

## *Comunicação na era da desinformação: A inverdade da atualidade*

 *Ana Rita Moreira Amaral Cruz Vieira*

*rita44vieira@gmail.com*

<https://orcid.org/0009-0005-5447-2251>

*ISCAP, Instituto Politécnico do Porto*

**P. PORTO**  
**ISCAP**

Revista Académica  
de Tendências em  
Comunicação e  
Ciências  
Empresariais

### **Resumo**

A mentira e a desinformação são fenómenos antigos que têm permeado a história da humanidade. Ao longo dos anos, a ascensão do mundo digital tem acelerado drasticamente a propagação destes conceitos, sendo quase impercetível distinguir a verdade e a mentira. Esta evolução, apesar das suas vantagens, despertou também um lado sombrio onde o aumento da disseminação da desinformação é evidente. Neste cenário, a manipulação da opinião pública, a influência de comportamentos ou a obtenção de vantagens políticas, económicas ou ideológicas, quer de forma intencional ou não, tornam-se os focos centrais destes conceitos. Neste artigo, será feita uma visão geral dos conceitos da desinformação, como é que esta se propaga, a importância de uma comunicação transparente, a desinformação na atualidade e, as suas consequências. Por fim serão sugeridas algumas práticas para prevenção deste problema.

**Palavras-chave:** Desinformação, Transparência, Notícias Falsas, Comunicação, Mundo Digital, Ética

### **Abstract**

Lies and disinformation are ancient phenomena that have permeated human history. Over the years, the rise of the digital world has drastically accelerated the spread of these concepts, making it almost imperceptible to distinguish between truth and lies. This evolution, despite its advantages, has also awakened a dark side where the increased spread of disinformation is evident. In this scenario, the manipulation of public opinion, influencing behavior or obtaining political, economic, or ideological advantages, whether intentionally or not, become the central focus of these concepts. This article will give an overview of the concepts of disinformation, how it spreads, the importance of transparent communication, misinformation in today's society, and its consequences. Finally, some practices for preventing this problem will be suggested.

**Keywords:** Disinformation, Transparency, Fake News, Communication, Digital World, Ethic

## Introdução

Nos dias atuais, a desinformação representa uma das mais significativas e complexas questões enfrentadas pela sociedade. Na era digital em que vivemos, a comunicação tornou-se mais instantânea do que nunca, no entanto, junto com esta facilidade de acesso, surge o fenómeno da desinformação. A disseminação rápida de informações falsas, manipuladas e enganosas tornou-se parte da comunicação da atualidade.

A desinformação não apenas distorce a realidade, mas também faz com que, os meios de comunicação percam credibilidade. É necessário analisar com precisão as causas e consequências desse fenómeno, mas também explorar estratégias eficazes para enfrentá-lo de modo a promover uma comunicação transparente nas diferentes vertentes.

Diante destes antecedentes, torna-se evidente que a desinformação representa uma ameaça para a sociedade. No entanto, ao mesmo tempo, abre-se a oportunidade para explorar estratégias inovadoras e colaborativas que visam promover uma comunicação mais confiável.

## A Desinformação

Vivemos numa era em que o acesso à informação é mais imediato e acessível do que em qualquer outro momento da história, graças aos avanços tecnológicos. Neste contexto, torna-se crucial exercer uma triagem dos dados que nos chegam. Assim, ao analisarmos aquilo que todos os dias nos é comunicado, emerge uma questão preocupante: a desinformação, que, “é o termo usado para definir qualquer tipo de conteúdo e ou prática que contribua para o aumento de informação falsificada, não validada ou pouco clara/transparente e/ou para afastar os cidadãos do conhecimento factual da realidade” (Segura, 2024).

A manipulação da informação pode ser discreta, manifestando-se por meio da exclusão de dados essenciais, distorção de factos e, em casos extremos pela completa ausência de veracidade. Neste cenário, o mundo digital, apesar de ser importante na disseminação de informações valiosas, também serve como um veículo para a propagação de desinformação, especialmente, no que toca às chamadas *fake news*.

Deste modo, é urgente reconhecer o desafio que a desinformação representa numa era em que a informação é instantânea. Torna-se essencial a habilidade de saber filtrar as informações verdadeiras e falsas, destacando a importância da educação digital, capacitar as pessoas a avaliar criticamente o conteúdo que encontram *online* e, reconhecer a importância da prática de uma comunicação transparente.

