



**FAKE  
OFF!**

# **MATERIAL DE FORMAÇÃO**

## **PARA ANIMADORES, TUTORES E PROFESSORES**

EXERCÍCIOS, JOGOS, DICAS E TRUQUES PARA PROMOVER A  
LITERACIA E O BEM-ESTAR DIGITAIS ENTRE OS JOVENS NA  
ERA DAS NOTÍCIAS FALSAS



**Erasmus+**

**This project has been funded with support from the European Commission.**

This publication [communication] reflects only the views of the author. Therefore The Commission cannot be held responsible for any eventual use of the information contained therein.

**Project No. 2017-3-AT02-KA205-001979**



[www.fake-off.eu](http://www.fake-off.eu)

**Created by**

Dr. Tetiana Katsbert (YEPP EUROPE)  
Jochen Schell (YEPP EUROPE)  
Barbara Buchegger (ÖIAT/Saferinternet.at)  
Matthias Jax (ÖIAT/Saferinternet.at)  
Thomas Doppelreiter (LOGO jugendmanagement)

**Contributions by**

Stefano Modestini (GoEurope)  
Javier Milán López (GoEurope)  
Alice M. Trevelin (Jonathan Cooperativa Sociale)  
Dario Cappellaro (Jonathan Cooperativa Sociale)  
Marisa Oliveira (Future Balloons)  
Vítor Andrade (Future Balloons)  
Clara Rodrigues (Future Balloons)  
Michael Kvas (bit schulungcenter)  
Laura Reutler (bit schulungcenter)  
Sarah Kieweg (bit schulungcenter)

**Graphic design by**

Marcel Fernández Pellicer (GoEurope)



**Erasmus+**

**This project has been funded with support from the European Commission.**

This publication [communication] reflects only the views of the author. Therefore The Commission cannot be held responsible for any eventual use of the information contained therein.

**Project No. 2017-3-AT02-KA205-001979**



Produto Intelectual 4

# Material de Formação

**Para animadores, tutores e professores**

Exercícios, jogos, dicas e truques para promover a literacia e o bem-estar digitais entre os jovens na era das notícias falsas

## **Elaborado por**

Dr. Tetiana Katsbert (YEPP EUROPE)

Jochen Schell (YEPP EUROPE)

Barbara Buchegger (ÖIAT/Saferinternet.at)

Matthias Jax (ÖIAT/Saferinternet.at)

Thomas Doppelreiter (LOGO Jugendmanagement)

no âmbito do projeto "Fake OFF! Fostering Adolescents' Knowledge and Empowerment in Outsmarting Fake Facts"

[www.fake-off.eu](http://www.fake-off.eu)

Dezembro 2019





# Índice

<b>Introdução .....</b>	<b>7</b>
<b>1. Os jovens como utilizadores das redes sociais .....</b>	<b>8</b>
<b>2. Notícias falsas: Tendências e tecnologias recentes .....</b>	<b>9</b>
2.1 Consumo de notícias online .....	9
2.2 Influenciadores, YouTubers, Instagrammers .....	10
2.3 Notícias falsas & Falso alcance .....	12
2.4 Algoritmos & Publicidade .....	12
2.5 Correntes de cartas.....	12
2.6 Da propaganda às farsas e notícias falsas.....	13
2.7 Filtro-bolha.....	15
2.8 Deepfake - Inteligência Artificial .....	16
2.9. Dicas para facilitadores/animadores.....	17
<b>3. Competências essenciais para os jovens na era das notícias falsas.....</b>	<b>18</b>
3.1 Literacia digital .....	19
3.2 Bem-estar digital .....	20
3.3 Modelo de três etapas para promover a literacia e o bem-estar digitais .....	21
Etapa 1. Fortalecer a literacia digital .....	21
Etapa 2. Criar novos hábitos .....	35
Etapa 3. aplicar novos hábitos na vida diária .....	39
<b>4. Formação dos jovens em competências-chave .....</b>	<b>40</b>
<b>4.1. Exercícios e jogos.....</b>	<b>40</b>
<b>PASSO 1. Fortalecer a literacia digital .....</b>	<b>41</b>
4.1.1. Questionário de introdução.....	41
4.1.2 Procurar e denunciar contas enganadoras.....	42
4.1.3 Fábrica de boatos: encontrar o mal.....	43
4.1.4. Porquê & O quê nos filmes de terror.....	44
4.1.5 Formação em redes sociais para jovens .....	45
4.1.6. Rotinas de pesquisa para os mais jovens.....	46
4.1.7. Passar a bola, passar a farsa!.....	47
4.1.8. Prototipagem de publicações confiáveis e falsas .....	48
4.1.9. Vamos tornar-nos autores falsos! .....	49
4.1.10. Onde está a minha verdade? .....	50
4.1.11. Influencia-me! .....	51
4.1.12. Diz-me o que fizeste no último fim de semana .....	52
4.1.13. Gráficos S-Q-A.....	53

4.1.14. Os motivos por trás das notícias falsas .....	55
4.1.15. Detetar notícias falsas .....	56
4.1.16. Emoções e notícias falsas .....	57
4.1.17. A forma como (re) agimos online .....	58
4.1.18. A forma como re(agimos) online – Cartões Emoji .....	59
4.1.19. Puzzle dos 8 P's.....	61
4.1.20. O que é o quê? Fazer corresponder a informação falsa e a desinformação .....	63
4.1.21. Centrar as atenções nas notícias falsas: elemento a elemento.....	64
4.1.22. Correr pela resposta correta! .....	66
4.1.23. <i>Selfie</i> .....	67
4.1.24. Comunicação em acordeão .....	68
4.1.25. Ecrã tátil.....	69
4.1.26. Sabias isto? .....	70
4.1.27. Antes e depois do facto .....	71
4.1.28. Trovão de notícias .....	72
4.1.29. Estás online? .....	73
4.1.30. Notícias falsas sobre algo à minha volta.....	74
4.1.31 <i>Youtuber</i> por um dia.....	75
4.1.32. O que está errado? .....	76
4.1.33. Sussurros Chineses (Telefone sem Fios) .....	78
4.1.34. Detalhes.....	78
4.1.35. Desenhos à Chinesa (rabiscos) .....	80
4.1.36. Repórter de notícias pouco confiável .....	81
4.1.37. Bingo de notícias falsas.....	81
4.1.38. Real ou falso?.....	82
4.1.39. O que podemos aprender com a sátira? .....	83
4.1.40. Conhece o teu preconceito! .....	84
4.1.41. Profissões.....	85
4.1.42. Que imagem! (1).....	86
4.1.43. Quem quer ser milionário?! .....	88
<b>PASSO 2. Criar novos hábitos .....</b>	<b>90</b>
4.1.44. Um dia completamente diferente: minha documentação .....	90
4.1.45. Um dia completamente diferente - 2: o desafio .....	91
4.1.46. Congelar.....	92
4.1.47. Andebol "Notícias falsas".....	93
4.1.48. Juntar ideias contra notícias falsas .....	93

4.1.49. Identificar maus hábitos .....	94
4.1.50. Quebrar hábitos.....	95
4.1.51. Mudança de comportamento online.....	98
4.1.52. Os hábitos do teu ídolo.....	99
4.1.53. Substituir maus hábitos .....	100
4.1.54. Comportamento ético online .....	101
4.1.55. Pensamento crítico.....	103
4.1.56. Apenas ouça .....	104
4.1.57 O comportamento online Stop Dance .....	105
4.1.58. O meu utilizador de redes sociais do passado ... e futuro!.....	107
4.1.59. Você está aqui?.....	110
4.1.60. Comunicação saudável .....	112
4.1.61. Folheto médico.....	113
4.1.62. Diário dos meios de comunicação .....	115
4.1.63. Comece um boato! .....	116
4.1.64. É melhor pensar! .....	117
4.1.65. Procura! .....	118
<b>PASSO 3. Aplique novos hábitos na vida quotidiana .....</b>	<b>121</b>
4.1.66. Lute contra notícias falsas online - Minha resposta .....	121
4.1.67. Atualização do meu detetor de notícias ou dia de "verificar a sua fonte" .....	122
4.1.68. A minha atualização da bolha de filtro .....	123
4.1.69. Denunciar notícias falsas .....	125
4.1.70. Sim, eu posso!.....	126
<b>4.2 Combinando exercícios em diferentes intervalos de tempo .....</b>	<b>129</b>
4.2.1. Uma sessão de duas horas .....	129
4.2.2. Uma sessão de meio dia .....	131
4.2.3. Uma atividade de um dia.....	132
4.2.4. Uma semana de notícias falsas.....	133
<b>4.3. Trabalhando com a aplicação FAKE OFF!.....</b>	<b>133</b>
4.3.1 Defendemo-nos de notícias falsas (1 hora) .....	134
4.3.2. A nossa escola fica imune a notícias falsas (1 mês) .....	136
4.3.3. Desafio em grupo (1 hora).....	137
4.3.4. Rali de notícias falsas (1 hora) .....	138
<b>4.4. Teste do Material de Formação .....</b>	<b>139</b>
4.4.1 Informação geral.....	139
4.4.2 Feedback aos exercícios .....	140

4.4.3 Avaliação geral.....	153
4.4.4. Perfil dos entrevistados .....	154
<b>Anexo 1. Leitura adicional .....</b>	<b>157</b>
<b>Anexo 2. Modelo para os exercícios .....</b>	<b>158</b>
<b>Anexo 3. Info do projeto Fake OFF .....</b>	<b>159</b>



## Introdução

Este material de formação foi criado como produto intelectual 4 no contexto do projeto Fake OFF! Promoção da consciencialização e da literacia mediática entre os jovens. O objetivo do material de formação é permitir que os animadores e professores apoiem os jovens no seu processo de aprendizagem individual no contexto da literacia mediática. Este material é desenvolvido em conformidade com o conceito didático geral do projeto (produto intelectual 1) e a aplicação para jovens (produto intelectual 3). Pretende promover as competências dos educadores na área da desinformação digital intencional e melhorar as competências dos animadores/professores e tutores relativamente aos sistemas e plataformas de aprendizagem digital. Para garantir que o material de formação responda às necessidades do grupo-alvo, foram considerados no processo de criação os resultados da atividade de aprendizagem, ensino e formação com profissionais que trabalham com jovens, bem como a avaliação e o feedback fornecidos pelo grupo-alvo.

O material de formação é um novo recurso na área da educação para os media no trabalho com jovens uma vez que ainda não há nada parecido estabelecido. Este material está disponível em cinco idiomas: alemão, português, espanhol, italiano e inglês. Muitos animadores e professores Europeus contribuíram para o desenvolvimento deste material de formação e os seus comentários foram incorporados na versão final deste documento.

Para aumentar o impacto, incentivamos os nossos leitores a usar o material de formação em ambientes educacionais amplos, bem como a partilha de informações sobre os resultados disponíveis do projeto: um Conceito Didático Geral para promover a literacia digital no trabalho com jovens, uma aplicação para jovens que contém atividades baseadas em jogos e um tutorial sobre notícias falsas; o website fake-off.eu para profissionais que trabalham com jovens com acesso a material didático e informações atualizadas e, finalmente, o próprio Material de Formação. Esperamos que o material seja usado por profissionais que trabalham com jovens nos cinco países do projeto – Áustria, Alemanha, Itália, Portugal e Espanha, e mais além.

O material de formação está disponível para download em todo o mundo. Pode ser traduzido para outros idiomas e pode ser adaptado para outros contextos educacionais fora do trabalho com jovens.

O uso adicional deste material é permitido com referência à fonte.

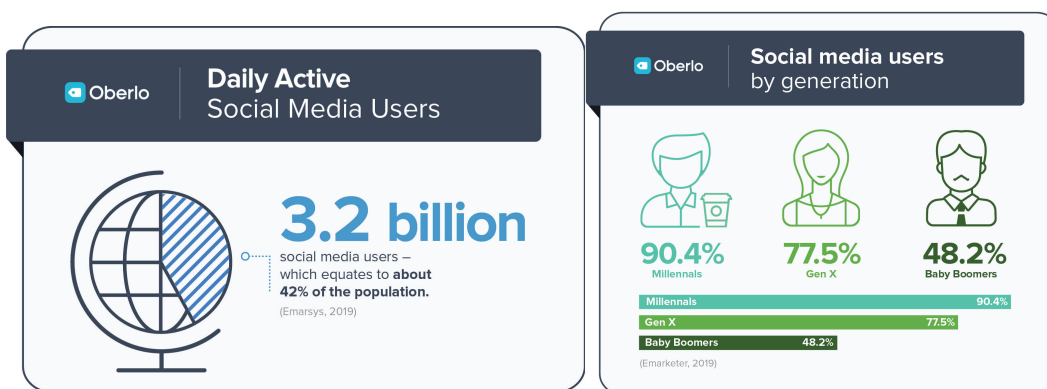
O Projeto Fake OFF foi cofinanciado pelo Programa Erasmus+ da União Europeia, Ação-Chave 2 - Parcerias Estratégicas (Key Action 2 - Strategic Partnerships).

## 1. Os jovens como utilizadores das redes sociais

O relatório Global Digital Statshot de julho de 2019 mostra que atualmente existem 3,5 bilhões de utilizadores de redes sociais em todo o mundo, o que equivale a cerca de 46% da população total do mundo, e esse número está apenas a crescer<sup>1</sup>. Os utilizadores da Internet e das redes sociais provêm das seguintes gerações - nos números de progressão:

- Baby Boomers (nascidos entre 1944 e 1964),
- Geração X (nascidos entre 1965 - 1979),
- Geração Y ou Millennials (nascidos entre 1980 e 1994),
- Geração Z (nascidos entre 1995 e 2010) e
- Geração Alpha ou Geração "i" (nascidos entre 2011 e 2025).

Embora os Millennials sejam os utilizadores mais ativos comparativamente às gerações anteriores (90,4% em comparação com 77,5% da geração X e 48,2% da geração baby-boom), os sinais são claros de que a geração Z e a geração Alpha irão superá-los na frequência de uso de redes sociais.



Fonte: Social media marketing statistics, oberlo.com

A geração Z não se consegue lembrar da vida antes da Internet e das redes sociais. A geração Alpha – as crianças dos Millennials – está a crescer com assistentes de voz, por exemplo Siri, Alexa, Assistente do Google e inteligência artificial. Eles são chamados de "integradores digitais"<sup>2</sup>, pois integram a tecnologia na sua rotina diária e interagem com a inteligência artificial de maneira mais natural.

A geração jovem requer uma nova abordagem para a educação e novas competências. Como os cientistas apontam, o caminho certo para ensinar os jovens Alphas é desenvolvendo o seu pensamento crítico e as competências de resolução de problemas<sup>3</sup>. Embora o seu conhecimento sobre tecnologia supere o das gerações anteriores, será importante que a Geração Alpha e os seus filhos sejam capazes de avaliar criticamente as informações e tomar decisões com base no seu próprio pensamento crítico pessoal e individual.

<sup>1</sup> <https://wearesocial.com/blog/2019/07/global-social-media-users-pass-3-5-billion>

<sup>2</sup> <https://interestingengineering.com/generation-alpha-the-children-of-the-millennial>

<sup>3</sup> Idem.

Pensamento rápido, criatividade e trabalho em equipa permitirão que eles analisem possíveis soluções alternativas de acordo com diferentes pontos de vista e convivam com a Inteligência Artificial avançada. Nesse sentido, ainda será necessária uma aprendizagem profunda para superar a tecnologia e as suas tendências recentes, que são o assunto do próximo capítulo.

## **2. Notícias falsas: Tendências e tecnologias recentes**

Quando a chamada "Web 2.0"<sup>4</sup> foi mencionada em 2004, ninguém poderia imaginar que esta nova tecnologia, que substituiu websites da Web 1.0 "apenas leitura", permitisse às pessoas criar, partilhar, colaborar e comunicar como nunca. Entre 2004 e 2019, o número de utilizadores da Internet aumentou de 745 milhões para 4,39 biliões<sup>5</sup> e continua a crescer mensalmente. Hoje em dia é difícil imaginar a nossa vida sem Internet. Navegamos naturalmente nos nossos smartphones através das redes sociais, partilhamos fotos dos nossos alimentos e procuramos informações sempre que precisamos. A Internet tornou-se omnipresente para a maioria da população do mundo.

### **2.1 Consumo de notícias online**

Termos como "Smombies"<sup>6</sup> e "Generation Head Down" aparecem e tentam descrever os fenómenos associados à acessibilidade constante dos utilizadores e ao fluxo contínuo de informações. Como temos sempre o smartphone connosco como um companheiro fiel, a caminho da escola ou do trabalho, basta colocar a mão no bolso e podemos escolher as informações de que mais gostamos num conjunto interminável de informações.

As informações sobre tópicos atuais são, de acordo com um estudo austríaco de 2017 "Rumors on the Net" (Rumores na Net) da Saferinternet.at, consumidos principalmente nas redes sociais. Estes já não são mais do que simples websites de notícias clássicos que usam o Facebook, por exemplo, como uma plataforma para atrair utilizadores, mas por contribuições partilhadas e comentadas por outros utilizadores.

Em particular, a geração entre os 11 e os 17 anos não tem usado o Facebook, mas depende principalmente de imagens e vídeos em movimento, como Instagram ou TikTok, para obter informações. É claro que, para atrair a atenção dos utilizadores, é preciso usar imagens e infográficos. Uma pesquisa realizada pela plataforma de gestão da rede social Buffer constatou que os tweets com imagens obtiveram 18% mais cliques, 89% mais gostos e 150% mais retweets. Da mesma forma, a ferramenta de análise de conteúdo online Buzzsumo descobriu que as pessoas tinham duas vezes mais hipóteses de partilhar um artigo com uma imagem do que um sem<sup>7</sup> imagem.

---

<sup>4</sup> CIO: Fast Forward 2010 – The Fate of IT, 2004 – The Year of Web Services.

<sup>5</sup> <https://www.internetworldstats.com/emarketing.htm>

<sup>6</sup> <http://www.bbc.co.uk/learningenglish/thai/features/the-english-we-speak/ep-180402>

<sup>7</sup> <https://info.lse.ac.uk/staff/divisions/communications-division/digital-communications-team/assets/documents/guides/A-Guide-to-Writing-Engaging-Content.pdf>

Atualmente, o YouTube é a ferramenta mais relevante<sup>8</sup> para os jovens procurarem as notícias. Os jovens, por exemplo, usam o Google apenas para uma pesquisa rápida, mas se querem ir mais fundo, o YouTube é a sua escolha.

Além do YouTube, o Instagram, pelo menos na Áustria, é o único meio a registar um crescimento constante. Nas chamadas "Histórias", indivíduos, amigos e portais de notícias enviam vídeos de no máximo 30 segundos que desaparecem após 24 horas. Esses pequenos trechos de informações encaixam-se muito bem no nosso mundo digital em rápida evolução.

A relevância do conteúdo também mudou ao longo do tempo. Hoje, os jovens do mundo digital estão preocupados principalmente com tópicos como saúde, desporto, nutrição e dietas, ou autoimagem. Todos os tópicos importantes para a juventude estão descritos no Fake Off! Conceito Didático Geral na página 16.

## 2.2 Influenciadores, YouTubers, Instagrammers

Quem coloca as notícias na Internet? No passado, eram principalmente os media clássicos pertencentes às grandes editoras. Hoje são principalmente indivíduos. Alguns operam como empresas individuais, mas muitos fazem parte de empresas de media maiores que apoiam o marketing profissional. É importante entender que os jovens de hoje não escolhem o seu próprio canal temático, mas seguem os seus modelos digitais. Então pode acontecer que, por exemplo, informações políticas sejam repentinamente consumidas entre vídeos cantados. Um exemplo muito popular disso foi o alemão YouTuber Rezo, em 2019, que publicou um vídeo<sup>9</sup> de quase 1 hora pouco antes das eleições, criticando os maiores partidos da Alemanha com quase 200 tópicos, incluindo fontes.

O termo técnico para todas essas pessoas é "influenciador"<sup>10</sup>. Ou seja, alguém que influencia outras pessoas de uma maneira ou de outra. Basicamente, não é novidade. Costumava ser um ator, um músico famoso ou, às vezes, um vizinho do lado. Hoje são pessoas que têm os seus próprios canais digitais para vender produtos.

"YouTuber" ou "Instagrammer", as aspirações profissionais dos jovens não surgem do nada, mas do facto de serem abordadas dessa maneira hoje em dia.

Celebridades da Internet como Felix Kjellberg (assinantes do PewDiePie<sup>11</sup> 70 milhões no YouTube) ou Kimberly Noel Kardashian West (Kim Kardashian<sup>12</sup> 144 milhões de assinantes do Instagram) fazem isso quase diariamente com os seus vídeos e fotos para os smartphones de crianças e adolescentes. E é compreensível que alguém deseje tornar-se tão famoso.

---

<sup>8</sup> <http://www.jugendinternetmonitor.at/>

<sup>9</sup> [https://de.wikipedia.org/wiki/Die\\_Zerst%C3%B6rung\\_der\\_CDU](https://de.wikipedia.org/wiki/Die_Zerst%C3%B6rung_der_CDU)

<sup>10</sup> <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/influencer>

<sup>11</sup> [https://www.youtube.com/channel/UC-IHJR3Gqxm24\\_Vd\\_AJ5Yw](https://www.youtube.com/channel/UC-IHJR3Gqxm24_Vd_AJ5Yw)

<sup>12</sup> <https://www.instagram.com/kimkardashian/?hl=de>



Alguns influenciadores locais de outros países:

#### **Idioma: Alemão**

Bianca Claßen com BibisBeautyPalace (5,6 milhões de subscritores no YouTube):  
<https://www.instagram.com/bibisbeautypalace/?hl=de>

#### **Espanhol**

El Rubius (35,412,067 subscritores no YouTube):  
<https://www.youtube.com/channel/UCXazgXDIYyWH-yXLAkrFfw>

Dulceida (2.6 milhões de seguidores no Instagram): <https://www.instagram.com/dulceida/>

Paula Gonu (1.9 milhões de seguidores no Instagram):  
<https://www.instagram.com/paulagonu/>

El Cejas (1.7 milhões de seguidores no Instagram): [https://www.instagram.com/elcejass\\_/](https://www.instagram.com/elcejass_/)

#### **Italiano**

CutiePieMarzia (mais de 7 milhões de subscritores no YouTube; 6,1 milhões de seguidores no Instagram): <https://www.instagram.com/itsmarziapie/?hl=it>

Anima (mais de 3 milhões de subscritores no YouTube):  
[https://www.youtube.com/channel/UCHZI\\_sLI4kGZSkrPBrWb\\_aQ](https://www.youtube.com/channel/UCHZI_sLI4kGZSkrPBrWb_aQ)

Chiara Ferragni (17,1 milhões de seguidores no Instagram):  
<https://www.instagram.com/chiaraFerragni/?hl=it>

#### **Português**

Windoh (1,68 milhões de subscritores no YouTube):  
<https://www.youtube.com/user/prodigydidgas>

Wuant (3,61 milhões de subscritores no YouTube): <https://www.youtube.com/user/imWUANT>

D4rkFrame (4,79 milhões de subscritores no YouTube):  
<https://www.youtube.com/user/D4rkFrame>

A influência que esses chamados "influenciadores" exercem sobre os jovens pode ser vista nos produtos que eles compram (a BibisBeautyPalace tem a sua própria marca de shampoo<sup>13</sup>) e, é claro, nas informações que eles contam e como. Esse mundo digital supostamente estranho, com a sua própria linguagem, está profundamente enraizado hoje na vida quotidiana de crianças e jovens e é importante conhecê-lo para saber como lidar com ele.

---

<sup>13</sup> <https://www.bilou.de/>

## 2.3 Notícias falsas & Falso alcance

É óbvio que no mundo digital há uma disseminação deliberada de informações falsas. Nada funciona melhor do que um conteúdo altamente emocional, que até parece estar atualizado diariamente. Acontece que, de repente, tópicos políticos são retomados, como aconteceu no artigo 13/17<sup>14</sup> da UE, onde era difícil distinguir entre notícias verdadeiras e falsas.

No entanto, acima de tudo, como se medem os influenciadores e como são medidos? Tem tudo a ver com o alcance, ou seja, gostos e interações. Quanto mais assinantes alguém tiver, mais gostos uma imagem terá, mais valor terá a sua própria opinião digital. O facto de esses gostos geralmente não serem reais, mas pagos, às vezes desempenha apenas um papel secundário. Assim, já acontece que um instagrammer com vários milhões de assinantes recebe apenas algumas centenas de gostos e comentários às suas fotos. Vale o que vale o valor pela opinião como pelos gostos digitais.

## 2.4 Algoritmos & Publicidade

Muitas notícias falsas têm, de repente, um alcance enorme. Muitas vezes, fala-se de um efeito viral. As redes sociais, em particular, contam com algoritmos que exibem as informações corretas para os utilizadores no momento certo. Às vezes funciona melhor e, às vezes, pior. Porém, como as notícias falsas geralmente disseminam intencionalmente conteúdo altamente emocional que, dependendo do autor, é suportado com publicidade, os algoritmos suportam a distribuição disto.

As grandes redes sociais vivem sobretudo do facto das empresas gastarem dinheiro em publicidade. Desta forma, os artigos anunciados podem assumir rapidamente a cobertura, que é cobrada ao anunciante em conformidade. Mesmo que haja tentativas constantes de melhorar esse algoritmo para que apenas informações "realmente" relevantes sejam exibidas, as notícias falsas criam sempre uma alta taxa de alcance e acabam no nosso smartphone, assim como no das crianças e adolescentes.

## 2.5 Correntes de cartas

Um exemplo proeminente para a divulgação de notícias falsas no ambiente dos jovens são as chamadas cartas em correntes<sup>15</sup>. São mensagens curtas, geralmente enviadas com a solicitação de as enviar a, pelo menos, 20 pessoas. O conteúdo dessas mensagens pode diferir e inclui principalmente avisos (por exemplo, "tenha cuidado com a pessoa XY, ele enviará um vírus, encaminhe esta mensagem para x pessoas"), ameaças (por exemplo, "a sua mãe morre se a mensagem não for encaminhada" ) e recompensas (por exemplo, "você pode ganhar um

---

<sup>14</sup> [https://www.youtube.com/results?search\\_query=article+13](https://www.youtube.com/results?search_query=article+13)

<sup>15</sup> <https://www.saferinternet.at/projekte/kettenbrief-handy/>

iPhone X se encaminhar esta mensagem para x pessoas"). Para obter uma visão geral das correntes atuais, consulte este website para obter alguns exemplos:

<https://www.geekysplash.com/25-hilarious-whatsapp-hoax-texts-and-forwarded-messages/>

Mesmo que, muitas vezes, pareça ridículo para adultos, é essencial que esse conteúdo seja levado a sério quando nos é exibido. Para as crianças, essas correntes são uma realidade digital com a qual são confrontadas várias vezes ao dia. Por isso torna-se ainda mais importante incentivá-los a parar de enviar as correntes de cartas e discuti-las com adultos de confiança e colegas.

A Saferinternet.at iniciou um projeto chamado "Kettenbrief-Handy", que se traduz em "Chainletter-Smartphone" (corrente por carta-Smartphone), onde os jovens podem enviar as suas correntes. O objetivo do projeto é parar de espalhar correntes, dizendo aos mais jovens que esse serviço conta o mesmo que enviar a carta para 20 pessoas (que normalmente é o número de pessoas para as quais deve enviar a corrente impedindo que coisas ruins aconteçam consigo).

## 2.6 Da propaganda às farsas e notícias falsas

A propaganda é uma informação que não é objetiva e tenta influenciar as pessoas a pensar de uma certa maneira. Nesse sentido, não surpreende que a propaganda não seja um fenómeno novo; sempre que as pessoas poderosas queriam exercer influência sobre um tópico especial ao longo da história, alguma forma de propaganda era usada. Há indícios de que, mesmo na Roma antiga, António, Nero e Cláudio foram vítimas de falsas campanhas de notícias dos seus oponentes políticos. Estes foram divulgados por historiadores, que escreveram relatórios desonestos sobre os comportamentos dos políticos que, ainda hoje são parcialmente acreditados (como histórias sobre Nero e o grande incêndio de Roma), ou mesmo impressos em moedas para garantir a circulação.

Embora tenha começado como um termo neutro usado principalmente no contexto das religiões durante a Reforma, nos últimos 100 anos, a propaganda tornou-se, cada vez mais, associada à manipulação e à comunicação tendenciosa. Um dos primeiros exemplos de propaganda que ainda existe em alguns grupos de direita e anti-semitas são "Os Protocolos dos Anciãos de Sião". Este texto antissemita foi publicado pela primeira vez em 1903 na Rússia e é uma mistura de plágio, sátira e ódio contra o povo judeu. Partes deste trabalho remontam a um texto satírico sobre política francesa no século XIX, de Maurice Joly, e a um romance anti-semita de Hermann Goedsche. Retratava os judeus como arrogantes, corruptos e dispostos a fazer qualquer coisa para ganhar poder e influência. Apesar de já ter sido comprovada uma falsificação no início dos anos 20, Hitler e os nazis usaram-na para difamar o povo judeu. Foi usado em discursos, referidos em 'Mein Kampf' e até ensinado nas escolas.

Outro "ramo" na história das notícias falsas são as fraudes. O artista americano P.T. Barnum ficou muito famoso no início do século XIX ao comprar exposições estranhas em todo o mundo para as apresentar no seu circo itinerante – como a chamada "sereia fiji". Ele sabia que as suas exposições eram forjadas, mas pessoas curiosas pagavam a entrada para vê-las - e agiam como se fossem reais porque não queriam admitir que foram enganadas.

Esse circo chegou à Europa para visitar realezas como a rainha Vitória e o Czar da Rússia. O poeta Edgar Allen Poe escreveu uma farsa (principalmente como vingança) para o jornal "The Sun" quando se fez passar por Monge Mason, que supostamente atravessou o Oceano Atlântico num balão de ar quente. O jornal publicou o artigo, mas dois dias depois foi retirado.

Uma parte das farsas/fraudes, que também é uma grande parte de notícias falsas, é a paródia. Embora não planeiem disseminar notícias falsas, elas produzem notícias tão próximas das histórias reais, que são acreditadas e partilhadas de vez em quando. Um exemplo muito importante é o "piolho de pedra" inventado (ou melhor: descoberto) pelo humorista alemão Lorient. Ele descreveu a espécie recém-encontrada num documentário de natureza fictícia. Ele foi apresentado no "Dicionário Clínico Pschyrembel" como uma piada científica e ainda é impresso na edição atual. As pessoas que não estão nessa comunidade científica específica podem não conhecer o lado da piada deste artigo e considerá-lo real. Portanto, a piada costuma ser não apenas sobre o assunto em si, mas sobre as pessoas que acreditam nela.

Na época em que os jornais eram grandes e a TV se começou a desenvolver, as fraudes tornaram-se cada vez mais usadas. Era mais fácil enviar mensagens para as pessoas e as pessoas acreditavam no que era apresentado. A política era um "mercado" muito importante para propaganda e farsas - jornais e panfletos foram produzidos para desacreditar outros partidos, outras nacionalidades e outras religiões. E algumas coisas não mudaram ao longo dos anos: imagens drásticas, palavras duras com mensagens e insultos inequívocos ainda são partes importantes de campanhas políticas.



Nestas quatro fotos, podemos ver Nikolai Antipov, Josef Stalin, Sergei Kirov e Nikolai Shvernik. Stalin retocou a imagem depois de todos terem sido afastados dos cargos ou executados. Estas imagens demonstram um exemplo de propaganda. Com todas as pessoas que se tornaram impopulares, o governo de Stalin teve de refazer o retrato até mostrar apenas Stalin no final.



O último grande impulso dado às notícias falsas foi através das reclamações de Donald Trump acerca dos media. Entre 10 de dezembro de 2016 e 24 de julho de 2017, ele usou "FAKE NEWS" 73 vezes no Twitter<sup>16</sup>, muitas vezes não para lidar com notícias falsas reais, mas para desacreditar fontes respeitáveis que simplesmente não diziam o que ele queria ouvir. Ele também rotulou uma grande parte dos media como notícias falsas, não apenas as suas histórias, mas também os meios de comunicação como um todo. E não é apenas Trump que usa as redes sociais para disseminar as suas opiniões: mais e mais (jovens) expressam os seus sentimentos e opiniões através dos canais de redes sociais. E, aí, parece que os seus sentimentos são mais importantes do que os factos.

## 2.7 Filtro-bolha

Segundo Regina Marchi<sup>17</sup>, os jovens de hoje estão menos interessados em notícias e obtêm as suas informações cada vez mais pelas redes sociais. Embora as pessoas se vejam numa posição neutra, apenas uma pequena percentagem é assinada por fontes de media de ambos os lados do espectro (esquerda/direita). Esta é a razão pela qual há pessoas que acham que todos pensam como eles (porque ninguém nos seus *feeds* tem opinião contrária).

