

DESINFORMAÇÃO

Guia Prático para Pais e Professores



Sofia Macedo - Educar no Digital

ÍNDICE

- Apresentação da autora, Sofia Macedo
- Porque é urgente falar sobre desinformação
- Afinal, o que é a desinformação?
- Tipos de desinformação
- Os perigos da desinformação
- Quem ganha com a desinformação?
- A desinformação e o design das redes sociais
- Como abordar o tema da desinformação com os mais novos (crianças, adolescentes e jovens)
- Conclusão
- Referências e leituras recomendadas

APRESENTAÇÃO DA AUTORA



Com mais de 15 anos de experiência em comunicação e marketing digital, [Sofia Macedo](#) construiu o seu percurso profissional em empresas nacionais e internacionais, tendo passado por Madrid e Berlim.

Atualmente, trabalha como SEO Specialist na VML, em Lisboa.

Em 2025, fundou a plataforma [Educar no Digital](#), um projeto dedicado à promoção do pensamento crítico, da literacia mediática e do bem-estar digital em Portugal.

Desde então, tem colaborado com diversas publicações e dinamizado formações em escolas, comunidades educativas e empresas, através de uma abordagem prática, empática e sustentada em evidência científica.

PORQUE É URGENTE FALAR SOBRE DESINFORMAÇÃO

Falar de desinformação é, hoje, uma necessidade cívica.

Vivemos num ambiente informativo, em que notícias, vídeos, opiniões, comentários e alertas nos chegam a toda a hora, seja pelo telemóvel, pelas redes sociais, pelos grupos de WhatsApp ou pelas notificações. Além da quantidade de informação, deparamo-nos também com a dificuldade em distinguir o que é verdadeiro daquilo que é manipulado.

Enquanto adultos, também nós somos vulneráveis. Afinal, quantas vezes já partilhamos conteúdos sem verificar? Ou reagimos por impulso a uma notícia sem saber que era falsa ou por títulos alarmistas?

No dia a dia, a desinformação é um problema que nos afecta de diversas formas, ao nível de:

- As nossas opiniões;
- A forma como vemos os outros;
- As relações que estabelecemos;
- O clima social e percepção da realidade;
- As decisões que tomamos enquanto cidadãos;
- E até a forma como votamos.

Ao acreditarmos em informação falsa ou manipulada, acabamos por reforçar preconceitos, aumentar a polarização e contribuir para um ambiente de desconfiança generalizada. Assim sendo, temos de reconhecer que um pequeno gesto, como partilhar uma notícia não verificada, pode ter impacto coletivo.

No Educar no Digital, temos defendido que falar sobre desinformação nos permite estar mais informados e ser mais conscientes e responsáveis. A par disto, há ainda outra razão pela qual este tema é tão importante: os mais novos.

Numa fase de construção de identidade, em que a necessidade de pertença passa também por se validarem por meio do que consomem e partilham, a desinformação é um perigo real. Além da dificuldade em distinguir o que é verdadeiro do que é manipulado, nem sempre têm ferramentas para reconhecer manipulação, ironia, conteúdo fora de contexto ou até os interesses económicos por trás de determinadas mensagens.

Os impactos no seu dia a dia podem ser significativos:

- Ansiedade gerada por notícias alarmistas;
- Comparações constantes;
- Medos e inseguranças infundados;
- Reforço de estereótipos;
- Participação em desafios perigosos;
- Disseminação involuntária de conteúdos falsos.

Ignorar o problema não (n)os protege.

Pelo contrário, deixa-os mais vulneráveis e sozinhos num ambiente já por si complexo.

Compete aos pais, famílias, mas também aos professores e educadores promover o pensamento crítico e literacia mediática.

Só assim seremos mais capazes de (n)os orientar. Educar no Digital não se trata de controlar, mas de acompanhar.

Em 2026, falar de desinformação é falar de cidadania.

AFINAL, O QUE É A DESINFORMAÇÃO?

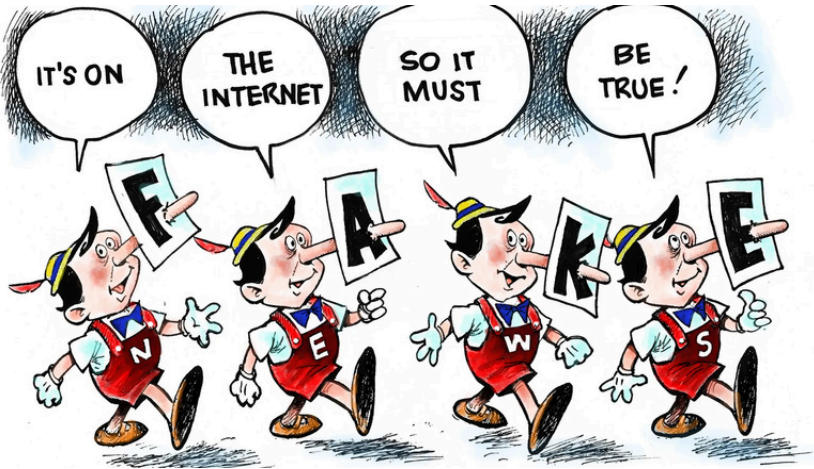
Para começar, nem toda a informação falsa é igual. Assim sendo, é importante distinguir 3 conceitos diferentes:

1. **Desinformação:** Conteúdo falso criado intencionalmente para enganar. Há uma intenção clara de manipular, provocar medo, influenciar opiniões ou obter lucro.

