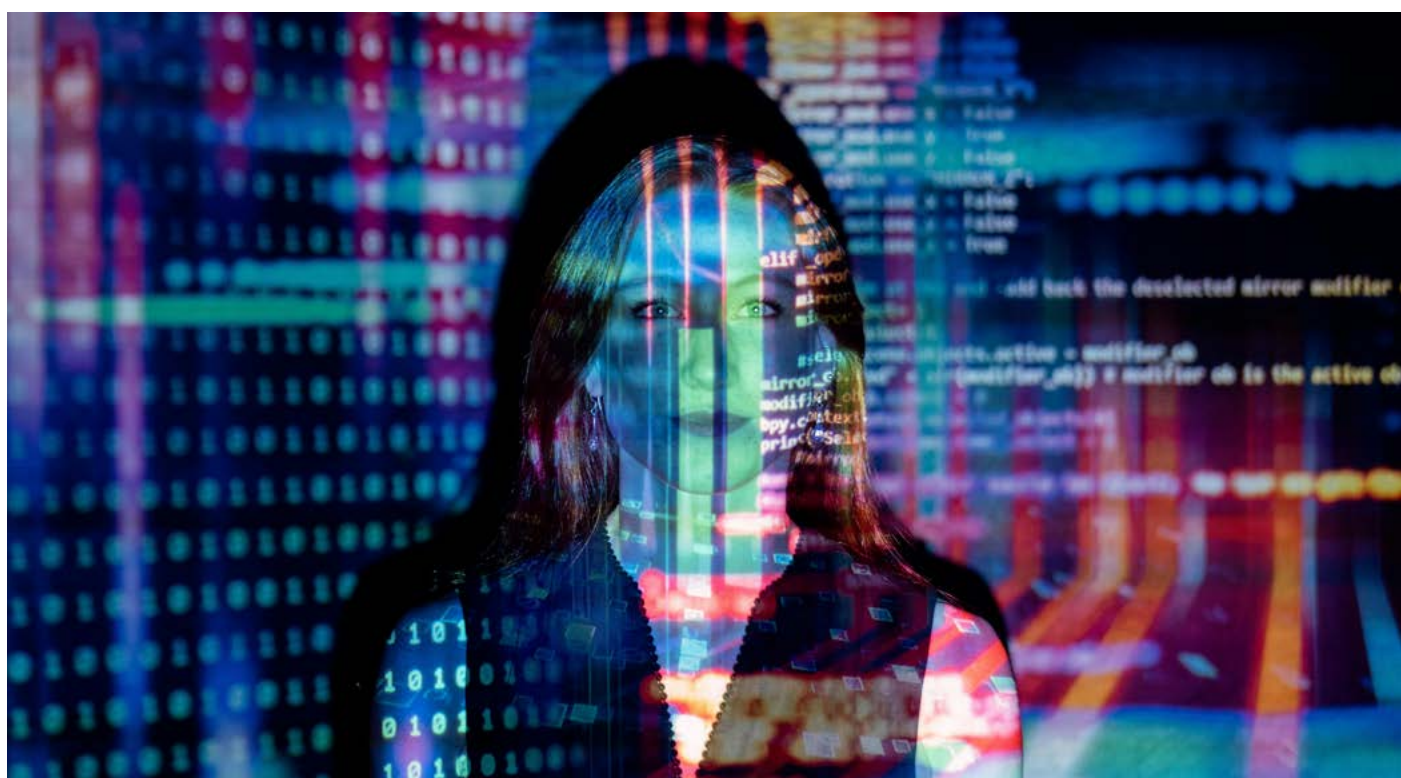
**Clickbait** — Títulos ou imagens exageradas e sensacionalistas que servem para atrair cliques, muitas vezes para conteúdos enganosos ou de baixa qualidade, ajudando o conteúdo a tornar-se viral (ex: “*Isto vai mudar a tua vida para sempre!*”).

---

**Descontextualização** — Quando uma imagem, vídeo ou frase verdadeira é usada num contexto diferente para enganar as pessoas (ex: uma foto antiga é usada para desinformar sobre um acontecimento atual).

---

**Fact-checking** — Processo de verificação de factos que ajuda a confirmar se uma informação é verdadeira ou falsa. Normalmente, é feito por jornalistas ou organizações especializadas.



# MITOS E FACTOS

## FACTO

**Nem toda a informação que está *online* é verdadeira.**

Qualquer pessoa pode publicar conteúdos na internet, sem necessidade de validação. Ao contrário de jornais e revistas científicas, que passam por processos de verificação, muitas páginas, blogs e contas nas redes sociais não têm filtros para garantir a veracidade da informação.

## MITO

**Só as pessoas pouco inteligentes é que acreditam em desinformação.**

A desinformação pode afetar todas as pessoas, independentemente da sua inteligência ou nível de escolaridade. Os estudos mostram que as nossas preferências políticas, emoções fortes e a exposição repetida a uma informação falsa aumentam a probabilidade de acreditarmos nela.

## MITO

**A desinformação vem apenas de perfis falsos e de *bots*.**

Muitas vezes, a desinformação é espalhada por pessoas reais – incluindo pessoas que conhecemos – que acreditam no que partilham e o fazem sem intenção de enganar. O mesmo pode acontecer-nos, isto é, quanto mais a desinformação for ao encontro das nossas crenças e quanto mais confiarmos na pessoa que a partilhou, maior o risco de nós a considerarmos verdadeira e partilharmos também.

## MITO

**Corrigir um amigo/a ou familiar que partilha desinformação é inútil.**

Corrigir pode fazer a diferença, mas deve ser feito com empatia. Algumas investigações mostram que responder com empatia, fornecer uma explicação factual alternativa ou procurar factos em conjunto através de ferramentas de *fact-checking*, pode ajudar a reduzir a crença na desinformação.

## FACTO

**Um conteúdo viral não significa que é verdadeiro.**

A viralidade não significa veracidade. A desinformação muitas vezes espalha-se mais depressa do que os factos, recorrendo a títulos sensacionalistas, apelando às nossas emoções e reforçando aquilo em que já acreditávamos, afastando-nos de perspetivas diferentes das nossas.

# QUAIS AS RAZÕES PARA ALGUÉM ESPALHAR DESINFORMAÇÃO?

AS RAZÕES PARA DIVULGAR DESINFORMAÇÃO SÃO VÁRIAS. AS PESSOAS PODEM PARTILHAR DESINFORMAÇÃO:

... **por brincadeira**, para fazer humor a partir de uma informação. Por exemplo, uma pessoa que vê uma imagem de um croissant gigante em forma de dragão, criada por inteligência artificial e a partilha, por piada.

... **por acreditarem nela**, acabando por disseminar **informação errônea**. Por exemplo, uma pessoa que, depois de ter escutado e acreditado nas teorias que ligavam o 5G ao coronavírus, partilha essa informação nas suas redes sociais.

... **com o objetivo de enganar as pessoas**. Por exemplo, uma pessoa que faz parte de uma agência de desinformação e cria deliberadamente notícias falsas que visam levar os outros/a a pensar de determinada forma ou causar revolta, divisão e medo.

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

... **com o objetivo de fazer dinheiro**. Por exemplo, quando clicamos em anúncios e vídeos com imagens e títulos sensacionalistas estamos, com grande probabilidade, a gerar dinheiro para as pessoas que os criaram.





# QUAIS SÃO OS IMPACTOS DA DESINFORMAÇÃO, EM NÓS E NA SOCIEDADE?



ACREDITAR  
E PARTILHAR  
DESINFORMAÇÃO  
TEM MÚLTIPLAS  
CONSEQUÊNCIAS.

Informações com um intuito manipulador ou falso **condicionam a nossa percepção do mundo, a forma como pensamos e nos comportamos**, e também as escolhas que fazemos, que por exposição repetida, podem tornar-se gradualmente mais difíceis de corrigir.

## DENTRE OS INÚMEROS IMPACTOS DA DESINFORMAÇÃO, DESTACAMOS OS POTENCIAIS IMPACTOS NA NOSSA SAÚDE E NA DEMOCRACIA.

### IMPACTOS NA SAÚDE

Uma **crença forte em desinformação** está ligada a **mudanças na nossa atitude, intenções e comportamentos** em relação à Saúde. A nível da Saúde Pública, a desinformação tem, entre outros, o objetivo de criar discórdia e desconfiança em relação às instituições governamentais, especialistas científicos e organizações de Saúde Pública.

Um exemplo prático e recente do **efeito da ação da desinformação na Saúde é o da Pandemia COVID-19**.

O surgimento da crise epidémica provocou, a nível global, medo, incerteza e dúvidas. Neste período, deparámo-nos com muitas publicações nas redes sociais e mensagens diretas nas quais se levantavam dúvidas sobre os tratamentos, a segurança e eficácia das vacinas, a utilidade do distanciamento social e outras medidas preventivas propostas. O **agravamento das divisões sociais** e o **atraso na adesão à vacinação** também foram consequências da desinformação, resultando, nalgumas situações, em **taxas de mortalidade mais elevadas**.

Os nossos **comportamentos pró-saúde diários**, bem como a adoção de um estilo de vida saudável também são, frequentemente, **ameaçados por conteúdos desinformativos** que circulam nas redes sociais (por exemplo, a realização de escolhas alimentares sem base científica e com potenciais efeitos negativos na saúde).

### IMPACTOS NA DEMOCRACIA

**A política é um dos principais alvos da desinformação**. E as suas consequências podem ser devastadoras para a Democracia, uma vez que as campanhas desinformativas definem como alvo as pessoas em situação mais vulnerável, expondo-as a conteúdos falsos ou errados, muito persuasivos, com o objetivo de influenciar as suas preferências políticas e o seu sentido de voto.

A exposição à desinformação parece apelar ao voto nos partidos políticos populistas e mais extremados.

Um exemplo prático é a forma como, **durante os períodos eleitorais, circulam informações falsas** sobre fraude nas votações, manipulação de resultados ou mesmo sobre candidatos e programas políticos – geralmente apelando a temas como a corrupção, a criminalidade e a insegurança.

Estas campanhas de desinformação espalham desconfiança no sistema democrático, levando algumas pessoas a questionar a legitimidade das eleições. Em alguns casos, esta desconfiança traduz-se em conflitos crescentes entre pessoas de diferentes partidos políticos.