Este fenómeno é chamado de câmara de eco e, no tempo das redes sociais e web 2.0, isso é amplificado por algoritmos. Com isso, os chamados filtros-bolha são estabelecidos, nos quais as pessoas se encontram principalmente com pessoas que pensam da mesma forma. O termo foi cunhado por Eli Pariser no seu livro de 2011 com o mesmo nome. A sua definição de "câmaras de eco" é: "o isolamento intelectual que pode ocorrer quando os websites usam algoritmos para assumir seletivamente as informações que um utilizador gostaria de ver<sup>18</sup>". Portanto, a Internet reconhece o que deseja ver e mostra-lhe; isso baseia-se em algoritmos que consideram o seu comportamento na Internet e todos os outros dados disponíveis. E isso pode ser muito! O seu perfil de rede social, os seus dados de localização (de aplicações que têm permissão para usar as suas informações de localização), os seus termos de pesquisa em mecanismos de pesquisa e lojas online - todos eles podem ser usados para criar um perfil e colocá-lo em categorias como inclinação esquerda/direita, velho/jovem, homem/mulher, interessado em tópicos como meio ambiente, filmes, desportos,...

Isso não afeta apenas os anúncios que pode receber, por exemplo, via Google Ads; cada vez mais websites como a Amazon ou YouTube têm conteúdo dinâmico, onde mostram o conteúdo de que pode gostar com base no seu histórico de pesquisas, interesses e outros algoritmos. Eles não mostram outras coisas. Isto significa que pessoas diferentes com opiniões diferentes (ou apenas pessoas separadas por algoritmos) recebem artigos diferentes. Isto tem potencial para dividir a sociedade.

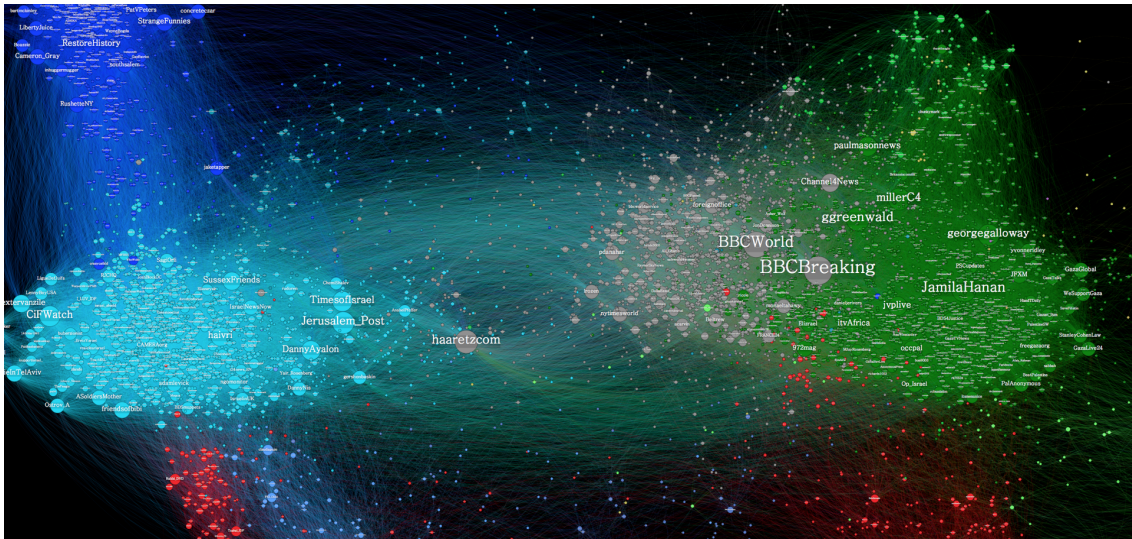
---

<sup>16</sup> <https://ew.com/tv/2017/06/27/donald-trump-fake-news-twitter/>

<sup>17</sup> Marchi, Regina (2012): With Facebook, Blogs, and Fake News, Teens Reject Journalistic "Objectivity" no *Journal of Communication Inquiry*, p246-262.

<sup>18</sup> Pariser, Eli (2011): *The Filter Bubble. How the new personalized Web is changing what we read and how we think*. Penguin Press.

Um exemplo dado pelo cientista de dados Gilad Lotan é o conflito israelo-palestino. No Twitter, as “bolhas” realmente não se sobrepõem. Pessoas que são pró-Israel recebem as suas notícias de websites pró-Israel e pessoas que são pró-Palestina recebem as suas notícias de websites pró-Palestinos (veja o gráfico).



Gilad Lotan 2014: gráficos de rede do Twitter (Israel - Palestina)

Uma página da web que mostra notícias de ambos os lados e as classifica é a [allsides.com](http://allsides.com). Para todas as notícias, eles mostram onde foi publicado e qual o espectro de esquerda/direita ou ao centro. Nas grandes notícias, podemos ler os artigos um ao lado do outro e ver o que certas fontes sublinham, deixam de fora e com que imagens mostram o conteúdo. É centrado nos EUA, mas também mostra notícias de todo o mundo, se forem de interesse mundial.

## 2.8 Deepfake - Inteligência Artificial

O Deepfake é uma técnica para a síntese de imagens humanas que usa a tecnologia de Inteligência Artificial (AI) para combinar ou sobrepor imagens existentes para criar notícias falsas e farsas.



Um exemplo de tecnologia deepfake - a atriz Amy Adams no original (esquerda) é modificada para ter a cara do ator Nicholas Cage (direita)<sup>19</sup>.

O termo “deepfake” surgiu em dezembro de 2017 numa comunidade online do Reddit de um utilizador conhecido como deepfakes que usava uma tecnologia de máquina de aprendizagem profunda para editar os rostos de celebridades em pessoas em vídeo clips pornográficos. Desde então, de acordo com a Wikipedia, a tecnologia tem sido usada na política, pornografia, fraude e desenvolvimento de software<sup>20</sup>, criando preocupações com o abuso de tecnologia e minando a credibilidade e a autenticidade.

A tecnologia por detrás da criação de deepfakes é que existem dois sistemas de IA concorrentes: o gerador e o discriminador<sup>21</sup>. O gerador cria um vídeo clipe falso e pede ao discriminador para determinar se o clipe é real ou falso. Cada vez que o discriminador identifica com precisão um vídeo clipe como falso, ele fornece ao gerador uma pista sobre o que não fazer ao criar o próximo clipe. Uma chamada *rede generativa de oposição* (GAN - **Generative Adversarial Network**) é formada pelo gerador e pelo discriminador, e o sistema está a melhorar constantemente: o gerador melhora na criação de vídeo cliques falsos e o discriminador melhora na identificação deles. Por outro lado, à medida que o discriminador fica melhor ao detetar um vídeo falso, o gerador fica melhor ao criá-lo.

Até recentemente, era muito difícil modificar o conteúdo de vídeo. No entanto, como as deepfakes são criadas através da Inteligência Artificial (AI), não requer muita habilidade para criar um deepfake em contraste com a produção de vídeo real. Isto significa que qualquer pessoa pode criar uma deepfake para promover a sua agenda. O perigo dos vídeos falsos de alta qualidade é que, por um lado, as pessoas podem acreditar em imagens de outras pessoas re-projetadas a fazer e a dizer coisas que, de facto, não fizeram ou disseram. Por outro lado, as deepfakes minam a confiança na validade de qualquer conteúdo baseado em imagens e criam confusão pública que pode ser usada para manipulação.

## 2.9. Dicas para facilitadores/animadores

Após estas informações gerais sobre falso e facto nas notícias e nas redes sociais, esta parte diz respeito aos facilitadores/animadores. Para si, como facilitador/animador de jovens, é importante manter-se atualizado sobre a realidade dos jovens. Para esse objetivo e para saber o que os jovens estão a pensar, o animador/facilitador deve saber quais as aplicações que eles usam, quais as tendências que seguem e quais as estrelas e influenciadores que eles conhecem e confiam. Não precisa pensar da mesma forma, mas deve estar ciente dessas coisas para entendê-las.

Se um jovem quiser conversar consigo sobre a sua vida e os seus hábitos, deve interessar-se por ele, assim como deve (pelo menos até certo ponto) saber do que está a falar.

---

<sup>19</sup> <https://en.wikipedia.org/w/index.php?curid=61555724>

<sup>20</sup> <https://en.wikipedia.org/wiki/Deepfake>

<sup>21</sup> <https://whatistechtarget.com/definition/deepfake>

Caso contrário, é difícil ser autêntico e os jovens percebem isso muito rapidamente. Pode ser difícil comunicar com eles, pois eles perdem a confiança em si.

Se conhecer uma nova aplicação móvel ou plataforma de rede social, experimente! Brinque com isso, pesquise sobre perigos e questões de segurança. Veja quem é o responsável pela aplicação, quem a desenvolveu e para onde vão os seus dados. Que permissões tem a aplicação e para que servem?

Se encontrar uma notícia ou uma imagem que pareçam suspeitas, tente encontrar a fonte. Tente descobrir de onde veio e que intuito tem. Os jovens perguntam sobre as coisas que encontram na Internet. E eles (às vezes) vão querer o seu conselho, se devem confiar na fonte ou não.

Esteja ciente de que todos são tendenciosos. Todas as pessoas têm valores que moldam a sua vida quotidiana. Tente sair do filtro-bolha e informe-se em diferentes canais de media. Quanto mais diferentes fontes ler e conhecer, melhor poderá julgar intuitivamente se algo pode ser verdade ou não.

Em resumo:

- Conheça os jovens com quem lida!
- Conheça a sua realidade (online/digital)!
- Não tenha medo de novas tecnologias – experimente-as!
- Tenha a mente aberta, mas questione as chamadas “verdades”!
- Conheça os seus próprios preconceitos!
- Pense (e leia) fora da caixa!

### **3. Competências essenciais para os jovens na era das notícias falsas**

O fenómeno das notícias falsas, como surgem e porquê, que formas e em que canais os jovens são confrontados com elas e que competências e capacidades são necessárias para identificá-las e combatê-las, já foram descritas no Conceito Didático Geral do projeto Fake Off.

Neste capítulo, focamo-nos em duas competências essenciais para os jovens na era das notícias falsas, a saber: literacia digital e bem-estar digital. Damos exemplos sobre como podem ser promovidas no ambiente de aprendizagem não formal, usando uma abordagem em três etapas: 1) fortalecer a literacia digital, 2) criar novos hábitos e 3) aplicar novos hábitos na vida quotidiana. No próximo capítulo, daremos explicações sobre como usar a aplicação FAKE OFF! criada especificamente com o objetivo de aumentar a consciencialização e as principais competências dos jovens em diferentes contextos de aprendizagem.

Os jovens são continuamente expostos a grandes fluxos de informações, parte das quais são desinformação, propaganda e anúncios. A avaliação crítica das informações é um desafio, pois consome tempo e disciplina. Além disso, requer o conhecimento para responder a notícias e propaganda falsas. Tornar-se consciente do que é um comportamento digital saudável, seguro e consciente, como são usados os dados digitais e porque o pensamento crítico é importante para se tornar digitalmente literado - uma habilidade e competência essencial para a vida e carreira no século XXI.

### 3.1 Literacia digital

De acordo com Chambers et al., a literacia digital é uma capacidade essencial para viver, aprender e trabalhar numa sociedade digital e entender as tecnologias que mapeiam e registam dados pessoais<sup>22</sup>. Aviram & Eshet-Alkalai fornecem uma visão mais diferenciada da literacia digital como um modelo integrado de 5 competências, que combina<sup>23</sup>:

1. **Literacia foto-visual:** a capacidade de ler informações de imagens.
2. **Literacia de reprodução:** a capacidade de usar a tecnologia digital para criar uma peça de trabalho ou combinar peças já existentes para torná-la sua.
3. **Literacia ramificada:** a capacidade de navegar com sucesso no meio não-linear do espaço digital.
4. **Literacia da informação:** a capacidade de pesquisar, localizar, avaliar e avaliar criticamente as informações.
5. **Literacia sócio emocional:** os aspetos sociais e emocionais da presença online, seja através da socialização e colaboração, ou simplesmente consumindo conteúdo.

No que diz respeito às notícias falsas, a literacia foto-visual, bem como a informação e a literacia sócio emocional são competências-chave que ajudariam os jovens a distinguir entre conteúdo falso e verdadeiro, avaliar criticamente o conteúdo e serem capazes de reagir de forma apropriada.

Chambers et al. afirmam que a literacia digital abrange a literacia da informação. Às vezes, no entanto, é usada de forma alternada com a literacia da informação ou (digital) literacia mediática. Neste documento, usamos o termo "literacia digital".

De acordo com Antonio Cartelli, a literacia digital, tem três propósitos<sup>24</sup>:

1. **Democracia, participação e cidadania ativa**  
Indivíduos iletrados de qualquer tipo são menos capazes de participar em processos democráticos. Eles não têm meios para se manterem informados, não conseguem expressar as suas opiniões na sociedade digital.
2. **Economia do conhecimento, competitividade e escolha**  
Numa economia cada vez mais rápida e maior, que se torna mais complexa, os iletrados digitais, na maioria das vezes, não conseguem atingir níveis mais altos de educação e/ou trabalho. Assim, a literacia mediática também é uma competência que pode obter uma vantagem financeira e vice-versa.
3. **Aprendizagem ao longo da vida, expressão cultural e realização pessoal**  
Finalmente, a literacia digital faz parte da dimensão pessoal de uma vida significativa. Estamos mais inclinados a sermos criativos e a expressar-nos.

---

<sup>22</sup> Fiona C. Chambers, Anne Jones, Orla Murphy. Design Thinking for Digital Well-being: Theory and Practice for Educators 2018. <https://www.amazon.com/Design-Thinking-Digital-Well-being-Educators/dp/1138578053>

<sup>23</sup> Aviram A., Eshet-Alkalai, E. Towards a Theory of Digital Literacy: Three Scenarios for the Next Steps 2006. <http://www.eurodl.org/index.php?p=archives&year=2006&halfyear=1&article=223>

<sup>24</sup> Cartelli, Antonio (2012): Current Trends and Future Practices for Digital Literacy and Competence. IGI Global.

Se os jovens estiverem cientes dos efeitos positivos que a literacia digital tem, podem concentrar-se melhor no desenvolvimento dessa competência.

## 3.2 Bem-estar digital

Outra competência central importante na era tecnológica é o bem-estar digital. O bem-estar digital inclui a literacia sócio emocional mencionada acima, além de outros aspetos.

Chambers et al. definem-na como a capacidade de cuidar da saúde pessoal, segurança, relacionamentos e equilíbrio entre vida pessoal e profissional no ambiente digital, usar dados digitais para promover ações e bem-estar na comunidade, agir com segurança e responsabilidade em ambientes digitais, gerir o stress digital, o volume de trabalho e a distração, agir com preocupação pelo ambiente humano e natural ao gerir ferramentas digitais e equilibrar o digital com as interações do mundo real<sup>25</sup>.

O bem-estar digital é o resultado da consciencialização sobre o funcionamento, algoritmos e uso de ferramentas de media digital. Também está ligado à inteligência emocional e à capacidade de cuidar de si mesmo.

Promover a literacia digital e o bem-estar digital dos jovens significa afetar positivamente as suas rotinas diárias.

Literacia digital e bem-estar não significam apenas adquirir competências no uso e avaliação de informações online. Também significa aplicação prática na vida quotidiana.

---

<sup>25</sup> Fiona C. Chambers, Anne Jones, Orla Murphy. Design Thinking for Digital Well-being: Theory and Practice for Educators 2018. <https://www.amazon.com/Design-Thinking-Digital-Well-being-Educators/dp/1138578053>

### 3.3 Modelo de três etapas para promover a literacia e o bem-estar digitais

Para fortalecer a literacia digital e promover o bem-estar digital dos jovens na vida quotidiana, os parceiros do projeto FAKE OFF! desenvolveram um modelo de competência em três etapas:

Três etapas	Objetivos
1. Fortalecer a literacia digital	Fortalecer as competências de pensamento crítico, aprender a interpretar informações, como detetar notícias falsas, aumentar a consciencialização sobre ética digital e privacidade na Internet e aprender a lidar com as emoções nas redes sociais.
2. Criar novos hábitos	Aumentar a consciencialização sobre as causas dos hábitos, desafios da mudança e medidas para criar hábitos saudáveis relativamente à literacia e ao bem-estar digitais.
3. Aplicar os novos hábitos no dia-a-dia	Ter consciência de velhos hábitos e integrar hábitos de comportamento digital saudáveis e seguros no seu quotidiano.

As três etapas do modelo Fake OFF são descritos abaixo, em particular as suas diferentes camadas, como por exemplo pensamento crítico, ética digital, inteligência emocional para a Etapa 1; a psicologia dos hábitos para a Etapa 2 e a consciencialização sobre como aplicar novos hábitos digitais para a Etapa 3.

Os exercícios e jogos práticos que se seguem no próximo capítulo são divididos de acordo com estas etapas. Eles contêm informações para facilitadores/animadores, professores e tutores acerca do uso dos exercícios de acordo com o nível do grupo, que material é necessário e o que é útil considerar ao preparar as sessões com os jovens.

#### **Etapla 1. Fortalecer a literacia digital**

##### **Pensamento crítico**

O pensamento crítico pode ser descrito como a capacidade de se envolver em pensamentos reflexivos e independentes<sup>26</sup>. Pensar independentemente significa ser um destinatário ativo, e não passivo, de informações e questionar ideias e premissas, em vez de aceitá-las.

Alguém com competências de pensamento crítico pode:

- Entender as ligações entre ideias.
- Determinar a importância e relevância de argumentos e ideias.
- Reconhecer, construir e avaliar argumentos.

---

<sup>26</sup> <https://www.skillsyouneed.com/learn/critical-thinking.html>

- Identificar inconsistências e erros no raciocínio.
- Abordar os problemas de uma forma consistente e sistemática.
- Refletir acerca da justificação das suas próprias hipóteses, crenças e valores.

O pensamento crítico anda de mãos dadas com a literacia digital à medida que desenvolve a nossa capacidade de refletir, avaliar e explicar as informações percebidas. Em última análise, é uma forma de se tornar resiliente contra a manipulação e propaganda e usar o discurso com base nos princípios da democracia.

Para o projeto Fake OFF, educar os jovens para fortalecer a sua literacia digital e pensamento crítico significa que eles aprenderiam:

- **como avaliar criticamente** as informações: o que é verdade? O que é falso? O que é uma farsa? Como detetar notícias falsas?
- **a diferença entre fontes confiáveis e falsas** (dependendo do tópico, contexto, objetivo) e como fazer uma verificação de factos.
- **entender a motivação por trás das notícias falsas** (por exemplo, comercial - usar sensacionalismo; brincar com emoções para obter cliques de visualizações; agenda política; etc.).
- **reconhecer e avaliar criticamente algoritmos**, por exemplo influenciar informações com anúncios pagos no Instagram, fábricas de cliques, influenciadores, etc.
- **ética digital**, por exemplo como usar e processar informações, quando disseminar informações e quando guardar informações para si mesmo ("pensar antes de gostar/partilhar").
- **privacidade**, por exemplo, como estar seguro na Internet, como proteger as suas contas e dados privados e lidar com o assédio virtual.
- **como lidar com as emoções nas redes sociais**: estar consciente das reações emocionais de outras pessoas nas redes sociais e escolher conscientemente como partilhar as suas.

## Detetar notícias falsas

Para poder avaliar criticamente as informações e entender o que é verdadeiro e o que é falso, o pensamento crítico é uma competência crucial ao navegar na web. Outra competência é o conhecimento sobre como detetar notícias falsas.

A Federação Internacional de Associações de Bibliotecas e Instituições (IFLA - International Federation of Library Associations and Institutions) fez o seguinte infográfico com oito etapas simples (baseadas no artigo de 2016 da FactCheck.org, “Como identificar notícias falsas”<sup>27</sup>) para apurar a verificabilidade de uma determinada notícia e o que incitou a comunidade global a partilhar.

---

<sup>27</sup> How to Spot Fake News. By Eugene Kiely and Lori Robertson. 18.11.2016:  
<https://www.factcheck.org/2016/11/how-to-spot-fake-news/>





Fonte: <https://www.ifla.org/publications/node/11174>

Aqui estão alguns exemplos oferecidos pelo website Factcheck.org<sup>28</sup>:

- *Considere a fonte!*

Alguns websites falsos parecem semelhantes aos websites conhecidos. Compare <http://abcnews.com.co> com o atual ABC News [abcnews.go.com/](http://abcnews.go.com/); ou o Notícias da WTOE 5 (cuja página "sobre" diz que é "um site de notícias de fantasia" <https://wtoe5news.com/about-us/>) em oposição à atual estação de rádio da WTOE 1470 AM Empresa de radiodifusão. Enquanto alguns websites fornecem "notícias de fantasia" ou aviso de sátira, outros não são tão claros, como o Boston Tribune <https://economictimes.indiatimes.com/topic/The-Boston-Tribune> (que não deve ser confundido com o Boston Herald). Este jornal não dá nenhuma informação sobre a sua missão, membros da equipa ou localização física - sinais adicionais de que talvez este website não seja uma organização de notícias legítima.

<sup>28</sup> <https://www.factcheck.org/2016/11/how-to-spot-fake-news/>

- *Ler além do título!*

Se um título principal provocador chamou a sua atenção, leia um pouco mais antes de decidir passar para as informações chocantes. Mesmo em notícias legítimas, o título nem sempre conta a história toda. Muitas vezes, os títulos são criados para ganhar cliques e aumentar as vendas. De acordo com a News Media Alliance, websites de notícias falsas obtêm quase 42% do seu tráfego das plataformas de redes sociais, com os leitores a clicar nos links que veem publicados no Twitter, Facebook, Instagram e outros websites sociais<sup>29</sup>. Mas esses links oferecem apenas títulos, e mesmo os consumidores com maior nível de educação têm dificuldade em saber se o que estão a ver são notícias reais ou falsas. O mesmo website oferece um questionário para testar a sua capacidade de contar notícias reais falsas apenas através dos títulos.

- *Verifique os autores!*

Outro sinal de uma história falsa é frequentemente o autor. A história da promessa de fidelidade em abcnews.com.co foi supostamente escrita por "Jimmy Rustling". Quem é ele? A sua página de autor afirma que ele é um "médico" que ganhou "catorze prémios Peabody e um punhado de prémios Pulitzer". Se conferir os vencedores desses prémios, ninguém com o nome de "Rustling" ganhou um prémio Pulitzer ou Peabody. A foto que acompanha a biografia de Rustling também é exibida noutra história falsa num website diferente, mas desta vez sob a sigla "Darius Rubics". A história de Dubai foi escrita por "Sorcha Faal" e relatada aos seus assinantes ocidentais. Às vezes, nenhum autor é indicado, como na história do Papa Francisco.

- *Avalie as fontes de suporte!*

Muitas vezes, histórias falsas citam fontes oficiais, mas depois de examinar, a fonte não apoia a reivindicação. Por exemplo, o site do Boston Tribune alegou erroneamente que a sogra do presidente Obama receberia uma pensão vitalícia do governo por cuidar das suas netas na Casa Branca, citando "a Lei de Aposentação do Serviço Civil" e fornecendo um link. Mas o link para o website do Sistema de Aposentação da Função Pública não suporta a reivindicação.

Outra alegação viral de 2015 foi um gráfico com o objetivo de mostrar estatísticas de crimes sobre a percentagem de brancos mortos por negros e outras estatísticas de assassinatos por raça<sup>30</sup>. O então candidato presidencial Donald Trump retweetou, dizendo ao comentador da Fox News Bill O'Reilly que veio "de fontes muito credíveis". Mas quase todos os números da imagem estavam errados - os dados de crimes do FBI estão disponíveis ao público - e a suposta fonte para os dados, "Crime Statistics Bureau - San Francisco", não existe.

---

<sup>29</sup> <https://www.newsmediaalliance.org/fake-news-questionário/>

<sup>30</sup> <https://www.factcheck.org/2015/11/trump-retweets-bogus-crime-graphic/>

- *Verifique a data!*

Algumas histórias falsas não são completamente falsas, mas distorções de eventos reais. Eles podem pegar uma notícia legítima e distorcer o que ela diz - ou até afirmar que algo que aconteceu há muito tempo está relacionado com eventos atuais. Na época da eleição de Trump em novembro de 2016, o website Viral Liberty levou a história da CNN de 2015 sobre a transferência da produção de camiões do México para Ohio e deu um novo título que ligava enganosamente as duas ocorrências: “Desde que Donald Trump conquistou a presidência... Ford muda a produção de camiões do México para Ohio”<sup>31</sup>. Aqui, verifique se a história está atualizada, ou fora do contexto.

- *É uma piada?*

Há uma coisa chamada de sátira de notícias. De acordo com a Wikipédia, existem dois tipos de sátira de notícias: um usa comentários satíricos e esboça uma comédia para comentar eventos de notícias do mundo real, por exemplo a coluna satírica de Andy Borowitz<sup>32</sup>, enquanto o outro apresenta notícias totalmente ficcionadas<sup>33</sup>. Normalmente, é claramente rotulado como tal, mas às vezes não é. Essas publicações são projetadas para incentivar cliques e gerar dinheiro para o criador através da receita dos anúncios. O fraudador online Paul Horner disse ao *Washington Post* que ganha a vida com as suas publicações. Questionado sobre o motivo do seu material ter tantas visualizações, Horner respondeu: “Eles continuam a passar as coisas por aí. Ninguém verifica mais nada”.

- *Avalie o seu próprio preconceito!*

Todos nós somos tendenciosos. O viés de confirmação leva as pessoas a procurar informações que confirmem as suas crenças e a descartar informações que não o façam. Da próxima vez, se vir uma publicação sobre um político a que se opõe, reserve um momento para conferir/verificar. Também, a Universidade de Harvard desenvolveu um teste gratuito, onde se pode verificar o viés inconsciente em relação a políticos, religiões, raças, minorias sexuais, faixas etárias, etc.<sup>34</sup>.

- *Pergunte aos especialistas!*

Veja fontes independentes para discutir, obter conhecimento e verificar os factos. A lista de fontes confiáveis dos EUA e da Europa é mostrada na próxima secção.

---

<sup>31</sup> <https://www.snopes.com/fact-check/ford-from-mexico-to-ohio/>

<sup>32</sup> <https://www.newyorker.com/humor/borowitz-report/putin-appears-with-trump-in-flurry-of-swing-state-rallies>

<sup>33</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/News\\_satire](https://en.wikipedia.org/wiki/News_satire)

<sup>34</sup> Unconscious bias test. Harvard University, project Implicit: <https://implicit.harvard.edu/implicit/takeatest.html>

## Verificar factos

Existem algumas fontes independentes que foram criadas para verificar as últimas reivindicações virais que aparecem nos nossos murais de notícias. Aqui está uma lista de websites diferentes de Verificação de Factos em idiomas europeus.

USA	Europa
<a href="http://www.FactCheck.org">www.FactCheck.org</a> <a href="http://www.washingtonpost.com">www.washingtonpost.com</a> (Fact Checker) <a href="http://www.Snopes.com">www.Snopes.com</a> <a href="http://www.PolitiFact.com">www.PolitiFact.com</a>	<a href="http://www.mimikama.at">www.mimikama.at</a> (German/Austrian) <a href="http://www.hoaxsearch.com">www.hoaxsearch.com</a> (English) <a href="http://www.channel4.com/news/factcheck">www.channel4.com/news/factcheck</a> (English) <a href="http://www.bbc.com/news/topics/cp7r8vgl2rgt/reality-check">www.bbc.com/news/topics/cp7r8vgl2rgt/reality-check</a> (English) <a href="http://www.tjekdet.dk">www.tjekdet.dk</a> (Danish) <a href="http://www.konspiratori.sk/">www.konspiratori.sk/</a> (Slovak) <a href="http://www.davidpuente.it/blog/">www.davidpuente.it/blog/</a> (Italian) <a href="http://www.butac.it">www.butac.it</a> (Italian) <a href="http://www.bufale.net">www.bufale.net</a> (Italian) <a href="http://www.faktabaari.fi">www.faktabaari.fi</a> (Finnish) <a href="http://www.theJournal.ie">www.theJournal.ie</a> (Irish) <a href="http://www.maldita.es/malditobulo/">http://www.maldita.es/malditobulo/</a> (Spanish) <a href="https://observador.pt/secao/observador/fact-check/">https://observador.pt/secao/observador/fact-check/</a> (Portuguese) <a href="https://poligrafo.sapo.pt">https://poligrafo.sapo.pt</a> (Portuguese)

Um projeto especial para verificação de factos é administrado pelo Instituto Poynter, uma escola de jornalismo nos EUA, que iniciou a Rede Internacional de Verificação de Factos (IFCN)<sup>35</sup>. Aliaram-se a outros websites de verificação de factos em todo o mundo e estabeleceram os princípios para qualquer meio de verificação de factos que se pode candidatar como membro, se se comprometerem com os seguintes padrões:

- ❖ Não-partidarismo e justiça: sem tomar partido, os mesmos padrões para cada verificação.
- ❖ Transparência das fontes: precisa de esclarecer e fornecer as suas fontes.
- ❖ Transparência de financiamento e organização: de onde vem o dinheiro, quem faz parte do projeto?
- ❖ Transparência de metodologia: como trabalhamos?
- ❖ Correções abertas e honestas: se houver um erro no seu próprio trabalho, ele deverá ser mostrado e tornado transparente.

---

<sup>35</sup> [poynter.org/ifcn/](http://poynter.org/ifcn/)

O uso de sites de verificação de factos é fácil, rápido e pode protegê-lo relativamente a informações que não existem.

Para ler mais sobre como identificar notícias falsas, consulte o Conceito Didático Geral do projeto Fake OFF.

## Ética digital

A Internet é um enorme stock de troca de informações. Para navegar com segurança, existem algumas regras a aplicar e respeitar. O *Institute for Digital Ethics* (IDE) em Estugarda publicou 10 Regras de Ouro de Ética Digital. Incentiva todos os utilizadores a assumirem a responsabilidade pela liberdade na World Wide Web e a respeitar a dignidade e a liberdade de ação de todos<sup>36</sup>:

1. Divulgue o mínimo possível sobre si.
2. Esteja atento e não aceite que esteja a ser observado e que os seus dados estejam a ser recolhidos.
3. Não acredite em tudo o que vê ou lê online. Mantenha-se informado utilizando fontes alternativas.
4. Não tolere *bullying* ou comportamento de ódio.
5. Respeite a dignidade dos outros. Lembre-se, mesmo na rede mundial de computadores, as regras são aplicáveis.
6. Não confie em todos aqueles com quem só tem contacto online.
7. Proteja-se a si e a outros de conteúdo extremo.
8. Não considere o seu próprio valor por gostos e publicações.
9. Não se julgue a si mesmo e ao seu corpo por números e estatísticas dos seus perfis online.
10. Ocasionalmente, desligue os dispositivos digitais e mime-se.

Enquanto os pontos 1 a 7 são sobre comportamento online responsável em relação a si e aos outros, os pontos 8 e 9 são sobre valor próprio. Um artigo de 2019 da Inc Tech Magazine fornece uma visão interessante sobre como as pessoas medem o seu valor. Ele questiona se essas coisas são saudáveis e incentiva as pessoas a sentirem-se bem sobre quem são "não importa o quê"<sup>37</sup>. Mesmo que esteja ansioso para atrair a atenção das pessoas e obter influência, a sua autoestima não deve ser determinada pelo número de gostos e classificações nas redes sociais. De facto, não é um produto da sua inteligência, do seu talento, da sua aparência ou do quanto conseguiu. Pelo contrário, a sua autoestima é incomensurável e imutável, algo que não pode ser tirado de si. É esse valor que permite que seja feliz, confiante, conectado e motivado. O ponto 10 pode ser visto como uma ferramenta para o bem-estar digital - permitindo-se alguns momentos offline ou desintoxicação digital.

As Regras de Ouro podem ser impressas como um papel de parede em escolas e centros de juventude como um lembrete útil para um comportamento digital saudável.

---

<sup>36</sup> [https://www.digitale-ethik.de/showcase//2017/01/10Gebote\\_English\\_final.pdf](https://www.digitale-ethik.de/showcase//2017/01/10Gebote_English_final.pdf)

<sup>37</sup> <https://www.inc.com/amy-morin/how-do-you-measure-your-self-worth.html>

Relativamente aos jovens, o portal de apoio Juuuport-Scouts<sup>38</sup> elaborou as dicas sobre comportamento online seguro e ético e tornou-as mais concretas:

### **1. Respeite os outros.**

Você não está sozinho na Internet! Não divulgue informações confidenciais na Internet. Uma publicação visível para todos também pode causar muitos problemas. Não escreva nada sobre os seus amigos que não lhes contaria pessoalmente. Discuta assuntos particulares com os seus amigos apenas em chats, mensagens ou e-mails. Ajude os seus amigos se eles forem alvo de injustiça.