EXEMPLO: Circula nas redes uma “notícia” onde se diz que determinada vacina foi proibida em Portugal por causar mortes. A notícia vem acompanhada de um logótipo falso de um canal de televisão. Trata-se de uma informação completamente inventada e criada para gerar pânico e desconfiança.

2. **Misinformação:** Quando um conteúdo falso é partilhado sem haver intenção maliciosa. Muitas vezes quem partilha acredita mesmo que a informação é verdadeira.

EXEMPLO: Um familiar envia para o grupo de WhatsApp um alerta sobre um novo método de assalto que está a acontecer “em várias cidades portuguesas”. A mensagem nunca foi confirmada pelas autoridades, nem reflete a realidade local.



3. **Malinformação:** Quando um conteúdo verdadeiro é usado fora de contexto para enganar. Nestes casos, a informação não é falsa, mas é apresentada de forma manipuladora.

EXEMPLO: Uma fotografia de um incêndio ocorrido há 5 anos é publicada como se fosse recente, sugerindo que “a situação está fora de controlo”. Por outras palavras, a imagem é verdadeira, mas o seu contexto é falso e intenção alarmista.

Porque é que funciona?

A desinformação funciona porque explora emoções fortes, como o medo, a indignação ou o choque. Se nos provoca uma reação intensa, maior a tendência a partilhar sem refletir.

Os algoritmos das redes sociais baseiam-se nesse princípio e privilegiam os conteúdos que geram mais interações, não necessariamente os mais verdadeiros. E, como é expectável, títulos sensacionalistas e mensagens urgentes aumentam ainda mais essa probabilidade.

Num ambiente rápido e impulsivo, a falta de verificação torna-se o principal motor da sua propagação.

TIPOS DE DESINFORMAÇÃO

No dia a dia, a desinformação assume diversas formas e nem sempre é fácil de identificar à primeira vista. Não só pode surgir através de palavras, imagens ou vídeos, como também pode misturar elementos verdadeiros com distorções subtis.

Posto isto, conhecer os seus formatos mais comuns é o primeiro passo para a reconhecer e evitar a sua propagação.

Para facilitar a sua compreensão, vamos considerar 4 tipos de desinformação.

1. Títulos sensacionalistas

São títulos exagerados ou alarmistas, criados para gerar cliques e reações emocionais.

Muitas vezes prometem revelações chocantes ou usam expressões como “Não vais acreditar...” ou “Estão a esconder isto de ti”.

Na grande maioria das vezes, o conteúdo acaba por nem sequer corresponder ao impacto do título.

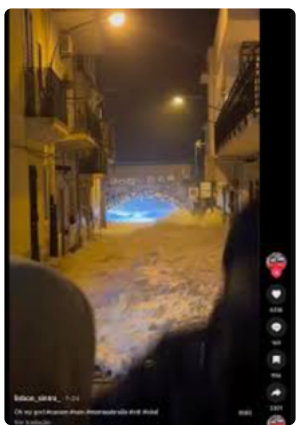
Família de Daniela Ruah sofre dura perda: “O nosso coração está partido”

A atriz mostrou-se desolada nas redes sociais.

A razão: a morte do animal de estimação

2. Imagens fora do contexto

Neste caso, trata-se do uso de fotografias reais usadas de forma enganadora, apresentadas como atuais ou relacionadas com um evento diferente do original. Ao alterar o contexto, muda-se completamente a interpretação da imagem.



Em fevereiro de 2026, tornou-se viral um vídeo alegadamente gravado em Sintra, onde se via o mar a invadir a via pública, num cenário alarmante. Apesar de o vídeo ser real, não foi filmado em Portugal. As imagens correspondiam a um episódio ocorrido na Sicília (em Itália), mais concretamente na cidade de Scaletta Zanclea, a 20 de janeiro, durante a passagem de um ciclone. Este é um exemplo claro de como um conteúdo autêntico pode ser usado fora de contexto para gerar confusão e pânico.

3. Deepfakes e vídeos manipulados

Com recurso à tecnologia, é possível alterar rostos, vozes ou editar vídeos com declarações falsas ou distorcer acontecimentos. Como parecem autênticos, são conteúdos especialmente perigosos.

Com uma simples pesquisa na Internet, a australiana Noelle Martin descobriu, por acaso, que a sua imagem estava a ser manipulada e partilhada em sites de pornografia. Um dia, por curiosidade, fez uma pesquisa utilizando uma ferramenta do Google que permite procurar o rasto de uma imagem na internet. Enviou uma fotografia sua e ficou à espera do resultado. O que encontrou mudou a vida dela.

Num instante, descobriu que imagens que ela tinha partilhado nas redes sociais estavam a ser editadas e publicadas em páginas de pornografia. A cara dela estava a ser colada, de forma realista, utilizando a tecnologia *deepfake*, em corpos nus de outras mulheres e no meio de actos sexuais.

Os grandes planos de seios e de outras partes íntimas não mostravam o seu corpo, mas o rosto das outras mulheres estava tão bem escondido por trás do dela que a manipulação passava despercebida. Ao ponto de ela própria se sentir violentada ao ver aquelas imagens. Aquela não era ela, mas parecia mesmo ser ela.