De uma forma mais geral, a **desinformação tem consequências sociais** tais como provocar **desconfiança nos Media, na Ciência e nas instituições sociais**. Envolto nesta desconfiança, podemos tornar-nos mais conflituosos/as, ter medo de pessoas que pertencem a comunidades diferentes da nossa e desejar soluções mais extremas para os problemas que enfrentamos.

É no caos provocado pela desinformação que a **polarização se vai agravando**.

## QUAL É A RELAÇÃO ENTRE A DESINFORMAÇÃO E A POLARIZAÇÃO?

Quando falamos em polarização, falamos na **concentração de ideias, opiniões e crenças em polos opostos**. Por exemplo, quando duas pessoas estão em polos opostos relativamente a uma mesma ideia.

Não é problemático existirem diferenças naquilo que pensamos, o problema está em não conseguir dialogar sobre essas diferenças e em confundirmos factos com opiniões.

A **polarização política** (ou seja, a distância ideológica que separa os diferentes partidos) **tem aumentado**. Mas a polarização política não é necessariamente negativa, as discórdias são saudáveis para a Democracia, e o confronto de opiniões pode ajudar a encontrar alternativas e melhores decisões.

Porém, existe um outro tipo de polarização associada à polarização política – a **polarização afetiva** – que é mais perigosa. A polarização afetiva é a tendência para **não gostar ou desconfiar daqueles que pertencem a outro partido**. Esta polarização pode levar-nos a assumir atitudes mais extremadas, substituindo o confronto entre ideias pelo confronto entre grupos.

O confronto entre grupos – o **“Nós” e o “Eles”** – é reforçado pelo incentivo das pessoas que pertencem ao nosso grupo e que, na maioria das vezes, pensam de forma semelhante à nossa.

Barricados nos nossos grupos, podemos tornar-nos **mais confiantes nas nossas posições, mais predispostos a entrar em confrontos, com sentimentos mais negativos** (e.g., medo, raiva) **em relação às pessoas que pensem de forma diferente** – ou seja, tornamo-nos versões mais extremadas de nós mesmos/as.

O aumento da hostilidade pelas ideias a que nos opomos, dá um incentivo para que os decisores/as políticos/as amplifiquem essa mesma

hostilidade, com as campanhas de desinformação a contribuir para a disseminação das posições antagónicas. Com tudo isto, a Democracia e a nossa capacidade de dialogar são postos em causa.

Entre os **efeitos negativos da polarização** (afetiva e política) podemos destacar:

- **Impactos negativos a nível político.** À medida que a distância entre partidos aumenta, mais difícil é resolver impasses, confrontos e a rigidez partidária, nos governos locais e no Parlamento.

- **Impactos negativos a nível da Saúde (Física e Psicológica).** A polarização pode significar uma obstrução à implementação de legislação e políticas de Saúde Pública ou desencorajar comportamentos pró-Saúde (e.g., vacinação, dieta equilibrada). Afeta ainda as nossas relações; quanto mais polarizados, menos queremos passar tempo com pessoas que pensam de forma diferente ou seguem ideologias diferentes das nossas.

- **Impactos negativos a nível societal.** A polarização alimenta o discurso de ódio contra pessoas e comunidades vulneráveis, minoritárias e marginalizadas, recorrendo ao racismo, sexismo e xenofobia, para criar um clima de violência e tensão social. Em mais do que uma situação, e fruto do incentivo de campanhas de desinformação, ocorreram motins, linchamentos, invasões a instituições democráticas e outros atos extremos de violência.

**A desinformação e a polarização são duas faces da mesma moeda.** A polarização faz com que acreditemos mais em conteúdos desinformativos e os conteúdos desinformativos fazem com que tenhamos atitudes e comportamentos polarizados e polarizadores. Assim, **a polarização e a desinformação reforçam-se mutuamente.**

**A DESINFORMAÇÃO E A POLARIZAÇÃO SÃO DUAS FACES DA MESMA MOEDA.**

# COMO FUNCIONA A DESINFORMAÇÃO?



**Identificar informação errónea/falsa é um desafio exigente e complexo.** Quando recebemos informação nova, a nossa primeira reação é tentar compreendê-la e integrá-la no conhecimento que já temos disponível. Apenas num segundo momento é que tentamos avaliar se esta é verdadeira ou falsa. Ou seja, **verificar a verdade exige um esforço cognitivo adicional**, pelo contrário, aceitar imediatamente a informação como válida é um caminho rápido e automático.

**Avaliar a desinformação** é uma tarefa duplamente complicada. Não só porque processar informação de forma cuidada é uma tarefa exigente, mas especialmente porque os criadores/as de conteúdos enganosos ou falsos **criam a desinformação considerando os fatores psicológicos que nos tornam mais vulneráveis a ela.**

## Estes conteúdos falsos/erróneos, construídos para apelar à nossa atenção, confundir e influenciar as nossas decisões, recorrem a diversas táticas, tais como:

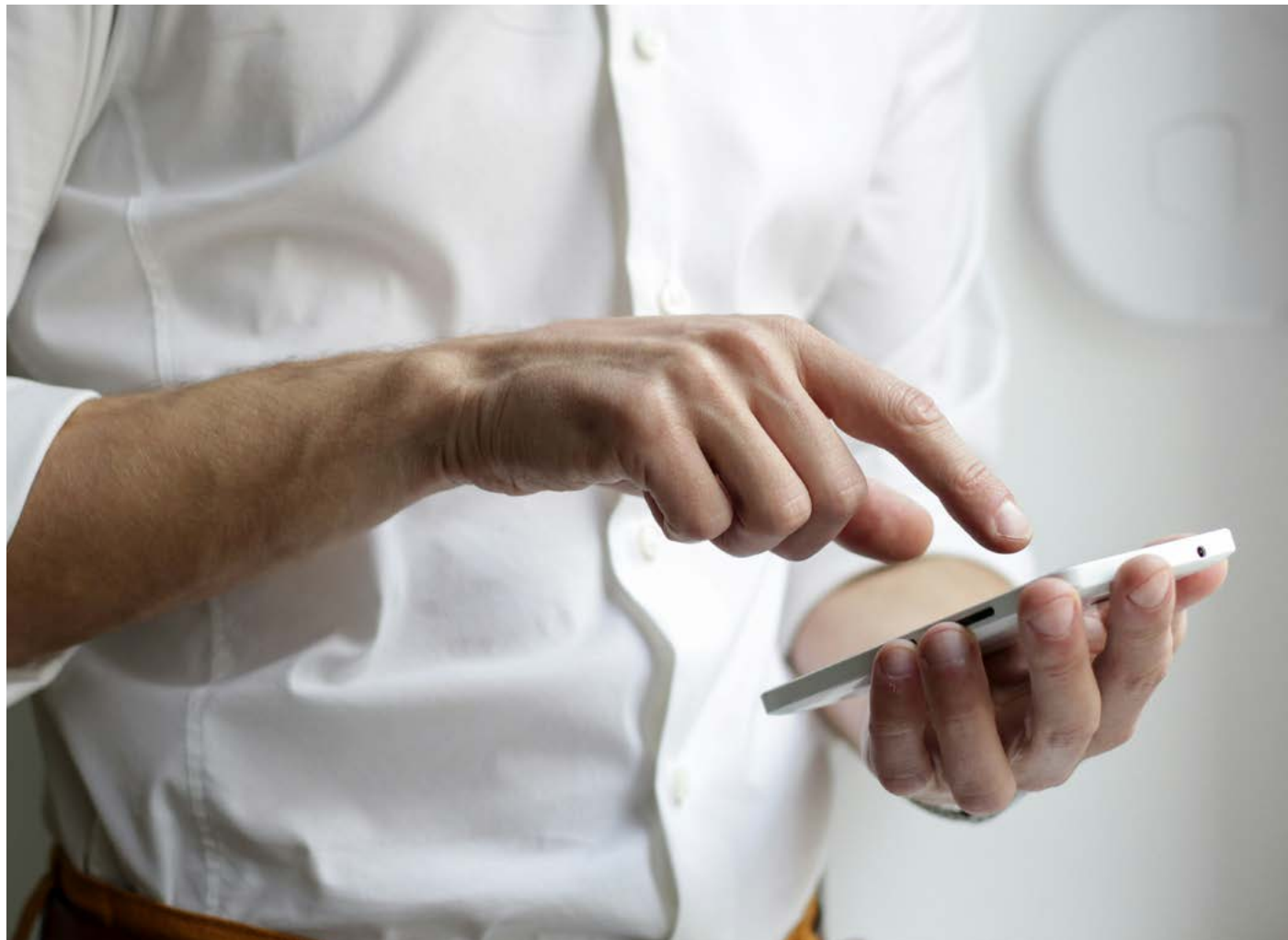
**Atacar posições opostas.** Deturpar posições opostas e atacar/ridicularizar os cétricos/as com linguagem agressiva, depreciativa ou sarcástica.

**Inserir informações surpreendentes.** A nossa atenção é capturada pelo efeito surpresa e chocante da desinformação. Muitas vezes, os conteúdos desinformativos são compostos por informações contraintuitivas, surpreendentes e inesperadas, ainda que falsas. Tudo isto torna muito apelativo dedicar atenção a estas mensagens.

**Sobrecarregar com informação.** Usar um excesso de detalhes para desviar a atenção do ponto principal. No meio de muita informação, torna-se quase impossível fazer uma análise crítica dos dados.

**Mexer com as nossas emoções.** A desinformação não é feita para ser fidedigna. É antes pensada para chocar, fazer sentir medo ou raiva. O objetivo é fazer-nos reagir de uma forma mais emocional do que racional, dificultando o pensamento crítico e promovendo respostas impulsivas.

**Repetir várias vezes a desinformação.** Ler ou ouvir uma afirmação várias vezes, mesmo sendo falsa, faz com que ela soe cada vez mais verdadeira. Por exemplo, inundar várias plataformas com a mesma notícia falsa e as pessoas começarem a partilhá-la repetidamente, aumenta o risco de passarmos a vê-la como verdadeira.