### **2. Pense antes de publicar**

Seja o seu estado ou fotos, gostos ou partilhas, antes de publicar algo, faça estas perguntas a si mesmo:

- É verdade?
- É gentil, ou isso pode magoar alguém?
- É necessário? Eu publico porque estou com raiva? Revelo muito sobre mim?
- Quem veria isso?
- Alguma coisa pode ser mal interpretada?

A Internet nunca esquece. Assim que algo aparece na Internet, você deixa de controlá-lo. Pense duas vezes antes de fazer o upload de algo. Uma publicação, uma foto ou um comentário pode espalhar-se amplamente, pois o público da Internet é grande. É possível que ele apareça de um lado completamente diferente. O que antes parecia espirituoso, pode ser intimidador. Além disso, não escreva quando estiver muito zangado ou feliz, pois pode ser embaraçoso mais tarde.

### **3. Assegure a sua segurança na Internet.**

Se tem dúvidas se alguém tem um perfil falso, peça aos seus amigos para verificar. Se duvida que um site é falso, verifique o editor para ver quem realmente possui a página. Proteja os seus dados privados. Ajude a eliminar ataques, ódio e fotos embaraçosas da Internet. Ajude os seus amigos se eles forem expostos a algo desconfortável, por exemplo assédio virtual. Para os facilitadores/animadores, é muito importante conhecer o fenómeno do assédio virtual, para poder ajudar as vítimas.

## **Combater o Assédio virtual (Cybermobbing)**

O assédio virtual é uma forma de violência aberta ou oculta com o objetivo de exclusão social através de insultos contínuos, abuso verbal, bem como divulgação de mentiras e boatos.

---

<sup>38</sup> juuuport.de Online consulting of young people by young people

De acordo com um estudo de pesquisa de 2017 realizado na Alemanha, 1,4 milhão de jovens foram afetados pelo assédio virtual. 13% dos entrevistados entre 10 e 21 anos admitiram ser vítimas de assédio virtual, onde um número um pouco mais alto de 13,4% confessa que eles mesmos praticaram assédio virtual<sup>39</sup>. As razões para isso foram nomeadas como uma aversão pessoal a uma pessoa, raiva por ser assediada, mas também mau humor, tédio e diversão.

As consequências disso é que a experiência de assédio moral é prejudicial e debilitante. As vítimas de assédio virtual geralmente enfrentam graves consequências psicológicas: um quarto dos entrevistados expressou pensamentos suicidas.

Como o estudo citado por *Süddeutsche Zeitung* revela, os pais podem controlar cada vez menos as atividades online de crianças e jovens<sup>40</sup>. Primeiro, porque a geração mais jovem usa redes sociais e mensagens instantâneas, por exemplo, WhatsApp, Snapchat, onde os comentários humilhantes, fotografias comprometedoras ou conteúdo com insultos cruéis podem ser disseminados à velocidade da luz. Segundo, porque os telemóveis pessoais, como smartphones ou tablets, são mais difíceis de controlar em comparação aos computadores em que as configurações de segurança foram definidas pelos pais.

Para combater o assédio virtual, é preciso haver um esforço consolidado do lado de professores, pais e jovens.

### O que podem fazer os pais

- Adquirir competências sobre questões da Internet mais segura para crianças e jovens.
- Estudar informações sobre como lidar com o bullying virtual e o discurso de ódio de uma ampla variedade de websites que fornecem conselhos a utilizadores de qualquer idade:
  - A plataforma Better Internet For Kids [betterinternetforkids.eu](http://betterinternetforkids.eu) foi criada em conformidade com a estratégia Better Internet for Kids da Comissão Europeia para promover o intercâmbio de conhecimentos, experiências, recursos e boas práticas entre as principais partes interessadas em segurança online para aumentar o acesso a conteúdo de alta qualidade para crianças e jovens, intensificar a consciencialização e o empoderamento, criar um ambiente seguro para crianças online e lutar contra o abuso e a exploração sexual infantil.
  - A rede europeia de Centros de Internet Segura<sup>41</sup> trabalha com essas questões em toda a Europa, normalmente incluindo um centro de consciencialização, linha de apoio, linha direta e painel de jovens.
  - A campanha online Sem Discurso de Ódio (*No Hate Speech*), lançada pelo Conselho da Europa em julho de 2016, também fornece conselhos. Iniciativas contra o discurso de ódio como #ichbinhier no Facebook também estão a conquistar mais seguidores, assim como os movimentos digitais dos direitos civis, como a “Reconquista Internet”, do moderador alemão Jan Böhmermann.

---

<sup>39</sup> <https://www.sueddeutsche.de/panorama/jugendliche-im-internet-13-prozent-der-schueler-sehen-sich-als-opfer-von-assedio-virtual-1.3507917>

<sup>40</sup> idem

<sup>41</sup> <https://www.betterinternetforkids.eu/web/portal/policy/insafe-inhope>

### **O que podem fazer os professores e os facilitadores/animadores**

- Adquirir competências sobre questões da Internet mais segura para crianças e jovens.
- Iniciar programas de prevenção de assédio virtual nas escolas ou centros de juventude.
- Estar informado sobre as iniciativas existentes para aconselhar mais os jovens, por exemplo, a aplicação de primeiros socorros da iniciativa klicksafe cyberbullying<sup>42</sup>, linha direta local ou nacional de cyberbullying, etc.

### **O que podem fazer os jovens**

- Recolher as provas através de screenshots (imagens).
- Se conhecer alguém que pratica assédio, escreva-lhe e peça-lhe que exclua os comentários ou as imagens ofensivas.
- Bloquear os criminosos nas redes sociais.
- Procurar o apoio de um adulto em quem confia (professor, pai, terapeuta).
- Relatar publicações de assédio ao “host” da Web e solicitar a exclusão do seu conteúdo.
- Em casos especialmente fortes, vá à polícia com os seus pais e registe uma denúncia criminal. A lei está do seu lado!

### **Proteger a privacidade**

A privacidade é definida como "os direitos dos indivíduos de gozar de autonomia, de serem deixados em paz e de determinar se, e como a informação sobre si, é revelada aos outros"<sup>43</sup>.

Embora a privacidade seja uma necessidade e um direito humano básico, os investigadores falam do paradoxo da privacidade na Internet: as nossas preocupações com a privacidade são inconsistentes com o nosso comportamento online e o desejo de divulgar.

Atualmente, a maioria dos jovens expõe facilmente informações pessoais que as gerações anteriores costumavam considerar privadas, por exemplo, idade, política, rendimento, religião, preferência sexual. A compreensão dos jovens sobre privacidade não está ligada à divulgação de certos tipos de informações. Em vez disso, a sua privacidade é garantida quando eles pensam que podem controlar quem sabe o quê sobre eles. No que diz respeito às redes sociais, os utilizadores ainda não sabem como controlar quem pode ver o quê sobre eles. Os motivos são a literacia digital limitada na Internet, configurações de website mal projetadas e escândalos recentes de proteção de dados (por exemplo, fornecer dados de utilizadores do Facebook ao Cambridge Analytics, 2018).

---

<sup>42</sup> <https://play.google.com/store/apps/details?id=de.teamdna.cybermobbing&hl=en>

<sup>43</sup> The privacy paradox on social network sites revisited 2009.

<https://cyberpsychology.eu/article/view/4223/3265>



Garantir a privacidade nas redes sociais pode ser difícil. Como sugere uma nova pesquisa, mesmo que defina o seu perfil como "não público" e limite cuidadosamente todas as informações sobre si, o Facebook e/ou outras fontes de rede social ainda podem recolher informações sobre si a partir de apenas 8-9 dos seus amigos que estão nas redes sociais.

Mesmo depois de excluir as suas contas, ainda podem criar o seu perfil com base em informações pessoais oriundas das publicações dos seus amigos<sup>44</sup>. Publicar informações e fotos de pessoas que não estão no Facebook, por exemplo, dos seus filhos, amigos ou avós significa, primeiro, que precisa da permissão e do consentimento de uma pessoa para fazê-lo; e, segundo, precisa estar ciente de que pode, sem saber, conceder acesso às suas informações pessoais a empresas de marketing que usam algoritmos e as armazenam na Web. Mesmo a exclusão das suas contas das redes sociais pode não resolver todos os problemas de privacidade.

Embora não exista uma solução definitiva para a privacidade nas redes sociais, eis o que os jovens podem fazer para proteger a sua privacidade na Internet:

- Considere cuidadosamente quais os detalhes pessoais que inclui no seu perfil.
- Altere as suas senhas regularmente.
- A sua senha deve ter no mínimo 8 símbolos, letras grandes e pequenas, além de figuras.
- Use senhas diferentes para contas diferentes e guarde-as para si.
- Atualize as suas configurações de privacidade nas contas de redes sociais.
- Faça "log out" sempre, especialmente em locais públicos, para que ninguém possa usar a sua conta.
- Abstenha-se de pagamentos online se usar redes Wi-Fi públicas.
- Use o software para gerir e controlar a sua privacidade online, por exemplo, o Norton Privacy Manager ou o Norton LifeLock.
- Esteja ciente do "shoulder surfing" - a prática de espiar o utilizador de uma máquina multibanco ou outro dispositivo eletrónico para obter o seu número de identificação pessoal, senha, etc. Para evitá-lo, sente-se de costas para a parede se estiver num local público e inserir informações pessoais ou financeiras no seu computador ou telemóvel. Mais dicas disponíveis aqui: <https://www.lifelock.com/learn-identity-theft-resources-what-is-shoulder-surfing.html>

## Compreender as emoções

A emoção é de longe o motivador mais importante do nosso pensamento e comportamento. As pessoas tomam a maioria das suas decisões com base na forma como se sentem, percebendo isso ou não. O investigador de redes sociais G.T. Panger descreveu o impacto das emoções nas redes sociais da seguinte maneira: "A emoção é o ultraje e a esperança que alimenta os movimentos sociais das redes sociais, da Primavera Árabe à Matéria de Vida Negra, e é a hostilidade que silenciou as mulheres em Gamergate.

---

<sup>44</sup> <https://www.cpomagazine.com/data-privacy/new-research-study-shows-that-social-media-privacy-might-not-be-possible/>

Emoção é a tristeza que se espalha pelas redes sociais após a morte de uma celebridade ou na sequência de outro tiroteio em massa.

Emoção é a vida feliz com a qual retratamos os nossos amigos, os momentos de satisfação que mal podemos esperar para contar ao mundo e a inveja de receber os destaques da vida dos nossos amigos enquanto continuamos com a vida quotidiana”<sup>45</sup>.

Como mostra a pesquisa do Center for Generational Kinetics, as redes sociais têm um efeito maior na vida de uma pessoa, quanto mais jovem ela é, influenciando as suas perspectivas de emprego, popularidade, hipóteses de conseguir um encontro e até a sua felicidade: 42% da geração Z sente que as redes sociais têm um grande impacto nas suas vidas. Um número igual de 42% acredita que as redes sociais afetam a maneira como as outras pessoas as veem; 39% dizem que as redes sociais afetam a sua autoestima e 37% dizem que as redes sociais têm um impacto direto na sua felicidade (embora ainda não esteja claro como exatamente), o que é o dobro da geração de baby boomers<sup>46</sup>.

A inteligência emocional é um aspeto crucial do bem-estar digital. Segundo a Wikipédia<sup>47</sup>, é “a capacidade dos indivíduos em reconhecer as suas próprias emoções e as dos outros, discernir entre diferentes sentimentos e rotulá-los adequadamente, usar informações emocionais para orientar o pensamento e o comportamento e gerir e/ou ajustar emoções para se adaptarem aos ambientes ou alcançar o(s) objetivo(s)”. Especificamente, para os jovens significa estar ciente sobre a forma como se expressam através de imagens do Instagram, publicações no Facebook e comentários no Twitter. Além disso, significa saber sobre como o conteúdo e as atividades nas redes sociais em que estão envolvidos (gostos, comentários, partilhas) os afetam.

### **Autoexpressão nas redes sociais**

As redes sociais permitem que os utilizadores se expressem livremente através de atualizações de estado, humor, comentários, além de imagens e emoticons. Ao mesmo tempo, pode ser uma fonte de pressão e de expectativas para os jovens que levantam questões sobre a sua própria identidade e sobre as emoções que sentem ao navegar no fluxo de mensagens, imagens e vídeos.

A ligação entre o "catálogo de expressões" dos utilizadores e a sua saúde mental foi estudada por investigadores para fazer inferências sobre a vida emocional dos utilizadores, gerar índices nacionais de felicidade e prever doenças mentais.

De acordo com um estudo recente da BBC #LikeMinded<sup>48</sup>, investigadores da Universidade de Harvard e da Universidade de Vermont usaram máquinas para analisar quase 44.000 publicações no Instagram para identificar sinais depressivos nos murais dos utilizadores. Segundo esse estudo, os sinais de depressão incluem um aumento de palavras negativas (“não”, “nunca”, “prisão”, “assassinato”) e uma diminuição de positivas (“feliz”, “praia” e “foto”), embora essas sejam dificilmente definitivas.

---

<sup>45</sup> Galen Thomas Panger. Emotion in social media. 2017.  
[http://people.ischool.berkeley.edu/~gpanger/dissertation/emotion\\_in\\_social\\_media.pdf](http://people.ischool.berkeley.edu/~gpanger/dissertation/emotion_in_social_media.pdf)

<sup>46</sup> <https://genhq.com/igen-genz-social-media-trends-infographic/>

<sup>47</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Emotional\\_intelligence](https://en.wikipedia.org/wiki/Emotional_intelligence)

<sup>48</sup> <http://www.bbc.com/future/story/20180201-how-your-social-media-betrays-your-mood>

Indo um passo adiante, investigadores da Universidade de Harvard, da Universidade de Stanford e da Universidade de Vermont extraíram uma gama mais ampla de recursos (humor, idioma e contexto) de quase 280.000 tweets e obtiveram alta pontuação na identificação de utilizadores com depressão; também estava correto em cerca de nove em cada dez previsões para perturbação de stresse pós-traumático (PSPT).

Algumas inovações tecnológicas recentes nesse campo incluem a análise dos padrões de palavras que as pessoas usam nos seus tweets para entender como uma pessoa se está a sentir no momento. Existe uma ferramenta de análise de texto gratuita, AnalyzeWords no Twitter, que se concentra em palavras indesejadas (pronomes, artigos, preposições) para avaliar estilos emocionais e de pensamento. Se estiver no Twitter, pode verificar as suas palavras recentes e ver como está a pontuação de raiva, preocupação ou otimismo em comparação à média. Também pode experimentá-lo com jovens. Por exemplo, a conta do Twitter de Donald Trump @realdonaldtrump mostra que ele tem uma pontuação alta ao ter um estilo emocional otimista e, é menos provável do que a média estar preocupado, irritado e deprimido.

As emoções dos utilizadores nas redes sociais e a vida emocional dos mesmos devem, no entanto, ser separadas para evitar o risco de empacotar a complexa vida real numa caixa virtual de rede social. Da mesma forma, atualizações de estado e histórias do Instagram não podem ser uma medida confiável da nossa saúde mental. Autoexpressão e autoapresentação também podem nem sempre revelar o verdadeiro "Eu". Há uma opinião de que tendemos a retratar-nos de maneira ideal, excessivamente positiva, como interpretar uma personagem que é uma versão desejada de nós mesmos e, por isso, podemos subestimar as nossas emoções negativas.

## **Impacto das publicações de outros utilizadores**

Embora não existam evidências sobre a experiência emocional enquanto navegamos nas redes sociais, muitos utilizadores relatam que o seu hábito de navegar faz com que se sintam mal. Eles acham que não é muito significativo e consome muito tempo. Além disso, navegar pelas redes sociais pode fazer com que compare a sua vida desfavoravelmente com as representações rosadas da vida de outras pessoas, gerar inveja e um sentimento de inutilidade ou pressão, tentar competir com outras pessoas para ter uma vida perfeita.

A comparação afeta negativamente o nosso bem-estar. Especialmente porque o perfil de alguém nas redes sociais não revela uma imagem completa de uma personalidade complexa. Segundo o investigador social Galen Thomas, as pessoas tendem a subestimar a prevalência de emoções negativas e a superestimar a prevalência de emoções positivas na vida de outras pessoas, devido à maneira como outras pessoas escondem seletivamente emoções negativas em ambientes sociais. Subestimar as emoções negativas na vida dos outros é um preditor da solidão e superestimar as emoções positivas prevê menor satisfação com a vida<sup>49</sup>.

Dito isto, é importante ter em mente que nem tudo o que os jovens veem nas redes sociais pode ser verdade.

---

<sup>49</sup> S. Galen Thomas.

Além disso, é útil discutir com os jovens que tipo de imagem estão a tentar projetar em público com as suas publicações e atualizações. Como isto afeta a sua autoestima? E com que frequência se comparam aos outros? Por fim, qual é o custo de oportunidade (o valor de fazer essa escolha) da navegação versus a obtenção dos benefícios?

Responder a essas perguntas pode ser útil para decidir como podemos gastar tempo de maneira mais produtiva e construir a vida pela qual nos esforçamos.

A mente de um adolescente ainda está a tentar descobrir como reconhecer, entender e expressar o que ele ou ela estão a sentir. Pais e profissionais que trabalham com jovens podem ajudá-los a lidar com as emoções. O projeto australiano Famílias saudáveis orientado para crianças e jovens aconselha pais e tutores sobre como fazê-lo<sup>50</sup>:

- Questione sobre os seus sentimentos - "Pareces preocupado. Há algo na tua mente?" ou "Parece que estás realmente com raiva. O que aconteceu de errado?"
- Ouça o seu adolescente quando ele falar sobre emoções. Isso ajuda-o a identificar e a entender o que está a sentir e a gerir as suas emoções de maneira eficaz.
- Não descarte ou banalize as respostas emocionais do seu filho. Isso pode ser interpretado como "os meus sentimentos não são importantes".
- Evite responder de uma maneira que os leve a acreditar que as suas emoções estão erradas e são maus por tê-las, por exemplo "Por que estás a chorar como um bebé?" Ou "És tão covarde!"
- Valide os seus sentimentos, principalmente se estiverem chateados ou com problemas com o que está a acontecer - por exemplo, quando um animal morre, quando está a ter problemas com amigos ou quando reprova num exame.
- Incentive os jovens a falar sobre os problemas quando ocorrerem, para que possam ser resolvidos mais cedo.
- Ajude-os a encontrar maneiras de relaxar que funcionem para eles - ouvir música, correr ou fazer algo criativo.
- Alguns jovens também beneficiam da meditação ou relaxamento guiado. Smiling Mind tem uma aplicação gratuita, incluindo meditações curtas guiadas.
- Sugira que planeiem a semana e estabeleçam os prazos e como irão fazer os seus estudos/trabalhos.
- Sugira ao seu adolescente que deixe as grandes decisões até se sentir um pouco melhor e capaz de abordar a situação de maneira mais objetiva.
- Fale sobre as mensagens e imagens que os jovens recebem através das redes sociais ou dos seus "feeds" sociais. Como é que isso molda os seus valores, perceções e bem-estar geral?

---

<sup>50</sup> <https://healthyfamilies.beyondblue.org.au/age-13/raising-resilient-young-people/managing-emotions-and-stress>

## Etapa 2. Criar novos hábitos

### O que causa hábitos

Por definição, os hábitos são as coisas com as quais estamos tão habituados que se tornam o nosso padrão, mesmo quando podemos fazer melhor. Como James Clear, psicólogo e autor do livro best-seller “Atomic Habits” (2018), aponta, as duas razões principais que causam hábitos não saudáveis são o stresse e o tédio<sup>51</sup>. Quer passemos horas na Internet a navegar sem pensar na linha do tempo, roermos as unhas durante o trabalho de casa ou ficarmos bêbados no fim de semana, essas são as nossas maneiras de lidar com o stresse e o tédio.

Reconhecer as causas dos seus hábitos é crucial para os superar. Muitos dos hábitos que formamos não são conscientes. Eles baseiam-se no comportamento aprendido dos modelos - pais, professores, amigos, familiares e outras pessoas de influência que tivemos na infância ou que foram escolhidos como modelos até ao momento presente.

Quando se trata de jovens, se todos no círculo de amigos ou família estiver constantemente ao telefone a verificar mensagens, é mais provável que o repitam.

### Regra de ouro da mudança de hábitos

A mudança de hábitos é uma coisa complicada. Diz-se que estamos fora de controlo, porque os nossos comportamentos são processos biologicamente programados ou processos subconscientes enraizados em nós a um nível profundo.

No entanto, se entendermos por que razão os hábitos existem e como funcionam, somos capazes de os alterar.

Antes de tudo, precisamos ver que todos os hábitos - bons e maus - nos proporcionam algum benefício. Por exemplo, verificar as suas contas de rede social faz com que se sinta conectado. Ao mesmo tempo, olhar para essas mensagens destrói a sua produtividade, divide a sua atenção e sobrecarrega-o de stresse. Mas, isso evita que se sinta que está “a perder algo” ... e assim faz isso outra vez<sup>52</sup>.

Como os hábitos “maus” também atendem a certas necessidades da sua vida, é muito difícil simplesmente eliminá-los. É por isso que um conselho como “pare de fazer” não funciona. Por exemplo, se pega no seu telemóvel quando está entediado ou socialmente inseguro, não é um bom plano deixá-lo em casa sempre que isso acontece.

James Clear explica com mais clareza: “Se espera simplesmente eliminar maus hábitos sem os substituir, terá certas necessidades que não serão atendidas e será difícil seguir uma rotina de “apenas não o faça” por muito tempo”<sup>53</sup>.

Em vez disso, precisamos de substituir um mau hábito por um novo que ofereça um benefício semelhante e seja fácil e cativante de fazer.

---

<sup>51</sup> James Clear, Atomic Habits:

[https://books.google.de/books/about/Atomic\\_Habits.html?id=IFhbDwAAQBAJ&source=kp\\_book\\_description&redir\\_esc=y](https://books.google.de/books/about/Atomic_Habits.html?id=IFhbDwAAQBAJ&source=kp_book_description&redir_esc=y)

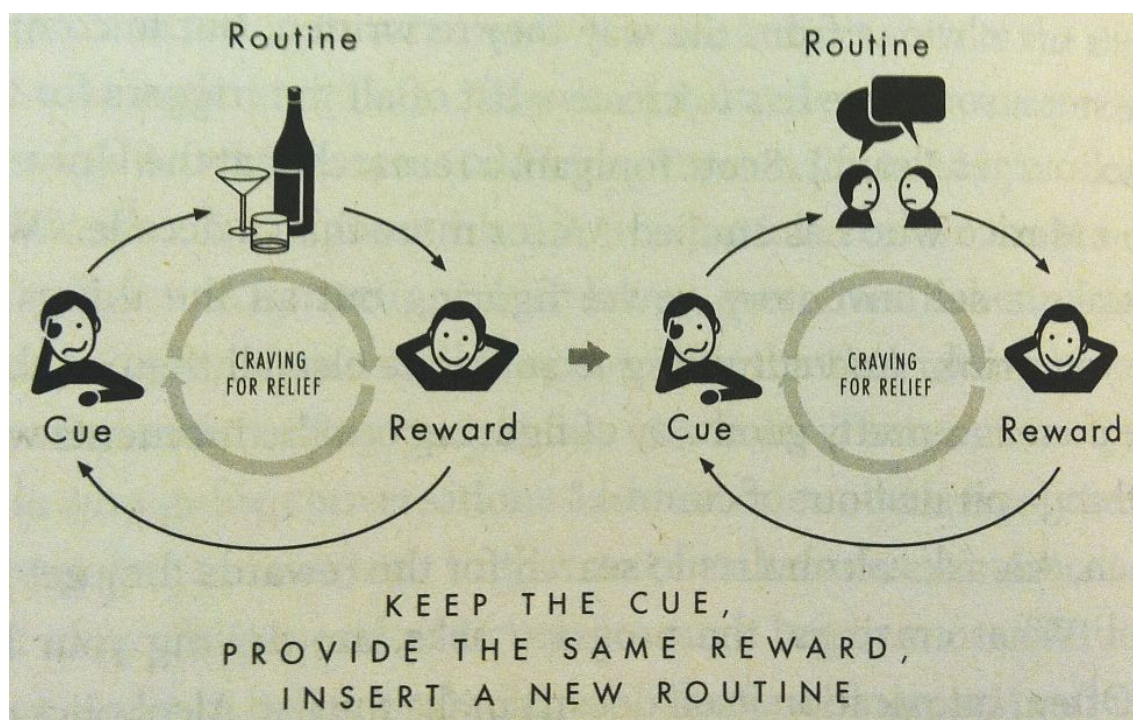
<sup>52</sup> James Clear, Reset the Room. <https://jamesclear.com/reset-the-room>

<sup>53</sup> James Clear, Reset the Room. <https://jamesclear.com/reset-the-room>

Charles Duhigg, autor de outro famoso livro sobre hábitos "The Power of Habit" (2014), criou o modelo do *Habit Loop* para explicar como os nossos hábitos são formados. Ele dividiu-o em três áreas principais<sup>54</sup>:

1. Sugestões: os estímulos que promovem os nossos comportamentos (por exemplo, tédio, insegurança).
2. Rotinas: as atividades regulares que fazem parte das nossas vidas diárias (por exemplo, verificar o telefone, beber à noite).
3. Recompensas: os resultados positivos, por exemplo retorno real ou percebido de hábitos que reforçam os nossos comportamentos (sentir-se conectado, aliviado, relaxado).

Duhigg partilhou que qualquer hábito pode ser mudado se se identificar a sugestão (o estímulo), a recompensa que deseja, a rotina que executa normalmente para obter a recompensa e alterar a rotina quando a sugestão aparece para que receba a mesma recompensa. Esta é a Regra de Ouro da Mudança de Hábitos: mantendo as suas sugestões e recompensas, mas fornecendo uma nova rotina.



Fonte: <https://throughyourbody.com/charles-duhigg-golden-rule-habit-change/>

Como se pode ver no exemplo (à esquerda) deste gráfico, o stresse pode levar-nos a recorrer ao álcool cada vez que sentimos o desejo de alívio. Temos uma sensação de alívio ao fazer isso, e essa é a nossa recompensa. Se a recompensa for positiva, teremos o desejo de repetir a ação na próxima vez que uma sugestão (estímulo) aparecer.

No entanto, o álcool é um mau hábito que pode levar ao vício. Além disso, a recompensa do alívio de ficar bêbado dura apenas um tempo. É por isso que fazemos isso repetidamente.

<sup>54</sup> <https://coolerinsights.com/2013/11/mastering-the-power-of-habits/>

Um novo exemplo no gráfico (à direita) mostra que, da próxima vez, que ficarmos stressados (sugestão) e desejarmos alívio (recompensa), em vez de recorrer ao álcool, poderemos recorrer a amigos (ou procurar ajuda profissional) e assim inserir uma nova rotina no nosso comportamento.

Ao mudar hábitos, mudamos o nosso comportamento, e isso afeta a nossa vida.

A segunda coisa que ajuda a mudar o nosso comportamento é modificando a forma como pensamos e sentimos sobre nós mesmos. Quando sabe o que é bom para si, pode criar novas maneiras e hábitos saudáveis decorrentes dessa percepção. Não deseja entregar-se ao que é mau e adora o seu senso de bem-estar e clareza mental. É uma mudança profunda, pois não está a forçar-se a viver um estilo de vida digital saudável e essa é a distinção. Então, não precisa de uma dieta digital para controlar os desejos, para reduzir o consumo da Internet, porque essas coisas já não são a pessoa que é.

Mesmo que possamos compreender e concordar com estes pontos, ainda assim, na prática pode ser um desafio implementá-los. A próxima secção fornece alguns passos concretos e fáceis para instalar os novos hábitos na vida quotidiana.

## **Como criar um novo hábito**

Aqui estão algumas ideias adicionais para instalar novos hábitos saudáveis e quebrar o ciclo antigo<sup>55</sup>.

### **1. Comece com a consciência.**

- Quando é que o hábito realmente acontece?
- Quantas vezes faz isso em cada dia?
- Onde faz isso? Quando o faz? E com quem?
- O que desencadeia o comportamento e faz com que ele comece?

### **2. Siga os seus hábitos.**

Rastrear estas questões irá torná-lo mais consciente do seu comportamento e dar-lhe-á dezenas de ideias para o parar. Coloque um pedaço de papel no seu bolso e uma caneta. Cada vez que o hábito acontecer, marque-o no seu papel. No final do dia, conte todas as marcas diárias e veja qual é o seu total. Depois, identifique o que quer mudar ("mau" hábito).

### **3. Escolha um substituto saudável.**

Da próxima vez que enfrentar stresse, tédio ou pessoas cujo comportamento normalmente imita, o que vai fazer? Quando os seus colegas estiverem a olhar para os seus telefones (exemplo: vá passear), ou quando ler uma notícia sensacionalista (exemplo: verifique as fontes para ver se é verdade), arranje um plano para o que vai fazer em vez do que costuma fazer. Se tiver um plano, está "armado" com ferramentas e um comportamento de substituição. Se está perdido, pense numa razão pela qual não deve continuar com este hábito.

---

<sup>55</sup> James Clear, Reset the Room. <https://jamesclear.com/reset-the-room>, Psychology Today. 10 steps to changing unhealthy habits: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/renaissance-woman/201607/how-change-unhealthy-habits>

Este é um passo fundamental. Quando faz algo diferente para substituir um hábito insalubre, reconheça para si mesmo que está a fazer isso de maneira diferente, para que possa enfatizar a sua capacidade de mudar. Pode ser tão simples como dizer a si mesmo: "Olha para isto. Eu fiz uma melhor escolha".

#### **4. Retire os estímulos.**

Facilita a quebra de maus hábitos, evitando as coisas que os causam. Se a primeira coisa que faz de manhã é fazer "*scroll*" sem sentido, gostar, partilhar mensagens instantâneas, então coloque o telemóvel noutro quarto antes de ir para a cama, e espere até que esteja realmente acordado para se envolver em atividades online com mais cuidado. Se come biscoitos quando eles estão em casa, então deite-os todos fora. Neste momento, o seu ambiente torna o seu mau hábito mais fácil e os seus bons hábitos mais difíceis. Crie o ambiente de forma a tornar os bons comportamentos mais fáceis e os maus hábitos mais difíceis.

#### **5. Preparação para os bons hábitos.**

Se quiser fazer desporto de manhã, prepare um conjunto de roupas e uma garrafa de água, com antecedência, para que possa facilmente agarrar e levar.

Se quiser desenhar mais, coloque os seus lápis, canetas e um caderno em cima da sua secretária, com acesso fácil. Domine os hábitos de preparação, para que os hábitos de execução se tornem fáceis.

#### **6. Unir forças com alguém.**

Junte-se com alguém para instalar bons hábitos juntos. Os dois podem responsabilizar-se um ao outro e celebrar as vitórias juntos. Saber que outra pessoa espera que seja melhor é um poderoso motivador.

#### **7. Rodeia-te de pessoas inspiradoras.**

Às vezes certas pessoas são os nossos estímulos. Lembre-se que acaba por ser como as cinco pessoas com quem mais anda. Veja quem são essas pessoas: elas inspiram-no ou arrastam-no para baixo? Pessoas que vivem da forma que quer viver e perseguem os seus objetivos na vida da mesma forma que quer perseguir os seus, são motivadores poderosos para melhorar os seus hábitos e ter uma visão.

#### **8. Visualize-se a ter sucesso.**

Veja-se a si próprio a construir uma nova identidade. Acordar cedo, fazer desporto, conhecer amigos, viajar, ter tempo livre para si próprio. Qualquer que seja o mau hábito que quer quebrar, visualize-se esmagando-o, sorrindo, e desfrutando do seu sucesso. A visualização requalifica o seu cérebro. O desejo de mudança positiva pode formar a base de um novo hábito à medida que intuitivamente alcançamos coisas que são boas para nós.

#### **9. Monitorize o seu diálogo interno negativo.**

Uma coisa sobre combater maus hábitos é que é fácil julgar a si mesmo por não agir melhor. Cada vez que escorrega ou comete um erro, é fácil dizer a si mesmo o quanto não presta.

Sempre que isso acontecer, termine a frase com "mas"...

- "Estou gordo e fora de forma, mas posso estar em forma daqui a uns meses."



- "Eu sou estúpido e ninguém me respeita, mas estou a trabalhar para desenvolver uma competência valiosa."
- "Eu sou um fracasso, mas toda a gente falha às vezes."
- "Estou viciado no meu smartphone, mas poderia reduzir o meu tempo online para ter mais passatempos".

Ou reestruture os seus pensamentos com uma afirmação positiva e contenha o cérebro crítico:

- "Ninguém gosta de mim - estou a trabalhar na minha confiança".

Redefinir é como reescrever o roteiro.