## Propagação da Desinformação

Compreender como se propaga a desinformação é fundamental para promover maior consciencialização e conhecimento sobre o tema. Esta disseminação pode ocorrer de forma intencional ou não intencional, embora que, na maioria dos casos é impulsionada intencionalmente.

A desinformação pode propagar-se, como afirma (Wardle, 2017), nos sete tipos diferentes de conteúdo problemático dentro do ambiente de informações. Estas podem ser classificadas numa escala que mede o nível de intenção, sendo elas:

- Sátira ou paródia: sem intenção de causar danos, mas com potencial para enganar;
- Falsa conexão: quando os títulos, imagens e legendas não estão alinhados com o conteúdo apresentado;

- Falso contexto: conteúdo genuíno que é compartilhado com informações contextuais falsas;
- Conteúdo enganoso: manipulação da informação para distorcer um problema ou imagem de um indivíduo;
- Conteúdo impostor: fontes legítimas que produzem conteúdo falso;
- Manipulação de conteúdo: quando a informação genuína ou imagens são manipuladas para enganar através de, por exemplo, fotos adulteradas;
- Conteúdo fabricado: conteúdo novo que é totalmente falso, projetado para enganar e prejudicar.

Nesta breve explicação das classificações, começamos a compreender mais a complexidade, bem como o compromisso de esclarecer o conceito e explorar a dimensão sobre o tipo de informações que são disseminadas.

Atualmente, na era da inteligência artificial, tecnologia e transformação digital, predominam diversas estratégias que contribuem para a partilha intencional de conteúdo falso. É precisamente, neste contexto digital, que esta propagação se verifica nas diferentes plataformas, por exemplo,

“através das redes sociais, Twitter, Facebook ou por aplicações mais fechadas como o Whatsapp. Há sites dedicados a notícias falsas, sediados em países europeus, mas com o IP registado no Texas, por exemplo, de onde partiram centenas de “notícias” manipuladas. Em alguns casos, esses sites têm uma aparência e siglas idênticas aos dos media reais.” (Segura, 2024).

Relativamente à propagação involuntária, esta ocorre não necessariamente por desejo de obter alguma vantagem, mas muitas vezes, é impulsionada por padrões comportamentais. O ser humano possui uma tendência inata a seguir aqueles que se relaciona e que compartilha laços sociais. Quando os indivíduos dentro do seu círculo social partilham de uma determinada visão do mundo semelhante à deles próprios, há uma tendência a presumir que essas informações são verdadeiras, colocando de lado a necessidade de confirmação da sua origem e veracidade das mesmas.

Assim, através de um estudo sobre contágio social publicado na revista científica *Nature Physics*, conclui-se que, a desinformação se propaga como os vírus biológicos, mas de forma mais rápida e “contamina” mais pessoas (Lusa, 2020).

## **Inverdades da atualidade: onde e como se manifestam**

Estamos rodeados de mentira e desinformação, cujo as formas de propagação destas se manifestam de diferentes formas e nos mais variados temas. Desde as redes sociais até aos meios de comunicação tradicional, compreender onde e como a desinformação se difunde é imprescindível.

### **Meios de comunicação digital**

#### ***Inteligência Artificial***

Os modelos de inteligência artificial se por um lado podem ajudar no combate à desinformação, ajudando a identificar informações falsas, por outro, podem fornecer dados que não são fiáveis, cometer erros rotineiros e espalhar a desinformação. O público em geral, pode facilmente obter informações incorretas destes programas sobre qualquer tipo de assunto.

A capacidade destes programas para criar conteúdo convincente e aparentemente autêntico amplifica a manipulação e o engano. Diariamente, somos confrontados com uma variedade de vídeos, fotos e áudios majoritariamente partilhados nas redes sociais, muitos dos quais, são estruturados para se assemelhar à realidade.

São muitos os exemplos criados com a “mão” da inteligência artificial que destacam a criação e disseminação de conteúdo. No ano passado, testemunhou-se um exemplo marcante desta dinâmica ao tornar-se viral as imagens do Papa Francisco, onde a sua imagem foi alterada de modo a retratá-lo num estilo diferente, em que usava um casaco de inverno moderno. Além disso, não podemos ignorar o impacto de outro exemplo, de uma foto manipulada do ex-presidente Donald Trump a ser preso. Estes episódios ilustram como as plataformas digitais têm o poder de moldar percepções e influenciar a opinião pública, muitas vezes através da criação e disseminação de conteúdo visual altamente partilhável e impactante. Assim, a capacidade de produzir vídeos, fotos e áudios realistas e convincentes levanta preocupações sobre a disseminação de informações falsas e manipuladas, podendo distorcer a percepção da realidade e influenciar o comportamento do público.