Para além de estarmos conscientes destas estratégias que são utilizadas por quem cria conteúdos desinformativos é necessário, ainda, resistirmos a três armadilhas:



**A tentação de confirmar a nossa visão do mundo.** Temos uma tendência natural para procurar informações que reforcem aquilo em que acreditamos e comprovem que estamos corretos. A desinformação é mais perigosa quando está alinhada com a nossa visão do mundo, fazendo com que a aceitemos fácil, rápida e acriticamente.



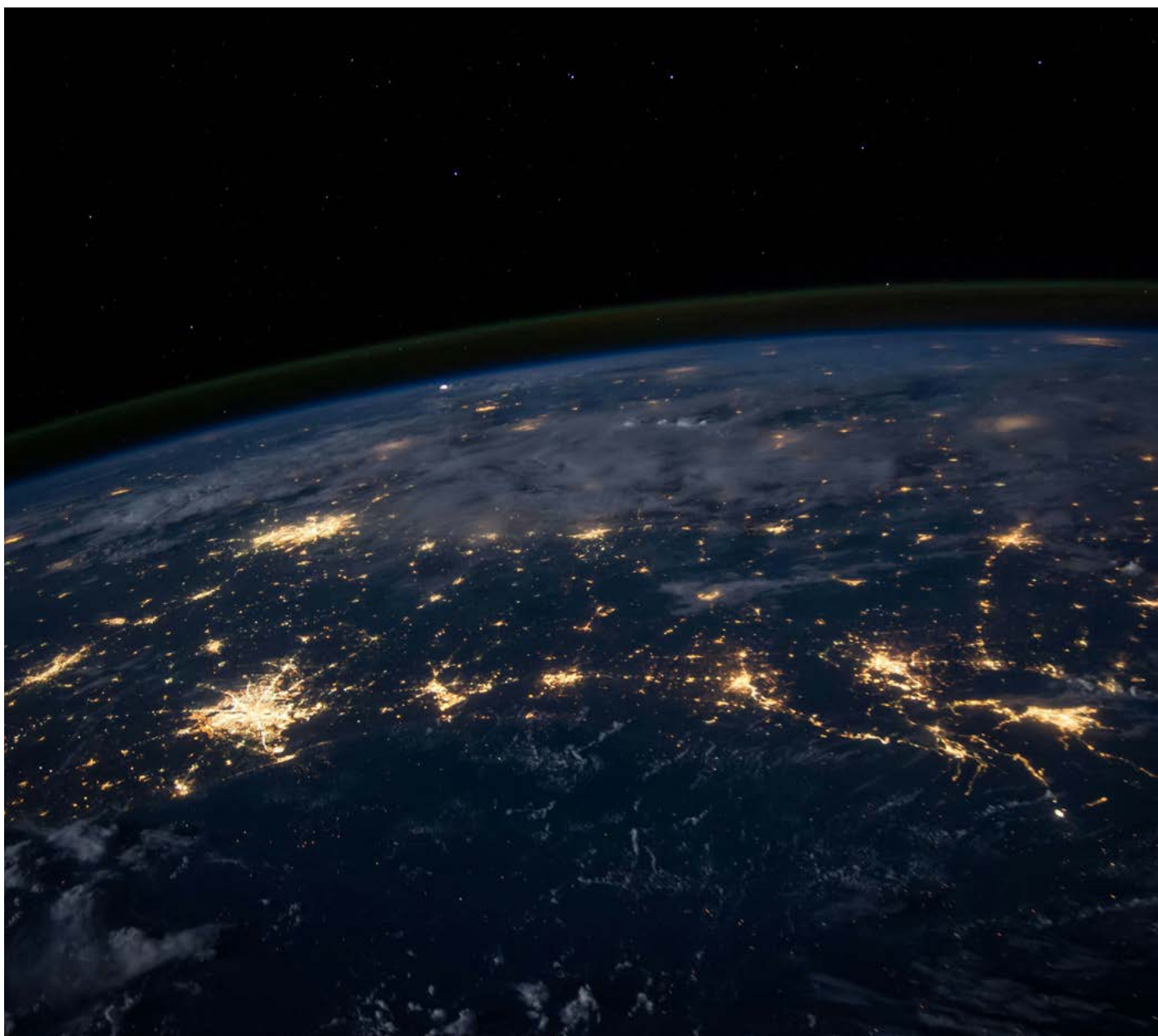
**A tentação de confiar cegamente nas pessoas do nosso grupo.** O mensageiro/a da desinformação também influencia a credibilidade que atribuímos à mensagem. Se esta nos chega a partir de alguém em quem confiamos ou de um grupo a que pertencemos, a nossa predisposição para acreditar naquilo que é dito aumenta exponencialmente.



**A tentação de simplificar aquilo que é complexo.** A desinformação tende a simplificar o mundo – *preto ou branco*. As instituições, pessoas ou assuntos são retratados como sendo sempre bons ou sempre maus, facilitando que as perspetivas diferentes das nossas sejam ignoradas ou consideradas falsas logo à partida.

É importante lembrarmos que todos estes mecanismos estão pensados para capturar a nossa atenção, apelar aos nossos maiores receios e fazer-nos acreditar instintivamente naquilo que é transmitido. Contudo, estando conscientes e procurando resistir às três “armadilhas” podemos mitigar o poder da desinformação.

# O QUE SÃO TEORIAS DA CONSPIRAÇÃO?



As **teorias da conspiração** são **conteúdos desinformativos divulgados por algumas pessoas ou grupos para explicar determinados eventos**. Estas teorias são tendencialmente baseadas em pedaços desconexos de informação e não em factos sólidos.

O lado apelativo destas teorias está no facto de

oferecerem **explicações simples** para fenómenos que na sua maioria são aleatórios ou muito complexos. Podemos acreditar em teorias da conspiração porque elas nos transmitem uma **maior sensação de controlo, fazem-nos sentir seguros/as e mostram que a comunidade com que nos identificamos tem razão**.

## PARA PERCEBERMOS SE UMA PESSOA TEM UM PENSAMENTO ALINHADO COM TEORIAS DA CONSPIRAÇÃO PODEMOS SEGUIR O ACRÓNIMO CONSPIRE.

# C

### **(C)ontradictory/Contradição.**

Quem acredita numa teoria da conspiração pode acreditar em ideias contraditórias. Por exemplo, acreditar que a princesa Diana foi assassinada, tal como considerar possível ter fingido a sua própria morte.

# O

### **(O)verriding suspicion/Suspeição extrema.**

O pensamento conspirativo envolve um ceticismo absoluto em relação à versão oficial dos factos. O grau extremo de suspeição impede a aceitação de qualquer informação que não encaixe na teoria conspirativa.

# N

### **(N)efarious intention/Intenção nefasta.**

As intenções por trás de qualquer conspiração são sempre vistas como maliciosas. Os supostos conspiradores/as nunca têm intenções benignas.

# S

### **(S)omething must be wrong/Algo tem de estar errado.**

Mesmo que uma ideia específica seja refutada, a pessoa que acredita na teoria da conspiração não muda a sua convicção central de que algo deve estar muito errado.

# P

### **(P)ersecuted victim/Vítima perseguida.**

Quem acredita numa teoria da conspiração pode ver-se simultaneamente como vítima de uma perseguição e como heroína/herói corajoso/a.

# I

### **(I)mmune to evidence/Imune à evidência.**

Qualquer evidência que contradiga a teoria da conspiração é reinterpretada como parte da conspiração.

# RE

### **(Re)interpreting randomness/Reinterpretação da aleatoriedade.**

A suspeição extrema leva à crença de que nada acontece por acaso.

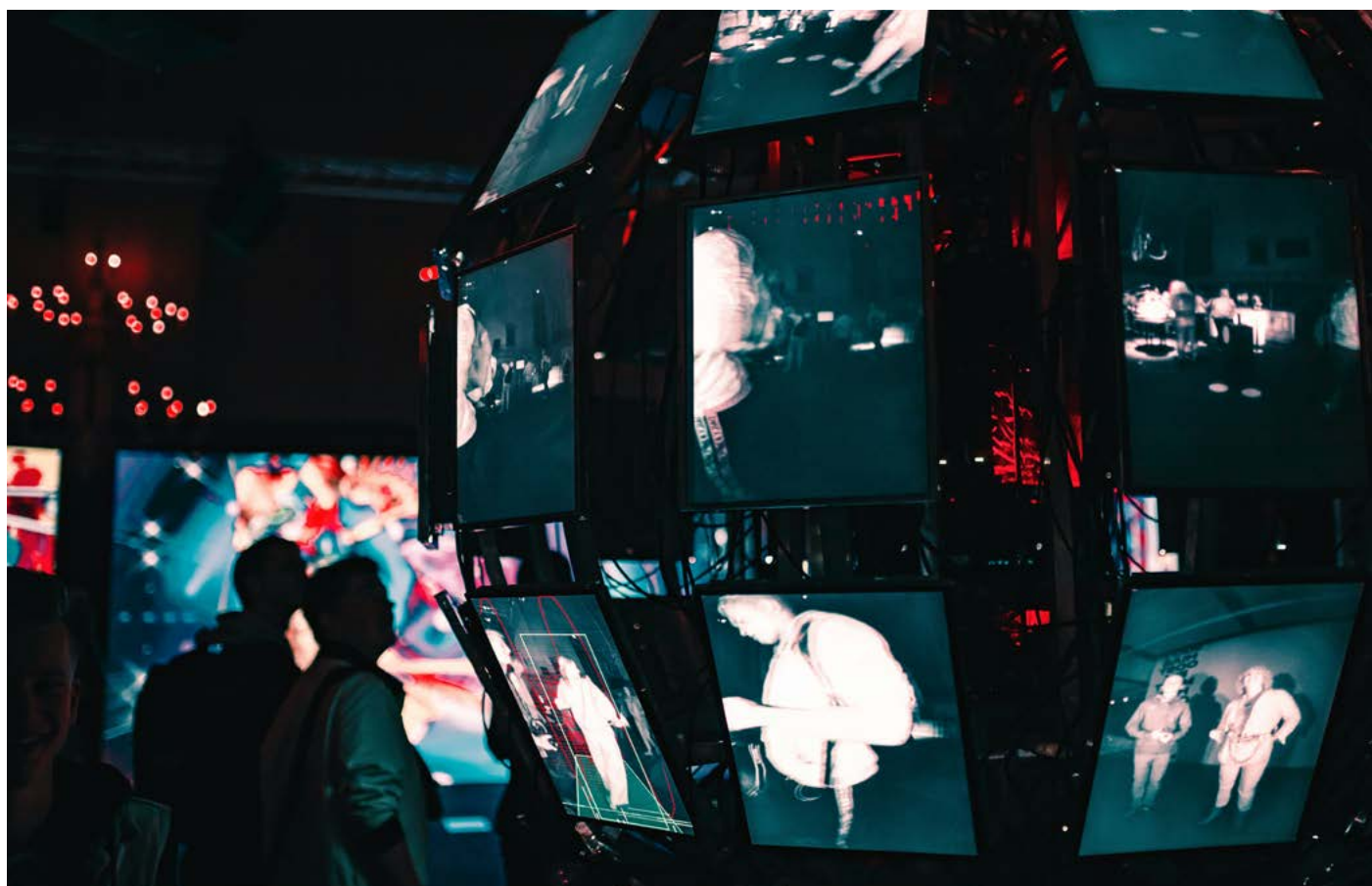


A crença em teorias da conspiração é difícil de desconstruir porque tem um mecanismo de autoproteção – **qualquer contra-argumento é transformado numa nova “prova”**. Acreditar em teorias da conspiração é prejudicial para as pessoas que nelas acreditam, mas também traz consequências para a sociedade