### **10. Aceitar falhas.**

Todos nos desviamos do caminho. Aceite que por vezes irá falhar. Todos nós falhamos. Quando o fizer, trate-se com compaixão. Os hábitos não mudam da noite para o dia. Dê pequenos passos, se necessário. Mesmo que não consiga 100% imediatamente com um novo hábito, transforme algo novo em hábito. Mesmo que não consiga uma hora para fazer exercício, encontre 15 minutos para encaixar e reforçar esse novo hábito. O que separa os melhores artistas de todos os outros é que eles voltam ao caminho certo muito rapidamente.

Por último, mas não menos importante, lembre-se de que criar novos hábitos saudáveis requer tempo e esforço, mas principalmente é preciso perseverança. A maioria das pessoas consegue tentar e falhar várias vezes antes de fazer funcionar. Pode não ter sucesso imediatamente, mas isso não significa que não possa tê-lo de todo.

## **Etapas 3. aplicar novos hábitos na vida diária**

Esta etapa engloba duas outras etapas. Quando está ciente de como e por que uma notícia falsa é criada e quando sabe como neutralizá-la, o próximo passo é implementar as suas estratégias. Os hábitos só mudam com a ação.

### **Esteja atento aos seus velhos hábitos**

Para os jovens, aprender novas competências como competência social, pensamento crítico, inteligência emocional pode exigir a superação da resistência dos "velhos hábitos". Desenvolver novos hábitos e aplicá-los na vida diária pode precisar de tempo e compromisso. Nem sempre é fácil incluir estes novos comportamentos na rotina diária, mas saber reagir de forma diferente é um primeiro passo. Ver os benefícios de agir diferente e pensar diferente pode motivar os jovens a novos comportamentos digitais.

Na esfera do bem-estar digital e da literacia digital, novos hábitos poderiam ser:

- Pense antes de "gostar" / "partilhar"
- Verifique as fontes das notícias e/ou várias fontes de informação
- Leia notícias mais profundas
- Envolve-se com opiniões diferentes (saia da bolha de filtro)
- Passe tempo suficiente com amigos offline para restabelecer a ligação ao mundo físico real

- Note, reconheça e expresse como reage emocionalmente às informações encontradas na web, por exemplo, eu fico com tanta inveja quando vejo as fotos daquela(e) rapariga/rapaz com o(a) meu(minha) ex. Sinto medo sempre que leio as notícias sobre o colapso do clima.
- Reflita sobre o seu comportamento pessoal online: Eu minto online? Será que deixo de fora as informações necessárias? Será que exagero nos meus sucessos?
- Notifique e relate notícias falsas.

## **Saiba como reagir de forma diferente a notícias falsas**

De acordo com uma pesquisa entre os jovens realizada no projeto Fake OFF em 2018, os jovens mudam de hábitos quando os velhos hábitos ficam entediantes. Interesses, passatempos, amigos mudam, quando aprendem algo novo e interessante (da escola, família, amigos, Internet). Neste sentido, a mudança de hábitos entre os jovens acontece principalmente inconscientemente e de forma reativa. Mudar um hábito é, no entanto, um ato consciente. O que também pode motivar os jovens são modelos a seguir. Ter alguém com uma influência positiva, alguém cujos hábitos pode seguir e fazer os seus é fortalecedor e facilita a mudança de hábitos de comportamento.

Observando as redes sociais, o apelo para os jovens não é usá-las menos, mas usá-las mais intencionalmente. Parar de fazer “scroll” sem sentido, de reclamar, de odiar e de se envolver em negatividade e amargura. Siga as pessoas que o motivam e inspiram. Envolver-se com especialistas com os quais pode aprender. Crie amizades genuínas e positivas.

Existe uma grande variedade de literatura acerca da mudança de hábitos e aplicá-los na vida diária (consulte os blogs<sup>56</sup> e livros<sup>57</sup> de autoajuda para mais informações). O mais importante para os jovens é que eles se envolvam nas novas formas de comportamento de forma consciente e voluntária e obtenham o apoio de que necessitam no caminho.

## **4. Formação dos jovens em competências-chave**

### **4.1. Exercícios e jogos**

O capítulo a seguir apresenta os exercícios para professores e tutores baseados no modelo de competência em três etapas: como fortalecer a literacia digital dos jovens, como criar hábitos para o bem-estar digital e como aplicá-los na vida quotidiana.

Os professores e tutores são livres de selecionar os exercícios que mais se adequam ao seu grupo, de acordo com o nível, as restrições de tempo, a configuração, etc., ou usar os formatos para uma atividade de duas horas, quatro horas por dia, atividade de um dia (veja a secção anterior).

---

<sup>56</sup> See How to Change Unhealthy Habits: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/renaissance-woman/201607/how-change-unhealthy-habits>, How to break soul-sucking habits: <https://www.nirandfar.com/how-to-break-5-soul-sucking-technology-habits/>

<sup>57</sup> The Power of Habit by Charles Duhigg, Daily Rituals: How Artists Work by Mason Currey, Hooked by Nir Eyal, The Slight Edge by Jeff Olson

A formação com jovens pode ser realizada na escola e em ambiente extracurricular. Pode ser integrada em assuntos especiais ou fazer parte das atividades tradicionais da sala de aula. Nos centros juvenis, esta formação pode fazer parte das suas atividades no campo da literacia mediática.

Todos os exercícios são concebidos no espírito da aprendizagem não formal, por isso o seu objetivo final é fomentar a capacidade dos jovens para assumirem a responsabilidade pela sua aprendizagem pessoal através da reflexão, avaliação, questões, feedback, expressão dos seus sentimentos, dúvidas sobre "notícias", observação e escuta.

## **PASSO 1. Fortalecer a literacia digital**

### **4.1.1. Questionário de introdução**

**Parceiro:** ÖIAT

**Fonte:** ÖIAT

**Objetivo:** ter um início dinâmico e envolvente no tópico da literacia digital e promover as primeiras discussões entre os jovens e com jovens.

**Duração:** 15-20 minutos

**Número de participantes:** 10+

**Idade:** qualquer idade

**Nível de dificuldade:** fácil

**Condições/formato:** atividade de grupo

**Material:** Apresentação em PowerPoint, computador e projetor

**Preparação:** seleção de afirmações

**Descrição:**

Os jovens estão em pé por toda a sala. Os cantos da sala são nomeados "sim" e "não" (ou "concordo" "discordo"). O facilitador apresenta afirmações diferentes numa apresentação em PowerPoint, por exemplo:

- *Eu uso o meu telefone a cada 10 minutos.*
- *Eu uso o WhatsApp, Snapchat, Facebook, YouTube, TikTok.*
- *O meu telefone é a minha única fonte de notícias.*
- *Precisamos de aprender mais sobre notícias falsas nas escolas.*
- *Acabei de receber esta mensagem do WhatsApp: devo enviá-la para 10 amigos ou a minha mãe morre dentro de um ano. Eu sei que é mentira, mas eu vou passá-la de qualquer maneira. É divertido, não é?*
- *Claro que sei reconhecer notícias falsas.*
- *Sei o que devo fazer se encontrar notícias falsas ou se alguém as divulgar.*

- *Eu não ligo ao facto de haver notícias falsas nas redes sociais.*
- *Os influenciadores dizem sempre a verdade.*
- *Os influenciadores não me influenciam.*
- *Os jovens têm menos problemas em reconhecer notícias falsas do que pessoas com mais idade.*
- *Nunca é cedo demais para aprender a reconhecer notícias falsas.*

Todos ficam no canto com o qual mais concordam. O facilitador pergunta por que razão concordam ou não e deixa os jovens iniciar uma discussão.

#### **Dicas para facilitadores:**

- As afirmações devem ser fáceis e ligadas à vida quotidiana. Não deve haver factos "certos" ou "errados". Todos os participantes estão certos na sua decisão e devem apenas explicar por que pensam assim. Quando os participantes são questionados, também pode ser feita uma pergunta geral "Açam que os professores fariam um bom trabalho a ensinar sobre o tema das notícias falsas?" Isso deve levar os participantes à discussão. Inclua frases engraçadas como "Quero sentar-me" no final do exercício.
- No início, o facilitador poderia acrescentar algumas outras questões (não especificamente sobre o tópico, mas mais gerais) para quebrar o gelo.
- É importante observar se há dinâmicas de grupo em que alguns participantes seguem os outros em vez de pensar por si mesmos na resposta, especialmente com os mais jovens.
- Para grupos maiores poderá ser necessário mais tempo.

Tags: #fakenews, #changethehabits, #medialiteracy

### **4.1.2 Procurar e denunciar contas enganadoras**

**Parceiro:** ÖIAT

**Fonte:** ÖIAT

**Objetivo:** Praticar as competências de pensamento crítico através da identificação de contas enganadoras nas redes sociais, sabendo como denunciá-las; conhecer e familiarizar-se com diferentes mecanismos de denúncia nas redes sociais.

**Duração:** 10 minutos – 2 horas, dependendo dos resultados

**Número de participantes:** 1-5

**Idade:** 10+

**Dificuldade:** média

**Condições/formato:** Acesso às redes sociais, especialmente aquelas que os participantes usam, por exemplo nos seus próprios smartphones.

**Material:** telemóveis dos participantes, uma campainha/sineta na sala.

**Preparação:** Verificar o mecanismo de denúncia nas redes sociais usadas com mais frequência.

**Descrição:** Este exercício poderá ser feito como um desafio ou apenas como forma de reflexão. Todos olham para o seu mural numa rede social e tenta detetar contas enganadoras. Aquelas contas que espalham notícias falsas, desinformação e anúncios. Se uma pessoa não tem a certeza se é uma conta enganadora, toca a campainha/sineta. Então, todos os participantes interrompem a sua própria pesquisa e ajudam a julgar essa conta. Depois da decisão (denunciar ou não denunciar), todos voltam à sua própria pesquisa.

Se encontrarem contas enganadoras, denunciarão na rede. Todas as denúncias são documentadas através de *screenshot*. Enquanto discutem as contas, todos os participantes desenvolvem os critérios para as detetar. Escreva-os num pedaço de papel e discuta-os, depois do jogo ou algum tempo depois (uma semana ou mais).

Se for feito como um desafio, poderá haver dois vencedores:

- aqueles que mais denunciaram;
- aqueles que tinham pouca ou nenhuma conta enganadora no seu mural.

**Dicas para facilitadores:**

Faça um acompanhamento uma semana depois.

**Questões para discussão:** uma semana depois voltem a discutir o tópico:

- Encontraram mais contas desse tipo?
- Denunciaram mais conteúdo desse tipo?
- Mudaram os vossos hábitos?
- Deixaram de seguir algumas contas?

Tags: #fakeaccounts #criticalthinking #digitalliteracy

### 4.1.3 Fábrica de boatos: encontrar o mal

**Parceiro:** ÖIAT

**Fonte:** ÖIAT

**Objetivo:** Aprender a encontrar notícias falsas e avaliar como as informações são espalhadas pelas fábricas de boatos.

**Duração:** 10 minutos – 2 horas, dependendo do sucesso

**Número de participantes:** 1-20

**Idade:** 13+

**Nível de dificuldade:** avançado

**Condições/formato:** atividade de grupo

**Material:** tablets ou computadores de uma organização. Não use dispositivos digitais dos participantes, pois este exercício alterará os seus resultados de pesquisa e mais boatos poderão ser mostrados no futuro. Use um motor de busca TOR ou tablets/computadores de uma organização. Exclua cookies e histórico de pesquisa após a sessão.

**Preparação:** Procurar 1-3 artigos de notícias que podem ser seguidos. Eles mudam com bastante frequência, por isso é necessário um pouco de pesquisa.

**Descrição:** Explicar o que é uma fábrica de boatos e os seus produtos. Em seguida, selecionar um artigo e tentar rastreá-lo: quais são as revistas online que usam este artigo? Quem o cita? Cada pessoa escolhe uma notícia falsa, sem qualquer dúvida quanto à falsidade (por exemplo, algum artigo já verificado por *fact-checkers*). Agora, pesquisam o conteúdo e as imagens online para ver onde está a ser difundido e quão viral já é. Pesquise imagens e texto separadamente, pois eles podem não estar ligados com outras publicações. Quais são as publicações que relatam essas notícias falsas? Quais são os jornais que as usam? Que comentários podemos encontrar? Preste atenção às datas das publicações para ver quem o publicou primeiro. Desenhe um mapa no *flipchart* sobre como foi divulgada a notícia.

**Dicas para facilitadores:**

- Este exercício pode ser frustrante e precisa de muita paciência. Incorpore este exercício num jogo ou num resultado pelo qual valha a paciência. Pode ser para preparar uma formação para pais/jovens ou outro grupo. Também pode fazer um desafio e selecionar um vencedor no final.
- Se o conteúdo for perturbador, reflita sobre o que fazer em tal situação e como lidar com a raiva e o medo. Aumente a autoconfiança dos participantes, para que eles saibam como reagir e o que fazer.

**Questões para discussão:**

- O que viram?
- Que emoções causou?
- Como lidar com isso?
- Como podem avaliar as informações de maneira diferente da próxima vez?

Tags: #hoax #hoaxfactory

#### 4.1.4. Porquê & O quê nos filmes de terror

**Parceiro:** ÖIAT

**Fonte:** “Medien und Gewalt”. Handbook for Teachers, 2015, in German. [https://www.saferinternet.at/fileadmin/categorized/Materialien/Medien\\_und\\_Gewalt.pdf](https://www.saferinternet.at/fileadmin/categorized/Materialien/Medien_und_Gewalt.pdf)

**Objetivos:**

- Ter consciência sobre a forma como a violência é gerada nos media e quais os critérios que podem ser usados para criar horror ou brincadeiras nos filmes.
- Analisar e encontrar critérios para esses filmes.

- Produzir o seu próprio filme, se possível, e usar todos os critérios de terror/violência possíveis.
- Ter atenção que a violência (em vídeos) é muitas vezes conteúdo para divulgar notícias falsas

**Duração:** até 2 semanas

**Número de participantes:** 1-10

**Idade:** 14+

**Nível de dificuldade:** avançado

**Condições/formato:** um projeto de grupo. Deve haver um animador/facilitador jovem que possa apoiar os jovens por um período mais longo, primeiro para discutir e analisar filmes movidos pela violência, depois no processo de produção.

**Material:** equipamento de filmagem e de edição.

**Preparação:** encontre um grupo para o projeto e um local onde o produto final possa ser mostrado.

**Descrição:**

Fase 1. Os jovens discutem uns com os outros como os filmes de terror ou de brincadeira funcionam, quais as ferramentas usadas para criar suspense ou conteúdo enganador. Isso pode ser feito ao ver esses filmes juntos ou usar clips preparados. Nota: Na maioria das vezes, os participantes são legalmente jovens demais para assistir a este tipo de conteúdo, mas veem-no de qualquer maneira nas suas casas ou com amigos.

Fase 2. Eles criam um filme e usam os critérios de criação "horror".

**Dicas para facilitadores:**

- Como o conteúdo violento do filme pode ser adequado apenas para a faixa etária com a qual trabalha, pode estar numa “área legal cinzenta”.

**Questões para discussão:**

- Discuta o que fazer se o conteúdo o incomodar, causar medo ou problemas psicológicos.

Tags: #violence #unsuitablecontent

#### 4.1.5 Formação em redes sociais para jovens

**Parceiro:** ÖIAT

**Fonte:** Teachers Handbook “Selbstdarstellung im Internet”, 2014. In German. [https://www.saferinternet.at/fileadmin/categorized/Materialien/Unterrichtsmaterial\\_Selbstdarstellung\\_Web.pdf](https://www.saferinternet.at/fileadmin/categorized/Materialien/Unterrichtsmaterial_Selbstdarstellung_Web.pdf)

**Objetivo:** Preparar uma formação para crianças mais novas e mostrar-lhes diferentes redes sociais, cuidados a ter e como definir configurações de privacidade.

**Duração:** 1-3 horas, dependendo dos produtos

**Número de participantes:** 1-30

**Idade:** 10+

**Nível de dificuldade:** média

**Condições/formato:** Peça aos jovens que reflitam sobre o seu próprio comportamento e peça que transfiram os seus conhecimentos

**Material:** dispositivos digitais com acesso à Internet.

**Preparação:** Selecione tópicos relevantes para utilizadores mais jovens da Internet, especialmente no campo das notícias falsas. Desenvolva uma ferramenta e um formato que possam ser usados para uma formação: um póster, uma PPT, um pequeno vídeo, jogos, etc.

**Descrição:**

Peça aos participantes que deem alguns exemplos de notícias falsas: Qual é a mais relevante? Novo? Jogue um jogo ou use um póster/PowerPoint. Faça algumas questões para estimular a aprendizagem.

**Dicas para facilitadores:**

- Este exercício é útil, mesmo sem a formação atual dos mais jovens. Cria uma boa situação de reflexão para qualquer faixa etária.

**Questões para discussão:**

- O que foi surpreendente?
- O que foi fácil?
- O que aprenderam?

Tags: #fakenews, #training, #learningbyteaching, #poster, #creative

#### 4.1.6. Rotinas de pesquisa para os mais jovens

**Parceiro:** ÖIAT

**Fonte:** ÖIAT

**Objetivo:** Aprender e treinar rotinas de pesquisa, como a pesquisa online e a verificação da fonte podem ser feitas de maneira eficaz, sem perder muito tempo.

**Duração:** 1 hora

**Número de participantes:** 1-10

**Idade:** 12+

**Dificuldade:** média



**Condições/formato:** atividades em grupo.

**Material:** ferramentas digitais que podem ser usadas para pesquisar online.

**Preparação:** se possível, prepare um cenário em que essa formação possa realmente ser realizada.

**Descrição:**

Fase 1: identificar as áreas relevantes para as crianças mais novas fazerem a pesquisa. Podem ser tópicos escolares, mas também tópicos de notícias falsas, como correntes, boatos espalhados nas redes sociais, tópicos de saúde, etc. Escolher 1 a 3 áreas e selecionar os termos de pesquisa que são úteis nessa mesma pesquisa.

Experimente diferentes motores de busca e compare os resultados: por exemplo google.com, startpage.com, qwant.com (mecanismo de pesquisa europeu).

Fase 2: desenvolver uma sessão de formação, por exemplo, um pequeno jogo nessa rotina de pesquisa.

Fase 3: conduza a formação, se possível, e reflita posteriormente sobre as aprendizagens.

**Dicas para facilitadores:** Este exercício é útil, se a formação para os mais jovens não se puder realizar (devido a razões organizacionais). Cria uma boa situação de reflexão para qualquer faixa etária.

**Questões para discussão:**

- O que foi surpreendente?
- O que foi fácil?
- O que aprenderam?
- Isto poderá ser feito numa rotina diária?

Tags: #fakenews, #training, #learningbyteaching, #game, #creative, #search, #onlinesearch, #searchterms, #searchengines

#### 4.1.7. Passar a bola, passar a farsa!

**Parceiro:** GoEurope

**Fonte:** GoEurope

**Objetivo:** Aumentar a consciencialização sobre como é fácil criar factos falsos e como, às vezes, são muito difíceis de identificar.

**Duração:** 10-15 minutos

**Número de participantes:** 10-25

**Idade:** 14+

**Nível de dificuldade:** fácil

**Condições/formato:** atividade de grupo

**Material:** Uma bola (ou outro objeto que possa ser passado pelos participantes).

**Preparação:** É necessário ter um espaço amplo onde os participantes possam criar um círculo, para que todos se vejam. Crie um círculo com os participantes e pegue numa bola (ou um objeto) para explicar o jogo.

**Descrição:** A pessoa que tem a bola precisa dizer uma coisa sobre si mesma. Tudo o que ele/ela diz pode ser verdadeiro ou falso. Enquanto a pessoa que está com a bola diz algo sobre si mesma, ele/ela passa a bola para outra pessoa. A pessoa que pega na bola precisa de adivinhar se essa afirmação é verdadeira ou falsa. Se adivinhar corretamente, a pessoa que recebe a bola ganha 1 ponto. Se ele/ela não acertar, a pessoa que envia a bola ganha 1 ponto.

Podem ser feitos vários rounds (quantos quiserem). No final do jogo, haverá um vencedor (ou um grupo de vencedores) que identificou corretamente se a informação era falsa ou verdadeira.

**Dicas para facilitadores:**

- Pode recompensar o(s) vencedor(es). Esta atividade também pode funcionar como atividade de "conhecer um ao outro" num evento em que os participantes não se conhecem anteriormente.
- Dependendo do tamanho do grupo, a duração do exercício pode ser de até 30 minutos - isto deve ser considerado pelo facilitador.
- Para este exercício é aconselhável planear um período curto de preparação em que os participantes possam pensar sobre as suas próprias notícias falsas.
- Este exercício também pode ser realizado no exterior.

**Questões para discussão:**

- Criar coisas falsas sobre cada um de vós, foi fácil ou difícil?
- Tiveram dificuldade em identificar as declarações falsas?
- Ao usar as redes sociais, já pensaram que outras pessoas podem partilhar coisas falsas sobre as suas vidas também?
- Falsificam coisas sobre as suas vidas também?
- É difícil identificar os factos falsos nas redes sociais?

Tags: #selfpresentation #detect #fakeimage

#### 4.1.8. Prototipagem de publicações confiáveis e falsas

**Parceiro:** GoEurope

**Fonte:** GoEurope

**Objetivo:** Identificar os principais elementos que os participantes precisam de verificar para fazer a diferença entre uma publicação confiável e uma publicação falsa.

**Duração:** 45-60 minutos.

**Número de participantes:** 10-30

**Idade:** 16+

**Nível de dificuldade:** avançado

**Condições/formato:** atividade em grupo

**Material:** *Flipcharts*, marcadores, lápis, canetas, cores, *post-its*, papéis coloridos, tesoura, fita adesiva. Pelo menos, cada pequeno grupo precisa ter um *flipchart* e marcadores. Assim, os restantes materiais podem servir para aumentar a criatividade dos grupos.

**Preparação:** Os participantes precisam de ter experiência nas redes sociais. O facilitador precisa de ter algum conhecimento sobre notícias falsas e sobre os elementos principais para identificar notícias falsas (consulte o Conceito Didático Geral de FAKE OFF). O grande grupo (10-30 pessoas) precisa de ser dividido em pequenos grupos.

Dependendo do número total de pessoas, os pequenos grupos podem ter entre 3 e 5 membros. O facilitador precisa de preparar um pedaço de papel com um tópico (saúde, política, celebridades, etc.) e dizer se esse tópico é "verdadeiro" ou "falso".

**Descrição:** Cada pequeno grupo precisa de criar uma publicação de rede social no *flipchart*. Essa publicação depende do papel que o facilitador der a cada grupo. Nesse papel, o grupo obtém as informações sobre o tópico da publicação e se a publicação precisa ser verdadeira ou falsa. Em seguida, os grupos criam as publicações e expõe-nas na parede. Em plenário, os participantes verificam as publicações e usam um post-it para dizer se a publicação é falsa ou verdadeira (um post-it por participante e por publicação). Finalmente, os resultados podem ser discutidos em plenário e as publicações verdadeiras e falsas podem ser reveladas.

**Dicas para facilitadores:**

- Antes de começar, pode decidir qual a publicação na rede social que deseja que o grupo crie (Instagram, Facebook, etc.) e rever os principais elementos dessas publicações (autor, texto, horário em que a publicação foi lançada, uso do idioma, fotos ou vídeos, comentários, etc.).

**Questões para discussão:**

- Foi fácil/difícil criar as publicações? Porquê?
- Ao criar a publicação, o que consideram ser a coisa mais importante para mostrar que a publicação é verdadeira ou falsa?

Tags: #fakenews #identify #medialiteracy #detect

#### 4.1.9. Vamos tornar-nos autores falsos!

**Parceiro:** GoEurope

**Fonte:** GoEurope

**Objetivo:** Identificar as características-chave de mensagens e textos de notícias falsos.

**Duração:** 20-25 minutos

**Número de participantes:** 10-20

**Idade:** 16+

**Nível de dificuldade:** médio

**Condições/formato:** Exercício individual, em pares ou em grupo.

**Material:** pedaços de papel onde os participantes podem escrever as mensagens/textos das publicações/notícias falsas, canetas, lápis.

**Preparação:** Não é necessário, mas é melhor se os participantes tiverem experiência no uso das redes sociais. Não é necessário, mas é melhor se o facilitador tiver algum conhecimento sobre notícias falsas e os elementos principais para identificar notícias falsas (consulte o Conceito Didático Geral de FAKE OFF). Escolha e apresente uma situação comum aos participantes; para que saibam qual a situação que precisam de alterar.

**Descrição:** Os participantes têm uma situação comum a ser relatada (escolhida pelo facilitador). A ideia é que eles sejam "repórteres falsos", então precisam criar uma publicação/notícia que altere o facto real. Os participantes têm tempo para alterar o facto real e depois partilhar as suas publicações/notícias falsas (texto).

**Dicas para facilitadores:**

- O exercício pode ser feito em pequenos grupos ou individualmente. Além disso, a situação comum precisa de ser familiar para os participantes (por exemplo, eventos da escola, atividades dos participantes, etc.).

**Questões para discussão:**

- O que alteraram para a tornar falsa?
- Verificamos esses elementos para ver se as publicações nas redes sociais são falsas ou não?

Tags: #fakenews #identify #medialiteracy #detect #creativity

#### 4.1.10. Onde está a minha verdade?

**Parceiro:** GoEurope

**Fonte:** GoEurope

**Objetivo:** Aumentar a consciencialização sobre a forma como as mensagens são partilhadas através das redes sociais e destacar a necessidade de verificar a fonte original.

**Duração:** 15-20 minutos

**Número de participantes:** 10-20

**Idade:** 13+

**Nível de dificuldade:** fácil

**Condições/formato:** atividade de grupo

**Material:** ---

**Preparação:** É necessário ter um espaço amplo onde os participantes possam criar um círculo e possam estar próximos uns dos outros.

**Descrição:** Os membros do grupo sentam-se em círculo. Existe uma pessoa ("fonte original") que inicia uma mensagem. Essa mensagem pode ser uma experiência pessoal, uma história inventada, uma notícia, etc. A mensagem deve ter 3-4 frases, por exemplo. Então, a "fonte original" sussurra a mensagem para a pessoa do lado esquerdo. Quando a segunda pessoa recebe a mensagem, ele precisa sussurrar para a pessoa que se encontra à sua esquerda.

Mas ele/ela precisa modificar uma palavra (apenas um substantivo, pronome, número ou adjetivo - não pode ser uma palavra menor). Depois, o próximo repete o processo e assim por diante, até que as mensagens cheguem à "fonte original". A "fonte original" diz a todos a mensagem que recebeu e a mensagem original. O grupo pode discutir sobre a diferença entre a última mensagem e a mensagem original.

**Dicas para facilitadores:**

- Destaque o facto de alterar uma palavra por pessoa e o tipo de palavra. Além disso, o facilitador pode ser a "fonte original", se quiser, portanto, ele garante que a mensagem tenha 2 a 4 frases e muitos elementos a serem modificados pelos restantes participantes.
- Para grupos maiores (20+ participantes) é aconselhável dividir o grupo em 2 grupos menores.
- Este exercício também pode ser adaptado aos participantes mais jovens, mas depois deve ser feito um ajuste em termos de tempo, pré-reunião e reunião de balanço.
- Para participantes maiores de 16 anos, quando o facilitador agir como a "fonte original", ele deve encontrar histórias ou frases apelativas.

**Questões para discussão:**

- O que acham da diferença entre a mensagem original e a mensagem final?
- Não têm a sensação de que a mesma coisa que aconteceu na atividade também acontece nas redes sociais? Porquê?
- Já alteraram/modificaram e partilharam (publicações, mensagens privadas, etc.) uma história que receberam nas redes sociais?

Tags: #fakenews #rumours #socialmediacommunication

#### 4.1.11. Influencia-me!

**Parceiro:** GoEurope

**Fonte:** GoEurope

**Objetivo:** Refletir sobre os métodos dos influenciadores para obter mais gostos/seguidores e como esses métodos incluem, às vezes, elementos falsos.

**Duração:** 20-25 minutos

**Número de participantes:** 10-25

**Idade:** 15+

**Nível de dificuldade:** médio

**Condições/formato:** atividade de grupo

**Material:** smartphones, projetor (ecrã grande).

**Preparação:** Os participantes precisam de ter smartphones e acesso à Internet. O grande grupo (10 a 25 pessoas) deve ser dividido em grupos menores. Dependendo do número do grande grupo, os pequenos grupos podem ter entre 3 e 5 membros.

**Descrição:** Cada grupo precisa de escolher um membro do grupo para se tornar um "influenciador", que aparece numa publicação na rede social. Cada grupo tira uma foto desse influenciador e faz uma publicação numa rede social (Instagram, Facebook, etc.). O objetivo é ter o máximo de seguidores/gostos possível. Mas, cada publicação precisa de incluir um elemento falso (apenas um). Significa algo que não é verdadeiro (por exemplo: local, filtros para excluir algo, mensagem, marca, etc.). Assim que todos os grupos tenham as suas publicações prontas, eles partilharão. Em plenário, cada participante terá direito de voto. Todos os participantes votarão nas publicações e a que obtiver mais gostos/seguidores, vencerá.

**Dicas para facilitadores:**

- O facilitador pode recompensar o(s) vencedor(es).
- Os participantes não precisam fazer publicações reais. Podem simplesmente partilhar a publicação sem publicar para ver como ela seria.

**Questões para discussão:**

- O que gostaram na publicação do vencedor?
- Quais são os elementos falsos da publicação? Reconhecem-nos facilmente?
- Já pensaram que os influenciadores usam esses "truques" para obter mais gostos/seguidores?
- Seguem algum influenciador/celebridade que usou este tipo de "truque"? Como é que sabem isso?

Tags: #influencers #fakenews

#### 4.1.12. Diz-me o que fizeste no último fim de semana

**Parceiro:** YEPP EUROPE

**Fonte:** YEPP EUROPE

**Objetivo:** Detetar informação falsa enquanto ouvem os pares.

**Duração:** 15-20 minutos

**Número de participantes:** 10-20

**Idade:** 10+

**Nível de dificuldade:** fácil

**Condições/formato:** uma sala com cadeiras

**Material:** ----

**Preparação:** não necessita

**Descrição:** Coloque as pessoas em pares e peça a uma pessoa que seja o contador de histórias e a outra pessoa que seja o ouvinte. Após a primeira rodada, eles trocam de papéis. O contador de histórias conta ao parceiro o que fez durante o fim de semana (ou durante os últimos feriados), adicionando três informações falsas à história. Depois de a história terminar, o ouvinte precisa de detetar quais eram as três informações falsas. Os participantes podem adicionar informações falsas óbvias (por exemplo, no sábado, eu andei de bicicleta pela cidade nua o dia todo) ou informações falsas muito subtis (por exemplo, no sábado, acordei às 10h30 - quando na realidade eram 9h30).

Assim que todos já tenham estado no papel de contador de histórias e ouvinte, podem discutir em plenário como foi a experiência dos jovens, como detetaram as informações falsas e como foi difícil detetar informações falsas subtis.

**Dicas para facilitadores:**

Se possível, coloque em pares as pessoas que não se conhecem tão bem ou que passam regularmente o fim de semana juntos.

**Questões para discussão:**

Também pode estender a discussão perguntando por que razão as pessoas falsificariam informações. Quais poderiam ser os seus motivos?

Tags: #Detect fake news, #listening

#### 4.1.13. Gráficos S-Q-A

**Parceiro:** YEPP EUROPE

**Fonte:** Facing history and ourselves. Resource Library. Teaching Strategies – K-W-L Charts <https://www.facinghistory.org/resource-library/teaching-strategies/k-w-l-charts>

**Objetivo:** Os gráficos S-Q-A são organizadores gráficos que ajudam os jovens a organizar as informações antes, durante e após uma sessão de aprendizagem. Eles podem ser usados para envolver os jovens num novo tópico, ativar conhecimentos anteriores, partilhar objetivos de aprendizagem e monitorizar a aprendizagem dos participantes.

**Duração:** 20 minutos

**Número de participantes:** 10-20

**Idade:** 12+

**Nível de dificuldade:** médio

**Condições/formato:** não aplicável

**Material:** Caneta e papel

**Preparação:** Prepare papéis com a tabela abaixo.

**Descrição:**

Etapa 1. Criar gráficos S-Q-A

Distribua o folheto com a tabela abaixo para os participantes. Pode, também, distribuir uma folha de papel em branco e pedir aos alunos que criem os seus próprios gráficos. Avalie o que sabe sobre um tópico específico antes e depois de se envolver com ele. Preencha as colunas abaixo com o que sabe sobre o tópico, o que deseja saber e o que aprendeu.

O que <b>Sei</b> sobre o tópico?	O que <b>Quero</b> saber?	O que <b>Aprendi</b> ?