Nesta perspetiva e, segundo Ricardo Assunção, diretor executivo da Associação Portuguesa de Anunciantes (APAN), a inteligência artificial é uma nova ferramenta que está ao dispor das marcas e das pessoas, que consegue conjugar um pouco de fantasia e do imaginário com a vida real de uma forma muito realista, sendo na maior parte das vezes, completamente impercetível a identificação do conteúdo falso que é criado através destes programas. O diretor executivo da APAN considera ainda que, a inteligência artificial precisará de regulamentação, no entanto, está convicto de que a indústria conseguirá agir de forma sensata, e que as marcas usarão esta ferramenta de forma positiva e, de modo a promover a partilha consciente de informações (Ganhão, 2023).

Além disso, de acordo com (Paschen, 2019), estudos recentes demonstraram que o poder dos algoritmos de inteligência artificial para identificar notícias falsas é inferior à sua capacidade de criá-las.

## ***Redes sociais***

As redes sociais emergiram como fonte de uma variedade de notícias, quer globais quer locais, para inúmeros utilizadores. Embora estas proporcionem benefícios significativos, como a comunicação fácil e ilimitada, também têm contribuído para a propagação da desinformação.

O uso generalizado destas plataformas expandiu a propagação das *fake news*, aumentando a velocidade e o alcance com que estas se espalham. O que acontece na maioria das vezes é a criação de títulos desconectados com o conteúdo da notícia, que são formulados tendencialmente para captar atenção dos leitores, estando este, completamente desconectado com a própria notícia, induzindo em erro o leitor. Como resultado, estas notícias impactam a sociedade, uma vez que o conteúdo manipulado e falso é mais fácil de criar e partilhar, mas, mais desafiante de ser identificado.

No entanto, a difusão de informações nas redes sociais depende em grande medida da ação humana, por isso, é necessário compreender o que leva os utilizadores das redes sociais a amplificar estes conteúdos.

O conteúdo problemático mais bem-sucedido é aquele que atinge a parte emocional do seu público, encorajando sentimentos. Embora as pessoas estejam preocupadas com a propagação da desinformação, também é importante reconhecer que os utilizadores, quer de forma consciente ou não, avaliam a desinformação de acordo com as suas crenças. As redes sociais são concebidas para que as pessoas possam propagar a desinformação meramente por interagir com o conteúdo, através de gostos, comentários ou partilhas. Estas ações fazem com que esse conteúdo seja sugerido a um maior número de pessoas.

Atualmente, as redes sociais superaram a televisão como principal fonte de notícias para os jovens. (Aïmeur et al., 2023) citando (Vosoughi et al., 2018) refere, num estudo sobre a propagação de notícias *online* no Twitter, que a propagação de notícias falsas *online* é, seis vezes mais rápida que o conteúdo verdadeiro e que 70% dos utilizadores não conseguiram distinguir notícias reais de notícias falsas.

## **Meios de comunicação tradicionais**

Os meios de comunicação tradicionais costumavam ser considerados fontes de informação confiáveis. No entanto, embora em menor escala que as redes sociais, também contribuem para fomentar a desinformação, por exemplo, através da disseminação de notícias não verificadas ou mal fundamentadas, especialmente em épocas de crise ou, quando o seu objetivo é atingir uma maior audiência. Com o surgimento das redes sociais, a confiança nestes meios de comunicação ficou fragilizada. Isto ocorre devido à perceção que o público tem sobre a sua abordagem e que considera ser caracterizada pelo rigor, ponderação e processo lento, que manifesta uma ideia de que a informação transmitida de forma tradicional é desatualizada em relação à rapidez e acessibilidade das informações online.

A psicologia explica que as pessoas são mais atraídas por narrativas populistas e teorias da conspiração. Estes conteúdos, geram uma conexão emocional mais forte do que as reportagens e conteúdo noticioso convencional, mesmo que tenham pouca conexão com a realidade. Além disso, as redes sociais, em comparação com estes meios tradicionais, proporcionam um ambiente que leva à rápida e ampla partilha de informação.