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

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

**Preconceito, discriminação e tensões entre grupos.** Aumento de atitudes negativas contra grupos opostos, reforçando divisões sociais e agravando a polarização.



É possível que olhemos de forma benévola para as teorias da conspiração, pela possibilidade de reforçarem sentimentos de pertença entre as pessoas que as subscrevem e partilham, mas, importa sublinhar, os seus **efeitos negativos superam largamente quaisquer potenciais benefícios**.

# QUAL O PAPEL DAS REDES SOCIAIS NA PROLIFERAÇÃO DE DESINFORMAÇÃO?

**A desinformação existe desde sempre.** Contudo, atualmente, a desinformação, não depende da imprensa escrita (jornais, panfletos) ou dos *Media* tradicionais para divulgar notícias falsas, propaganda ou qualquer outro tipo de conteúdos.

A era digital trouxe uma mudança significativa na forma como a desinformação prolifera, aumentando exponencialmente o seu alcance e rapidez de disseminação. Por exemplo, **nas redes sociais uma notícia falsa espalha-se seis vezes mais rápido do que uma notícia verdadeira.**

**A facilidade na publicação de conteúdos torna as redes sociais muito apetecíveis para disseminar desinformação.** Por comparação com os *media* tradicionais, os *social media* não têm revisão, editores/as que verificam os factos, jornalistas que confirmam as fontes e a veracidade das suas histórias, ou qualquer outro tipo de estratégia para regular a qualidade da informação.

Tal como é extremamente simples para nós publicar uma fotografia ou um comentário nas redes sociais, a mesma facilidade se aplica aos criadores/as de conteúdos desinformativos. Alguns desses/as criadores/as de conteúdos recorrem ainda a *bots* para propagar conteúdos desinformativos.



O incentivo à viralidade dos conteúdos, verdadeiros ou falsos, reforça a divulgação massiva de desinformação. As plataformas digitais procuram assegurar que passamos nelas o máximo tempo possível. Uma das estratégias para que tal acontecesse foi a implementação de um *feed* infinito, por isso os conteúdos das nossas redes sociais não têm um fim. Em vez de um ponto de paragem, há sempre mais um vídeo, *post* ou atualização.

**Todos os dias, enquanto utilizadores/as, podemos percorrer distraidamente cerca de 90 metros de *feed* nas redes sociais – aproximadamente a altura da Estátua da Liberdade.**

Para garantir que permanecemos atentos aos ecrãs, estas plataformas têm de certificar-se que recebemos conteúdos que gerem reações e sejam emocionalmente intensos. O conteúdo que melhor encaixa nestas condições é a desinformação. Ao priorizar estes conteúdos, os filtros que controlam as redes sociais dão primazia a mensagens de desinformação.

## EFEITOS DE VIVERMOS EM CÂMARAS DE ECO

**As redes sociais também favorecem a criação de câmaras de eco** (também denominadas bolhas informativas). Uma câmara de eco é um contexto onde as **nossas opiniões e ideias são repetidas e reforçadas por outras pessoas que pensam igual a nós.**

Por exemplo, se considerarmos que as vacinas não são seguras é muito provável que procuremos seguir páginas e entrar em grupos que criticam a vacinação. Ao interagir com publicações contra a vacinação (e.g., comentando, partilhando ou simplesmente deixando um “Gosto”), os algoritmos das diferentes redes sociais vão perceber esse padrão e tentarão mostrar-nos o máximo de conteúdos semelhantes – por outras palavras, começamos a **viver numa “bolha”.**

Além de reforçarem as nossas ideias, as câmaras de eco ainda reforçam a sensação de que pertencemos a um grupo, com quem partilhamos identidades, crenças e valores. Com o tempo, podemos ficar com a ideia de que “toda a gente pensa assim” e se alguma pessoa não o fizer, deve ser rejeitada ou alvo de desconfiança.



# QUEM ESTÁ MAIS VULNERÁVEL À DESINFORMAÇÃO?



**Todas as pessoas podem ser enganadas pela desinformação.** Porém, existem dois grupos que podem estar ainda **mais vulneráveis** a estes conteúdos: as **crianças e adolescentes** e as **pessoas mais velhas**.

As crianças, adolescentes e pessoas mais velhas necessitam, ainda que por razões distintas, de desenvolverem as suas competências de li-

**teracia da informação e mediática.**

A **literacia da informação e mediática** refere-se à capacidade das pessoas para aceder, analisar e avaliar criticamente a informação e as mensagens dos Media, de modo a poderem tomar decisões informadas sobre o que consomem, o que criam e o que partilham.

## CRIANÇAS E ADOLESCENTES

Crianças e adolescentes são um dos grupos mais visados pela desinformação. Analisando vários inquéritos sobre crianças e adolescentes podemos perceber melhor os desafios com que se deparam durante, pelo menos, as **quatro horas diárias que passam online**.

**Há um desfasamento entre a confiança que crianças e adolescentes têm nas suas competências e a sua capacidade real de avaliar a informação no dia-a-dia:**

- Num inquérito europeu, aproximadamente **3 em cada 10 crianças/adolescentes acreditam que quase tudo o que veem nas redes sociais é verdade**.
- Se, por um lado, a maioria (**70%**) das **crianças e adolescentes portugueses confiam na sua capacidade para diferenciar a verdade e a mentira**, uma parte significativa destas (**25%**) **não o consegue fazer**.
- Em Portugal, a realidade poderá ser mais preocupante, cerca de **50% dos alunos/as portugueses** de 15 anos **não consegue discernir facto de opinião**.
- Cerca de **1 em cada 5 adolescentes portugueses**, entre os 12 e os 16 anos, admite já ter **partilhado nas redes sociais informações que não tinham lido na íntegra** e que, mais tarde, **perceberam ser falsas**. Ainda, **9%** admitem já ter tomado decisões incorretas com base em informações encontradas na Internet.

**As competências de literacia mediática têm de ser reforçadas**. Mas a **responsabilidade** por ajudar as crianças/adolescentes a fazerem uma análise mais cuidada, pausada e refletida da informação também recai sobre **Mães, pais, cuidadores/as, professores/as, educadores/as e outros agentes educativos**. Um esforço conjunto entre as famílias e as escolas é fundamental para acelerar a aquisição de competências, por exemplo de informação, pesquisa e sentido crítico.

## PESSOAS MAIS VELHAS

A suscetibilidade das pessoas mais velhas à desinformação pode dever-se às competências de **literacia da informação e mediática**, com níveis mais reduzidos do que a população mais jovem

As pessoas com mais de 65 anos partilham **7 vezes mais notícias falsas do que jovens adultos/as**, sendo este apenas um exemplo entre as várias investigações que têm sido realizadas sobre as competências de literacia mediática na população mais velha.

Ao contrário dos/as mais jovens, conhecidos como “nativos digitais”, as **pessoas mais velhas cresceram num mundo em que a informação era filtrada** por jornalistas e editores/as, nos meios de comunicação tradicionais, criando, assim, o hábito de depositar confiança na informação veiculada pelos *media*. Nos **novos media** essas **salvaguardas desapareceram**, tornando essencial uma **análise crítica da informação**, uma vez que uma pessoa pode criar e disseminar conteúdos sem verificação da sua veracidade.

Neste sentido, as pessoas mais velhas precisam de ter oportunidade para reforçar a sua **literacia mediática digital** – ou seja de reforçar a sua **capacidade de analisar e avaliar informação encontrada online**, inclusivamente para avaliar a qualidade da informação, fontes e evidências.

# O QUE PODEMOS FAZER PARA NOS PROTEGERMOS DA DESINFORMAÇÃO?



A desinformação combate-se com mais do que uma estratégia. As estratégias distinguem-se em dois grandes grupos, que se complementam:

- **Individual**, com foco na **mudança de comportamento** e no **reforço de competências** de como conseguir distinguir uma notícia verdadeira de uma notícia falsa.

- **Sistémico**, advogando, por exemplo, por maior transparência nas organizações que controlam as redes sociais ou apoiando o jornalismo de qualidade.

A melhor forma de prevenir um problema é agir antes que ele se agrave. Nesse sentido, em vez de esperarmos para ser confrontados/as com conteúdos falsos, para depois os desconstruir, podemos fazê-lo preventivamente e optar, por exemplo, por **experimentar o jogo Bad News**. Neste jogo, somos desafiados a assumir o papel de criadores de desinformação, lançando um site de *fake news*, no qual divulgamos conteúdos enganadores para o máximo

de pessoas possível. Neste processo, aprendemos as principais técnicas usadas para disseminar informação falsa. Durante o tempo do jogo (aproximadamente 15 minutos), somos expostos a uma pequena dose de desinformação, mas ganhamos “proteção psicológica” contra estes conteúdos; tornamo-nos melhores a identificar informação falsa.