Etapa 2. Completar a coluna 1

Os participantes respondem à primeira solicitação na coluna 1: O que sei sobre o tópico das notícias falsas? Os participantes podem fazer isso individualmente ou em pequenos grupos. Frequentemente, os facilitadores criam uma lista principal das respostas de todos os participantes. Uma pergunta que surge frequentemente aos facilitadores é como lidar com os conceitos errados que os alunos partilham. Às vezes, é apropriado corrigir informações falsas neste momento do processo. Outras vezes, pode deixar os conceitos errados para que os participantes possam corrigi-los por conta própria enquanto aprendem o novo material.

Etapa 3. Completar a coluna 2

Os participantes respondem à solicitação na coluna 2: O que quero saber sobre este tópico? Alguns alunos podem não saber por onde começar se não tiverem conhecimento prévio sobre o assunto. Portanto, pode ser útil colocar as seis perguntas do jornalismo no quadro como avisos (Quem? O quê? Onde? Quando? Porquê? Como?). Sugerimos que as respostas e perguntas dos participantes sejam usadas para direcionar o curso da atividade. À medida que os participantes partilham o que desejam aprender, esta etapa oferece uma oportunidade para os facilitadores apresentarem o que esperam que os alunos aprendam na sessão.

Etapa 4. Completa a coluna 3 e revê as colunas 1 e 2.

Durante a sessão, os alunos podem rever os gráficos S-Q-A adicionando à coluna 3: O que aprendi? Alguns facilitadores podem pedir aos participantes para adicionar os seus gráficos no final de cada sessão, enquanto outros podem solicitar aos participantes que os adicionem no final da semana ou no final da série de sessões.



À medida que os participantes registam o que aprenderam, podem rever as perguntas da coluna 2, marcando todas as perguntas que possam responder agora. Também podem adicionar novas perguntas. Os participantes também devem rever a coluna 1 para que possam identificar os conceitos erróneos que possam ter antes de iniciar a unidade.

**Dicas para facilitadores:** não aplicável

**Questões para discussão:** O que aprenderam? O que é novidade? O que foi mais fácil ou difícil?

Tags: #KWL Chart #self-assessment

#### 4.1.14. Os motivos por trás das notícias falsas

**Parceiro:** YEPP EUROPE

**Fonte:** YEPP EUROPE

**Objetivo:** Aprender acerca dos motivos por trás das notícias falsas

**Duração:** 20-30 minutos

**Número de participantes:** 10-20

**Idade:** 12+

**Nível de dificuldade:** médio

**Condições/formato:** Precisa de uma série de exemplos de notícias falsas, reais ou produzidas pelo projeto Fake Off. Pode imprimi-los ou tê-los no computador.

**Material:** Se trabalha com computadores, vai precisar de um computador por cada grupo de 3-4 pessoas.

**Preparação:** Prepare as notícias falsas que quer usar durante o exercício.

**Descrição:** Coloque as pessoas em pares ou em grupos de 3 a 4 jovens. Dê a cada grupo um exemplo de uma notícia falsa (impressa ou no computador).

Pergunte ao pequeno grupo para:

- Detetar o que é falso nas notícias.
- A informação é totalmente ou parcialmente inventada?
- Fazer uma listagem dos motivos que levam os autores a criar notícias falsas.
- Discuta esses motivos e se os participantes se depararam com notícias falsas semelhantes ou notícias falsas com motivos semelhantes por trás. Após a discussão em pares ou em pequenos grupos, volte ao plenário (grande grupo). Cada pequeno grupo partilha, através de uma breve apresentação, os resultados do exercício e discute as diferentes descobertas em plenário.

**Dicas para facilitadores:** Certifique-se de escolher notícias falsas de diferentes áreas (política, saúde, desporto, celebridades, etc.). Tente ajudar os pequenos grupos durante o processo ou ajude-os a encontrar mais motivos que possam estar por detrás das notícias falsas.

**Questões para discussão:**

- Encontraram notícias falsas como esta?
- Como se pode descobrir se as notícias são falsas?
- Quais são os principais tópicos em que há notícias falsas?
- Quais são os tipos de plataformas de media usadas para as notícias falsas?
- Quais são os principais motivos por detrás de notícias falsas?

Tags:

#Detect fake news, #motives

#### 4.1.15. Detetar notícias falsas

**Parceiro:** YEPP EUROPE

**Fonte:** YEPP EUROPE

**Objetivo:** Aprender a detetar notícias falsas bem como os principais sinais das notícias falsas.

**Duração:** 20-30 minutos

**Número de participantes:** 10-20

**Idade:** 12+

**Nível de dificuldade:** médio

**Condições/formato:** Precisa de uma série de exemplos de notícias falsas, reais ou produzidas pelo projeto Fake Off. Pode imprimi-los ou tê-los no computador. Também pode usar notícias verdadeiras e misturá-las com as falsas.

**Material:** Se trabalha com computadores, precisa de um computador por grupo de 2 a 4 jovens.

**Preparação:** Prepare as notícias falsas que quer usar durante o exercício.

**Descrição:** Coloque as pessoas em pares ou em grupos de 3 a 4 jovens. Dê a cada grupo um exemplo de uma notícia falsa ou uma notícia real (impressa ou no computador).

Pergunte a cada pequeno grupo:

- As notícias são falsas ou não?
- Quais são os sinais que vos fazem acreditar que é falso? (título, autor, URL, etc.)
- Como podem descobrir se é verdadeiro ou falso?

**Dicas para facilitadores:**

- Quais são os sinais para detetar as notícias falsas e como se pode descobrir?

- . O título do artigo ou vídeo.
  - . O logótipo do editor.
  - . A fonte parece verdadeira?
  - . O URL parece legítimo?
  - . As notícias parecem tendenciosas ou unilaterais?
  - . Parece exagerado ou extremo?
  - . O título e a imagem pretendem provocar uma reação forte?
  - . Verificar se é seguido por outro media convencional.
  - . Usar sites verificadores de factos.
- O facilitador pode pedir aos participantes que apresentem a sua análise das notícias num poster.
  - Alguns grupos precisam de mais tempo para o questionário - o facilitador deve dar um pouco mais de tempo para isso.

**Questões para discussão:** Além da lista de verificação acima, sobre como detetar se um artigo, publicação ou vídeo é falso, discuta também o quão difícil é descobrir que a maioria das notícias falsas são informações com detalhes e coisas subtis, em vez de óbvias, detetáveis por todos os sinais.

Tags: #Detectfakenews, #signsoffakenews

#### 4.1.16. Emoções e notícias falsas

**Parceiro:** YEPP EUROPE

**Fonte:** YEPP EUROPE

**Objetivo:** Aprender como as notícias falsas costumam brincar com as emoções e como ser cauteloso com as que tentam evocar emoções fortes.

**Duração:** 20-30 minutos

**Número de participantes:** 10-20

**Idade:** 12+

**Nível de dificuldade:** médio

**Condições/formato:** uma sala com cadeiras

**Material:** não é necessário

**Preparação:** Escolha uma série de notícias (falsas e verdadeiras) que evocam emoções fortes, como tristeza, felicidade, raiva, ciúmes, piedade, etc. Pode usar os exemplos que foram criados no projeto Fake Off ou outros exemplos. Pode imprimi-los ou usá-los no computador.

**Descrição:** Coloque as pessoas em pequenos grupos de 2 a 4 pessoas e cada grupo recebe uma notícia (no papel ou no computador). Aqui estão os passos:

- Veja as notícias e imagine que as obtém no seu telemóvel ou computador
- Como se sentiria ao olhar/ler a notícia (concentre-se exclusivamente nas suas emoções)?
- O que faz essa emoção com o seu corpo? (batimentos cardíacos, temperatura corporal, suor, nervosismo, etc.)?
- Qual é a primeira reação relativamente a essa notícia? O que deseja fazer (partilhar, comentar, ignorar, etc.)
- E se a notícia for falsa? A sua emoção e reação mudariam se tivesse alguma dúvida sobre a veracidade das notícias?
- Como é que as emoções podem influenciar o nosso comportamento quando estamos online?

Depois dos pequenos grupos terem discutido essas questões, volte ao plenário e peça às pessoas que partilhem as suas experiências.

**Dicas para facilitadores:**

Não liste todas as perguntas de uma vez, divida-as em grupos de perguntas (oralmente ou no *flipchart*). Oriente os grupos pelas perguntas passo a passo.

Tags: #Emotions, #reactionstofakenews

#### 4.1.17. A forma como (re) agimos online

**Parceiro:** YEPP EUROPE

**Fonte:** YEPP EUROPE

**Objetivo:** Aprender acerca dos motivos que levam as pessoas (jovens) a partilhar conteúdo online.

**Duração:** 20-30 minutos

**Número de participantes:** 10-20

**Idade:** 12+

**Nível de dificuldade:** médio

**Condições/formato:** uma sala com projetor

**Material:** um projetor

**Preparação:** Prepare a sala para que haja muito espaço para se movimentarem. Divida a sala em duas partes. Ao meio, crie sete ilhas no chão, colando um papel com as "Reações do Facebook" em cada ilha: Gosto, Adoro, Haha, Uau, Triste, Irritado ou IGNORAR. Na segunda metade, crie duas ilhas com um papel com Comentar e um papel com Partilhar.

**Descrição:** O facilitador pede ao grupo para ficar na sala e olhar para o ecrã/tela grande. Mostre uma notícia (exemplos de notícias falsas criadas no projeto Fake Off ou outros exemplos; também podem ser notícias verdadeiras).

- Primeiro passo: peça às pessoas para ficarem numa das ilhas Gosto, Adoro, Haha, Uau, Triste, Irritado ou IGNORE com base na forma como reagiriam a esta notícia.
- Segundo passo: peça às pessoas (exceto aquelas que permaneceram no IGNORE) para que se coloquem no Comentar ou no Partilhar, com base na forma como reagiriam.
- Terceiro passo: pergunte a alguns deles sobre os seus motivos, por que razão partilhariam essa notícia e o que comentariam
- Quarto passo: anuncie se a notícia é real ou falsa.
- Quinto passo: mostre as próximas notícias no ecrã e comece novamente.

**Dicas para facilitadores:** Peça às pessoas que se movam rápido e não lhes dê muito tempo para pensar. Pode haver alguma pressão ou medo dos colegas em ficar sozinho numa ilha; portanto, a confiança no grupo precisa ser estabelecida e a pressão retirada antes. Peça às pessoas para dar uma resposta honesta.

**Questões para discussão:**

- Como foi a vossa experiência?
- O que aprenderam?
- O que foi surpreendente?
- Quais são alguns dos motivos comuns por detrás das reações, especialmente partilhar e comentar?

Tags: #onlinereactions, #emotions, #fake news

#### 4.1.18. A forma como re(agimos) online – Cartões Emoji

**Parceiro:** YEPP EUROPE

**Fonte:** YEPP EUROPE

**Objetivo:** Saber como as pessoas reagem de forma diferente online e sobre os motivos pelos quais reagem e partilham conteúdo online.

**Duração:** 20-30 minutos

**Número de participantes:** 10-20










**Idade:** 12+

**Nível de dificuldade:** médio

**Condições/formato:** Uma sala com projetor

**Material:** um projetor e cartões *emoji*

**Preparação:** Prepare a sala de forma a que todas as pessoas se sentem num meio círculo em frente ao ecrã/tela. Cada um dos participantes recebeu os seguintes cartões de *emoji* criados por si:

Like 	Love 	Haha 
Wow 	Sad 	Angry 
IGNORE 	Comment 	Share 

**Descrição:** Peça ao grupo que olhe para o ecrã/tela. Mostre uma notícia (exemplos de notícias falsas criadas no projeto Fake Off ou outros exemplos; também podem ser notícias reais)

- Etapa 1: peça às pessoas para mostrar num dos seguintes cartões: Gosto, Adoro, Haha, Wow, Triste, Zangado ou Ignorar com base na reação que teriam relativamente a esta notícia.
- Etapa 2: peça às pessoas (exceto aquelas que permaneceram no IGNORAR) que mostrar num dos cartões de comentário ou partilha, com base na forma como reagiriam.
- Etapa 3: pergunte a alguns deles sobre os seus motivos, por que partilhariam essa notícia e o que comentariam.
- Etapa 4: diga se as notícias são reais ou falsas.
- Etapa 5: mostre as próximas notícias no ecrã/tela e comece de novo.

**Dicas para facilitadores:** Peça às pessoas que se movam rápido e não lhes dê muito tempo para pensar. Pode haver alguma pressão dos colegas ou os participantes podem ser influenciados pelos pares relativamente ao cartão que mostram. Portanto, a confiança no grupo precisa ser estabelecida e a pressão retirada previamente. Peça às pessoas para dar uma resposta honesta. Além disso, o que pode fazer é pedir às pessoas que pensem por alguns segundos, preparem o cartão e “1-2-3” mostrem o cartão ao mesmo tempo. Dessa forma, as pessoas não são influenciadas.

**Questões para discussão:**

- Como foi a vossa experiência?
- O que aprenderam?
- O que foi surpreendente?
- Quais são os motivos mais comuns por detrás das reações, especialmente partilhar e comentar?

Tags: #Online reactions, #emoji

#### 4.1.19. Puzzle dos 8 P's

**Parceiro:** GoEurope

**Fonte:** GoEurope

**Objetivo:** Conhecer os "8 P's", que são as forças (motivos) por detrás das notícias falsas

**Duração:** 5 minutos

**Número de participantes:** 10-16

**Idade:** 16+

**Nível de dificuldade:** fácil

**Condições/formato:** atividade de grupo

**Material:** Os cartões com o nome de "P" (um por cada) e os cartões com as definições (um cartão de definição correspondente a cada "P"). Além disso, no Conceito Didático Geral de FAKE OFF, pode encontrar informações sobre os 8Ps por detrás das notícias falsas.

Jornalismo Pobre	Quando há informação maliciosa e desinformação com base na falta de pesquisa ou verificação de factos e fontes.
Paródia	Muitas vezes, as manchetes ou o conteúdo são exagerados e altamente irónicos, com o objetivo de trocar de uma pessoa ou de um problema.
Provocação	A informação é concebida para provocar reações do público.
Paixão	Quando as manchetes, imagens e conteúdo são muito explícitos e coloridos, o conteúdo pode ser movido pela paixão, e não por pesquisas precisas.

<b>Partidarismo</b>	Quando existe um claro enviesamento e preconceito em relação a uma causa ou problema.
<b>Proveito</b>	Os artigos de notícias que se tornam virais nas redes sociais podem gerar uma receita significativa de publicidade quando os utilizadores clicam no site original.
<b>Motivos Políticos</b>	A publicidade na política tornou-se um setor sofisticado e direcionado, com base em enormes quantidades de dados pessoais no Facebook e no Google. Isso significa que as campanhas criam anúncios personalizados para os indivíduos.
<b>Propaganda</b>	Muitos provedores de notícias controlados pelo Estado gastaram recursos na construção de uma forte presença na Web onde o controlo ou o país de origem é mascarado, permitindo que eles tenham um poder flexível dentro e fora dos seus países.

**Preparação:** Pelo menos, os facilitadores deviam ler a parte “Por que é criado esse conteúdo?” no Conceito Didático Geral do FAKE OFF.

Cada retângulo da tabela acima precisa ser cortado. Em seguida, os retângulos com o "Ps" e as definições precisam ser espalhados aleatoriamente numa mesa, onde o pequeno grupo faz os puzzles. É necessário fazê-lo em cada mesa dos pequenos grupos. Por outro lado, precisa de ter um puzzle feito corretamente, mas coberto (pode-se ver). Em relação aos participantes, o grupo principal é dividido em grupos menores (Max. 4 pessoas em cada grupo).

**Descrição:** Os grupos aproximam-se do local onde está o puzzle correto, mas coberto. Nesse momento, o puzzle é descoberto e os grupos terão 15 segundos para ler o que é. Os participantes não podem tirar notas!

Então, eles voltarão aos seus cantos e farão o puzzle combinando o "P" com a definição correta. Eles terão 30 segundos para fazer isso. A equipa que combina mais "Ps" com a resposta correta ganha!

Após a competição, todos podem ter 2 a 3 minutos para ler os “8Ps” e as suas definições corretas, para que lhes possam ser introduzidos os conceitos.

**Dicas para facilitadores:** O facilitador pode explicar com mais detalhe os tipos de desinformação/informação maliciosa (informação no conceito Didático Geral do projeto FAKE OFF)

**Questões para discussão:** --

Tags: #fakenews



#### 4.1.20. O que é o quê? Fazer corresponder a informação falsa e a desinformação

**Parceiro:** GoEurope

**Fonte:** GoEurope

**Objetivo:** Introduzir os diferentes tipos de informação falsa e desinformação

**Duração:** 5 minutos

**Número de participantes:** 10-16

**Idade:** 13+

**Nível de dificuldade:** fácil

Nota: é uma versão mais fácil do “Puzzle dos 8 P’s<sup>58</sup>” devido ao tópico abordado; assim a mesma atividade pode ser realizada com pessoas mais jovens.

**Condições/formato:** atividade de grupo

**Material:** Cartões com os nomes dos diferentes tipos de informações falsas/desinformação e os cartões com as definições (um cartão de definição correspondente a cada tipo). Além disso, no Conceito Didático Geral FAKE OFF, pode encontrar informações sobre os tipos de informações falsas e desinformação.

Sátira ou paródia	A intenção não é prejudicar, mas tem o potencial de enganar ou trocar
Ligação falsa	Manchetes, imagens ou legendas não suportam o conteúdo
Conteúdo enganador	Uso enganador de informações para enquadrar uma pessoa ou determinado tópico
Contexto falso	informações reais são partilhadas com informações contextuais falsas
Falsificação	Fontes reais são fabricadas e falsificadas
Informação manipulada	Informações e imagens autênticas são intencionalmente manipuladas para enganar
Informação falseada	Informações completamente falsas criadas intencionalmente para enganar e prejudicar

---

<sup>58</sup> Wardle, C. (Feb 16, 2017), “Fake News. It’s Complicated”. First Draft

<https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>

**Preparação:** Pelo menos, os facilitadores devem ter lido a parte “Informação falsa e desinformação: os diferentes tipos” do Conceito Didático Geral do FAKE OFF. Cada quadrado da tabela acima precisa ser cortado. Então, os quadrados com os tipos de informação falsa/desinformação e as definições precisam ser espalhados aleatoriamente sobre uma mesa, onde o pequeno grupo faz a correspondência. É necessário fazê-lo em cada pequeno grupo. Em relação aos participantes, o grupo principal é dividido em grupos menores (Max. 4 pessoas em cada grupo).

**Descrição:** Cada grupo terá 2 minutos para combinar o tipo de informação falsa/desinformação com as definições corretas. Após 2 minutos, eles verificam as correspondências corretas. A equipa que combinar mais tipos de informação falsa/desinformação com a resposta correta vence!

**Dicas para facilitadores:** Os minutos que os participantes precisam para combinar os tipos de informação falsa/desinformação com as definições podem variar (mais ou menos), dependendo das necessidades dos participantes. Além disso, o facilitador pode explicar mais detalhadamente os tipos de informação falsa/desinformação (informações no Conceito Didático Geral do projeto FAKE OFF).

**Questões para discussão:** --

Tags: #fakenews

#### 4.1.21. Centrar as atenções nas notícias falsas: elemento a elemento

**Parceiro:** GoEurope

**Fonte:** GoEurope

**Objetivo:** Fortalecer o conhecimento sobre os principais elementos para detetar notícias falsas

**Duração:** 20-25 minutos

**Número de participantes:** 8-12

**Idade:** 16+

**Nível de dificuldade:** avançado

**Condições/formato:** atividade individual, em pares ou atividade em grupo

**Material:** Cada participante precisa de preencher o modelo seguinte.

ELEMENTOS-CHAVE PARA DETETAR NOTÍCIAS FALSAS	EXEMPLO
O URL ou a fonte não parecem legítimos	
A secção "Sobre nós" não parece muito clara e confiável	
O autor não parece muito confiável (Existe? O que escreveu antes ...?)	
O conteúdo parece enviesado ou exagerado	
A verdadeira história é descoberta	

**Preparação:** No início, o facilitador pode perguntar "Já ouviram falar sobre histórias falsas na Internet?". Se disserem sim, os participantes podem estar prontos para a atividade. Além disso, o facilitador deve ler a secção "Como identificar notícias falsas?" do Conceito Didático Geral do FAKE OFF. Por fim, o modelo acima pode ser partilhado eletronicamente, portanto, é necessária uma boa ligação à Internet. O facilitador precisa de decidir se a atividade será realizada pelos participantes individualmente, em pares ou em grupos. Uma vez decidido, proceder de acordo. Além disso, precisa decidir se o modelo acima é partilhado fisicamente ou eletronicamente.

**Descrição:** Os participantes mergulham na Internet! Primeiro, recebem o modelo em branco (fisicamente ou eletronicamente). Segundo, precisam lembrar histórias sobre factos ou eventos falsos dos quais ouviram falar. Terceiro, precisam procurar na Internet (por exemplo, através do Google) e aceder à fonte original (se possível). Se quiserem, podem tentar explorar novas histórias falsas. Depende deles! Quarto, precisam verificar os diferentes elementos para detetar notícias falsas e preencher o modelo destacando os elementos que tornam esse site/publicação/notícia falsos. Os participantes terão 15 minutos para o fazer (podem fazê-lo individualmente, em pares ou em pequenos grupos – 3 pessoas no máximo).

Depois disto, todos os participantes (o grande grupo) podem juntar-se e discutir acerca das suas descobertas (pode usar as questões para discussão).

**Dicas para facilitadores:** O modelo acima pode ser partilhado eletronicamente para que os participantes possam preenchê-lo com exemplos online. Além disso, lembre-se de que podem usar o mesmo exemplo para elementos diferentes ou precisam de ter um modelo por elemento. É algo que o facilitador decide!

#### Questões para discussão:

- Foi difícil encontrar exemplos?
- Qual foi o elemento mais difícil de encontrar?
- Precisaram de ajuda para completar a tarefa? Se sim, o que fizeram? Quais foram os websites que escolheram? Funcionou?

Tags: #fakenews #fakenewsexamples

#### 4.1.22. Correr pela resposta correta!

**Parceiro:** GoEurope

**Fonte:** GoEurope

**Objetivo:** Refletir sobre as diferenças entre notícias reais e falsas, bem como com que facilidade (ou não) podemos identificá-las

**Duração:** 10-15 minutos

**Número de participantes:** 10-30

**Idade:** 13+

**Nível de dificuldade:** fácil

**Condições/formato:** atividade em grupo

**Material:** Um projetor ou um ecrã/tela grande onde possam ser mostrados exemplos de notícias reais e falsas. Além disso, slides com exemplos de notícias reais e falsas (cerca de 20 no total, aproximadamente). Se necessário, as notícias falsas podem ser obtidas no documento "Exemplos de notícias falsas".

**Preparação:** É necessário ter um grande espaço para permitir que os participantes corram de um lado para o outro. De um lado da sala, coloque uma grande faixa ou cartaz que diz "REAL". No outro lado, coloque outra grande faixa ou cartaz dizendo "FALSO".

**Descrição:** O facilitador coloca-se no centro da sala. Peça a todos os participantes que se juntem a ele. Então, uma mistura entre notícias reais e falsas aparecerá no ecrã/tela grande (uma por uma). Depois de exibir o slide, os participantes precisam correr para o canto que acharem correto (real ou falso). Isso significa que eles precisam adivinhar se o que aparece nos slides é real ou falso. O participante que adivinha corretamente mais slides vence! Posteriormente, o facilitador pode fazer perguntas ao grupo para uma breve discussão sobre a atividade (verifique as perguntas sugeridas abaixo).

**Dicas para facilitadores:**

- O que é difícil para distinguir o real e o falso?
- Olharam para onde para adivinhar?

Tags: #fakenews

#### 4.1.23. *Selfie*

**Parceiro:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Fonte:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Objetivos:**

- Aumentar a consciencialização sobre o uso de imagens (pessoais e não pessoais) para diferentes fins;
- Aumentar a consciencialização sobre si e a perceção de outras pessoas num intervalo de tempo e espaço
- Aumentar a consciência de que as selfies online são frequentemente falsas ou pelo menos manipuladas

**Duração:** 45 minutos no início e 45 minutos no final

**Número de participantes:** cerca de 25

**Idade:** 12+

**Nível de dificuldade:** fácil

**Condições/formato:** atividade em grupo. Não são necessárias condições especiais

**Material:** telemóvel, computador, projetor ou quadro interativo

**Preparação:** nada em particular

**Descrição:** No início da sessão, os participantes têm 10 a 15 minutos para tirar uma selfie que os represente “aqui e agora”, atribuir um título à selfie e enviá-la para o dispositivo do facilitador (telefone/pc, email, etc.). Cada selfie será exibida no ecrã/tela e o proprietário apresentá-la-á e responderá à pergunta 'O que eu quero comunicar com esta foto?'.

No final da sessão, a atividade será repetida. Desta vez, é solicitado a cada participante que tire uma selfie que os represente e pense em "O que eu quero comunicar?". Para orientá-los, o facilitador pode dar sugestões sobre como fazer selfies que os representem, seus verdadeiros “eus” com os seus valores e tudo ou qualquer coisa que desejemos tirar deles.

**Dicas para facilitadores:** Esta atividade pode ser usada como início e fim de um bloco de formação inteiro sobre valores, imagens, ética ou comunicação. Dependendo das características de cada participante (fragilidade, insegurança, menos oportunidades, etc.), a atividade pode ser simplificada para evitar impacto negativo ou um “colapso” emocional. Funcionará melhor após atividades de formação de equipa.

**Questões para discussão:** A questão principal é: o que eu quero comunicar com esta imagem? Sinto-me mudado? Sinto que o “meu eu online” mudou? Vejo realmente as fotos e os seus propósitos? Paro realmente e levo tempo para encontrar o objetivo por detrás disto?

Tags: #selfie #images #perception

#### 4.1.24. Comunicação em acordeão

**Parceiro:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Fonte:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Objetivos:**

- Mostrar a dinâmica da comunicação e, em particular, as diferentes interpretações de palavras e imagens das pessoas e vice-versa;
- Fazer com que os participantes reflitam sobre possíveis mal-entendidos e os sentimentos/emoções relacionados com as expectativas.

**Duração:** 30 minutos

**Número de participantes:** 25/30

**Idade:** 10+

**Nível de dificuldade:** fácil

**Condições/formato:** atividade em pequenos grupos; possibilidade de ficar em pé ou sentar em círculo.

**Material:** grandes tiras de papel, canetas coloridas.

**Preparação:** tiras de papel com sinais dobráveis; o número de tiras deve ser igual ao número de participantes.

**Descrição:** os participantes são divididos em grupos de 6/8 e estão em círculo. Cada participante recebe uma tira de papel longa e estreita com uma palavra escrita (exemplo: felicidade, notícias, imagens). Depois de ler a palavra, cada participante deve representá-la, e dobrar a folha para ocultar a palavra, fazer a sua representação e passá-la como está para o próximo participante; agora a próxima pessoa precisa dobrar o papel novamente e anotar em palavras o que viu. O processo continua assim até que cada tira de papel tenha passado por todos os participantes do círculo e retornado ao seu “proprietário”. As folhas podem ser passadas de participante para participante dando um prazo ou não (ou seja, 10 segundos).

**Dicas para facilitadores:** atividade de quebra-gelo. É importante que os participantes sigam as instruções e vejam apenas o que o participante antes dele desenhou ou anotou em papel. A primeira palavra dada pode ser diferente de participante para participante e pode ser selecionada no léxico da área de tópicos de notícias falsas.

**Questões para discussão:**

- Como foi o desenvolvimento da vossa tira de papel?
- Conseguiram um objeto totalmente diferente?
- Esperavam essa evolução?
- Quantas representações diferentes foram desenhadas na vossa tira de papel?
- Quantos “mal-entendidos” na interpretação?

**Tags:** #icebreakers #communication #wordsandimages

#### 4.1.25. Ecrã tátil

**Parceiro:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Fonte:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Objetivos:**

- Aumentar a consciencialização acerca da complexidade da comunicação;
- Aumentar a consciencialização sobre as perceções "próprio-subjetivo" e "próprio-objetivo".

**Duração:** 30 minutos

**Número de participantes:** 20/30

**Idade:** 10+

**Nível de dificuldade:** fácil

**Condições/formato:** atividade em pequenos grupos.

**Material:** lápis de cor diferentes, papel, imagens.

**Preparação:** número igual de imagens (imagens simples, como formas geométricas ou objetos estilizados) ao número de membros do grupo. Cada imagem tem um número.

**Descrição:** Divida os participantes em grupos de 5/6 ou 9/10 pessoas e organize-os em filas (número igual de membros por fila), sentados em cadeiras ou num banco longo. A última pessoa de cada linha dirige-se ao facilitador que mostra as mesmas imagens e, após cinco minutos para memorizá-las, eles voltam ao seu lugar e desenharam a imagem nas costas do companheiro de equipa na frente (como num ecrã de toque). Este fará o mesmo com o companheiro de equipa na frente e assim por diante, até chegar à pessoa à frente da fila que terá um papel e um lápis de cor para desenhar a mensagem que recebeu nas costas. Os desenhos serão recolhidos e numerados como originais pelo facilitador. Então, as pessoas que fizeram o desenho no papel vão ver uma nova imagem e sentam-se no final da linha para iniciar um novo processo de comunicação com "toque". A tarefa é repetida até que todos os participantes tenham feito o desenho no papel. Depois de todos terem a oportunidade de fazer um desenho, os desenhos serão confrontados com os originais para verificar o processo em termos de resultados e sentimentos.

**Dicas para facilitadores:** esta atividade é realmente boa como quebra-gelo e atividade de consolidação de equipas.

**Questões para discussão:** O resultado foi o que esperavam? Como se sentiram? Aham que na comunicação online também há, às vezes, dificuldades? Aham que essa possibilidade de lacuna de informação também pode surgir noutra comunicação unidirecional?

**Tags:** #icebreaker #communication #perception

#### 4.1.26. Sabias isto?

**Parceiro:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Fonte:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Objetivos:**

- Aumentar a consciencialização sobre oportunidades e limites de diferentes formas de comunicação,
- Aumentar a consciencialização acerca das informações sobre pessoas ou factos partilhados online que podem ser diferentes em relação às informações partilhadas "Face-a-face".

**Duração:** 30 minutos

**Número de participantes:** 10-30

**Idade:** 11+

**Nível de dificuldade:** fácil

**Condições/formato:** atividade em grupo

**Material:** telemóveis dos participantes com dados móveis ou conexão WiFi

**Preparação:** nenhuma, mas se os participantes não se conhecerem, devem definir a sua imagem de perfil de chat como invisível enquanto durar a atividade. Além disso, os facilitadores podem colocar todos os telemóveis dos participantes numa cesta e fazê-los escolher um aleatoriamente.

**Descrição:** Os participantes estão envolvidos em duas formas diferentes de comunicação, online (via WhatsApp ou no chat que usam diariamente) e off-line ("face-a-face"). Eles são divididos em dois grupos e trabalham dois a dois, mas podem sentar-se num grande círculo. O objetivo do jogo é conhecer/descobrir o máximo possível do seu companheiro (nome, aparência, família, paixões, talentos, etc.). Eles também são convidados a fazer perguntas sobre verdades desconfortáveis (ou seja, você já fez alguma coisa ...? Você já fez ...? O seu pior fracasso?) para tornar o jogo mais interessante.

Etapa 1: dois a dois, interação apenas via Whatsapp (ou outro chat que usem diariamente) por 5 minutos.

Etapa 2: dois a dois, continuam a interação "frente-a-frente".

Etapa 3: com uma mudança no grupo de dois, eles recomeçam, mas interagindo diretamente "face-a-face".

**Dicas para facilitadores:** pode ser feito como o primeiro contacto criando jogos sem o conhecimento do tópico Fake News como um quebra-gelo.

**Questões para discussão:**

- Como se sentiram ao falar online?
- Como se sentiram ao falar offline?



- Acham que existem diferenças entre a comunicação online e a comunicação "face-a-face"?
- Quais são as oportunidades/aspetos e limites fáceis de ambos os modos?
- Acham que essas oportunidades e esses limites também se aplicam quando leem notícias, publicações, etc.?

Tags: #icebreaker #communication #vis-a-vis #chat

#### 4.1.27. Antes e depois do facto

**Parceiro:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Fonte:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Objetivos:**

- Aumentar a consciencialização sobre as diferenças entre o contexto, a complexidade dos factos e as notícias;
- Aumentar a motivação para partilhar opiniões;

**Duração:** 1 hora

**Número de participantes:** 25

**Idade:** 12+

**Nível de dificuldade:** fácil

**Condições/formato:** atividade em grupo / espaço amplo, nenhum outro requisito especial

**Material:** imagens

**Preparação:** várias imagens

**Descrição:**

Etapa 1: os participantes são divididos em grupos de 6/8 pessoas cada (ou menos). Eles são convidados a escolher uma imagem e cada grupo tem cerca de 30 minutos para pensar na possível evolução da situação representada na figura. Cada membro do grupo tem um papel correspondente a uma pessoa/objeto/animal da imagem.