“Para as pessoas que me são próximas, [ver aquelas imagens] é muito conflagrador, elas são muito explícitas. E mesmo que um amigo meu consiga ver que aquela pessoa não sou eu, outra pessoa pode não conseguir distinguir”, descreve Noelle Martin numa vídeo-chamada com o PÚBLICO. “É uma violação extrema [da minha imagem]”.

Excerto da reportagem “[Deepfake. A mentira que se esconde à frente dos nossos olhos.](#)” publicada no jornal Público a 28 de Setembro de 2018

4. Opinião disfarçada de facto

Ocorre sempre que uma opinião é apresentada como se fosse uma verdade objetiva, sem espaço para dúvida ou interpretação. Em vez de distinguir claramente entre “eu penso que”, a mensagem é transmitida num tom de certeza absoluta, passando a ideia de que existe consenso ou prova científica, mesmo quando não existem.

Este tipo de conteúdo é particularmente comum nas redes sociais, onde influenciadores, criadores de conteúdo e figuras públicas partilham as suas interpretações sobre os mais variados temas,

desde saúde a política, passando pela educação, economia e tantos outros. Muitas vezes, falam sem recorrer a factos comprovados. E mais: a própria forma como comunicam (segura, convincente e emocional) acaba por reforçar ainda mais essa percepção de verdade.



Cartoon de Chappatte, publicado no Der Spiegel

“As alterações climáticas são uma invenção para aumentar impostos” ou “A mudança do clima nada tem a ver com a poluição”: este tipo de afirmações continua a circular em artigos, vídeos e comentários online, por vezes até em tom de denúncia. Na verdade, a existência de alterações climáticas não só “se vive na pele”, como é sustentada por consenso científico. Se por um lado, questionar políticas ambientais é legítimo; afirmar que o fenómeno é uma “invenção” já se trata de uma opinião. Apresentá-la como facto pode até atrair outras pessoas com a mesma opinião, mas mais não é do que ignorar evidência científica.

OS PERIGOS DA DESINFORMAÇÃO

Achar que a desinformação é, hoje, apenas um problema informativo é minimizar o seu impacto. Trata-se de um problema social e democrático e transversal, afetando os mais novos e também os adultos.

Perceba melhor quais são os perigos da desinformação e os seus efeitos no seu (no nosso) dia a dia.

Distorção da realidade

Quando uma informação falsa ou descontextualizada é repetida muitas vezes, começa a parecer verdadeira. Este fenómeno é conhecido como “efeito de verdade ilusória” e quanto mais somos expostos a uma afirmação, maior a probabilidade de a aceitarmos como plausível, mesmo quando não há evidência que a sustente ou até quando somos confrontados com o seu contraditório.

Com o tempo e a exposição, esta repetição altera percepções sobre acontecimentos, pessoas e instituições. A realidade deixa de ser construída com base em factos verificados, passando a ser moldada por narrativas amplificadas digitalmente.

→ Um exemplo recente em Portugal foi a circulação de vídeos e publicações que sugeriam que determinadas escolas estavam a “proibir símbolos nacionais” ou a “impor mudanças radicais nos currículos”.

Nenhuma instituição oficial anunciou, nem veio a confirmar estas mudanças. Em vários casos, trataram-se de interpretações exageradas, situações isoladas ou informações fora do contexto. Todavia, a repetição constante nas redes sociais potenciou a percepção de que se tratava de uma prática generalizada e o tema ocupou o debate público.

De notar que este tipo de distorção não precisa ser totalmente inventado para obter efeito. Basta ser amplificado, simplificado e/ou apresentado fora de contexto. Quando isso acontece, a confiança nas instituições fragiliza-se e o debate público tende mais para o emocional.

Ensinar os mais novos a reconhecer este tipo de mecanismo é fundamental, porque (também aqui) repetição não é sinónimo de verdade.

Também popularidade não é a mesma coisa que rigor.

E uma narrativa, mesmo sendo partilhada muitas vezes, pode ser uma mentira.

Polarização social

Ao explorar temas sensíveis, a desinformação tende a simplificar questões complexas e a apresentá-las como um confronto entre dois lados opostos. Em vez de contribuir para o debate informado, cria narrativas de “nós contra eles”, alimentando divisões e reduzindo o espaço para diálogo.

→ Outro exemplo em Portugal foi a circulação de conteúdos exagerados e descontextualizados sobre apoios sociais, sugerindo que determinados grupos “recebem tudo” enquanto “outros não recebem nada”. Muitas dessas publicações misturavam dados incompletos, casos isolados ou interpretações distorcidas. Porém,

eram apresentadas como verdade absoluta. O resultado? Tensão e desconfiança entre diferentes grupos da sociedade, normalizando até os insultos e agressões físicas.

Este tipo de conteúdo não tem como objetivo final esclarecer, mas mobilizar emoções. Ao reforçar estereótipos e generalizações, não só se enfraquece a empatia. Dificulta-se também a compreensão de diferentes perspectivas e capacidade de “ver o outro”. Quando o debate público se torna excessivamente polarizado, perde-se a capacidade de encontrar soluções e trabalhar para o bem comum.

Decisões mal informadas

Quando escolhas pessoais ou coletivas são feitas com base em informação manipulada ou incompleta, as consequências ultrapassam o plano individual, podendo afetar comunidades inteiras.

→ Durante a pandemia, circularam nas redes sociais alegadas “curas milagrosas” e afirmações infundadas sobre os efeitos adversos de determinados tratamentos. Algumas mensagens colocavam em causa a eficácia e a segurança das vacinas sem base científica, contribuindo para a desconfiança e, em alguns casos, para a rejeição das mesmas.