Isto cria um cenário desafiador para os meios de comunicação tradicionais, para manter a confiança e interesse do público.

## **Saúde Pública (Covid-19)**

Nos últimos anos, os meios de comunicação social desempenharam um papel importante na divulgação de informação relativamente a diversos temas, sendo a saúde pública é um deles.

Em 2020, a propagação global da Covid-19 trouxe consigo não apenas uma crise de saúde pública, mas também uma vasta desinformação que desafiava a sociedade em lidar com a pandemia. À medida que a Covid-19 se espalhou pelo mundo, foi necessário informar as pessoas sobre as mudanças na economia, as perturbações na educação e várias regras de confinamento. Assim, a disseminação das notícias gerava ainda mais incerteza na população e tornava-se mais difícil lidar com a situação. Por esta altura, muitas foram as falsas notícias publicadas sobre este tema e, considerou-se que, “os impactos da desinformação relacionada à COVID-19 são mais mortais do que a desinformação sobre outros assuntos, como política e democracia”(Nações Unidas Brasil, 2020).

A sobrecarga de informação sobre este tema dominou os meios de comunicação tradicionais e sociais. Deste modo, a Organização Mundial de Saúde (OMS) trabalhou para responder a mitos e rumores mais prevalentes que pudessem potencialmente prejudicar a saúde pública.

A propagação de desinformação no âmbito da saúde pública provoca diversas consequências pois, alimentam o pânico entre as pessoas, podendo levar à tomada de decisões que acarretam risco para os próprios e para os outros e, fazem também com que a comunidade científica perca credibilidade aos olhos da opinião pública. Chega-se à conclusão de que, nestes casos, a ação de espalhar informações incorretas e propagar os rumores está diretamente relacionada com o desenvolvimento de ansiedade em populações nas mais diversas faixas etárias.

## Consequências da desinformação

As consequências da desinformação são evidentes nas mais diversas áreas. Esta pode pôr em causa a confiança nas instituições, distorcer a perceção da realidade, alimentar teorias e em casos extremos, pode mesmo levar a perdas financeiras, violência e casos fatais.

Várias são as avaliações feitas para medir as reais repercussões deste fenómeno.

“Em termos de Marketing, especificamente através de campanhas publicitárias, com informações claramente distorcidas em muitos casos, o que se vê são anúncios que prometem resultados excepcionalmente bons de produtos totalmente desconhecidos, como por exemplo, o emagrecimento rápido em prazos mínimos ou a solução para a calvície, entre outros. Nestes casos, os produtos geralmente passam longe de ser o que prometem, mas muitas vezes o consumidor sente-se constrangido por ter recorrido ao produto e até mesmo por ter acreditado em algo assim.” (Host Mídia, 2024).

## Combate à desinformação

O combate à desinformação começa com a verificação de factos. É fundamental confirmar a veracidade das informações antes de as partilhar. Nesse sentido, devemos aceder a fontes confiáveis e utilizar ferramentas de verificação como o *fast-checking* – verificação de factos, caracterizado por ser o processo de investigar e analisar informações, declarações ou notícias para determinar o grau de veracidade. É com a verificação da credibilidade de uma informação, que ao aceder à fonte que originalmente criou o conteúdo e o partilhou pela primeira vez, se pode ter acesso a provas mais fortes sobre algo exato.

Neste contexto, outra prática crucial é a utilização de uma comunicação transparente como uma estratégia imprescindível no combate desta problemática. É urgente a adoção de uma comunicação transparente de forma a elevar os níveis de confiança, evitar mal-entendidos, promover a responsabilidade e consciência individual, reforçar a comunicação organizacional e cultivar a construção de relacionamentos sólidos. Este tipo de comunicação, não só estabelece um ambiente de confiança como também garante que a divulgação de informação seja feita de forma honesta e completa, sem ocultação de aspetos essenciais ou sem distorcer a realidade para beneficiar determinados interesses.

Principalmente em situações de crise, a prática da comunicação transparente é uma mais-valia para gerir eficazmente situações mais difíceis, pois, ao fornecer informações claras e precisas ajuda a minimizar as situações de pânico ou de desinformação. É também importante referir a prática da comunicação transparente no âmbito organizacional. As organizações que valorizam este tipo de comunicação promovem um ambiente de confiança, colaboração e responsabilidade.