A Etapa 2 trata da representação da imagem de três maneiras: o que o grupo imaginou que aconteceu antes da foto ser tirada ("passado"), o que realmente está a acontecer na foto ("presente") e o que eles imaginam que aconteceu depois da foto ter sido tirada. ("futuro"). Cada grupo recria a imagem original (o "presente") tentando representá-la o mais próximo possível (mesma posição, mesmas expressões faciais, etc.). Em seguida, o mesmo grupo precisa recriar as imagens do "passado" e do "futuro" que imaginaram. Para envolver os outros participantes, o público pode bater palmas e, depois de dez palmas, o grupo representa o "passado". Após o "passado" ter sido representado, o público bate palmas novamente 10 vezes e o grupo cria a representação do "futuro".

**Dicas para facilitadores:** antes das atividades, pode ser útil realizar com o grupo algumas atividades expressivas (como se mover no espaço, interpretar um sentimento, uma emoção, etc.). Pode ser usado como quebra-gelo.

**Questões para discussão:** Como se sentiram durante esta atividade? Interpretaram a imagem da mesma maneira? Porquê? Enfrentaram dificuldades em criar e pensar na evolução das situações? Existe alguém que não se sentiu satisfeito com o que foi "criado" como uma situação inicial ou final? Já interpretaram os factos da vida real de maneira errada e caíram em mal-entendidos? Acham que o que veem nas fotos e vídeos publicados e nas notícias online mostram sempre um quadro completo de um facto?

Tags: #ice-breaker #picture #situation #fact

#### 4.1.28. Trovão de notícias

**Parceiro:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Fonte:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Objetivos:**

- Fortalecer a capacidade de observar, capturar e analisar diferentes elementos de uma informação;
- Motivar os participantes a partilhar opiniões, encontrar outras fontes de conhecimento e discutir com colegas ou outras pessoas sobre notícias e informações

**Duração:** 2 horas

**Número de participantes:** cerca de 25 pessoas

**Idade:** 11+

**Nível de dificuldade:** fácil

**Condições/formato:** atividade em pequenos grupos/uma sala ou espaço aberto com a possibilidade de pendurar posters

**Material:** posters, cores ou marcadores, 4 artigos (2 verdadeiros e 2 falsos)

**Preparação:** 2 artigos verdadeiros e dois artigos falsos

**Descrição:**

##### Etapa 1

Os participantes são divididos em grupos de 5/6, recebem artigos diferentes, alguns deles verdadeiros e outros falsos, mas credíveis. Cada grupo tem os mesmos artigos. Nos grupos, os participantes precisam de ler, analisar e declarar qual deles é verdadeiro ou falso. Eles escrevem num póster o título do artigo, se é verdadeiro ou falso ...

## Etapa 2

Depois disso, cada grupo pendura os pósteres para que todos possam vê-los. Cada grupo analisa os pósteres dos outros grupos para verificar o que eles escreveram e os seus motivos, escrevendo num documento perguntas sobre os motivos e critérios usados pelos outros grupos para encontrar verdadeiros e falsos.

Finalmente, o facilitador informa quais são os verdadeiros e quais são os falsos. Os participantes verificam as suas conclusões, partilham pensamentos, respondem a perguntas dos outros grupos e seguem a discussão.

**Dicas para facilitadores:** pode ser feito como um primeiro exercício sem o conhecimento do tópico das notícias falsas e a introdução de conteúdo mais específico e teórico. Enquanto verificam os pósteres, pode ser interessante ter um representante por grupo para explicar ou responder a perguntas sobre as escolhas em termos de verdadeiros e falsos e as razões por detrás dessas escolhas. Isso reduziria a necessidade de adaptar o momento da discussão. A atividade pode ser realizada também ao ar livre.

**Questões para discussão:** Foi fácil identificar notícias verdadeiras e falsas? O que observaram nos artigos? Em que é que se concentraram? Por que razão acharam que era verdadeiro/falso? (No caso de uma correspondência errada para "verdadeiro ou falso"). O que mais vos enganou? Aprenderam algumas estratégias com os vossos colegas/outros participantes para analisar melhor as notícias?

Tags: #fakenews #article #identify

### 4.1.29. Estás online?

**Parceiro:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Fonte:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Objetivos:**

- Aumentar a consciencialização sobre as oportunidades e os limites de diferentes formas de comunicação;
- Aumentar a consciencialização sobre a forma como as informações acerca de pessoas ou factos partilhados online podem ser diferentes das informações partilhadas pessoalmente, às vezes mantendo-nos na zona de conforto e outras vezes oferecendo uma "posição" desconfortável.

**Duração:** 30 minutos

**Número de participantes:** uma ou duas turmas (20-40)

**Idade:** 11+

**Nível de dificuldade:** fácil

**Condições/formato:** esta atividade pode ser feita no exterior ou no interior.

**Material:** telemóveis dos participantes.

**Preparação:** se os participantes não se conhecerem, devem definir o seu perfil de chat e imagem de perfil como invisíveis durante toda a atividade.

**Descrição:** Os participantes estão envolvidos em duas formas diferentes de comunicação, online (via WhatsApp ou no chat que usam diariamente) e off-line ("face-a-face"). São divididos em 2 grupos e trabalham em pares, mas podem sentar-se em grande círculo. O objetivo é conhecer o maior número possível de opiniões e discutir sobre um tópico específico ou sobre artigos ou factos.

**Etapa 1:** em pares interagem apenas via WhatsApp (ou outra forma de chat que usem diariamente) durante 5 minutos;

**Etapa 2.1:** em pares, mudam para interação pessoal;

**Etapa 2.2:** com uma mudança no par, eles começam novamente, mas apenas em interação pessoal.

**Dicas para facilitadores:** pode ser feita como a primeira atividade sem o conhecimento do tópico das notícias falsas ou para introduzir conteúdo mais específico e teórico.

**Questões para discussão:**

Como se sentiram a falar online? Como se sentiram a falar offline? Acham que há diferenças entre falar online e offline? Quais são as oportunidades/facilidades e limites ao falar online e offline? Acham que essas oportunidades e esses limites também se enquadram na leitura de notícias, publicações, etc.?

Tags: #icebreaker #communication #chat

#### 4.1.30. Notícias falsas sobre algo à minha volta

**Parceiro:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Fonte:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Objetivos:**

- Desenvolver a empatia e ter mais consciência das nossas próprias emoções;
- Definir e desenvolver novos comportamentos;
- Aumentar a consciencialização sobre o facto de que o que fazemos online (tal como offline) tem consequências e afeta os outros;
- Encontrar as estratégias certas para gerir emoções e agir de acordo.

**Duração:** 1,5 – 2 horas

**Número de participantes:** cerca de 25

**Idade:** 14+

**Nível de dificuldade:** médio a avançado

**Condições/formato:** atividade em pequenos grupos / espaço para expor os trabalhos dos grupos.

**Material:** diferentes situações iniciais oriundas de notícias verdadeiras, de preferência artigos simples de jornais locais ou mesmo factos falsos.

**Preparação:** situações iniciais retiradas de histórias verdadeiras ou factos falsos

**Descrição:** Os participantes serão envolvidos em atividades baseadas na arte expressiva do corpo. Serão divididos em grupos de 5/6, e uma situação inicial será dada a cada grupo. Cada grupo precisa de encontrar um final possível para a sua história e preparar uma peça curta na qual é mostrada a evolução. Os outros participantes formam o público. Assim que todos os grupos tenham representado, seguir-se-á uma discussão e, em seguida, o relatório dessa discussão.

**Dicas para facilitadores:** Pode ser feito como um primeiro exercício, sem conhecimento acerca do tópico das notícias falsas e a introdução de conteúdos mais específicos e teóricos. Antes desta atividade, pode ser útil propor uma atividade de quebra-gelo para usar e treinar movimentos e expressões corporais (como caminhar na sala e representar estados emocionais específicos ou condições corporais, etc.).

**Questões para discussão:**

- Como se sentiram nestas situações?
- Foi fácil encontrar uma solução?
- Quais foram os principais desafios do exercício para o finalizar?
- Nestas situações, como acham que teriam reagido?
- Existem situações semelhantes nas redes sociais?
- Como se comportam online nestas situações?
- Acham que existem diferenças entre notícias falsas sobre colegas como vocês e notícias falsas sobre celebridades? Porquê?

Tags: #fact #emotions #situations

#### 4.1.31 *Youtuber* por um dia

**Parceiro:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Fonte:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Objetivos:**

- Desenvolver o pensamento crítico em relação ao que os jovens veem e ouvem de pessoas públicas importantes, influenciadores, celebridades, etc.;
- Consciencializar os jovens sobre as memórias duradouras e o impacto do conteúdo publicado na Internet;
- Aumentar a consciencialização sobre o interesse em publicar conteúdos específicos sobre algumas pessoas ou entidades específicas e, muitas vezes, distorcer a realidade.

**Duração:** 2 horas

**Número de participantes:** 20/25

**Idade:** 11+

**Nível de dificuldade:** médio a avançado

**Condições/formato:** atividade em pequenos grupos / disponibilidade de espaços exteriores, se necessário.

**Material:** telemóvel, papel, canetas, marcadores e algo interessante para a ideia do vídeo.

**Preparação:** --

**Descrição:** Inicialmente, os participantes são convidados a discutir sobre quem eles seguem ou conhecem na Internet e partilham opiniões e pontos de vista em grande grupo. Depois disso, dividem-se em grupos de 3 a 4 pessoas para se tornarem em *Youtubers*: serão convidados a fazer um vídeo para ser publicado na Internet e sobre um tópico que seja importante para eles e importante para a Internet também. Eles devem fazer o possível para que o vídeo seja visto, comentado e partilhado. Depois de fazerem os vídeos, mostram-nos ao grupo todo e iniciam uma discussão.

**Dicas para facilitadores:**

- Dependendo do tamanho do grupo e do conhecimento da criação de vídeo com os seus smartphones, pode ser necessário algum suporte e a duração pode mudar.
- Quando cada grupo mostrar o seu vídeo, a avaliação pode ser feita por cada participante como uma partilha ou gosto, etc.
- Como um grupo, pode ser interessante criar um vídeo sobre o tópico das notícias falsas.

**Questões para discussão:**

- Como se sentiram durante a criação de vídeos?
- Como foi para os atores principais ou pessoas envolvidas? Foi fácil?
- Por que escolheram esse tópico e por que escolheram fazer um vídeo como este?
- Exageraram ao dizer, mostrar ou a fazer alguma coisa? Quanto?
- Até que ponto distorceram a vossa imagem ou o conteúdo?
- E o que veem na Internet: as coisas estão distorcidas? Exageradas? Podem dar algum exemplo?
- Quais são os efeitos nas pessoas que visualizam conteúdo distorcido ou exagerado?

Tags: #youtuber #influencer #webcontent

#### 4.1.32. O que está errado?

**Parceiro:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Fonte:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Objetivos:**

- Desenvolver um pensamento crítico relativo ao conteúdo que as pessoas veem e leem na Internet e nas redes sociais;
- Ser mais crítico relativamente ao que nós e os outros publicamos, partilhamos, gostamos, etc.;

- Tornar-se mais consciente do impacto das nossas atividades online sobre outras pessoas.

**Duração:** 1 hora

**Número de participantes:** cerca de 25 pessoas

**Idade:** 11+

**Nível de dificuldade:** fácil

**Condições/formato:** atividade de grupo

**Material:** telemóvel ou computador; quadro interativo ou projetor de vídeo; papel e canetas, se necessário.

**Preparação:** --

**Descrição:** Os participantes são convidados a verificar nas suas redes sociais o que, na sua opinião, entre comentários, publicações e partilhas precisa ser evitado, não partilhado/gostado ou mesmo não publicado. Imagens/publicações/notícias/vídeos selecionados pelos participantes são projetados e discutidos em grande grupo. Cada participante pode dizer o que encontrou e por que, na sua opinião, essas publicações, artigos, imagens, vídeos, etc. não devem ser publicados, partilhados e/ou gostados.

**Dicas para facilitadores:**

- Pode ser usada para um primeiro exercício sobre o tema da literacia mediática e comunicação.
- Esta atividade pode ser adaptada para a etapa 3 do GDC. Os participantes podem ser solicitados a refletir sobre essas questões de maneira mais profunda e, principalmente, a concentrarem-se em qual seria a sua reação online ao encontrar este tipo de conteúdo, publicação, etc.

**Questões para discussão:**

- Sobre o que é o conteúdo?
- O que é mostrado/escrito?
- O que mais te incomoda ou impressiona?
- Por que não deve ser publicado/partilhado ou gostado? (ou seja, é uma farsa? É tendenciosa?).
- Na vossa opinião, o que é que as outras pessoas pensam enquanto leem/veem?
- De 1 a 10, qual acham que é o impacto desse conteúdo na opinião das pessoas?
- O que acham que poderia ser uma boa reação?

Tags: #onlinecontent #onlinebehaviour #emotions

#### 4.1.33. Sussurros Chineses (Telefone sem Fios)

**Parceiro:** LOGO

**Fonte:** LOGO

**Objetivo:** Entender como é fácil receber uma mensagem errada em apenas algumas etapas do caminho.

**Duração:** 30 minutos

**Número de participantes:** grupos de 6-8

**Idade:** não há restrição

**Nível de dificuldade:** fácil

**Condições/formato:** não são necessárias condições especiais.

**Material:** nada

**Preparação:** O grande grupo deve ser dividido em grupos menores de 6 a 8 pessoas, mas também é possível uma longa cadeia.

**Descrição:** Jogo clássico de sussurros chineses. Uma pessoa recebe uma palavra ou frase e deve sussurrar no ouvido da próxima pessoa. Não é permitido questionar, diz-se a palavra ou frase apenas uma vez. A última pessoa da cadeia deve dizer a palavra/frase em voz alta. É diferente da palavra/frase inicial?

**Dicas para facilitadores:**

- Dependendo da idade, a palavra/frase pode ser fácil ou difícil e mais longa ou curta. Tente também frases sem sentido, que dificultam o preenchimento automático, se as pessoas não entenderem a frase inteira.

**Questões para discussão:**

- Se a palavra/frase mudou: onde mudou? Tente descobrir os diferentes passos da alteração.
- Porque mudou? Algumas pessoas ouviram mal ou preencheram com palavras o que pensaram que deveria estar lá?

#### 4.1.34. Detalhes...

**Parceiro:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Fonte:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Objetivos:**

- Aumentar a consciencialização sobre as diferentes perceções das pessoas;
- Aumentar a consciencialização sobre a construção de notícias falsas através da manipulação de imagens;



- Aumentar o conhecimento e a reflexão sobre a ligação entre a linguagem visual e o texto escrito;
- Aumentar a capacidade do processo de desconstrução de estereótipos, preconceitos, etc.

**Duração:** 1,5/2 horas

**Número de participantes:** no máximo cerca de 25

**Idade:** 14+

**Nível de dificuldade:** médio a avançado

**Condições/formato:** atividade em pequenos grupos.

**Material:** canetas, papel, imagens (em formato grande ou em póster é aconselhável).

**Preparação:** algumas imagens a partir das quais um ponto/peça específico pode ser retirado.

**Descrição:** Os participantes formam pequenos grupos e cada grupo recebe uma imagem. Essa imagem é, na realidade, uma parte/um recorte de uma imagem maior, tirada do contexto (oculta aos participantes, obviamente). A imagem deve contrastar amplamente com a imagem “global” original, deve fornecer uma percepção totalmente oposta em relação à imagem maior original. Pede-se aos participantes que criem uma história à volta deste pedaço de imagem, respondendo a perguntas como: quem são as pessoas na imagem? Quantos anos têm? Como são eles? De onde são? Por que estão lá? O que estão a fazer? Quais são as suas intenções?

A partir da história, eles podem criar uma notícia. Depois da história e das notícias serem criadas, cada grupo apresenta-a e, depois disso, a imagem real e geral pode ser mostrada.

**Dicas para facilitadores:**

- Para uma melhor compreensão da diferença entre a imagem recortada com uma história e a imagem original, pode ser útil projetá-las num ecrã/tela grande.

**Questões para discussão:**

- Foi difícil criar uma história à volta de um pedaço de imagem?
- Como se sentiram ao descobrir a imagem real?
- O que acham da diferença?
- Acham que esse truque é algo comum nas redes sociais ou não?
- Podem dar/mostrar um exemplo?

Tags: #images #stories #content #imagemanipulation

#### 4.1.35. Desenhos à Chinesa (rabiscos)

**Parceiro:** LOGO

**Fonte:** LOGO

**Objetivo:** Conhecer os diferentes focos que as pessoas têm quando precisam de descrever a mesma situação.

**Duração:** 30-45 minutos

**Número de participantes:** equipas de 5

**Idade:** 12+

**Nível de dificuldade:** fácil

**Condições/formato:** não são necessárias condições especiais.

**Material:** um papel de *flipchart* com desenhos pré-desenhados (4 diferentes), 1 pedaço de papel *flipchart* para cada equipa, lápis de cor.

**Preparação:** O facilitador deve preparar um papel *flipchart* com quatro desenhos, bastante detalhados e coloridos seria o melhor (não visível para o grupo). É preciso haver lápis, *flipchart* e espaço para as equipas desenharem.

**Descrição:** As equipas de 5 pessoas escolhem um "líder". Todos os líderes procuram o facilitador que mostra os desenhos pré-desenhados. Eles têm um tempo definido para estudar as figuras (pode dar-lhes 5 a 10 minutos). Eles não podem fazer anotações. Após esse tempo, voltam para as suas equipas e contam o que viram. Eles têm novamente um tempo definido (10 a 15 minutos) para falar sobre os quatro desenhos. As outras quatro pessoas precisam recriá-las da maneira o mais exata possível. Se quiser dificultar, pode declarar a regra de que eles não têm permissão para perguntar ao líder sobre os detalhes. Após o tempo, as equipas apresentam os seus desenhos para os outros grupos e os desenhos são comparados com os desenhos originais.

**Dicas para facilitadores:**

- Dependendo da idade dos participantes, pode escolher imagens mais detalhadas e cores diferentes. Além disso, as restrições de tempo influenciam o resultado. Solicitar, ou não, também pode ser implementado para grupos mais jovens.
- Dependendo de quão detalhados os participantes queiram os seus desenhos, este exercício também pode ser alongado.

**Questões para discussão:**

- Como diferem os desenhos dos originais?
- Como diferem os desenhos dentro das equipas?
- Quais os detalhes que foram importantes para as equipas, de que é que se esqueceram?

Tags: #images #stories #content #drawing #fakenews #perception

#### 4.1.36. Repórter de notícias pouco confiável

**Parceiro:** LOGO

**Fonte:** LOGO

**Objetivo:** Perceber com que rapidez as informações podem mudar?

**Duração:** 30 minutos

**Número de participantes:** 3-5 repórteres, o resto do grupo é a audiência.

**Idade:** 14+

**Nível de dificuldade:** médio

**Condições/formato:** nenhum requisito especial.

**Material:** Uma “notícia” preparada.

**Preparação:** Pegue numa notícia ou escreva uma. Todos os membros da plateia devem ter uma cópia, o facilitador também deve manter uma.

**Descrição:** 3-5 membros do grupo são voluntários como repórteres. O número um fica na sala, os outros deixam a sala por alguns minutos. O facilitador lê a história para o primeiro repórter. Ele deve lembrar-se do máximo que puder sem fazer anotações. Depois desse repórter, o número dois chega e o número um, conta a história ao número dois. O público toma notas, que partes da história são alteradas ou deixadas de fora. Continua até ao último repórter. O último repórter conta a história para o público.

**Dicas para facilitadores:**

- Se os repórteres quiserem e o tempo permitir, a história pode ser contada mais do que uma vez, para que seja mais fácil de lembrar para o próximo repórter.

**Questões para discussão:**

- O que mudou entre os repórteres?
- Porque é que mudou?
- Há algo que foi adicionado às histórias?

Tags: #fakenews #stories #change #content #information

#### 4.1.37. Bingo de notícias falsas

**Parceiro:** LOGO

**Fonte:** <https://www.stopfake.org/en/stopfake-bingo-game/>

**Objetivo:** Saber onde podemos encontrar notícias falsas e como elas se parecem.

**Duração:** 20 minutos

**Número de participantes:** sem restrições

**Idade:** 14+

**Nível de dificuldade:** médio

**Condições/formato:** Os participantes devem ter uma conta numa rede social ativa (no máximo, o Facebook, o YouTube também).

**Material:** Um dispositivo para aceder à Internet, Wi-Fi, folhas de bingo impressas.

**Preparação:** Imprima folhas de bingo com indicadores diferentes para as notícias falsas (por exemplo, palavras específicas usadas por agências de notícias falsas, sátira, animais prejudicados, iscos, nenhuma fonte fornecida, estatísticas que não são comprovadas em lugar nenhum, etc.).

**Descrição:** Os participantes podem jogar sozinhos ou em equipas. Eles precisam encontrar um site de notícias, *feed* de notícias, etc. que cumpra todos os requisitos na sua folha de bingo. Se eles encontrarem um, gritam BINGO!

**Dicas para facilitadores:**

- Pode limitá-lo a uma página inicial específica, abrir e encontrar uma história para cada frase na folha de Bingo.
- Certifique-se de fornecer Wi-Fi para os participantes e alguns dispositivos, porque talvez nem todos tenham os seus próprios dispositivos.
- Deve estar ciente de que alguns participantes podem terminar muito mais cedo do que outros. Pode dizer àqueles que terminaram mais cedo para encontrarem mais páginas.

**Questões para discussão:**

- O que descobriram?
- De onde vêm as notícias?
- Que tipo de desinformação encontraram? (sátira, conteúdo enganoso, conexão falsa, ...)

Tags: #fakenews #bingo #game #content #detecting

#### 4.1.38. Real ou falso?

**Parceiro:** LOGO

**Fonte:** <https://www.thoughtco.com/can-you-spot-the-hoaxes-4099583>

**Objetivo:** Teste rápido para descobrir se são bons a detetar fotos falsas.

**Duração:** 10-15 minutos

**Número de participantes:** não devem ser mais do que 20 pessoas.

**Idade:** 14+

**Nível de dificuldade:** fácil

**Condições/formato:** sem requisitos especiais.

**Material:** um questionário online existente ou faça você mesmo, possibilidade de exibi-lo através de projetor ou num ecrã/tela grande, Internet.

**Preparação:** Configure um computador com ecrã ou projetor.

**Descrição:** Existem vários testes online, teste a sua capacidade de decidir se algo é real ou falso. Todo o grupo deve concordar com uma resposta – a forma como decidem também faz parte do exercício.

**Dicas para facilitadores:**

- Pode inserir as imagens num questionário Kahoot (<https://kahoot.com/>) e jogá-lo como jogadores individuais ou equipas com pontos e classificações.
- Verifique previamente se as condições tecnológicas estão disponíveis.
- Em algumas instituições de ensino, as condições tecnológicas não são as melhores. Neste caso, faz sentido fornecer a ligação aos participantes e assim podem ver as imagens nos seus próprios dispositivos tecnológicos.

**Questões para discussão:**

- Porque acharam que é verdade/falso?
- Quais foram os indicadores que a tornaram verdadeira/falsa?

Tags: #fakenews #questionário #realorfake #game

#### 4.1.39. O que podemos aprender com a sátira?

**Parceiro:** LOGO

**Fonte:** LOGO

**Objetivo:** Saber em que ponto as notícias da sátira passam de credíveis para inacreditáveis.

**Duração:** 15-45 minutos

**Número de participantes:** não devem ser mais do que 20 pessoas

**Idade:** 14+

**Nível de dificuldade:** médio

**Condições/formato:** acesso à Internet.

**Material:** Artigos de páginas da web sobre sátiras (The Onion, Tagespresse, Postillon, The Hard Times).

**Preparação:** Imprima notícias ou forneça aos participantes acesso às histórias na Internet.

**Descrição:** Os participantes devem ler os artigos sobre sátira e marcar as coisas que consideram credíveis e inacreditáveis nos artigos. Como podem mudar isso, para que se torne (mais) credível?

**Dicas para facilitadores:**

- Também pode ser feito vice-versa, onde se analisa um artigo real e transforma-se em sátira, por ex. exageros, pedidos estranhos, ligações falsas, etc.

**Questões para discussão:**

- O que torna engraçado um artigo sobre sátira?
- Onde desenhariam a linha?
- O que o torna credível ou inacreditável?

Tags: #fakenews #satire #articles #content

#### 4.1.40. Conhece o teu preconceito!

**Parceiro:** LOGO

**Fonte:** <https://implicit.harvard.edu/implicit/takeatest.html>

**Objetivo:** Saber quais são os meus preconceitos sobre diferentes tópicos.

**Duração:** 15 minutos por teste

**Número de participantes:** não especificado

**Idade:** 14+ (melhor 16+)

**Nível de dificuldade:** médio

**Condições/formato:** Acesso à Internet.

**Material:** Aparelhos com acesso à Internet.

**Preparação:** Cada participante deve ter o seu próprio aparelho, os testes são bastante pessoais.

**Descrição:** Os participantes podem verificar os seus preconceitos em relação a diferentes tópicos (raça, género, religião, orientação sexual, etc.). Os testes levam cerca de 15 minutos cada. O objetivo é espalhar a consciencialização sobre os preconceitos em geral e ajudar os participantes a descobrir os seus próprios.

**Dicas para facilitadores:**

- A quantidade de testes que os participantes podem fazer depende da situação, pode criar um perfil e continuar com os resultados anteriores.

**Questões para discussão:**

- O resultado é congruente com a vossa opinião acerca do preconceito?
- O resultado foi surpreendente?

Tags: #fakenews #bias #test #psychology

#### 4.1.41. Profissões

**Parceiro:** LOGO

**Fonte:** LOGO

**Objetivo:** descobrir o viés que temos em relação às pessoas que trabalham em diferentes profissões

**Duração:** 10-30 minutos

**Número de participantes:** pode ser feito sozinho e também em grupo

**Idade:** sem restrição de idade

**Nível de dificuldade:** fácil

**Condições / Formato:** não são necessárias condições especiais

**Material:** canetas, papel

**Preparação:** nenhuma preparação é necessária

**Descrição:** Converse com os jovens sobre preconceitos. Explique que todos somos tendenciosos de alguma maneira. Em termos simples, o viés é algo que todos temos. É um tipo de preconceito contra uma pessoa ou grupo de pessoas que geralmente não se baseia em factos, mas num sentimento geral. Isso geralmente é transportado através da educação e pode envolver sexo, nacionalidade, religião, cor da pele, orientação sexual, mas também tópicos menos sérios, como a preferência de equipas desportivas específicas. Um exemplo de viés é como vemos certas profissões.

Peça aos jovens que desenhem pessoas que trabalham em diferentes profissões. Os desenhos não precisam ser bem desenhados, mas devem entrar em detalhes, como cabelos, roupas, idade, sexo, etc.

**Dicas para facilitadores:**

- De forma a não influenciar o facilitador deve tentar usar palavras neutras em termos de género para profissões: em alguns idiomas, isso pode ser mais difícil do que em outros.
- Algumas profissões interessantes podem ser: médico, secretária, cabeleireiro, desportista, modelo, político, ajudante de colheita, juiz/advogado. Se alguns não quiserem mostrar os seus desenhos, peça que descrevam as suas fotos em detalhe.
- Para participantes mais velhos, é possível incluir perguntas de esclarecimento mais profundas e complexas.

**Questões para discussão:**

- Como as pessoas se parecem?
- Existem diferenças entre os desenhos das crianças?

- Se trabalhou em grupo: houve discussões sobre algumas profissões? Se sim: sobre o quê exatamente?
- De onde tirou as suas fotos? Imaginou uma determinada pessoa ou apenas pessoas nesses empregos em geral?
- Quantas mulheres políticas / modelos masculinos / praticantes mais velhos de desporto / jovens médicos existem?

Tags: #bias #medialiteracy #awareness #fakenews

#### 4.1.42. Que imagem! (1)

**Parceiro:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Fonte:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Objetivos:**

- Aumentar a consciencialização sobre a manipulação de imagens como uma tendência global
- Aumentar a consciencialização sobre as emoções que as imagens podem causar
- Fortalecer a observação e as habilidades analíticas aplicadas às imagens.

**Duração:** 1,5/2 horas

**Número de participantes:** 20-25

**Idade:** 13+

**Nível de dificuldade:** médio a avançado

**Condições/formato:** atividade em grupos / acesso a Wi-Fi / não é necessário conhecimento prévio acerca do tópico.

**Material:** Smartphones ou tablets dos participantes (pelo menos 1 dispositivo por grupo), projetor, artigos impressos e fotos, canetas, papel.

**Preparação:** Prepare alguns artigos em que as imagens foram manipuladas, independentemente de serem reais ou criadas para a atividade, e os originais das figuras usadas nos artigos. Procure artigos muito "emocionais", onde as imagens originais estão muito longe do conteúdo do próprio artigo.

**Descrição:** os participantes são divididos em pequenos grupos, cada grupo recebe um artigo diferente.

##### Etapas 1

Os participantes olham para as imagens e tentam entender o que aconteceu e sobre o que é o artigo. Podem até tentar entender o que as notícias dizem. Discutem e concordam sobre a situação mostrada e anotam. Em seguida, cada grupo mostra os artigos (que também podem ser projetados num ecrã) para os outros grupos e explica a situação na imagem.



## Etapa 2

Novamente em pequenos grupos, cada grupo tem os seus artigos no meio. O facilitador fornece a imagem original. Os participantes de pequenos grupos observam as duas imagens, tentam entender o tipo de manipulação e a razão por detrás dela (pode estar ligada à razão por detrás de notícias falsas). Cada grande grupo mostra as duas imagens (manipuladas e reais) e explica as diferenças, os detalhes ocultos e o motivo da manipulação.

### **Dicas para facilitadores:**

- Esta atividade pode ser realizada sem qualquer conhecimento sobre o tópico das notícias falsas e informações erradas.
- Pode até ser feito como uma atividade introdutória, porque nas redes sociais todas as notícias são divulgadas com imagens ou vídeos.

### **Questões para discussão:**

A discussão pode ser realizada durante a última parte da etapa 2. Perguntas orientadoras após a apresentação de cada grupo ou no final da atividade:

- Que atenção deram às imagens e vídeos nos artigos/publicações, etc.?
- Alguma imagem causou emoções antes mesmo de ler a publicação?
- Que emoções identificaram ao olhar para a primeira imagem? Que emoções sentiram ao olhar para o original?
- Anteciparam essa diferença?

Tags: #images #manipulation #imagemanipulation #fake

## **Que imagem! (2)**

**Parceiro:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Fonte:** Jonathan Cooperativa Sociale

### **Objetivos:**

- Aumentar a consciencialização sobre a manipulação de imagens como uma tendência global
- Aumentar a consciencialização sobre as emoções que as imagens podem causar
- Fortalecer a observação e as habilidades analíticas aplicadas às imagens.

**Duração:** 1,5/2 horas

**Número de participantes:** 20-25

**Idade:** 14+

**Nível de dificuldade:** médio a avançado

**Condições/formato:** atividade em grupos / acesso a Wi-Fi / não é necessário conhecimento prévio acerca do tópico.

**Material:** Smartphones ou tablets dos participantes (pelo menos 1 dispositivo por grupo), projetor, canetas, papéis, jornais, revistas, pôsteres.

**Preparação:** Prepare alguns artigos onde as figuras foram manipuladas, independentemente de serem reais ou criadas para a atividade, e os originais das figuras usadas nos artigos. Procure artigos muito "emocionais", onde as imagens originais estão muito longe do conteúdo do próprio artigo.

**Descrição:** os participantes são divididos em pequenos grupos, cada grupo recebe um artigo diferente.

#### Etapa 1

Os participantes olham para as imagens e tentam entender o que aconteceu e sobre o que é o artigo. Discutem e concordam sobre a situação mostrada e anotam. Em seguida, cada grupo mostra os artigos (que podem ser projetados num ecrã/tela grande) para outros grupos e explica a situação na imagem. Após a primeira rodada de explicações, o facilitador mostra num ecrã/tela grande, um por um, cada artigo, as figuras originais e faz perguntas aos participantes, por exemplo: esperavam essa diferença? As duas imagens causaram as mesmas emoções?

#### Etapa 2

Novamente em pequenos grupos, cada grupo tenta manipular imagens e criar um artigo por conta própria. Eles podem escolher e manipular uma foto tirada de um jornal ou tirar uma foto com o telemóvel e manipulá-la. O original será mostrado mais tarde. Depois de criar num artigo e a imagem manipulada, cada grupo apresenta o pôster com o seu artigo e as imagens manipuladas. Eles explicam o facto, por exemplo o que uma imagem mostra, e somente após esta apresentação a imagem real será mostrada e explicada no ecrã/tela grande

#### **Dicas para facilitadores:**

- Esta atividade pode ser feita sem conhecimento prévio acerca das notícias falsas.
- Pode até ser feito como uma atividade introdutória, porque nas redes sociais todas as notícias são divulgadas usando imagens ou vídeos.