Este tipo de desinformação não teve apenas impacto individual. Ao influenciar decisões relacionadas com a saúde pública, afetava também a proteção coletiva, aumentando o risco de transmissão e dificultando a gestão da crise sanitária. É um bom exemplo de como a informação incorreta, quando amplificada, se transforma rapidamente num problema que ultrapassa a esfera pessoal.

Normalização da mentira

Quando a fronteira entre verdade e manipulação se torna difusa, instala-se uma desconfiança generalizada nos media, nas

instituições e até nas relações interpessoais. Se tudo pode ser “verdade” ou “mentira”, se cada um tem “a sua verdade”, cria-se a sensação de que nada é totalmente credível.

Isto tem sido visível sempre que surgem polémicas de redes sociais, acompanhadas de acusações de que “os media escondem a verdade” ou “eles não querem que tu saibas”. Em alguns momentos de maior tensão política ou social, vídeos editados ou declarações retiradas de contexto são apresentados como prova de manipulação sistemática da informação.

Este ambiente de dúvida constante fragiliza a confiança nas instituições democráticas, no jornalismo e no diálogo público.

Quando a mentira se torna comum ou relativizada, deixamos de poder discutir construtivamente, com base em factos.

→ Em eleições recentes em Portugal (tal como já aconteceu nos Estados Unidos ou no Brasil) surgiram algumas publicações nas redes a insinuar irregularidades, sem provas sustentadas. Embora as entidades oficiais tenham esclarecido os procedimentos e garantido as boas práticas, a circulação deste tipo de narrativa é suficiente para gerar suspeitas e desconfianças. Mesmo que sejam depois desmentidas, este tipo de alegações acaba sempre por fragilizar a confiança nas instituições democráticas.

Impacto na saúde mental

A exposição constante a conteúdos alarmistas, dramáticos ou polarizadores pode gerar ansiedade, medo e uma sensação permanente de ameaça.

Quando o feed é dominado por notícias chocantes, teorias conspirativas ou narrativas de crise contínua, o cérebro vive num estado de alerta constante. Este fenómeno, descrito como “ansiedade informativa” ou “doomscrolling”, caracteriza-se pelo hábito de consumir repetidamente conteúdos negativos, mesmo quando nos fazem sentir mal. Isto acaba por contribuir para sentimentos de impotência, irritabilidade ou desconfiança generalizada.

Nos adolescentes e jovens, este impacto pode ser mais acentuado, contribuindo para aumentar inseguranças, medos sociais e sensação de instabilidade.

→ Durante os incêndios de 2017, em Portugal, a exposição contínua a imagens e notícias teve um impacto significativo na saúde mental da população. A Ordem dos Psicólogos Portugueses alertou para o aumento de sintomas de ansiedade e stress, não apenas entre vítimas diretas, mas também em pessoas (adolescentes e adultos) expostas repetidamente à cobertura mediática.

Sinais de alerta de ansiedade informativa

Como referido anteriormente, a exposição excessiva a conteúdos alarmistas ou negativos pode ter impacto real no bem-estar. Logo, ensinar os mais novos a reconhecer estes sinais é tão importante quanto ensinar a verificar fontes: literacia digital também é literacia emocional.

Estes são alguns sinais de que a informação está a deixar de ser saudável:

Nível emocional

- Sensação constante de preocupação ou medo;
- Irritabilidade após estar nas redes sociais;
- Pensamentos contínuos sobre notícias negativas;
- Dificuldade em “desligar” mentalmente.

Nível comportamental

- Necessidade compulsiva de verificar notícias;
- Scroll contínuo mesmo quando se sente desconforto;
- Partilha impulsiva de conteúdos alarmistas;
- Discussões frequentes baseadas na informação online que se consome.

Nível físico

- Dificuldade em adormecer;
- Sensação de tensão ou agitação;
- Cansaço associado ao consumo excessivo de informação.

O que fazer?

- Estabelecer horários para consumo de notícias;
- Evitar a exposição antes de dormir;
- Fazer uma limpeza digital ao que se segue/consome, privilegiando fontes credíveis e oficiais;
- Confirmar fontes antes de reagir ou partilhar;
- Fazer pausas digitais;
- Falar sobre o que se sente após consumir determinados conteúdos.

QUEM GANHA COM A DESINFORMAÇÃO?

Fazer esta pergunta: “Quem ganha com esta mensagem?” é uma das ferramentas mais poderosas de pensamento crítico e de combate à desinformação.

É por isso que no Educar no Digital, ensinamos todos a procurar os verdadeiros interesses por trás da informação. É importante saber ir para além do conteúdo, de modo a melhor compreender o seu contexto e objetivo.

A verdade é que a desinformação raramente surge por acaso. Na maioria dos casos, alguém beneficia da sua circulação (e é sobre isso que falamos a seguir).

Quem quer ganhar dinheiro

Muitos conteúdos falsos ou sensacionalistas são criados para gerar cliques. Para um leigo, isso pode parecer irrelevante. Mas no mundo digital, os cliques são uma das métricas mais valiosas. Na prática, quanto mais visualizações um conteúdo recebe, maior tende a ser a receita publicitária.