Mesmo tentando evitar a exposição à desinformação, mais cedo ou mais tarde **todos nós vamos confrontar-nos com conteúdos que, na melhor das hipóteses, nos geram dúvidas, ou que são marcadamente enganosos**, na pior.

Em qualquer um dos casos, **não estamos indefesos/as**.

**As nossas escolhas podem proteger-nos da desinformação**. Mas, melhor ainda, **podem fortalecer toda a nossa comunidade**, impedindo a disseminação de conteúdos falsos ou enganadores e de todas as suas consequências.

## ESTRATÉGIAS PARA NOS PROTEGER-MOS DA DESINFORMAÇÃO

Assim, quando estamos perante informações/notícias duvidosas ou que nos parecem falsas, podemos:

- **Parar e pensar.** Contar até dez e pensar criticamente sobre o conteúdo antes de qualquer reação (nomeadamente, partilhar). É importante prestarmos atenção à nossa reação emocional ao título ou ao conteúdo. Muitos conteúdos são feitos para gerar cliques ou reações emocionais. Importa suspender a decisão de reagir até conhecermos as implicações do conteúdo.

- **Verificar e investigar.** Dedicarmos um momento a investigar o autor/a e a entidade que publicou a informação, conhecer a sua missão e interesses (e.g., informar, persuadir, vender). Perceber se têm autoridade na área e se há outras fontes fiáveis que façam referência a este conteúdo, ajuda-nos a avaliar a sua confiabilidade.

- **Conteúdo.** O título corresponde ao conteúdo? O conteúdo faz sentido?

- **URL.** É um URL confiável? Encaminha-nos para um *website* fidedigno?

- **Autor/a.** O autor/a é identificado/a? É confiável? E qualificado?

- **Data.** Quando é que foi publicado o conteúdo?

- **Imagem.** A imagem corresponde ao conteúdo relatado?

- **Fazer uma “leitura lateral”.** Este método consiste em verificar o que se lê, enquanto es-

tamos a ler. Se nos deparamos com informação que nos deixa na dúvida, precisaremos de outras fontes para nos sentirmos confiantes na sua credibilidade. Para o fazer abrimos outros separadores e navegamos por outras páginas e fontes, como: verificadores de notícias, livros, revistas académicas, outros sites de notícias, etc.

- **Clicar com critério.** Quando queremos saber mais sobre um assunto ou durante uma das nossas leituras laterais, recorremos a motores de busca, como o Google, para obter informação. Nem sempre os primeiros resultados são os mais fiáveis. Estes são muitas vezes anúncios pagos ou sites que utilizam técnicas para aparecer primeiro – este mecanismo está mais relacionado com publicidade do que com qualidade. Para chegar a informação fidedigna é boa prática: examinar o título, o URL (ex: sns.gov.pt; who.int), o resumo que aparece com os resultados e, só depois, clicar.

- **Denunciar conteúdos desinformativos.** Não só podemos não partilhar conteúdos desinformativos, como podemos ir mais além – fazendo uma denúncia para que outras pessoas não lhes sejam expostas. Em quase todas as plataformas é possível denunciar ou reportar conteúdos por serem falsos, *spam*, inapropriados ou abusivos – por exemplo, **Facebook**, **Instagram**, **LinkedIn**, **Youtube**, **Whatsapp**.

- **Divulgar informação de qualidade.** As vozes dos/as especialistas podem ficar perdidas no meio de tanta desinformação. Quando identificar um conteúdo informativo de qualidade e baseado na opinião de especialistas, partilhe-o com outras pessoas.

## COMBATER A DESINFORMAÇÃO | É FUNDAMENTAL RECORRER A RECURSOS DE FACT-CHECKING

**Google Fact Check Explorer**, pesquisando online sobre um tópico ou pessoa específica;  
**EUvsDisinfo.eu**, que analisa e refuta conteúdos desinformativos na Europa;  
**Iberifier**, um Observatório digital que faz fact-checking a conteúdos portugueses e espanhóis;  
**Polígrafo**, que é um projeto português de verificação de factos e avalia a informação com base numa escala de avaliação;  
**Prova dos Factos**, um projeto de Fact-Checking do jornal Público;  
**Fact Check**, do jornal Observador, para verificar a autenticidade de conteúdos no Facebook.

## COMO NOS PODEMOS PROTEGER DE CONTAS FALSAS E DEEPFAKES NAS REDES SOCIAIS?

Voltando a atenção para as **redes sociais**, e, em específico, para dois mecanismos fortes de desinformação – contas falsas e *deepfakes* -, faz sentido conhecer algumas estratégias adicionais.

Os criadores/as de desinformação **tentam fazer-se passar por instituições governamentais** (ex: ONU), de **media** (ex: CNN) ou **políticos/as** (ex: António Guterres) para **disseminar conteúdos negativos nas redes sociais**.

Tentam **usurpar a identidade** do alvo da campanha de desinformação, usando informações semelhantes nos seus perfis (e.g., nome ou imagem similar) e fazem publicações para chocar e manipular o leitor/a. Nestas situações, podemos:

- **Identificar a sensação de estranheza/incerteza.** As publicações destas contas causam uma sensação de estranheza e geram-nos incerteza, deixando-nos na dúvida, sobre a veracidade da conta e das suas afirmações.

- **Não reagir de imediato.** Pausar três segundos e pensar.

- **Analisar a conta para perceber se pode ser um bot.** Se a conta tiver os seguintes sinais, provavelmente será um *bot*:

- Foi criada há poucas horas ou dias, mas já segue milhares de pessoas e tem centenas de publicações;
- Tem poucos seguidores, mas segue muitas contas (ex: segue 5 000 contas e tem apenas 10 seguidores);
- Está ativa 24 horas por dia, publicando conteúdos de dia e noite, sem padrão humano de descanso;
- Nome de utilizador contém uma sequência aleatória de números e letras (ex: GuterresX847);
- A *bio*/descrição da conta inclui *links* para *websites* desconhecidos/estranhos que podem ser fraudulentos (ex: com URLs estranhos a acabar em 'ltd.', 'online' ou 'foo');
- Publica quase exclusivamente conteúdos partilhados de perfis extremistas, teorias da conspiração ou fontes não verificadas.

A informação que partilha não pode ser encontrada nos *websites* oficiais (ex: ONU).





No contexto da desinformação, as *deepfakes* (**vídeos, áudios ou imagens realistas geradas por Inteligência Artificial**) podem ser utilizadas para enganar, espalhar *fake news* ou criar boatos.

Para perceber se o conteúdo é manipulado, podemos:

**Olhar com atenção para as características da pessoa.**

Olhos que não piscam normalmente, pele artificialmente lisa, expressões estranhas ou um número incorreto de dedos nas mãos, são tudo irregularidades frequentes em conteúdos gerados por Inteligência Artificial.

**Verificar a autenticidade das imagens.**

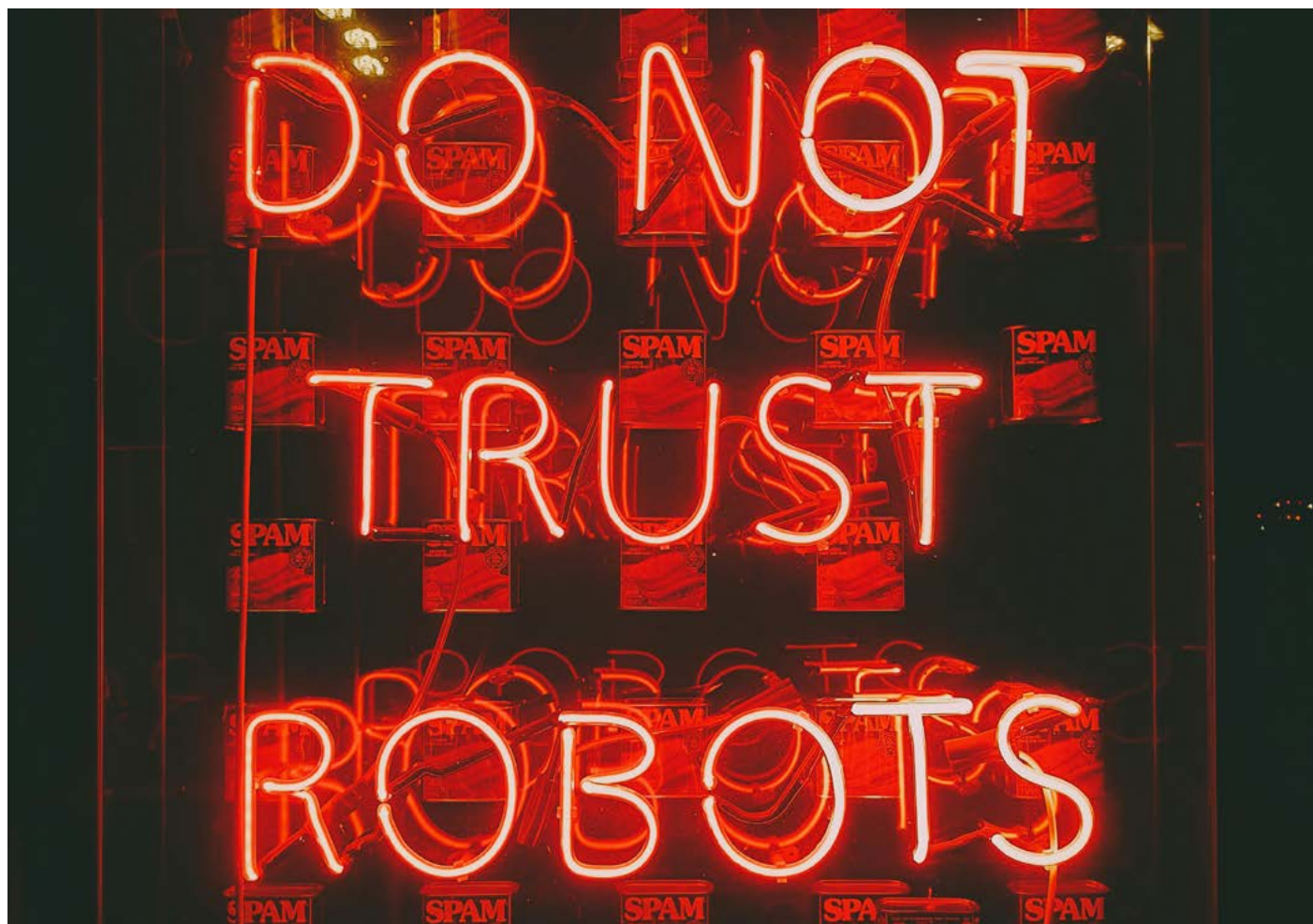
É possível criar imagens falsas e altamente realistas. Procure sombras ou contornos irregulares. Use o **Google Images** para verificar a origem da imagem e descobrir se foi alterada.