**Questões para discussão:** A ser realizado durante a última parte da fase 2 ou no final da atividade.

- Prestaram atenção às imagens e vídeos nos artigos/publicações, etc.?
- Alguma das imagens causou emoções antes mesmo de ler a publicação?
- Que emoções identificaram ao ver a primeira imagem? Que emoções sentiram ao olhar para o original?
- Anteciparam essa diferença?

### 4.1.43. Quem quer ser milionário?!

**Parceiro:** Future Balloons

**Fonte:** adaptado de um popular programa de TV para o projeto FAKE OFF

**Objetivo:** Testar conhecimentos sobre literacia dos media e notícias falsas

**Duração:** 20-25 minutos.

**Número de participantes:** 10-20

**Idade:** 13+

**Nível de dificuldade:** médio

**Condições/formato:** O facilitador deve estar ciente do projeto FAKE OFF e familiarizado com as perguntas e respostas corretas do Questionário na aplicação FAKE OFF. Para obter respostas corretas do questionário, consulte este link: <https://drive.google.com/file/d/1TIFpdi7-2R9205qag2BiC3ZTQexwJL0g/view?usp=sharing>

**Material:** mesa com quatro cadeiras, campainha, outras cadeiras colocadas em 4 linhas paralelas uma após a outra, projetor e PC com aplicação instalada.

**Descrição:** Coloque uma mesa no meio para os 4 jogadores com uma campainha no meio. Divida a classe em quatro equipas e atribua a elas uma linha cada. Cada grupo é reproduzido ao mesmo tempo e os grupos são alternados a cada pergunta. A tabela central é sempre ocupada por um membro de cada grupo. Outros membros estão numa ordem de "carruagem" em 4 linhas. Após cada rodada, a pessoa sentada na primeira fila move-se para a mesa central e o jogador anterior move-se para o banco de trás.

Os membros da mesa competem para serem os primeiros a responder e responder à pergunta. Se responderem corretamente, ganham um ponto. Caso contrário, a segunda pessoa mais rápida a se manifestar tem a chance de responder e assim por diante. No final do questionário, o grupo com mais pontos vence.

**Dicas para facilitadores:**

- O facilitador pode permitir que os jogadores discutam a questão com (no) seu grupo.

**Questões para discussão:**

- Isso foi muito difícil?
- Quanto sabia / não sabia?

Tags: #Fakenews, #realityshow, #teamgame, #medialiteracy

## PASSO 2. Criar novos hábitos

### 4.1.44. Um dia completamente diferente: minha documentação

**Parceiro:** ÖIAT

**Fonte:** ÖIAT

**Objetivo:** refletir como seria a vida sem um smartphone: como a vida está a ser organizada, onde obter informações, como comunicar com os amigos.

**Duração:** um dia

**Número de participantes:** 2-20

**Idade:** a partir da idade em que os participantes usam um smartphone há pelo menos meio ano.

**Dificuldade:** média

**Condições/formato:** atividade individual ou em grupo.

Os participantes comprometem-se a doar os seus smartphones ("Imagine, o seu telefone deve ser reparado e ele desaparecerá por 24 horas. Como faria todas as suas coisas? Qual é a diferença? Onde obtém todas as suas informações relevantes?")

**Material:** Ferramentas para criar a documentação "Um dia sem o meu smartphone": ferramentas digitais, como vídeo, diário de papel, etc.

**Preparação:** Os participantes passam o dia sem smartphone e anotam as suas experiências.

**Descrição:** os participantes documentam as suas experiências. (Exagerado? Diminuído? Tudo de bom e sem problemas? Realmente terrível?)

Etapa 1: Os participantes decidem como deve ser a "documentação". Verdadeiro ou falso?

Etapa 2: decida como documentar o processo: um vídeo, um vlog ou qualquer outro resultado criativo para mostrar como esse dia está a ser colocado em prática.

Etapa 3: Se possível, mostre a outras pessoas e deixe-as adivinhar: isso era verdade ou era falso?

**Dicas para facilitadores:**

- É mais fácil se os participantes fizerem voluntariamente parte deste exercício para obter resultados.

**Questões para discussão:**

- O que foi surpreendente?
- O que foi fácil?
- O que aprendemos?
- Isso pode ser feito numa rotina diária?

Tags: #Fakenews, #smartphone, #creative, #reflection

#### 4.1.45. Um dia completamente diferente - 2: o desafio

**Parceiro:** ÖIAT

**Fonte:** ÖIAT

**Objetivo:** refletir sobre rotinas que mudam se você não tiver o seu ambiente tecnológico normal

**Duração:** 1 semana

**Número de participantes:** 5-20

**Idade:** 12+

**Dificuldade:** avançada

**Condições/formato:** Desafio individual ou em grupo.

**Material:** Vencedor de prêmios.

**Preparação:** Prepare o desafio adequado para os seus participantes e a sua situação.

**Descrição:**

Os jovens passam um dia (ou algumas horas) sem o smartphone. Após esse período, eles refletem como isso foi possível. Depois disso, eles refletem como a vida está a ser organizada, onde obter informações, como comunicar com os amigos.

Variação 1: Desafio em grupo

Todos os participantes são divididos em grupos. Cada grupo deve realizar as suas tarefas, por exemplo como revezamento: organize uma reunião entre amigos sem ferramentas digitais. Faça uma pesquisa num tópico típico de notícias falsas sem ferramentas digitais. Mostre uma foto do seu vizinho da escola, da sua última refeição em família, sem ferramentas digitais.

Cada participante precisa de executar uma tarefa e "prová-la" ao mestre do jogo (por exemplo, nomeando uma "testemunha"). Quando a tarefa é concluída, a próxima pessoa pode começar.

O vencedor é o grupo que termina primeiro e todas as tarefas são comprovadas.

Variação 2: Desafio individual - quem pode fazer isso por mais tempo?

Quem pode "sobreviver" por mais tempo sem telefone? Concorde com o desafio e com as regras de antemão. Desenvolva-os juntos (quem é o mestre do jogo? Como é provado?...). O que o vencedor está recebendo?

**Dicas para facilitadores:**

- Coloque isso num desafio, num jogo. Certifique-se de que alguns benefícios possam ser vistos: um prémio, algum reconhecimento dentro da organização.
- Faça um evento. Uma semana depois, reflita como mudou a vida após o evento. Algo mudou?

**Questões para discussão:**

- O que é necessário para alterar minhas rotinas diárias?
- Como isso afeta minhas fontes de informação?
- Qual seria uma boa ideia também usá-los quando eu tiver meu telefone novamente?

Tags: #challenge, #changeroutines, #informationsources

#### 4.1.46. Congelar

**Parceiro:** ÖIAT

**Fonte:** ÖIAT

**Objetivo:** obter boas ideias para combater notícias falsas num jogo em movimento

**Duração:** 10 minutos

**Número de participantes:** 5-100

**Idade:** todas as idades

**Dificuldade:** fácil

**Condições/formato:** Jogo ao ar livre no parque / relva / área desportiva

**Material:** espaço suficiente

**Preparação:** -

**Descrição:** Todos os participantes estão de um lado da área de jogo. O mestre do jogo está do outro lado e se afasta e diz: “Lutamos contra notícias falsas” e depois se vira. Enquanto ele está dizendo, todos os participantes tentam se aproximar. Se ele / ela se virar, ninguém se mexe, todos congelam. Se ele / ela vê alguém que se muda, essa pessoa tem que dizer uma boa ideia, o que pode ser feito contra notícias falsas na vida quotidiana das crianças. Se ele / ela disser algo novo, a pessoa pode permanecer no jogo, caso contrário, terá que desistir.

**Dicas para facilitadores:**

- Este é um bom exercício para trabalhar com notícias falsas. Como integrar a sua deteção na vida diária. Este exercício não deve ficar sozinho.

**Questões para discussão:**

- Quais são as ideias que você gosta?
- O que você gostaria de implementar em sua vida quotidiana?

Tags: # exterior, # jogo, #fakenews # ideias

#### 4.1.47. Andebol "Notícias falsas"

**Parceiro:** ÖIAT

**Fonte:** ÖIAT

**Objetivo:** obter boas ideias para combater notícias falsas num jogo em movimento

**Duração:** 10 min

**Número de participantes:** 10-50

**Idade:** 10+

**Dificuldade:** fácil

**Condições/formato:** Jogo ao ar livre no parque / relva / área desportiva

**Material:** uma bola

**Preparação:** -

**Descrição:** Uma bola simboliza notícias falsas. O mestre do jogo passa a bola para um participante, essa pessoa precisa dizer algo que pode ser feito contra notícias falsas. Sempre tem que ser algo novo. Se uma pessoa não puder adicionar algo novo, ela desistirá.

**Dicas para facilitadores:**

- O facilitador deve usar este exercício em combinação com outros exercícios, e não como um indivíduo.

**Questões para discussão:**

- Como isso funciona na "vida real"?
- Como podemos saber quando a "bola falsa de notícias" entra nas nossas vidas?

Tags: # exterior, #fakenews, # jogo

#### 4.1.48. Juntar ideias contra notícias falsas

**Parceiro:** ÖIAT

**Fonte:** ÖIAT

**Objetivo:** Colecionar e memorizar ideias contra notícias falsas

**Duração:** 5min-30min

**Número de participantes:** 5-20

**Idade:** 12+

**Dificuldade:** fácil

**Condições/formato:** atividade de grupo

**Material:** -

**Preparação:** -

**Descrição:** Todos os participantes se sentam em círculo. Um após o outro acrescenta uma ideia aos grupos que lutam contra as notícias falsas: “Nossa boa ideia contra as notícias falsas...” Todos começam com essa frase e repete o que as pessoas antes disseram:

Pessoa A: “Nossa boa ideia contra as notícias falsas: pare de ler os tabloides”

Pessoa B: “Nossa boa ideia contra as notícias falsas: pare de ler os tabloides, sempre verifique as fontes duas vezes, antes de transmitir as notícias.”

Pessoa C: “Nossa boa ideia contra as notícias falsas: pare de ler jornais de tabloides, sempre verifique as fontes duas vezes, antes de passar as notícias, verifique imagens e texto.”

**Dicas para facilitadores:**

- O facilitador pode perguntar, algumas semanas depois, o que os participantes lembram e se / como eles agiram de acordo.
- A organização dos participantes também pode ser alterada: em pé em círculo ou formando um arco.
- Na preparação, o facilitador pode mostrar ao grupo uma foto, um tweet ou uma mensagem para ilustrar as ações necessárias para coleccionar ideias.

**Questões para discussão:**

- Como nos lembramos disso?
- Como agimos de acordo nos próximos meses?

Tags: #groupactivity, #fakenews, #memory, #game

#### 4.1.49. Identificar maus hábitos

**Parceiro:** YEPP EUROPE

**Fonte:** Jogos de grupos juvenis. Satya Murthy, 11 de abril de 2018:

<https://youthgroupgames.com.au/games/857/bad-habits/>

**Objetivo:**

- Identificar os seus próprios maus hábitos e adivinhar os maus hábitos dos colegas.
- Aprender a ser honesto, relevante, hilário e tolerante com as reações dos outros.

**Duração:** 15-20 minutos

**Número de participantes:** 10-20

**Idade:** 12+

**Nível de dificuldade:** Fácil

**Condições/formato:** Nenhum



**Material:** papel tamanho A4 - 5 (para 20 participantes)

**Preparação:** corte pequenos pedaços de papel

**Descrição:** Distribua um pequeno pedaço de papel branco (papel tamanho A4 cortado em 4 pedaços e entregue cada pedaço a cada participante). Cada participante deve escrever UM mau hábito em relação ao consumo de media (por exemplo, assistir à série da Netflix a noite toda, fazer compras online emocionais, perder tempo no Instagram) numa frase simples, sem que os outros saibam. Recolha todos os pedaços de papel. Distribua-os novamente aleatoriamente. Cada pessoa, por sua vez, lê o mau hábito no papel e, em seguida, outras pessoas podem tentar adivinhar de quem é esse mau hábito. A pessoa que tem o mau hábito deve reconhecer quando o grupo acerta.

**Dicas para facilitadores:**

- Crie uma atmosfera divertida e confiável. Não se trata de expor as pessoas, mas de refletir sobre maus hábitos (que todo mundo tem) e se divertir.
- Se o seu grupo não quiser revelar quem é o hábito, aqui está uma variação: junte todos os maus hábitos, coloque-os na parede, peça às pessoas para passear e colocar um ponto próximo ao hábito que também têm (por exemplo, se eu também ficar acordado por muito tempo assistindo ao Netflix). Este exercício ilustra o facto de que todos temos maus hábitos, e alguns deles são os mesmos.

**Questões para discussão:**

- Quais são alguns hábitos comuns?
- Quer mudar alguns dos seus maus hábitos?
- Sabe como alterá-los? Acha isso difícil?
- E os maus hábitos quando se trata do uso de redes sociais?

Tags: #Badhabits, #changinghabits

#### 4.1.50. Quebrar hábitos

**Parceiro:** YEPP EUROPE

**Fonte:** YEPP EUROPE

**Objetivo:** Para aprender como os hábitos são criados, identifique o que desencadeia hábitos, identifique sua motivação para a mudança e descubra como minimizar as barreiras que atrapalham a mudança.

**Duração:** 20-30 minutos

**Número de participantes:** 10-20

**Idade:** 12+

**Nível de dificuldade:** médio

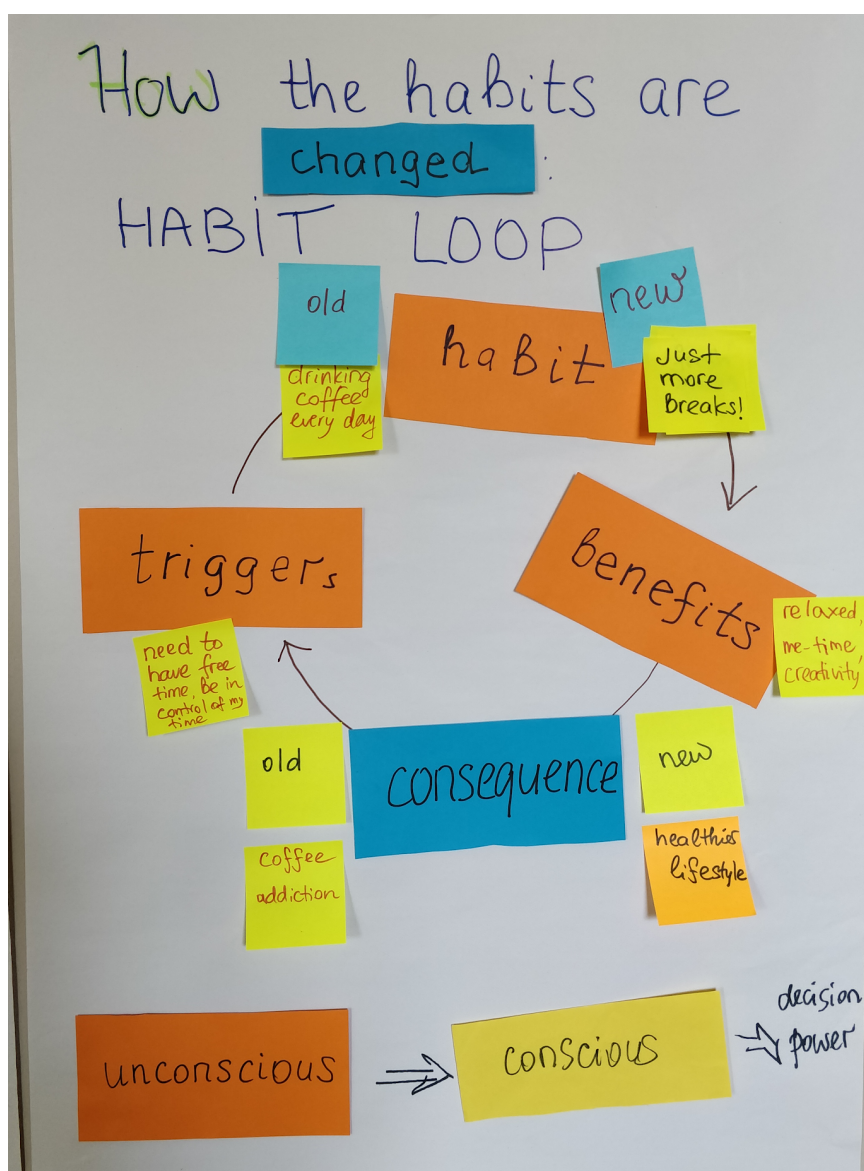
**Condições/formato:** Você precisa de uma sala com cadeiras

**Material:** papel A4 dobrado como livreto para cada participante

**Preparação:** Cartões com palavras-chave, póster de ciclo de mudança de hábito (ver imagem abaixo)

**Descrição:**

1. Pergunte aos participantes o que eles sabem sobre hábitos. O que é um hábito? Anote algumas palavras-chave próximas à definição, como comportamento inconsciente, repetido e aprendido. Peça exemplos de hábitos saudáveis e não saudáveis e também se eles acreditam que os hábitos podem ser alterados.
2. Introduza um póster de ciclo de hábitos - como mudar hábitos:



3. Explique que cada hábito, saudável ou não, traz certos benefícios que nos levam a comportamentos repetidos que reproduzem num hábito, o chamado "ciclo do hábito".

Para mudar um hábito, precisamos manter o gatilho fornecendo o mesmo benefício e apenas substituir a rotina (hábito). Um exemplo: se beber café (hábito) é causado pela necessidade de ter tempo livre (gatilho) e se sentir mais relaxado (benefício), o mesmo benefício de se sentir relaxado pode ser alcançado com apenas mais pausas e / ou com suplementos saudáveis , como sumos.

4. Divida o grupo em grupos de 3 a 4 pessoas, dê-lhes o papel A4, peça-lhes que dobre e escreva o nome numa capa.

5. Peça-lhes que pensem num hábito que desejam mudar. O que é um gatilho? Benefício? Consequência? Agora, escolha um substituto saudável. Qual é a sua motivação para mudar? Quais são os benefícios? Que nova consequência (mais saudável)? O que você pode fazer para facilitar?

6. Introduzir barreiras à mudança - coisas que o impedem de seguir seu plano e que pequenos truques eles poderiam fazer para facilitar a mudança de hábito. (Exemplo: se você deseja começar a se exercitar de manhã, coloque suas roupas de ginástica na noite anterior; se você quiser parar de gastar dinheiro online, cancele todos os cartões de crédito salvos e coloque-os em algum lugar difícil de obter. é a estratégia deles para minimizar as barreiras à mudança.

7. Quando terminar, peça que eles compartilhem em pequenos grupos. Diga aos participantes que partilhar objetivos com outras pessoas também demonstrou aumentar nosso sucesso. Pergunte se alguém gostaria de partilhar seus planos com o grupo.

#### **Dicas para facilitadores:**

- É importante criar uma atmosfera de confiança. Não se trata de julgar as pessoas, mas de aprender a mudar maus hábitos (o que todos nós temos).
- O facilitador precisa incentivar as equipas a acompanharem-se para ver como estão indo com seus planos e oferecer apoio.
- O facilitador precisa instruir os participantes que eles devem colocar o papel com sua motivação e planejar em algum lugar que o verão todos os dias enquanto trabalham para mudar seu hábito.
- O facilitador pode fazer um acompanhamento após um mês e discutir como todos foram. Os participantes foram bem-sucedidos? Se não, quais eram as barreiras?

#### **Questões para discussão:**

- Quais são alguns dos passos que os participantes apresentaram para remover barreiras à mudança de hábito?
- Quais são os exemplos de comportamentos de substituição que podemos usar?
- Os comportamentos de substituição que sugeriu oferecem algum tipo de “recompensa”?

Tags: #Badhabits, #changinghabits

#### 4.1.51. Mudança de comportamento online

**Parceiro:** YEPP EUROPE

**Fonte:** YEPP EUROPE

**Objetivo:** Aprender a identificar hábitos não saudáveis no comportamento online e decidir o que podemos fazer de maneira diferente para alcançar nossos objetivos pessoais.

**Duração:** 20 minutos

**Número de participantes:** 10-20

**Idade:** 12+

**Nível de dificuldade:** médio

**Condições/formato:** --

**Material:** caneta e papel

**Preparação:** Nenhuma preparação necessária

**Descrição:**

1. Pergunte aos jovens que ideias eles têm para um comportamento online mais consciente. Consulte o que eles já sabem dos exercícios ou entradas anteriores, por exemplo verifique domínios de jornais, leia a política de privacidade, verifique o *impressum* (informações acerca da notícia - autor, etc.), relate notícias falsas nos media sociais, reduza a verificação do telefone de 10 minutos para 30 minutos, comece a adquirir novos hábitos, etc.
2. Peça-lhes que escolham um novo hábito - um comportamento de substituição consciente.
3. Peça-lhes que pensem sobre qual é a recompensa deles.
4. E, finalmente, o que eles podem fazer para facilitar a adaptação de um novo hábito na vida quotidiana, por exemplo desligue o telefone da noite para o dia se desejar mais tempo de manhã, cancele online todos os cartões de crédito salvos e coloque-os em algum lugar difícil de obter.
5. Os participantes anotam as respostas nos seus cadernos.

**Dicas para facilitadores:**

- Para alguns grupos de pessoas, pode ser necessário discutir com antecedência tópicos como configurações de privacidade, como relatar, o que e onde está a impressão etc.
- Um bom exercício de acompanhamento após este exercício é o "ciclo de hábitos".
- Uma boa ideia é apresentar um "amigo do desafio" - alguém com quem eles possam partilhar seu novo compromisso. Não precisa ser um amigo, mas um colega com quem eles podem entrar em contato regularmente e motivar um ao outro a instalar novos hábitos.

**Questões para discussão:**

- O que aprendeu com este exercício?
- Quais os novos hábitos e competências acha que pode adquirir e manter?

Tags: #habits, #changinghabits

#### 4.1.52. Os hábitos do teu ídolo

**Parceiro:** YEPP EUROPE

**Fonte:** YEPP EUROPE

**Objetivo:** Aprender a identificar bons e maus hábitos e mudá-los para alcançar os seus objetivos pessoais

**Duração:** 20 minutos

**Número de participantes:** 10-20

**Idade:** 12+

**Nível de dificuldade:** médio

**Condições/formato:** uma sala com cadeiras

**Material:** caneta e papel

**Preparação:** --

**Descrição:** Podemos trabalhar com um grupo grande guiando-os nas perguntas ou separá-los em grupos mais pequenos para poderem discutir as perguntas e respostas no grupo mais pequeno. Peça aos participantes para anotar as suas respostas num papel.

- Pense nos seus ídolos
- Quais as coisas que admira nessa pessoa que também gostaria de ter/ser?
- Quais são os três ou quatro hábitos desta pessoa que acha (ou conhece) que estão diretamente ligados e que admira?
- Quais destes hábitos poderia facilmente copiar para ser mais como esta pessoa?
- Imagine-se com estes hábitos - quão próximo estaria de ser como o seu ídolo?
- Visualize-se como tendo esses hábitos e aptidões do seu ídolo.

**Dicas para facilitadores:**

- Quando o facilitador trabalha com grupos mais pequenos, pode pedir aos participantes que partilhem as suas experiências no grupo maior.
- O facilitador pode alargar este tópico e adquirir habilidades e confiança através da técnica de "Fake it Till You Make it".
- O grupo também pode assistir à inspiradora TED talk <https://www.youtube.com/watch?v=RVmMeMcGc0Y>.

**Questões para discussão:**

- O que aprenderam com este exercício?
- Que novos hábitos e habilidades acham que podem adquirir e manter?

Tags: #habits, #changinghabits

#### 4.1.53. Substituir maus hábitos

**Parceiro:** YEPP EUROPE

**Fonte:** YEPP EUROPE

**Objetivo:** Aprender sobre os próprios maus hábitos, o que os desencadeia e que novos hábitos podem substituir os maus.

**Duração:** 20-30 minutos

**Número de participantes:** 10-20

**Idade:** 12+

**Nível de dificuldade:** Médio

**Condições/formato:** Uma sala com cadeiras

**Material:** Caneta e papel

**Preparação:** Nenhuma preparação necessária

**Descrição:**

Pode conversar com os participantes sobre as seguintes perguntas e pedir que eles escrevam as respostas num pedaço de papel. Eles devem criar várias colunas numa folha de papel com os seguintes títulos:

Mau hábito	Motivação para um mau hábito	Consequências	Novo hábito	Motivação para um novo hábito	Consequências / Recompensa /mudança
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					

Como um segundo passo, discuta o que as pessoas colocaram nos seus papéis no grupo maior.

Os passos:

- Peça às pessoas que anotem 5 maus hábitos que possuem
- Pergunte a eles o que os desencadeia ou motiva a ter esse hábito.
- Pergunte-lhes a (má) consequência que cada mau hábito tem
- Pergunte se eles conseguem pensar num novo hábito que possa substituir o mau hábito.
- Pergunte a eles que motivação eles teriam e que nova consequência, recompensa ou mudança que eles acham que aconteceria.

**Dicas para facilitadores:**

- O facilitador precisa dar aos participantes tempo suficiente para pensar nas diferentes perguntas e anotá-las. O facilitador pode pedir aos participantes que compartilhem alguns exemplos dentro do grupo.
- O facilitador deve garantir que haja tempo suficiente para reflexão pelos participantes.
- O facilitador também pode fazer o exercício em duas etapas:
  - o Etapa 1: três maus hábitos no dia a dia + preenchimento do gráfico (como no exemplo acima)
  - o Etapa 2: três comportamentos maus exclusivamente no comportamento online + preenchimento do gráfico

**Questões para discussão:**

- Peça às pessoas que pensem no seu comportamento online e se conseguem pensar nas mesmas perguntas.

Tags: #Badhabits, #changing hábitos, #onlinebehaviour

#### 4.3.54. Comportamento ético online

**Parceiro:** YEPP EUROPE

**Fonte:** YEPP EUROPE

**Objetivo:** Autoavaliar sua própria ética no que diz respeito ao comportamento online

**Duração:** 20-30 minutos

**Número de participantes:** 10-20

**Idade:** 12+

**Nível de dificuldade:** Médio

**Condições/formato:** uma sala com cadeiras

**Material:** *Flipchart* e pontos coloridos ou canetas

**Preparação:** Ou pode escrever as perguntas / gráfico num *flipchart*

**Descrição:**

Apresente o quadro e leia as seguintes perguntas para as pessoas. Depois de ler cada pergunta, peça às pessoas para colocar um ponto no gráfico (ou, em alternativa, fazer uma cruz ou um ponto com uma caneta).

<b>Quando está / publica online...</b>	<b>SIM / MUITAS VEZES</b>	<b>ALGUMAS VEZES</b>	<b>RARAMENTE</b>	<b>NÃO, NUNCA</b>
Exagera no seu sucesso?				
Mente intencionalmente?				
Deixa de fora as informações necessárias?				
É 100% honesto?				
Usa linguagem violenta ou ofensiva?				
Respeita a opinião de outras pessoas?				
Respeita os direitos individuais?				
É justo com outras pessoas?				
Está a respeitar a dignidade das pessoas?				
Implica com as fraquezas das pessoas?				
Respeita a diversidade?				
Reage quando as pessoas fazem comentários ofensivos?				
Partilha conteúdo racista?				
Partilha conteúdo discriminatório?				
Encontre mais perguntas adequadas ao seu grupo ...				



Assim que as pessoas coloquem os seus pontos, discuta algumas perguntas com o grupo.

Como entende a linguagem ofensiva? Sendo justo? Discriminatório? Mentindo? etc.

**Dicas para facilitadores:**

- Não se trata das respostas certas e as pessoas podem tentar dar uma imagem melhor de si mesmas do que como é o comportamento online. Mas é mais sobre a discussão que é desencadeada por essas perguntas, a compreensão individual desses tópicos por diferentes pessoas na sala. Ao mesmo tempo, há algo que chamamos de comportamento ético que envolve todos esses aspetos no gráfico e que precisamos estar cientes disso e ser autocríticos. O nosso comportamento é sempre 100% ético ou podemos fazer melhor?

**Questões para discussão:** Veja acima

Tags: #Ethics, #ethicalonlinebehaviour

#### 4.1.55. Pensamento crítico

**Parceiro:** YEPP EUROPE

**Fonte:** Enfrentando a história e a nós mesmos - Biblioteca de recursos - Estratégias de ensino - Barómetro: adotando uma posição sobre questões controversas <https://www.facinghistory.org/resource-library/teaching-strategies/barometer-taking-stand-controversial-issues>

**Objetivo:** Promover o pensamento crítico e aprender a lidar com pessoas que têm opiniões diferentes sobre os assuntos. Também para aprender a defender uma ideia com argumentos.

**Duração:** 20-30 min

**Número de participantes:** 10-20

**Idade:** 12+

**Nível de dificuldade:** Médio

**Condições/formato:** Tenha uma sala grande o suficiente para os participantes se movimentarem

**Material:** Não é necessário material

**Preparação:** O facilitador deve garantir que ele / ela tenha espaço suficiente na sala para que as pessoas possam ficar numa linha ou em forma de U. Os sinais "Concordo totalmente" e "Discordo totalmente" devem ser colocados nos extremos opostos de uma sala.

**Descrição:** Deveria ser acordado com os participantes que é preciso haver respeito por diferentes pontos de vista e opiniões, e pedir que sejam honestos, mas não ofensivos, e construtivos quando discordarem. O facilitador lê uma declaração como "Os imigrantes devem aceitar as nossas regras e cultura se quiserem morar no nosso país, não importa como" ou "A melhor maneira de lidar com o crime na nossa cidade é reintroduzir a pena de morte". Temas e declarações devem ser escolhidos de acordo com o grupo ou os seus interesses.

1) O facilitador deve dar aos participantes alguns minutos para refletir sobre a afirmação e pedir que permaneçam na linha que representa a sua opinião, dizendo-lhes que, se estiverem no extremo, são absolutos no seu acordo ou discordância. Eles podem estar em qualquer lugar entre os dois extremos, dependendo de quanto eles concordam ou não com a afirmação.

2) O facilitador então pergunta a algumas pessoas por que elas estão em pé onde estão e para defender a sua posição e obter opiniões opostas. Depois de ouvir três ou quatro pontos de vista, pergunte se alguém deseja mudar. O facilitador deve incentivar os participantes a manter a mente aberta; eles podem mover-se se alguém apresentar um argumento que altere onde eles querem ficar na linha. A atividade deve continuar até que o facilitador pense que a maioria ou todas as vozes foram ouvidas, certificando-se de que ninguém domine.

**Dicas para facilitadores:**

- A estratégia de ensino do Barómetro é especialmente útil quando o facilitador deseja discutir uma questão sobre a qual os participantes têm uma ampla gama de opiniões, porque uma atividade deste género gera muitos argumentos sobre a mesa.

**Questões para discussão:**

- Existem várias maneiras de o facilitador fazer uma análise deste exercício. Os alunos podem refletir em grupos sobre como a atividade mudou ou reforçou a sua opinião original. Ou o facilitador pode traçar os principais argumentos “a favor” e “contra” no quadro como uma atividade de toda a turma.

Tags: #Barometer, #critical thinking

#### 4.1.56. Apenas ouça

**Parceiro:** YEPP EUROPE

**Fonte:** MindTools Habilidades essenciais para uma excelente carreira - Exercícios para criação de equipas - Comunicação - Exercício 4: <https://www.mindtools.com/pages/article/team-building-communication.htm>

**Objetivo:** Esta atividade fortalece as habilidades de escuta dos participantes. Ouvir é uma parte incrivelmente importante da boa comunicação e é uma habilidade que as pessoas geralmente ignoram nas atividades da equipa. Essa atividade também mostra a eles como ouvir com a mente aberta e eles aprendem com que facilidade podemos cometer pequenos erros ao recapitular o que ouvimos. Como nas redes sociais, às vezes as informações erradas são repetidas e partilhadas online, porque as pessoas perderam informações, foram exageradas ou mal compreendidas. Às vezes, também é aconselhável não reagir (gostar, partilhar, comentar, ...) online e esperar ou pensar duas vezes antes de reagir e respeitar a opinião de outras pessoas.

**Duração:** 20-30 min

**Número de participantes:** 10-20

**Idade:** 12+

**Nível de dificuldade:** médio

**Condições/formato:** Um número par de membros da equipa, idealmente. Uma sala privada.

**Material:** Oito fichas para cada equipa de dois. Cada cartão deve listar um tópico. Os tópicos devem ser interessantes, mas não muito controversos. Não se quer que os ouvintes não gostem dos oradores apenas porque discordam do seu ponto de vista.

**Preparação:** O facilitador deve preparar os cartões de índice previamente

**Descrição:** Esta é uma atividade que incentiva os participantes a comunicar como se sentem sobre um assunto. As pessoas juntam-se e um membro fala sobre as suas opiniões. O seu parceiro ouve sem falar e, em seguida, sem refutar, recapitula o que foi dito.