É aqui que surge o fenómeno do “clickbait”, referente a títulos ou imagens propositadamente exagerados, ambíguos ou

provocadores, concebidos para despertar curiosidade imediata e levar o utilizador a clicar - muitas vezes sem que o conteúdo corresponda à promessa feita.

Para estes meios, o objetivo não é informar com rigor, mas captar atenção e gerar tráfego.

Sites, páginas anónimas e até alguns criadores de conteúdo lucram com esta estratégia. Quanto mais chocante ou alarmista for a mensagem, maior a probabilidade de ser clicadas e partilhada. É que mesmo quando a informação é falsa ou enganadora, o impacto financeiro já foi alcançado.

Perceber esta lógica ajuda-nos a compreender que, muitas vezes, a desinformação não nasce apenas de ideologia ou manipulação política, nasce também de interesses económicos.

Quem quer influenciar opiniões

A desinformação pode ser usada como uma ferramenta estratégica para moldar perceções sobre temas políticos, sociais ou económicos.

Ao selecionar determinados factos, omitir contexto ou espalhar narrativas alarmistas, é possível direcionar a forma como as pessoas interpretam acontecimentos.

Quando uma mensagem é repetida muitas vezes, especialmente quando provoca medo, indignação ou sentimento de ameaça, tende a ganhar mais força, mesmo que não seja sustentada por dados sólidos. Ao explorar emoções intensas, cria-se um ambiente de polarização, onde as pessoas deixam de analisar informação com distanciamento e passam a reagir de forma mais impulsiva.

Num contexto democrático, isto é particularmente sensível, já que a opinião pública influencia debates, decisões coletivas e processos eleitorais. Se as escolhas forem feitas com base em informação manipulada ou incompleta, a qualidade do debate acaba comprometida.

Por isso, é importante explicar aos mais novos que questionar políticas, discordar ou ter opinião própria é saudável e também é cidadania.

O problema surge quando decisões e posições são construídas a partir de conteúdos enganadores, criados precisamente para condicionar essa liberdade de pensamento.

Ensinar a reconhecer esta dinâmica é essencial para formar cidadãos informados, críticos e capazes de participar na sociedade de forma consciente.

Quem quer dividir

A desinformação é também usada para explorar temas sensíveis e emocionalmente carregados (a imigração, as vacinas, as mudanças climáticas, orientação sexual, etc.) Isto não acontece por acaso. Se pensar bem, vai-se dar conta de que os temas escolhidos são sempre os que geram reações fortes.

Ao apresentar realidades complexas de forma simplista, exagerada ou distorcida, fomenta-se a sensação de confronto permanente entre “nós” e “eles”.

Este tipo de narrativa reforça estereótipos, alimenta preconceitos e promove desconfiança. Quando as pessoas passam a ver o outro como ameaça, o espaço para o diálogo diminui. Em vez de debate construtivo, instala-se a polarização. E quanto mais dividida estiver uma sociedade, mais difícil será encontrar consenso, confiar nas instituições e cooperar. É desta fragmentação social que nascem e se alimentam as radicalizações.

Explicar este mecanismo aos mais novos começa por lhes fazer ver que nem todos os conteúdos que provocam indignação ou revolta têm de ser necessariamente informativos. A maioria das vezes, servem apenas para amplificar divisões.

Neste contexto, desenvolver a empatia, assim como a capacidade de ouvir diferentes perspectivas, sem que se sintam atacados ou diminuídos, acaba por ser a melhor forma de resistir à manipulação.

Quem procura atenção ou notoriedade

Nem toda a desinformação nasce de motivações políticas ou económicas. Há casos em que o objetivo é apenas ganhar visibilidade. No ambiente digital atual, atenção é poder - e lucro. Publicações polémicas, provocadoras e/ou chocantes tendem a gerar mais comentários, partilhas e reações. Quanto maior a controvérsia, maior o alcance.


Para alguns criadores de conteúdo e sites, a prioridade não é informar, mas destacar-se.

Esta lógica, tantas vezes comercial, cria um incentivo perigoso, pois quanto mais extrema ou alarmista for a mensagem, maior a probabilidade de se tornar viral.

O problema é que, mesmo que mais tarde seja desmentida, o impacto inicial já produziu resultados: novos e mais seguidores, mais notoriedade e reconhecimento online. Além disso, o desmentido nem sempre chega aos receptores e, quando chega, é recebido com desconfiança, minimizado e até ignorado.

Hoje em dia, por trás de uma publicação polémica, pode estar, simplesmente, a procura de atenção. O autor, muitas vezes, nem acredita ou pratica o que apregoa. Fá-lo, porque sabe que funciona.

Questionar a intenção por detrás da mensagem é um passo essencial para não alimentar este ciclo.

 Perguntar aos mais novos “quem ganha?” é ensiná-los a olhar para além da superfície. Com este tipo de exercício, desenvolverão o pensamento crítico e a autonomia intelectual, promovendo uma maior responsabilidade digital e consciência cívica.

Para começar, escolha, para análise, um conteúdo de teor duvidoso.

Depois ajude-os a perceber quem ganha com aquela mensagem, fazendo as seguintes perguntas:

Isto gera dinheiro a alguém?

- Tem anúncios?
- Leva para um site cheio de publicidade?

Isto tenta influenciar opinioes?

- Está a apresentar apenas uma perspetiva?
- Usa linguagem absoluta (“todos”, “ninguém”, “é um facto”)?
- Omite dados ou contexto?

Isto incentiva a polarização?