**Reconhecer a artificialidade do movimento e do som.**

Um vídeo pode parecer legítimo (ex: político/a), mas ao observar melhor, percebemos que os movimentos são ligeiramente robóticos e que a voz é distorcida e sem emoção.

**Estar atento e questionar a mensagem transmitida.**

Geralmente, as *deepfakes* são utilizadas para enganar, neste sentido, é mais importante analisar a conclusão do que o que vemos e/ou ouvimos. Ser algo sensacionalista ou que à partida nos parece impossível, são sinais de alerta.



## CHECKLIST DESINFORMAÇÃO | PENSAR E VERIFICAR ANTES DE ACREDITAR E PARTILHAR

- Prestei atenção à minha reação emocional e pensei criticamente sobre o conteúdo?
- Verifiquei se a fonte de informação é credível?
- Confirmei a informação através de outras fontes credíveis (ex. recursos de fact-checking)?
- A informação é recente e está atualizada?
- A informação é útil, vai ajudar outras pessoas?
- Não tenho dúvidas sobre a veracidade ou a vantagem de partilhar?



**SIM**

SE A RESPOSTA A ESTAS QUESTÕES FOI **SIM**, ACREDITE E PARTILHE.

Informação correta leva-nos a adotar comportamentos que nos protegem e nos ajudam a nós e a todos/as.

**NÃO**

SE A RESPOSTA A ESTAS QUESTÕES FOI **NÃO**, NÃO ACREDITE E NÃO PARTILHE.

A Desinformação é um vírus: evite que se espalhe!

# O QUE PODEMOS FAZER PARA AJUDAR UMA PESSOA QUE ACREDITA EM DESINFORMAÇÃO?

É importante reconhecer o impacto emocional da desinformação. Se queremos ajudar um/a familiar, amigo/a, colega de trabalho, ou qualquer outra pessoa, que acredita em desinformação ou numa teoria da conspiração, é necessário recordar que estes conteúdos são criados para nos fazer **pensar de forma mais emocional do que lógica**.

Recordemos o **poder da desinformação** para mexer com as nossas emoções: faz-nos reagir, reforça aquilo em que nós já acreditávamos, faz-nos sentir parte de um grupo e leva-nos a encarar os contra-argumentos como novas “evidências” de que algo não está bem.



# Quando uma pessoa que nos é próxima acredita em desinformação, podemos tomar medidas tais como:

- **Manter a calma.** Não vale a pena discutir, uma vez que as discussões podem levar a pessoa a redobrar a força da sua crença na desinformação.

---

- **Considerar os termos utilizados.** O termo “desinformação” pode provocar reações fortes no nosso interlocutor/a. Podemos optar por dizer “rumor” ou “informação confusa”, por exemplo.

---

- **Dialogar construtivamente.** O processo de dialogar construtivamente envolve escutar com atenção, fazer boas questões e aproximar os interlocutores:

- *Escutar com atenção.* Escutemos para compreender e não para responder. Escutemos empaticamente para melhor compreender as preocupações ou razões que fazem a pessoa acreditar na informação falsa. Podemos repetir as principais ideias à pessoa, para lhe mostrar que ouvimos e para nos certificarmos que percebemos aquilo que foi dito.

- *Fazer boas questões.* As questões não são para fazer ciladas, mas antes para garantir que compreendemos os dados, factos ou fontes que a outra pessoa tem. Também podemos fazer perguntas sobre a história de vida ou sobre alguma experiência relacionada com o conteúdo desinformativo. Mantenhamos a curiosidade, sem confrontar.

- *Aproximar o interlocutor/a.* Podemos reforçar que não há informações 100% certas ou erradas. Podemos identificar as áreas cinzentas e reconhecê-las.

- **Não tentar mudar a forma de ser da outra pessoa.** Estas conversas não servem para mudar, no momento, as crenças mais profundas do nosso interlocutor/a. A prioridade é simplesmente abordar uma informação que está incorreta, mas o objetivo é manter a possibilidade de diálogo em aberto.

---

- **Distinguir factos de opiniões.** Estabelecer, em conjunto, que os factos são sustentados em evidências e que as opiniões são baseadas em pontos de vista pessoais. Podemos sublinhar que para nós é importante usar informação válida e baseada em factos.

---

- **Partilhar uma alternativa factual.** Fazer somente uma correção não resulta. Dizer que algo é pouco fiável também nem sempre é suficiente. A melhor forma de desconstruir um conteúdo falso/errado é:

- *Explicar o facto de forma simples, concreta e plausível* (ex: existe um consenso de 97% na comunidade científica de que as alterações climáticas são causadas pelo ser humano);  
*Repetir o menos possível o mito* (ex: há quem argumente que o clima tem mudado devido a causas naturais);

- *Explicar a falácia que está subjacente ao mito* (ex: não podemos assumir erradamente que porque as mudanças climáticas no passado tiveram causas naturais, todas as mudanças devem ter a mesma origem);

- *Reforçar o facto* (ex: os cientistas têm analisado os múltiplos indícios das alterações climáticas e concluem que as alterações climáticas causadas por ação humana são um facto medido e comprovado).

- **Partilhar ferramentas de fact-checking.** Mostrar como usamos estas ferramentas e como elas nos ajudam a perceber que informação é fiável.

---

- **Partilhar as nossas fontes e explicar porque as achamos fiáveis.** Podemos mostrar as nossas fontes e mostrar porque as achamos qualificadas. No mesmo processo, poderá ser útil explicar o que consideramos uma má fonte de informação: falta de competências, formação, código de ética, conflitos de interesse, etc.

---

- **Reconhecer que mudar de ideias pode necessitar de várias conversas sobre o tema.** Dificilmente a pessoa mudará de opinião depois de uma única conversa. Algumas pessoas não vão mesmo aceitar os nossos contra-argumentos, independentemente de quanto bem nós os justifiquemos. Se sentirmos que a conversa não está a ser produtiva, que estamos bloqueados/as ou que os ânimos se começam a exaltar, não há problema em esquecer o tópico e preservar a relação.

# O QUE PODEM OS PAIS, MÃES E EDUCADORES/AS FAZER PARA AJUDAR CRIANÇAS E ADOLESCENTES A LIDAR COM DESINFORMAÇÃO?



As crianças e as/os adolescentes não passam ao lado da desinformação, em particular aquela que se encontra *online*. Este é um grande motivo de preocupação para mães, pais e cuidadores/as, uma vez que as crianças e adolescentes não só passam muito tempo *online*, mas também olham para as redes sociais como uma das suas principais fontes de informação.

As crianças e adolescentes **avaliam a maioria dos conteúdos que surgem na *internet* como verdadeiros**, sentindo dificuldades em diferenciar a verdade e a mentira. Em consequência desta dificuldade, podem acreditar em *fake news*, publicidade enganosa e teorias da conspiração.

As crianças e adolescentes não acreditam em desinformação porque sejam **ingénuas ou incapazes**. Acreditam porque as suas estratégias naturais para avaliar a credibilidade da informação não funcionam bem na *internet*. No dia-a-dia, as crianças e adolescentes são capazes de demonstrar ceticismo, rejeitando afirmações que violam leis da Física e confiando em pessoas que demonstram mais conhecimento, por exemplo.

**O problema maior surge online: onde as pistas normalmente usadas para avaliar a credibilidade da fonte não estão disponíveis.** Por isso, as crianças e adolescentes precisam de novas estratégias que as ajudem a interpretar a informação que encontram no contexto digital.

## PARA APOIARMOS AS CRIANÇAS E ADOLESCENTES, PODEMOS:

- **Conversar sobre ecrãs e outras tecnologias digitais**, mantendo um diálogo aberto sobre os seus benefícios, riscos (e.g., a desinformação) e como adotar hábitos digitais seguros e saudáveis. Pode consultar mais informação no **Vamos falar sobre Ecrãs e outras Tecnologias Digitais**.

- **Explicar o que é a desinformação e os diferentes tipos de desinformação**. Tal como noutras questões relacionadas com a segurança *online*, encontrar tempo para explicar o que é a desinformação e quais os problemas que pode causar, contribui para um maior sentido crítico da criança/adolescente. Durante estas conversas pode usar notícias reais ou *posts* nas redes sociais para falar sobre credibilidade da informação com exemplos concretos.

- **Verificar em conjunto os factos**. Reveja as informações que a criança/adolescente leu e ajude-a a perceber como poderia identificar as informações falsas/enganosas. Encorajar o pensamento crítico com perguntas, tais como:

- “Isto parece-te correto?”;
- “Onde é que encontraste a informação?”;
- Quem criou este conteúdo? Qual o objetivo?
- O criador do conteúdo parece-te confiável?
- Isto são notícias verdadeiras? Um anúncio? Ou uma opinião?
- Quem pode ser beneficiado ou prejudicado com estas mensagens?

- **Ajudar a perceber quando algo é falso**. A criança ou adolescente conhecer quais os sinais mais comuns de *sites*, *apps* ou publicações enganadoras aumenta o seu ceticismo *online* e facilita uma navegação segura. Podemos destacar sinais como:

- Escrita ortográfica/gramatical errada ou confusa;
- E-mails ou mensagens de remetentes desconhecidos;
- Alegações exageradas (ex: milagre, inacreditável);
- Informação prejudicial para outras pessoas, como desinformação sobre Saúde ou incitamento ao ódio;
- Imagens e vídeos manipulados (*deepfakes*) que parecem reais, mas apresentam movimentos estranhos e artificiais;
- Publicações altamente emocionais, que tentam provocar medo, raiva ou choque.
- Citações sem fonte, que parecem credíveis, mas não indicam quem a disse ou onde foram publicadas.