Nesta perspetiva, a transparência – e o apelo à transparência como uma espécie de ‘bem’ moral ou ético – tornou-se hoje uma ferramenta de relações públicas tecnologicamente necessária mascarada por trás de um véu de autenticidade e exposição não adulterada (Tiessen, 2014). Com adoção desta abordagem na base da divulgação de informações, constroem-se alicerces para capacitar o público para tomar decisões informadas, promovendo o aumento da “boa informação”. Desta forma, esta prática não é apenas uma escolha ética, mas uma necessidade imediata para um mundo digital mais fidedigno.

É ainda fundamental reunir um conjunto de práticas que auxiliam na identificação e na prevenção de qualquer tipo de informação ou notícia falsa. Algumas delas são:

- Análise completa da notícia – Os leitores devem evitar basear-se apenas no título. É aconselhável ler sempre a notícia inteira de forma a perceber o contexto e verificar a sua

veracidade. Assim, é garantida uma compreensão mais precisa e distinção de informações verdadeiras e falsas;

- Verificar a fonte e autenticidade – conferir a fonte da informação. Verificar se há informações sobre o autor e a data de publicação, uma vez que, partilhar notícias antigas sobre um certo tema da atualidade é também uma fonte de desinformação;

- Consultar diferentes fontes – consultar várias fontes confiáveis para confirmar a veracidade da informação. Este procedimento é fundamental para garantir a precisão e a integridade das informações que recebemos, geralmente, se a notícia for verdadeira é provável que esta seja relatada por múltiplas fontes independentes e confiáveis;

- Investigar os factos citados – realizar uma pesquisa independente dos factos mencionados na notícia para verificar a sua precisão. É importante, procurar por evidências de organizações confiáveis que confirmem a informação apresentada;

- Consciência das técnicas de manipulação – estar atento às estratégias comuns de manipulação de informações. Isso inclui um apelo emocional, uso de imagens fora do contexto e disseminação de informações não verificadas, visto que estas táticas visam influenciar e persuadir distorcendo a verdade. É fundamental desenvolver habilidades de pensamento crítico e verificar cuidadosamente a veracidade das informações antes de as aceitarmos como sendo verdadeiras.

- Consultar especialistas no tema – quando se encontra informações complexas ou duvidosas, deve-se sempre procurar a opinião de especialistas no assunto. Este recurso permite uma análise mais aprofundada e precisa, baseada no conhecimento específico para o tema em questão.

É de ressaltar que,

“o combate à desinformação é um esforço conjunto no qual participam todas as instituições europeias. A UE colabora estreitamente com plataformas em linha, incentivando-as a promover informações de fontes fidedignas, a despromover conteúdos reconhecidamente falsos ou enganosos e a retirar conteúdos ilegais ou que possam causar danos físicos.” (Segura, 2024).

Ainda assim, as plataformas *online* têm um papel crucial no controlo da propagação da desinformação ao implementar políticas de moderação de conteúdo, promover, como referido anteriormente, a comunicação transparente e investir em tecnologias que ajudem a detetar e combater a disseminação de informações.

A Internet Segura (Segura, 2024) avança que, em Portugal, o Centro Nacional de Cibersegurança (CNCS) está a trabalhar em conjunto com outras entidades no desenvolvimento de estratégias que tem o objetivo de reduzir o impacto da desinformação no país. Além disso, o Parlamento Português realizou debates sobre o tema “Informação e desinformação na era digital”, num enquadramento, nacional e eleitoral.

Nesta vertente, torna-se também imprescindível o acesso à educação digital, onde se ensina a utilizar de forma correta os meios tecnológicos em métodos de ensino, de forma a ajudar os jovens desde cedo a saber filtrar as informações e aproveitar a interação online da melhor maneira.

## Discussão

Ao abordar a questão da desinformação na atualidade, deparamo-nos com uma realidade complexa. No passado, a desinformação passava muitas vezes por boatos, rumores ou propagandas políticas através de outras formas de comunicação como, a comunicação oral/escrita, ou comunicação tradicional (jornais, rádio, televisão) o que se traduzia numa

propagação lenta e pouco acessível. Com os avanços tecnológicos, esta passou a ser impulsionada com rapidez, apresentando um desafio significativo para a sociedade.

A facilidade com que se partilha informações é uma vantagem na acessibilidade à diversidade de perspectivas e conhecimentos. No entanto, esta mesma facilidade abre espaço para a propagação de conteúdos falsos, enganosos e manipulados.