- Usa linguagem de confronto (“eles” versus “nós”)?
- Generaliza grupos inteiros (imigrantes, homossexuais, ...)?
- Alimenta o medo ou a indignação constante?

Isto parece querer apenas atenção?

- É exagerado? É provocador? Feito para chocar?
- O autor tem algo a ganhar ao gerar polémica? Mais visibilidade, por exemplo.

Aproveite esta reflexão, para depois aprofundar dando um foco mais pessoal e questionando sobre:

- Que emoções é que isto te desperta?
- Que fontes credíveis confirmam isto?
- O que aconteceria se todos partilhassem isto sem verificar?
- Se um amigo teu partilhasse esta mensagem, como te sentirias?
- E se fosse ele o autor do conteúdo?

A DESINFORMAÇÃO E O DESIGN DAS REDES SOCIAIS

A desinformação não se espalha apenas porque alguém a cria. Espalha-se porque o ambiente digital favorece a velocidade, a emoção e a interação e não necessariamente a verdade ou o rigor da informação.

Posto isto, é importante perceber que nem as redes sociais, nem a tecnologia são neutras ou inocentes.

O algoritmo

As redes sociais utilizam algoritmos para decidir o que aparece no nosso feed. Esses sistemas não avaliam a verdade dos conteúdos, nem se limitam a partilhar o que é do nosso interesse.

Na verdade, o algoritmo privilegia o potencial de gerar interação. Portanto, quanto mais comentários, partilhas ou reações uma publicação recebe, maior o seu alcance. Como conteúdos emocionais (sensacionalistas, polêmicos, etc.) geram mais reação, a desinformação acaba por ter vantagem competitiva.

→ Não é que as redes sociais “prefiram mentiras” ou sejam conspirativas. Simplesmente, preferem envolvimento. E a desinformação adapta-se muito bem a esse modelo porque é rápida, simples e emocional.



O ciclo do algoritmo

As bolhas informativas

O algoritmo não serve apenas para nos apresentar conteúdos. Através do nosso uso (gostos, interações, horários de uso, etc.), ele vai aprendendo sobre nós, sobre o nosso comportamento. Com o tempo:

Somos expostos maioritariamente a opiniões semelhantes às nossas → Vemos menos perspetivas divergentes → Reforçamos crenças existentes

É assim que se criam as **bolhas informativas**. Dentro delas, determinadas narrativas parecem consenso absoluto, mesmo que fora da bolha não o sejam. Isto reforça polarização e reduz pensamento crítico.

Mas como explicamos nas oficinas de Educar no Digital, o problema não está apenas no algoritmo, existem outros elementos de design que reforçam este ciclo.

Notificações constantes

As notificações funcionam como pequenos estímulos de urgência, chamando a atenção e incentivando - exigindo? - uma ação imediata, seja ela clicar, responder ou partilhar.

Num ambiente onde ninguém quer “ficar de fora”, este mecanismo:

- Favorece a impulsividade;
- Diminui a reflexão e
- Reforça a necessidade de reação rápida.

Títulos curtos e impactantes

As plataformas privilegiam conteúdos que captam atenção em segundos. Por isso, títulos curtos, provocadores ou alarmistas têm mais probabilidade de se destacar.

Na prática, quanto mais chocante for o título, maior a probabilidade de clique, mesmo que o conteúdo seja frágil ou enganador.

Neste contexto de simplificação emocional, certamente já acabou a clicar em títulos como:

- “Pessoa X arrasa Y”;
- “O que eles não querem que tu saibas.”;
- Etc.

Vídeos curtos e superficiais

O mesmo se verifica com os vídeos curtos de mensagens rápidas e altamente visuais.

Este tipo de vídeo pode até entreter, mas na maioria falta-lhe contexto e informação.

Além disso, sejamos sinceros, muitos temas raramente “cabem” em 30 segundos, não havendo sequer espaço para o contraditório. Quando um tema complexo é reduzido a uma frase forte ou a um corte estratégico, o risco de distorção naturalmente acaba por aumentar.

Likes e partilhas como validação social

Likes, comentários, partilhas,... todos estes números são públicos. Isso cria um efeito psicológico poderoso, levando-nos a crer que se muitas pessoas concordam, então, deve ser mesmo verdade. A este fenómeno designa-se de validação social, pois o nosso cérebro tende a confiar mais em algo que parece amplamente aceite, confundindo popularidade com verdade.

A desinformação alimenta-se de este mecanismo cíclico: Conteúdos emocionais geram mais interação → Mais interação gera mais visibilidade → Mais visibilidade reforça a percepção de credibilidade

Scroll infinito

O scroll infinito existe para manter o utilizador a consumir conteúdo sem interrupções. Aqui não há uma “última página”, nem uma pausa natural. Este fluxo contínuo afecta a nossa capacidade de atenção e potencia a desinformação, uma vez que:

- Reduz o tempo de análise;
- Incentiva consumo automático e
- Diminui a probabilidade de verificação.

Quando passamos rapidamente de um conteúdo para outro, o cérebro tende a reagir, não a analisar. E, claro, a desinformação beneficia desta velocidade.

Consumo rápido e fragmentado

Por fim, importa considerar o contexto de consumo. O consumo digital é muitas vezes feito em pequenos momentos: no transporte, em filas, antes de dormir, entre reuniões, etc.

Esta dinâmica favorece conteúdos simples, diretos e pouco aprofundados.