- **Explicar que em caso de dúvida, é preferível não partilhar**. Quando as crianças e adolescentes têm dúvidas sobre a informação a sua prioridade deve ser confirmar a sua veracidade. As partilhas nas redes sociais só devem acontecer quando têm a certeza sobre a veracidade da informação.

- **Encorajar a correção de erros**. Perante uma situação em que as crianças ou adolescentes partilharam desinformação nas redes sociais, o nosso papel passará por ajudá-los/as a assumir o erro e corrigir a informação. Por exemplo, no seguimento de uma partilha de um conteúdo falso, poderão fazer uma nova publicação comparando informações corretas.

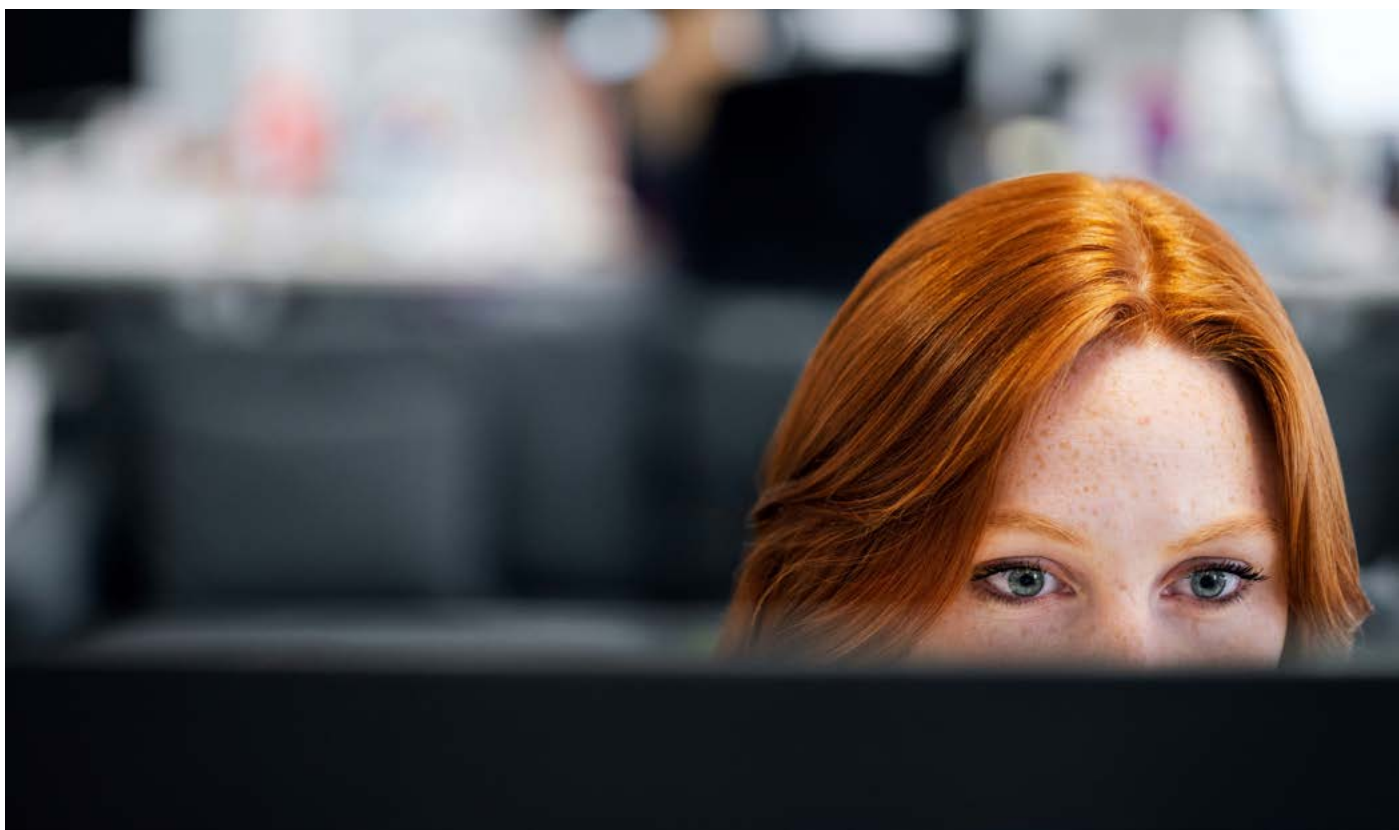
- **Denunciar conteúdo enganoso ou falso**. As crianças e adolescentes usam plataformas que têm sistemas de denúncia para conteúdos enganosos, falsos ou fraudes. Familiarizando-nos com o processo de denúncia, passamos a poder informá-los sobre como devem proceder. Para reportar, pode aceder a **Facebook**, **Instagram**, **LinkedIn**, **Youtube**, **Whatsapp**, por exemplo.

- **Partilhar ferramentas de *fact-checking***. Mostrar como usamos estas ferramentas e como elas nos ajudam a perceber que informação é fiável.

- **Jogar o jogo Bad News**. Podemos jogar, juntamente com os adolescentes, o jogo *Bad News* para melhorar as competências de identificação de desinformação. Neste jogo, somos desafiados a assumir o papel de criadores de desinformação, lançando um site de *fake news*, no qual divulgamos conteúdos enganadores para o máximo de pessoas possível. Neste processo, aprendemos as principais técnicas usadas para disseminar informação falsa. Durante o tempo do jogo (aproximadamente 15 minutos), somos expostos a uma pequena dose de desinformação, mas ganhamos “proteção psicológica” contra estes conteúdos; tornamo-nos melhores a identificar informação falsa.

- **Apoiar a Saúde Psicológica e o Bem-Estar**. Alguns conteúdos desinformativos podem causar impactos negativos na Saúde Psicológica das crianças e adolescentes. As fraudes podem levar a problemas financeiros à medida que crescem; vídeos e fotos editados podem colocar pressão para uma imagem corporal irrealista. Assim, é importante avaliar de que forma a experiência os/as impactou e prestar-lhes o apoio necessário. Lembre-se, se a criança/adolescente se sentir triste, ansioso/a ou confuso/a e não estiver a conseguir gerir a situação, **um/a Psicólogo/a pode ajudar**.

# O QUE PODEM OS PROFESSORES/AS FAZER PARA AJUDAR OS ALUNOS/AS A LIDAR COM DESINFORMAÇÃO?



As crianças e adolescentes **avaliam a maioria dos conteúdos que surgem na internet como verdadeiros**, sentindo dificuldades em diferenciar a verdade e a mentira. Em consequência desta dificuldade, podem acreditar em *fake news*, publicidade enganosa e teorias da conspiração.

**A desinformação surge cedo na vida dos alunos/as.** Em resposta a este desafio, é necessário começar cedo a **prepará-los/as para gerir e comunicar a (des)informação** – desde a educação pré-escolar ao Ensino Superior. Todos os Professores/as e Educadores/as têm um papel central no reforço destas competências, especialmente através da **educação para a Literacia da Informação e Mediática**.

## A LITERACIA DA INFORMAÇÃO E MEDIÁTICA TEM TRÊS DIMENSÕES:

### **Literacia Digital.**

Engloba ter competências para gerir o ambiente digital: saber usar as tecnologias e plataformas digitais de forma segura e eficaz; entender como funcionam as redes sociais (e.g., algoritmos, publicidade); identificar conteúdos falsos/manipulados como *bots* e *deepfakes*.

### **Pensamento crítico.**

Engloba ter competências para analisar conteúdos de forma crítica: diferenciar factos de opiniões; questionar a credibilidade das fontes; praticar leitura lateral; recorrer a verificadores de factos; identificar estratégias de manipulação na comunicação desinformativa.

### **Ética e Cidadania Digital.**

Engloba ter competências para interagir de forma responsável e consciente: respeitar outras pessoas no ambiente digital e combater a propagação de desinformação; desenvolver empatia e compreender o impacto das palavras nas redes sociais; saber quando ignorar, denunciar ou corrigir informação falsa; criar e partilhar conteúdos digitais com responsabilidade.





# Para ajudar os/as alunas/os a desenvolver competências de Literacia da Informação e Mediática, podemos:

**Conversar sobre ecrãs e outras tecnologias digitais**, mantendo um diálogo aberto sobre os seus benefícios, riscos (e.g., a desinformação) e como adotar hábitos digitais seguros e saudáveis. Pode consultar mais informação no [Vamos falar sobre Ecrãs e outras Tecnologias Digitais](#).

**Explicar o que é a desinformação e os diferentes tipos de desinformação**. Por exemplo, podemos diferenciar entre desinformação, conteúdos enganadores ou *fake news*. Ou, ainda, usar notícias reais ou *posts* das redes sociais para falar sobre informação confiável e desinformação, explicando os impactos negativos dos conteúdos desinformativos;

**Explicar como funcionam as redes sociais e a sua relação com a desinformação**. Os alunos/as podem refletir sobre como depois de pesquisarem algo, aparecem cada vez mais conteúdos semelhantes nos seus *feeds*, no Youtube e noutras plataformas. Esta reflexão permite-nos falar sobre como funcionam os algoritmos, a personalização de conteúdos e as câmaras de eco. Podemos escolher uma notícia falsa ou enganadora que tenha circulado recentemente e explicar o papel das partilhas, do *clickbait* e dos *bots*, por exemplo.