Os pontos de preocupação sobre este tema, passam por diferentes tópicos, desde a saúde pública até ao bem-estar social e mental, isto porque revela uma enorme influência em teorias da conspiração e informações não verificadas que são os campos que o público presta mais atenção. Considera-se que, “Se a informação dá autonomia (empodera) às pessoas, então a desinformação retira essa autonomia (desapodera)” (Nações Unidas Brasil, 2020). Quando as pessoas têm acesso a informações precisas e confiáveis, ficam capacitadas para formar opiniões fundamentadas o que lhes dá mais autonomia, no entanto, quando expostas à desinformação, essa capacidade é comprometida.

Considera-se que, a desinformação não apenas distorce a verdade como pode distorcer percepções e moldar comportamentos, o que leva as pessoas a tomarem decisões erradas sobre si e mesmo para a sociedade.

## Conclusão

A desinformação é uma ameaça crescente à sociedade, afetando a confiança e distorcendo a percepção da realidade.

Embora se tente combater, como visto anteriormente, da melhor forma estes conceitos, ainda há muito a ser feito. É necessário investir na educação social e crítica capacitando os cidadãos a discernir entre informações confiáveis e enganosas. Além disto, é crucial que as plataformas assumam a responsabilidade por divulgar conteúdo prejudicial e tomarem medidas.

Em suma, o combate à desinformação na atualidade requer uma abordagem colaborativa, que envolva governos, empresas tecnológicas e organizações da sociedade civil e cidadãos comuns. Somente através destes esforços conjuntos e coordenados se conseguirá diminuir este fenómeno tornando-o mais difícil de se propagar.

## Referências

- Aïmeur, E., Amri, S., & Brassard, G. (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media : a review. In *Social Network Analysis and Mining*. Springer Vienna. <https://doi.org/10.1007/s13278-023-01028-5>
- Betzell, J. (2023). As Vantagens da Comunicação Transparente na Gestão de Equipes. <https://www.linkedin.com/pulse/vantagens-da-comunicacao-transparente-na-gestao-de-equipes-betzell/?originalSubdomain=pt>
- Costa, A. (2019). FAKE NEWS : as consequências da desinformação.
- Ganhão, C. (2023). Há cada vez mais conteúdo falso nas redes sociais e a culpa é do Fake Out Of Home. <https://www.imagensdemarca.pt/artigo/ha-cada-vez-mais-conteudo-falso-nas-redes-sociais-e-a-culpa-e-do-fake-out-of-home/>
- Host Mídia. (2024). Fake News e desinformação na Internet: O que é e quais seus impactos. <https://www.hostmidia.com.br/blog/fake-news/>
- Joyner, L., Buchanan, T., & Yetkili, O. (2023). Moral leniency towards belief-consistent disinformation may help explain its spread on social media. 1–23. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0281777>



- Lusa. (2020). Desinformação propaga-se mais rápido e atinge mais pessoas do que vírus biológicos. <https://www.publico.pt/2020/03/20/ciencia/noticia/desinformacao-propagase-rapido-atinge-pessoas-virus-biologicos-1908642>
- Nações Unidas Brasil. (2020). Combate à desinfodemia: trabalhar pela verdade em tempos de COVID-19. <https://brasil.un.org/pt-br/93855-combate-à-desinfodemia-trabalhar-pela-verdade-em-tempos-de-covid-19>
- Paschen, J. (2019). Investigating the emotional appeal of fake news using artificial intelligence and human contributions. July. <https://doi.org/10.1108/JPBM-12-2018-2179>
- Rocha, Y., Moura, G., Desidério, G., Oliveira, C., Lourenço, F., & Nicolete, L. (2023). The impact of fake news on social media and its influence on health during the COVID-19 pandemic : a systematic review.
- Rodrigues, F. (2024). A distopia da desinformação: estarão os meios de comunicação a caminho do precipício? <https://jornaleconomico.sapo.pt/noticias/a-distopia-da-desinformacao-estaraos-meios-de-comunicacao-a-caminho-do-precipicio/>
- Segura, C. I. (2024). Desinformação e Fake News. <https://www.internetsegura.pt/FakeNews>
- Tiessen, M. (2014). Coding the ( Digital ) Flows : Debt-by- Design and the Econo- Blogospheres ' Transparency-Driven Infowar With the Federal Reserve. <https://doi.org/10.1177/1532708613507890>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. 1151(March), 1146–1151.
- Wardle, C. (2017). Fake news. It's complicated. <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>