Temas complexos exigem contexto, dados e nuance. Se a

desinformação prospera, é porque oferece explicações fáceis para problemas complexos.

É por tudo isto que é crucial explicar aos mais jovens que o problema não está apenas “nas pessoas”, mas também na forma como a tecnologia é desenhada.

As plataformas são concebidas para maximizar o tempo de permanência, a interação e o crescimento. O seu modelo de negócio baseia-se, em grande parte, na publicidade e na recolha de dados. Por outras palavras: quanto mais tempo passamos online e quanto mais interagimos, mais valiosos - e lucrativos - nos tornamos enquanto utilizadores. Trata-se de uma lógica de negócio torcida, onde o utilizador, o seu tempo e atenção, é, de facto, o produto.

Ora, a desinformação adapta-se perfeitamente a esse modelo, pois gera aquilo que as plataformas procuram: atenção, emoção e envolvimento.

Nos últimos anos, as redes sociais cresceram mais rápido do que a legislação. As regras aplicadas aos meios de comunicação social não se aplicam, aqui, da mesma forma. Tudo isto criou um ambiente propício para conteúdos falsos circularem com enorme alcance e poucas consequências. Mas isto está a mudar.

A União Europeia, por exemplo, aprovou o Digital Services Act (DSA), que impõe novas obrigações às grandes plataformas digitais no combate à desinformação e na proteção dos utilizadores.

Outros países têm igualmente reforçado medidas de transparência e responsabilização e até proibido o acesso às redes sociais a menores de 16 anos.

Ainda assim, o equilíbrio entre liberdade de expressão, regulação e interesses económicos é complexo e as “Big Tech” têm interesse em manter este modelo de negócio.

É por isso que fomentar a literacia digital é tão importante. Quando entendemos como as plataformas operam, tornamo-nos

menos vulneráveis à manipulação e mais capazes de ensinar os mais novos a navegar neste ambiente com autonomia, espírito crítico e responsabilidade.

Falar de responsabilidade é essencial, porque acabamos por ser nós, ao partilhar, quem espalha a desinformação. Mesmo que sem saber ou com boas intenções. Portanto, serve isto para dizer que quando não se tem a certeza, o melhor é não partilhar. Partilhar é um ato de responsabilidade.

Desenvolver literacia digital implica reconhecer que todos temos opiniões. No actual ambiente online, abundam conteúdos que confirmam aquilo em que já acreditamos. No entanto, o facto de uma ideia ser amplamente partilhada ou reforçada no nosso feed, isso não a torna absoluta, nem necessariamente verdadeira.

Além disso, discordar não significa invalidar o outro. A diversidade de ideias faz parte de uma sociedade saudável. Reconhecer os nossos próprios vieses, aceitar que podemos estar incompletamente informados e manter abertura para rever posições é meio caminho andado para não cair nas armadilhas da desinformação.

Pensamento crítico não é sobre defender a nossa opinião com mais força. É sobre estar disposto a questioná-la.

Por último, não nos podemos esquecer de que os nossos filhos e alunos aprendem pelo exemplo.

Portanto, se também nós, os adultos, partilhamos sem verificar, consumimos apenas fontes alinhadas com a nossa visão ou reagimos com agressividade (no online e na vida real), então, estamos a ensinar-lhes, precisamente, que esse é o tipo de comportamento a seguir.

COMO ABORDAR O TEMA DA DESINFORMAÇÃO COM OS MAIS NOVOS

Para começar, não se trata de assustar, mas, sim, de capacitar. Ainda assim, é importante que a abordagem seja ajustada à fase de desenvolvimento, com uma linguagem adequada à maturidade e experiência digital de cada um.

Falar de desinformação com crianças

- **Objetivo: Ensiná-las a fazer perguntas simples.**

Mesmo que não tenham conta nas redes sociais, nem smartphone, entre os 6 e os 10 anos, este é um tema que já pode ser abordado em famílias e/ou na escola.

Expliquem-lhes, sem alarmismos, que nem tudo o que aparece na internet é verdade.

Igualmente importante é ensinar a perguntar: “Quem é que disse isto?”. Nesta fase, as crianças já sabem distinguir o que é real daquilo que não é e, tão importante como reforçar isso, é também mostrar-lhes a diferença entre factos e opiniões.

💡 Escolha uma notícia simples e verifiquem-na juntos, analisando aspectos como:

- De que site vem?
- Tem data?
- Aparece em outros meios?
- Que linguagem usa?

Falar de desinformação com adolescentes

- **Objetivo: Desenvolver pensamento crítico e autonomia.**

Nesta fase, muitos já têm smartphone e até perfis nas redes sociais, onde consomem informação. Em casas onde não há jornais ou o hábito de ver notícias, a Internet pode ser mesmo a única fonte de informação.

A adolescência é também uma fase formativa e de construção de identidade. Nesta etapa, é natural surgir uma maior necessidade de integração e pertença a um grupo. Muitas vezes, esse grupo torna-se altamente influente, o que pode aumentar a vulnerabilidade face a discursos extremistas ou a informação pouco rigorosa. Um estudo de 2021 da OCDE, [“21st-Century Readers: Developing Literacy Skills in a Digital World”](#), mostra como os jovens com menor literacia mediática têm maior dificuldade em distinguir factos de opinião online.