**Apoiar a identificação de conteúdos falsos e manipulados**. Podemos pedir aos alunos/as para analisarem diferentes conteúdos (uns verdadeiros e outros falsos) e estimular o seu pensamento crítico com perguntas como “Isto parece-te correto?”, “De onde vem esta informação?”, “Quem criou esta informação? Qual a sua motivação?” ou, ainda, “Quem pode ser beneficiado ou prejudicado com isto?”. Ensinar a reconhecer técnicas como *clickbait* (“Isto vai mudar a tua vida para sempre!”), gerar medo/indignação (“Os médicos não querem que saibas isto!”) ou enviesamento na informação (selecionar apenas os dados que confirmam um ponto de vista). Noutro sentido, é igualmente possível aumentar o ceticismo *online* das alunas/os em relação a conteúdos falsos/manipulados, ajudando-as a reconhecer sinais como:

- Escrita ortográfica/gramatical errada ou confusa;
- E-mails ou mensagens de remetentes desconhecidos;
- Alegações exageradas (ex: milagre, inacreditável);
- Informação prejudicial para outras pessoas, como desinformação sobre Saúde ou incitamento ao ódio;
- Imagens e vídeos manipulados (*deepfakes*) que parecem reais, mas apresentam movimentos estranhos e artificiais;
- Publicações altamente emocionais, que tentam provocar medo, raiva ou choque.
- Citações sem fonte, que parecem credíveis, mas não indicam quem a disse ou onde foram publicadas.

**Ajudar a diferenciar factos de opiniões.** Podemos ensinar uma definição simples de facto (e.g., é uma afirmação que está comprovada) de uma opinião (e.g., é uma expressão de crença sobre um determinado assunto). Além disso, também é benéfico apoiar os alunos/as na sua compreensão sobre a diferença entre um estudo científico, notícia, artigo de opinião, entretenimento ou publicidade.

**Questionar a credibilidade das fontes.** Os professores/as e educadores/as podem ensinar a fazer pesquisa *online* e a avaliar a qualidade dos *websites* (e.g., O que estás a ler faz sentido? Quem criou este site? Quando foi criado? Cita referências ou fontes? Essas referências ou fontes podem ser encontradas noutros *sites*? Tem fins comerciais? O tom é informativo ou sensacionalista?).

**Fazer uma leitura lateral.** A estratégia de leitura lateral vai ajudar os alunos/as a validar por múltiplas fontes a informação, em particular aquela que os deixa mais na dúvida. O método de leitura lateral mais conhecido é o SIFT:

- **(S)top/Parar.** Antes de lermos ou partilharmos algo, paramos e prestamos atenção ao que sentimos face ao título ou ao conteúdo. Muitos conteúdos são feitos para gerar cliques ou reações emocionais. Suspendemos a decisão de reagir até conhecer as implicações do conteúdo.
- **(I)investigate/Investigar.** Dedicamos um momento a investigar o autor/a e a entidade que publicou a informação, conhecer a sua missão, interesses (e.g., informar, persuadir, vender), perceber se têm autoridade na área, se há outras fontes fiáveis que façam referência a este conteúdo, ajuda-nos a avaliar a sua confiabilidade.
- **(F)ind/Encontrar.** Encontrar as melhores fontes possíveis que possam confirmar ou contestar o conteúdo original em análise. Uma vez mais, sugere-se a procura de fontes que corroborem ou contestam a informação.
- **(T)race/Rastrear.** Quando um conteúdo cita um/a especialista ou resultados/conclusões de um estudo, é boa prática procurar a fonte original dessa informação.

**Ensinar a ignorar criticamente.** Depois de conseguir identificar informação falsa, enganosa ou de baixa qualidade, as alunas/os têm de aprender a ignorá-la ativamente. Esta informação está feita para captar a atenção e emoção dos/as estudantes, pelo que, para mudar o foco podem fazer uma leitura lateral, desativar notificações ou deixar de seguir contas que publicam estes conteúdos e/ou, simplesmente, não interagir (i.e., partilhar ou comentar) com quem publica estes conteúdos.

**Recorrer a verificadores de factos**, como:

**Google Fact Check Explorer**, pesquisando *online* sobre um tópico ou pessoa específica;

**EUvsDisinfo.eu**, que analisa e refuta conteúdos desinformativos na Europa;

**Iberifier**, um Observatório digital que faz *fact-checking* a conteúdos portugueses e espanhóis;

**Polígrafo**, que é um projeto português de verificação de factos e avalia a informação com base numa escala de avaliação;

**Prova dos Factos**, um projeto de Fact-Checking do jornal Público;

**Fact Check**, do jornal Observador, para verificar a autenticidade de conteúdos no Facebook.

**Reforçar comportamentos pro-sociais de Cidadania Digital.** É fundamental mostrar aos alunos/as os diferentes modos como aquilo que acontece no contexto digital pode ter impacto na vida real. Para esse efeito, podem ser discutidas situações em que comentários/posts ofensivos ou desinformativos nas redes sociais tiveram impacto na vida real. É útil falar sobre o que é o discurso de ódio (“expressões ameaçadoras que demonstram preconceito contra um grupo específico, por razão da sua etnia, religião, género, etc.) e sobre *trolls* (“pessoas que fazem posts ou comentários com a intenção de chatear ou magoar outros). Para responder de forma construtiva e travar a desinformação e o discurso de ódio, é necessário:

- *Saber quando ignorar informação.* Quando um *post* ou comentário é claramente enganador, ofensivo ou perigoso, é uma boa altura para praticar a técnica de ignorar criticamente.
- *Saber quando admitir um erro.* Se algum/a aluno/a tiver partilhado desinformação nas redes sociais, podemos ajudá-lo a assumir o erro e a corrigir publicamente a informação. Por exemplo, depois de partilhado um conteúdo falso, poderá fazer nova publicação identificando as incorreções.
- *Saber quando denunciar.* Todos os casos anteriores são passíveis de ser denunciados. Quer quando um aluno/a identifica desinformação *online*, quer quando é alvo ou conhece alguma pessoa alvo de *trolls*. Familiarizando-nos com o processo de denúncia, podemos informá-los sobre como devem proceder. Para reportar, podem aceder a [Facebook](#), [Instagram](#), [LinkedIn](#), [Youtube](#), [Whatsapp](#), por exemplo.

**Reforçar a importância de contribuir para um contexto digital seguro e credível.** Reforçar que todos os alunos/as são consumidores e criadores de informação. Partilhar algo *online* significa dar-lhe visibilidade e credibilidade, pelo que é essencial garantir que a informação partilhada é verdadeira e útil. Ao publicar ou partilhar conteúdos é importante que privilegiem teorias baseadas em evidências, opiniões de especialistas e organizações reconhecidas.

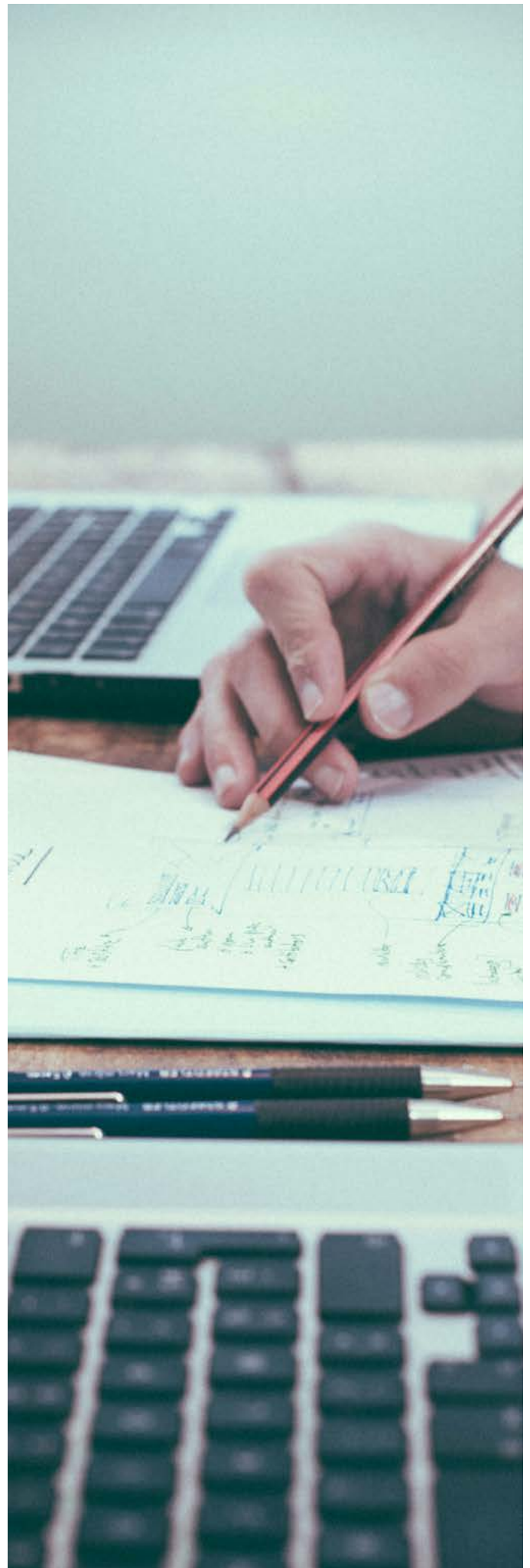
**Jogar o jogo Bad News.** As professoras/es e educadoras/es podem usar o jogo *Bad news* como ferramenta pedagógica, sendo uma atividade interativa para ajudar alunos/as a perceber como a desinformação é criada e disseminada. Os alunos/as assumem o papel de criadores de desinformação e são desafiados a gerir um site de *fake news*, usando técnicas reais de manipulação para ganhar seguidores. Durante o jogo (cerca de 15 minutos), são expostos a estratégias comuns da desinformação. No final, vão tornar-se mais resistentes à desinformação.

## A IMPORTÂNCIA DOS ESFORÇOS CONJUNTOS

**A desinformação é um problema que cruza todas as áreas do conhecimento.** Várias disciplinas trazem diferentes ferramentas necessárias para os alunos/as.

Por exemplo, os/as **Professores/as de Matemática** promovem a capacidade dos alunos/as para interpretar estatísticas e evitar manipulações numéricas; os/as **Professores/as de História e Geografia** ensinam o funcionamento dos sistemas políticos e contexto histórico, ajudando a pensar criticamente sobre narrativas distorcidas; ou, ainda, os/as **Professores/as de Ciências e Física**, ensinam fundamentos científicos sobre leis naturais, doenças e mudanças climáticas.

Todos os professores/as de todas as disciplinas são essenciais para a **construção do pensamento crítico e informado dos seus alunos/as**. E, **em conjunto com as mães, pais e cuidadores/as**, ajudam as crianças e adolescentes a desenvolver uma **resistência maior à desinformação**.



WAAAMMO  
EALAE  
SOBR  
ESIN