Portanto, em vez de confrontar ou adotar uma postura condescendente, é fundamental iniciar a conversa com verdadeira disponibilidade para o diálogo. Pode até surpreender-se - nas sessões de Educar no Digital, comprovamos como muitos adolescentes têm uma visão crítica e muito a dizer sobre o tema. Este é um bom momento para começar a falar com eles sobre:

- Algoritmos e bolhas informativas;
- Como funcionam os títulos sensacionalistas;
- O lado comercial das redes e dos criadores de conteúdos;
- A lógica comercial por trás das big tech;
- Debater exemplos reais.

💡 Escolha um acontecimento atual (por exemplo, a eleição do Presidente da República de Portugal, em fevereiro de 2026) e apresente diferentes conteúdos sobre o mesmo tema (notícia, artigo de opinião, vídeo de rede social, publicação mais emotiva, etc.). Peça aos adolescentes que analisem cada uma e respondam:

- Quem criou o conteúdo?
- É facto ou opinião?
- Há fontes identificadas?
- Que linguagem é usada (Neutra? Manipuladora)?
- Que emoções te despertam?

O objetivo aqui não é debater posições políticas. É, sim, compreender como a mesma informação, ainda mais um acontecimento factual, pode ser apresentada de formas diferentes e como isso pode acabar influenciando a perceção da realidade de cada um.

Falar de desinformação com os jovens

- **Objetivo: Promover a cidadania.**

Nesta fase, é fundamental discutir o impacto da desinformação na democracia e na participação cívica. Os jovens já têm maturidade para compreender conceitos como manipulação emocional, polarização e responsabilidade individual na partilha de conteúdos.

Portanto, falar sobre desinformação implica reforçar a importância de ouvir o outro com respeito, mas também de exigir fontes e fundamentação para os argumentos apresentados. A par disto, é igualmente importante abordar o impacto da exposição constante a conteúdos negativos na saúde mental e promover a importância de pausas informativas. Nos nossos dias, consumir informação de forma consciente e equilibrada é uma competência essencial para o bem-estar e para uma participação social responsável.

💡 Peça a criação de uma “notícia fictícia”, de modo a que esta viralize rapidamente. O tema deve ser neutro - por exemplo: cancelamento de aulas, uma nova regra na escola, um evento, etc. Depois, peça para definir:

- Que título escolheriam para gerar mais cliques?
- Que formato usariam?
- Que emoção procurariam despertar?
- Como poderiam fazer o conteúdo espalhar-se mais rapidamente?

Uma vez feito o trabalho, convide a uma reflexão mais profunda e pergunte se foi fácil tornar a mensagem apelativa? O que mudou entre a versão neutra e a versão viral? Com esta atividade, os jovens facilmente perceberão que viralidade e verdade não são sinónimos.

Quando se fala de desinformação com os mais novos, seja qual for a sua idade, o mais importante é criar e promover um espaço seguro para que possam tirar dúvidas, promovendo a escuta e a empatia.

Mostre-lhes, desde cedo, como é importante valorizar fontes credíveis e questionar. Neste caso, as 5 perguntas de ouro são:

1. Quem criou este conteúdo?
2. Com que intenção?
3. Qual a fonte original?
4. Que emoções te desperta?
5. Que outras fontes confirmam esta informação?

Por último, reforce que mudar de opinião perante novos dados é sinal de maturidade e de inteligência, não é uma fraqueza.

💡 Ver um documentário ou uma reportagem, sobretudo nos mais novos pode ser um bom de partida para iniciar um debate. Nesse sentido, eis alguns [recursos educativos](#) que lhe podem ser úteis.

PARA TERMINAR

Como pais e professores ou melhor: como educadores temos de aceitar que o digital tem hoje um papel importantíssimo na vida dos mais novos e também que não conseguimos controlar tudo o que circula online.

Porém, podemos controlar a forma como reagimos.

Aprender a lidar com a desinformação é um exercício contínuo de consciência, responsabilidade e exemplo. E quanto mais cedo começarmos, mais preparados estarão os jovens para participar numa sociedade informada e crítica. Ignorar o tema ou evitá-lo não vai mudar o que já está a acontecer.

Posto isto, está nas nossas mãos transformar o consumo passivo de informação num processo ativo de análise. Ao pesquisar fontes, comparar versões e questionar linguagem e imagens, os mais novos aprendem a controlar impulsos, a identificar a manipulação e a distinguir factos de opiniões.

Como costumamos dizer nas [formações de Educar no Digital](#), estimular o pensamento crítico não significa desconfiar de tudo, mas saber fazer perguntas antes de acreditar ou partilhar algo, faz toda a diferença.

Se incentivarmos os mais novos a praticar regularmente este tipo de análise, eles acabarão por fortalecer a sua autonomia intelectual, capacidade de argumentação e a responsabilidade digital. Tudo competências essenciais para uma vida em sociedade mais responsável e saudável. Ou seja: todos sairemos a ganhar.

REFERÊNCIAS E LEITURAS RECOMENDADAS

- Hasher, 1977, *Illusory Truth Effect*
- Vosoughi, Roy & Aral (2018), *MIT Study on False News*
- OECD, 2021, *Digital Literacy Report*
- European Commission, 2022, *Digital Services Act*
- Haidt, Jonathan, 2024, *A Geração Ansiosa - Como a Grande Reconfiguração da Infância está a provocar uma Epidemia de Doença Mental*
- Macedo, Sofia, 2025, [Como crescer com as redes sociais \(e não contra elas\)](#)

Educar no Digital

www.educarnodigital.pt