1. Os participantes precisam de se sentar em pares.
2. Cada par receberá oito fichas de índice.
3. Um parceiro escolhe um cartão às cegas e depois fala por três minutos sobre como se sente sobre o assunto. Enquanto ele / ela fala, a outra pessoa não pode falar – o seu objetivo é ouvir.
4. Após três minutos, o ouvinte tem um minuto para recapitular o que o parceiro disse. O ouvinte não pode debater, concordar ou discordar - apenas resumir.
5. Em seguida, as funções mudam e o processo inicia novamente.

**Dicas para facilitadores:**

- O facilitador deve conversar com os participantes sobre como eles se sentiram ao fazer este exercício.

**Questões para discussão:**

- Como os oradores se sentiram sobre a capacidade dos seus parceiros de ouvir com a mente aberta?
- Comunicar sobre como se sentiram acerca do que estava a ser dito?
- Como os ouvintes se sentiram por não poder falar sobre as suas próprias opiniões sobre o assunto? Quão bem eles foram capazes de manter a mente aberta? Quão bem eles ouviram?
- Em que medida os parceiros ouvintes resumiram as opiniões dos oradores? Eles melhoraram com o avanço do exercício?
- Como podem usar as lições deste exercício no seu comportamento online?

Tag: #Listening, #openmind, #respectopinions

## 4.1.57 O comportamento online Stop Dance

**Parceiro:** YEPP EUROPE

**Fonte:** YEPP EUROPE

**Objetivo:** Expressar através da linguagem corporal como reagir a (potencialmente) notícias falsas online

**Duração:** 20 minutos

**Número de participantes:** 10-20

**Idade:** 12+

**Nível de dificuldade:** médio

**Condições/formato:** É necessária uma sala com espaço suficiente para os participantes se movimentarem

**Material:** Projetor, leitor de música (pode ser um telemóvel)

**Preparação:** Não é necessário

**Descrição:** Explicando as regras para o grupo:

- A música será tocada e os participantes deverão dançar ao som da música
- Enquanto isso, uma notícia (falsa ou real) será exibida no ecrã. Podem ser os exemplos de Fake Off ou nas notícias que o facilitador escolher.
- Então a música pára e os participantes têm de mostrar através da linguagem corporal como eles reagiriam a essa notícia.
- Depois de todos fazerem um sinal com o corpo ou a mão, algumas pessoas serão solicitadas a explicar a sua escolha.
- Então a música começa novamente e as pessoas são convidadas a continuar a dançar, até que as próximas notícias sejam exibidas e até que a música seja interrompida novamente.

Os movimentos ou posturas corporais que representam as reações online:

Eu gosto	
Eu adoro	
Eu odeio	

Eu partilho	
Eu pesquiso/ verifico a fonte	
Eu espero / eu não reajo	
Eu comento, digo que é falso	
Pode adicionar mais reações se quiser...	

#### Dicas para facilitadores:

- Converse com os participantes sobre como eles se sentiram em relação a este exercício.

#### Questões para discussão:

- Como se sentiu durante a atividade?
- O que aprenderam sobre as respostas do vosso corpo às emoções provocadas pelas notícias?

Tags: #Dance, #bodylanguage, #onlinebehaviour

### 4.1.58. O meu utilizador de redes sociais do passado ... e futuro!

**Parceiro:** GoEurope

**Fonte:** GoEurope

**Objetivo:** refletir sobre os nossos próprios hábitos (passados e atuais) ao usar as redes sociais através da aprendizagem ponto a ponto (um jovem para outro jovem) ou mesmo da aprendizagem entre gerações (adulto para jovem).

**Duração:** 30 minutos

**Número de participantes:** 4-14

**Idade:** 13+

**Nível de dificuldade:** avançado

**Condições/formato:** Exercício de pares

**Material:** é necessário ter um pedaço de papel com o seguinte modelo, para que todos possam seguir as mesmas instruções.

<b>Para o mais jovem do par</b> <b>(O UTILIZADOR DAS REDES SOCIAIS DO PASSADO)</b>	
Redes sociais (Facebook, Instagram, etc.)	
Qual é a minha foto de perfil? O que contém? O que eu quero mostrar / expressar?	
Quantos seguidores / amigos eu tenho? Quantos eu quero alcançar? Porquê?	
Quais são as coisas que eu mais gosto de ver nas redes sociais?  - Tópicos  - Tipo (vídeos, publicações, fotos ...)  - Por que eu gosto mais deles?	
Qual é o conselho mais importante que eu diria ao meu utilizador de redes sociais no futuro (meu parceiro)?  (uma frase é suficiente)	

<p align="center"><b>Para o mais velho do par</b></p> <p align="center"><b>(O UTILIZADOR DAS REDES SOCIAIS DO FUTURO)</b></p>	
<p>Redes sociais (Facebook, Instagram, etc.)</p>	
<p>Qual era a foto do meu perfil quando eu tinha _____ (idade do parceiro)? O que continha? O que eu queria mostrar/expressar?</p> <p>E agora, o que contém? O que eu quero mostrar / expressar?</p>	
<p>Quantos seguidores / amigos eu tinha quando tinha _____ (idade do parceiro)?</p> <p>E agora, quantos eu tenho? Eu quero aumentar ou reduzir o número? Porquê?</p>	
<p>Quais são as coisas que eu mais gostei de ver nas redes sociais quando eu tinha _____ (idade do parceiro)?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tópicos</li> <li>- Tipo (vídeos, publicações, fotos ...)</li> <li>- Por que eu gostei mais deles?</li> </ul> <p>E agora, quais são as coisas que mais gostei de ver nas redes sociais (tópicos, tipos de coisas etc.)? Porquê?</p>	
<p>Qual é o conselho mais importante que eu diria ao meu utilizador de redes sociais do passado (meu parceiro)?</p> <p>(uma frase é suficiente)</p>	

**Preparação:** O grupo de participantes precisa ser intergeracional. Significa participantes de diferentes idades. É importante que exista o mesmo número de "utilizadores de redes sociais do passado" e "utilizadores de redes sociais do futuro", para que eles possam criar pares. Eles também precisam ter perfis de redes sociais. O grupo é dividido em pares, para que cada pessoa precise encontrar um "amigo" mais velho / mais novo para a atividade. Isso significa, por exemplo, que uma pessoa com 14 anos precisa encontrar um parceiro com 19 anos e vice-versa.

**Descrição:** Os participantes terão 10 minutos para preencher o modelo atribuído individualmente. Eles podem até verificar as coisas nos seus perfis de redes sociais para preencher o modelo (se necessário). Após 10 minutos, eles fornecerão o modelo preenchido ao parceiro (o utilizador de redes sociais do passado ao futuro e vice-versa) e terão 5 minutos para lê-lo com atenção. Então, eles terão mais 5 minutos para discutir em pares sobre “o que eu penso sobre as respostas que recebi do meu parceiro?”.

Finalmente, após a discussão em pares, o grande grupo reúne-se num círculo e debate em plenário sobre o que eles conversaram enquanto debatiam em pares (é possível usar as “Questões para discussão” para orientar o debate).

**Dicas para facilitadores:**

- A atividade pode ser aplicada em intercâmbios de jovens ou atividades com jovens, onde a idade dos participantes não é homogênea, portanto, pode ser uma maneira de promover o intercâmbio de experiências entre eles, bem como a aprendizagem entre pares (um jovem para outro jovem). Por outro lado, essa proposta pode até ser usada para uma atividade entre pais e jovens.

**Questões para discussão:**

- Escolhemos as mesmas redes sociais? Isso importa?
- Qual foi a coisa mais surpreendente que ouviu de outro utilizador de redes sociais do passado / futuro?
- O que acham de alguns comportamentos expressos online?
- Os comportamentos expressos online estão relacionados com o facto de serem expostos a notícias falsas em maior ou menor grau?

Tags: #socialmedia #userbehaviour

#### 4.1.59. Você está aqui?

**Parceiro:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Fonte:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Objetivos:**

- Refletir sobre a importância do tempo e sobre como as pessoas ouvem e obtêm informações;
- Refletir sobre a dinâmica de ouvir e ler nas redes sociais e na internet;
- Refletir sobre os seus hábitos de ouvir e ler, offline e online;



- Aumentar a consciencialização sobre os efeitos do nosso comportamento online e offline e sobre como podemos gerar opiniões sobre os outros com o nosso comportamento.

**Duração:** 1 hora

**Número de participantes:** cerca de 25

**Idade:** 14+

**Nível de dificuldade:** médio

**Condições/formato:** atividade em grupo. As tarefas e o papel de ambos os "grupos" precisam ser secretos.

**Material:** papel e caneta, papéis e tarefas do grupo A e do grupo B anotados, além de 1 telemóvel ou dispositivo com conexão à Internet por par.

**Preparação:** Escreva as instruções para as funções A e B em pedaços de papel separados, conforme descrito na Fase 1 abaixo. Divida o grupo ao meio. Uma metade recebe um papel A e outro papel B. Verifique se tem um número par de participantes para formar pares, por exemplo 10 para A e 10 para B. Cada documento de instruções também contém regras obrigatórias (veja abaixo).

**Descrição:**

### **Fase 1**

Os participantes são divididos em pares. Em cada par, há um participante A e B. As instruções para a tarefa A e a tarefa B são fornecidas separadamente para o Grupo A e o Grupo B. Elas devem ser mantidas em segredo de outro grupo e não reveladas aos seus pares.

#### **Tarefa A:**

Pessoas com a tarefa A escolhem um tópico no qual realmente se interessam. Elas explicam ao parceiro designado o seu ponto de vista, sentimentos, etc. É como um monólogo.

#### **Tarefa B:**

As pessoas do grupo B pensam num tópico no qual estão interessadas. Elas precisam de pesquisar e ler em silêncio artigos e notícias sobre o assunto.

Quando estiverem prontos e escolherem o tópico, o facilitador dará o sinal para começar e eles poderão realizar a sua própria tarefa.

Regras obrigatórias para todos (exceto para manter em segredo a sua tarefa do grupo oposto):

- 1- para realizar a tarefa, não importa o que o companheiro esteja a fazer,
- 2- fique sempre junto do seu companheiro,
- 3- use o tempo todo para realizar a tarefa especificada, por exemplo não pare mais cedo.

O jogo pode durar apenas alguns minutos. O facilitador anuncia quanto tempo os participantes têm.

## **Fase 2**

Após o exercício, num papel branco, cada participante responde a estas perguntas:

Como se sentiu no seu papel? Esperava mais atenção? Acontece que está tão distraído nas redes sociais e na Internet enquanto lê um artigo, um post, uma notícia? E quando isso acontece, partilha ou gosta?

### **Dicas para facilitadores:**

- Um desenvolvimento adicional é mudar os papéis, para que as pessoas do grupo B possam explicar e partilhar opiniões sobre o artigo ou tópico que leem e as pessoas do grupo A podem ser as 'distraídas', dando a elas a opção de realmente se distraírem ou ouvirem o seu companheiro.

### **Questões para discussão:**

- Como se sentiu no seu papel?
- As suas emoções mudaram com o passar do tempo?
- Especialmente as pessoas do grupo A, como se sentiu?
- E, em geral, A e B, com que frequência se comporta como o grupo B?
- Acontece que está tão distraído nas redes sociais e na internet enquanto lê um artigo, um post, uma notícia? E quando isso acontece, você partilha ou gosta?
- Acha que as suas ações de partilha e "gostos" afetam os seus contactos / seguidores sociais / etc?

Tags: #onlinebehavior #habits #listeningandreading #communication

## **4.1.60. Comunicação saudável**

**Parceiro:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Fonte:** Jonathan Cooperativa Sociale

### **Objetivos:**

- Fazer com que os participantes reflitam e adotem regras adequadas ao se comunicarem online e se movimentarem em notícias falsas;
- Fazer com que os participantes reflitam sobre o que estão a ler / assistir antes de partilhar, gostar, etc.;
- Tornar os participantes conscientes da sua própria responsabilidade pelas suas ações online e do seu impacto nas opiniões de outras pessoas.

**Duração:** 2 h / 2,5 horas

**Número de participantes:** cerca de 20

**Idade:** 14+

**Nível de dificuldade:** fácil

**Condições/formato:** atividade em pequenos grupos / nenhum requisito específico

**Material:** telemóveis e pc; quadro interativo / projetor de vídeo

**Preparação:** nenhuma

**Descrição:** Os participantes são divididos em grupos de 5 a 6 pessoas e são convidados a pensar sobre quais seriam as regras certas para comunicar de maneira eficiente e correta online, a fim de não danificar, ofender ou impactar ninguém negativamente, e também enfrentar / extrair adequadamente e abordar falsas notícias. Depois disso, eles discutem e partilham num grande grupo o que surgiu.

Num grande grupo, eles criam as 10 principais regras para duas áreas cada:

- 1) como comunicar eficientemente online,
- 2) como navegar no mundo das notícias falsas.

Depois disso, os jovens são divididos em dois grupos correspondentes a dois tópicos e criam um breve tutorial em vídeo para cada tópico.

**Dicas para facilitadores:**

- Para esta atividade, os jovens precisam de conhecer em profundidade a lista dos principais elementos teóricos sobre os media, e especialmente a dinâmica da comunicação e desinformação.
- Durante a produção do tutorial, é importante que os facilitadores orientem e / ou facilitem a atribuição de funções, a fim de fazer com que cada participante contribua para a sua realização.

**Questões para discussão:**

Foi difícil criar as 10 principais regras? Acha que algumas regras foram deixadas de fora? Acha que essas dez principais regras são algo novo para os seus amigos ou familiares? Já respeita algumas dessas regras? quais? Existem regras que não conhecia antes e que gostaria de seguir em breve? O que aprendeu com este exercício?

Tags: #communication #onlinebehaviour #fakenews #habits

#### 4.1.61. Folheto médico

**Parceiro:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Fonte:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Objetivos:**

- Sensibilizar os participantes sobre os seus hábitos no uso das TIC e das redes sociais;
- Sensibilizar os participantes das oportunidades e limites das redes sociais e da Internet;
- Sensibilizar os participantes das razões por trás da criação das redes sociais e refletir sobre a sua evolução.

**Duração:** 1,5 h

**Número de participantes:** cerca de 25

**Idade:** 14 +

**Nível de dificuldade:** médio

**Condições/formato:** atividade em pequenos grupos / sem requisitos específicos

**Material:** smartphone ou pc, papel e canetas ou cores, cartazes

**Preparação:** Papel de tamanho grande e giz de cera para desenhar o folheto. Prepare um questionário sobre canais de redes sociais, por exemplo Facebook, Instagram, Snapchat, etc. Pode usar a aplicação Kahoot - <https://kahoot.com> para torná-lo mais motivador e participativo.

As perguntas do questionário devem ter como objetivo fazer com que os participantes reflitam nas redes sociais, nas suas dinâmicas "ocultas", nos seus riscos e benefícios, mas também se sabem como o seu comportamento é afetado e quanto tempo eles passam lá.

Exemplos de perguntas para o Questionário:

- Acha que o Instagram foi criado apenas para ajudar as pessoas a se comunicarem de maneira inovadora?
- Na sua opinião, o Instagram e o Facebook são geridos pela mesma empresa?
- Já verificou quanto tempo gasta diariamente nas redes sociais?
- Quantas vezes acha que encaminha uma mensagem do WhatsApp e clica no "gosto" no Instagram? ok, agora verifique.
- Acha que é possível fornecer evidências ao administrador do Instagram sobre o conteúdo considerado 'mau'? E no Facebook?
- Quantas vezes presta atenção ao que os seus amigos partilham e "gostam" antes mesmo de partilhar e gostar?

**Descrição:** O facilitador divide os participantes em grupos de 4-5 pessoas.

### **Fase 1**

Os participantes jogam o questionário preparado pelo facilitador para obter uma visão geral dos seus conhecimentos sobre as razões por trás da criação do FB, a criação do Instagram, as funções do Snapchat etc. e discutem as suas respostas.

### **Fase 2**

Os grupos pequenos criam um "folheto médico" satírico para um canal de redes sociais à sua escolha, indicando composição, indicações, dosagem, contraindicações e efeitos colaterais.

Quando os grupos terminam, eles mostram e explicam o folheto e segue-se uma discussão.

**Dicas para facilitadores:**

- É importante que os jovens, antes de realizar a atividade, entendam os diferentes aspetos do tópico notícias falsas e literacia dos media.

- Para a pergunta do questionário, você pode analisar o questionário Kahoot já feito ou obter algumas informações específicas sobre a "propriedade" e o funcionamento básico do *Socials*. Algumas sugestões interessantes podem ser fornecidas pelo TED Talks por 'Tristan Harris', como [https://www.ted.com/talks/tristan\\_harris\\_how\\_a\\_handful\\_of\\_tech\\_companies\\_control\\_billions\\_of\\_minds\\_every\\_day](https://www.ted.com/talks/tristan_harris_how_a_handful_of_tech_companies_control_billions_of_minds_every_day) ou [https://www.ted.com/talks/dan\\_bellack\\_making\\_sense\\_in\\_a\\_fake\\_news\\_world](https://www.ted.com/talks/dan_bellack_making_sense_in_a_fake_news_world)

#### Questões para discussão:

- O que todas as redes sociais têm em comum?
- O que os diferencia mais?
- Quais são as vantagens e desvantagens?
- Acha que os efeitos colaterais são os mesmos para todos?
- Por que colocou esse efeito colateral específico?
- Acha que podemos fazer algo para reduzir os possíveis efeitos colaterais?

Tags: #habits #risks #fakenews #socials

### 4.1.62. Diário dos meios de comunicação

**Parceiro:** LOGO

**Fonte:** LOGO

**Objetivo:** Estabelecer a extensão e o alcance do uso dos meios de comunicação pelos jovens.

**Duração:** Uma semana

**Número de participantes:** não especificado

**Idade:** 14+

**Nível de dificuldade:** médio

**Condições/formato:** sem condições especiais

**Material:** não são necessários materiais específicos.

**Preparação:** Se o facilitador quiser, ele / ela pode criar um modelo. Antes de começar, os participantes devem estimar o tempo de consumo diário / semanal de meios de comunicação.

**Descrição:** os participantes devem anotar o uso dos meios de comunicação durante uma semana (também possível por um dia, mas quanto mais tempo, melhor). Diferentes categorias que devem ser observadas: tempo, que tipo de meios de comunicação, quem possui os meios de comunicação, que gênero de meios de comunicação, quanto tempo, sozinho ou na empresa, histórico ou não, discutido com outros. Após o tempo acordado, os participantes comparam o uso dos meios de comunicação por tempo, tipo e outras categorias.

**Dicas para facilitadores:**

- Se houver tempo, os participantes devem escolher uma história desse tempo e comparar as suas redes com outras da história. Existem grandes diferenças?
- O exercício é mais fácil de executar se o grupo for bastante homogêneo em idade.

**Questões para discussão:**

- Com quais meios de comunicação você interage principalmente? Quem os possui?
- Como difere o consumo de meios de comunicação dos participantes?
- Quanto foi a sua estimativa em relação ao valor real? Porquê?

Tags: #media #fakenews #mediaconsumption

#### 4.1.63. Comece um boato!

**Parceiro:** LOGO

**Fonte:** LOGO

**Objetivo:** aprender como é fácil criar uma notícia falsa e o que ela precisa.

**Duração:** 2 horas + (até uma semana)

**Número de participantes:** 5+

**Idade:** 14+

**Nível de dificuldade:** avançado

**Condições/formato:** Acesso aos media (jornais, Internet, etc.).

**Material:** Jornais, computadores, câmara.

**Preparação:** nenhuma.

**Descrição:** Grupos de até 5 pessoas são instruídos a iniciar um boato. Deve ser falso, mas convincente. Eles podem trabalhar on / offline, com jornais (e recortes) e / ou fazer as suas próprias fotos. O objetivo é criar uma notícia de aparência real.

**Dicas para facilitadores:**

- Se for um projeto de longa data, o facilitador pode criar uma espécie de jornal com artigos reais e falsos e permitir que outros decidam em quais histórias eles acreditam e quais não.

**Questões para discussão:**

- O que é que uma história real realmente precisa?
- É fácil falsificar notícias?

Tags: #fakenews #stories

#### 4.1.64. É melhor pensar!

**Parceiro:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Fonte:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Objetivos:**

- refletir sobre o fluxo e as amplas áreas sociais do fenómeno das notícias falsas;
- refletir sobre o comportamento online em relação ao fluxo de informações;
- refletir sobre como as pessoas afetam o comportamento online umas das outras;
- aumentar a capacidade de verificar a confiabilidade das notícias.

**Duração:** 1,5 hora

**Número de participantes:** cerca de 20

**Idade:** 14+

**Nível de dificuldade:** médio

**Condições/formato:** atividade em grupo. É necessária uma parede para pendurar o poster.

**Material:** alguns títulos de notícias falsas, ou notícias falsas ou notícias reais (sobre diferentes tópicos) impressas, os telemóveis dos participantes. Post-its autocolantes e lápis de cor.

**Preparação:** várias notícias falsas e verdadeiras colocadas em cadeiras previamente posicionadas em círculo; abra um grande espaço. Os artigos impressos devem ter espaço na parte superior e na parte inferior da página para permitir que as pessoas escrevam e 'postem' reações.

**Descrição:** Várias notícias são impressas em papel grande e os participantes são convidados a dar uma vista de olhos nelas, escolher uma e escrever os seus nomes no espaço em branco na parte superior da página. Importante: Cada notícia pode ter apenas um nome.

Depois desse primeiro passo feito, as pessoas são convidadas a colar as suas próprias notícias na parede e, em seguida, são convidadas a ver as notícias de outros participantes, escolher cerca de cinco delas e reagir a elas. As reações são escritas em post-its e podem ser: emoticons, por exemplo, como raiva, amor, etc., partilhas e até comentários.

Este é um tipo de simulação do que acontece geralmente nas redes sociais quando uma notícia aparece e as pessoas reagem partilhando, gostos, etc.

Depois disso, cada participante fica de frente para a notícia, olha para ela e para a reação recebida e faz uma breve pesquisa sobre ela, especificamente sobre o ciclo de vida da notícia: local de publicação, reação recebida, se é notícia real ou notícia falsa, etc.

Após o fim da pesquisa, cada participante apresenta as notícias e os resultados da sua pesquisa.

**Dicas para facilitadores:**

- Pode ser útil apresentar mais notícias consoante o número de participantes e, após a etapa 1, retirar as que não foram escolhidas. Um momento de questionário pode ser feito logo após a fase de "reação", antes da pesquisa, para fazer com que os participantes reflitam sobre as suas preferências e a sua maneira de reagir, que podem ser diferentes de uma notícia para outra.
- No caso de um grande número de participantes ou participantes com características específicas, é melhor fazê-los trabalhar em grupos ou pares menores.

**Questões para discussão:**

- Por que escolheu essas notícias?
- Por que colocou essa reação?
- Prestou atenção às reações anteriores antes de fazer a sua?
- Acha que foi influenciado pelas reações já realizadas?
- Era importante saber quem eram as pessoas que "publicaram" as notícias? Se sim, porquê?
- O seu parceiro reagiu da mesma forma que os utilizadores nas redes sociais?
- Como se sente sabendo que reagiu a uma notícia real?
- Como se sente sabendo que reagiu a / partilhou / gostou / etc. notícias falsas?
- E como se sente sabendo que reagiu a notícias falsas e outras pessoas consideraram a sua própria reação antes de reagirem quando era a vez delas?

Tags: #fakenews #habits #think #socials

#### 4.1.65. Procura!

**Parceiro:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Fonte:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Objetivos:**

- Fortalecer habilidades em detetar notícias falsas;
- Aumentar a sensibilização sobre o fluxo de informações erradas e a ampla gama de tópicos que aborda
- Treinar participantes para verificar notícias falsas

**Duração:** 1,5 horas

**Número de participantes:** 20/25

**Idade:** +15

**Nível de dificuldade:** avançado

**Condições/formato:** atividade em pequenos grupos / sem requisitos específicos



**Material:** pelo menos 1 telemóvel ou tablet por grupo, caneta e papel, 'folha de critérios' impresso (veja abaixo), um poster para assinalar a pontuação, Wi-fi.

**Preparação:** O facilitador deve preparar tantos níveis quanto o número de grupos formados e pendurar o painel de pontuação na parede (ou usar o quadro preto / branco).

**Descrição:**

Os participantes precisam de formar grupos de 3, 4 ou no máximo 5 e cada grupo tem um dispositivo conectado ao Wi-fi (ou conexão de dados). O objetivo do jogo é encontrar no menor tempo possível as notícias falsas que se encaixam nos critérios pescados aleatoriamente (os facilitadores podem usar um ou mais critérios). Cada rodada termina assim que um grupo encontra as notícias que se encaixam nesses critérios primeiro; as notícias falsas encontradas são partilhadas e o elemento-chave referente aos critérios pescados é destacado.

O facilitador mostra a pontuação em cada rodada. O facilitador pode escolher o tempo total gasto no jogo.

**Dicas para facilitadores:**

- Os participantes já devem ter adquirido alguma base teórica sobre a dinâmica de notícias falsas e os elementos essenciais. Dependendo dos elementos adquiridos, mais e mais 'condições' podem ser adicionadas ao jogo para a pesquisa (como vídeos / imagens.).
- Também pode ser usado para abordar alguns elementos teóricos sobre o fenómeno das notícias falsas, simplificando-o usando apenas um critério e mais fácil (ou seja, áreas de tópico).

**Questões para discussão:**

- Como foi?
- Foi fácil?
- Acha que foi fácil encontrar notícias falsas que correspondam aos critérios pescados?
- Ao enfrentar esse tipo de notícia, acha que é fácil reconhecê-las? Qual é a notícia falsa mais difícil de encontrar? E a mais fácil?

Tags: #fakenews #identify #habits #motives #topic

**Cartões de critérios (a serem cortados)**

**1 ° CRITÉRIOS: TIPOS DE NOTÍCIAS FALSAS**

<b>SÁTIRA OU PARÓDIA</b>	<b>CONEXÃO FALSA</b>	<b>CONTEÚDO INCORRETO</b>	<b>FALSIFICAÇÃO</b>
<b>INFORMAÇÃO MANIPULADA</b>	<b>INFORMAÇÃO FABRICADA</b>	<b>CONTEXTO FALSO</b>	

**2 ° CRITÉRIOS: MOTIVAÇÃO POR TRÁS DE NOTÍCIAS FALSAS**

<b>JORNALISMO POBRE</b>	<b>PARÓDIA</b>	<b>PROVOCAÇÃO</b>	<b>PAIXÃO</b>
<b>PARTIDARISMO</b>	<b>PROVEITO</b>	<b>POLÍTICA</b>	<b>PROPAGANDA</b>

### 3 ° CRITÉRIOS: ÁREA DO TEMA

ESTRELAS E CELEBRIDADES	ALIMENTOS E DIETA	IMAGEM CORPORAL E SEXUALIDADE	REDE SOCIAL E MANIPULAÇÃO
SAÚDE	ESTILO DE VIDA, BELEZA, COMPRAS, MODA	PALAVRA, TECNOLOGIA E CRIME	PROPAGANDA E POLÍTICA
ALARMISMO, EMBUSTE E PRESSÃO DE GRUPO	NATUREZA E MEIO AMBIENTE		

## PASSO 3. Aplique novos hábitos na vida quotidiana

### 4.1.66. Lute contra notícias falsas online - Minha resposta

**Parceiro:** ÖIAT

**Fonte:** ÖIAT

**Objetivos:**

- Criar uma seleção de respostas que podem ser publicadas quando as notícias falsas são detetadas
- Estar preparado para situações ao detetar notícias falsas

**Duração:** 30 min

**Número de participantes:** 2-10

**Idade:** 12+

**Nível de dificuldade:** médio

**Condições/formato:** exercício de par

**Material:** algo para escrever, smartphones dos participantes

**Preparação:** -

**Descrição:**

**Etapa 1 - crie uma lista com citações**

Os participantes trabalham em pares. Eles criam uma lista que pode ser usada no caso de:

- Alguém deteta notícias falsas
- Alguém quer reagir a notícias falsas
- Alguém quer sensibilizar os outros sobre o problema das notícias falsas

**Etapa 2 - crie um espaço em que estas citações sejam acessíveis.**

Os participantes tentam tornar essas citações acessíveis para si no dia a dia. Por exemplo. Eles escrevem na área de anotações do smartphone, criam um bloco de notas, ... Tudo o que é utilizável na vida quotidiana.

Eles tentam apoiar-se no par. Ter a certeza de não esquecer de usar a lista.

**Passo 3 (falso) - memes**

Eles criam memes a partir dessas citações, que podem ser publicadas nas redes sociais.

**Dicas para facilitadores:**

- O facilitador deve incentivar os jovens a encontrar seus próprios caminhos e postagens.
- Pode-se discutir em quais situações essas citações podem ser usadas e que tipo de imagens em memes devem ser usadas, por exemplo. se os direitos autorais estiverem sendo ignorados ou não.

**Questões para discussão:** -

Tags #awarenessraising #fightfakenews

#### 4.1.67. Atualização do meu detetor de notícias ou dia de "verificar a sua fonte"

**Parceiro:** ÖIAT

**Fonte:** ÖIAT

**Objetivo:**

- Verificar as suas fontes de notícias fidedignas a cada meio ano (por exemplo, o site do principal jornal do seu país)
- Certificar-se de que novas fontes fidedignas sejam implementadas na vida diária

**Duração:** contínua, mas 20 min a cada semestre

**Número de participantes:** 1-5

**Idade:** 12+

**Nível de dificuldade:** avançado

**Condições/formato:** atividade em grupo e atividade individual

**Material:** smartphone ou computador dos participantes

**Preparação:** -

**Descrição:**

**Fase 1:** As nossas fontes de notícias fidedignas

Os participantes trocam as suas experiências no uso de fontes fidedignas. Quais usam nas suas redes sociais? Que sites visitam regularmente? Existem novas fontes?

**Fase 2:** verifique as suas redes sociais

Os participantes examinam as suas redes sociais e os favoritos nos navegadores para verificar e se adaptar à discussão anterior. Isso ajuda a entender o problema da tendência de informação e também a conhecer outras fontes de informação dos outros participantes.

**Dicas para facilitadores:**

- O facilitador pode usar este exercício regularmente e talvez fazer dele um ritual. "O dia de verificar a sua fonte"

**Questões para discussão:** nenhuma.

Tags #sources #socialmedia

#### 4.1.68. A minha atualização da bolha de filtro

**Parceiro:** ÖIAT

**Fonte:** ÖIAT

**Objetivos:**

- Avaliar a sua própria bolha de filtro. Quanta diversidade ainda está presente?
- Avaliar a cada poucos meses

**Duração:** 10-30 min

**Número de participantes:** 1-10

**Idade:** mais de 12 anos com participantes que mudaram os seus hábitos e adaptaram o uso das redes sociais para ganhar mais diversidade.

**Nível de dificuldade:** avançado

**Condições/formato:** atividade de grupo e exercício individual

**Material:** smartphone dos participantes. Os participantes precisam aceder aos seus perfis de redes sociais.

**Preparação:** -

**Descrição:**

**Fase 1** - os participantes refletem em conjunto com o facilitador o que fizeram para obter mais diversidade na bolha do filtro. Eles trocam as suas experiências, refletem sobre o que funcionou especialmente bem e o que não teve tanto sucesso.

**Fase 2** - adaptar a bolha das redes sociais. Os participantes adaptam as suas atividades de redes sociais, de acordo com suas experiências pessoais, mas também às ideias que obtêm de outros participantes. (Por exemplo: siga outros utilizadores, exclua fontes antigas, pense em publicações partilhadas com conteúdo altamente emocional etc.)

**Dicas para facilitadores:**

- O facilitador pode participar como participante e fazer o mesmo com os jovens. Então todos aprendem uns com os outros.

**Questões para discussão: -**

Tags #filterbubble #socialnetworks

## 4.1.69. Denunciar notícias falsas

**Parceiro:** ÖIAT

**Fonte:** ÖIAT

**Objetivos:**

- Classificar o mecanismo de geração de relatórios das redes sociais
- Debater/ relatar as experiências dos participantes

**Duração:** 1 semana

**Número de participantes:** 5-30

**Idade:** 12+

**Nível de dificuldade:** avançado

**Condições/formato:** atividade em grupo e exercício individual.

**Material:** smartphones dos participantes e acesso a perfis de redes sociais

**Preparação:** -

**Descrição:****Fase 1 - refletir experiências**

Os participantes têm experiências em divulgar publicações nas redes sociais. Nesta primeira fase, eles refletem sobre essas experiências. O que está a funcionar bem? O que está a mudar constantemente? Que melhorias podem ser vistas? O que pode ser aprendido com essas experiências?

## **Fase 2 - ensinar os outros**

Os participantes preparam um exercício para outros jovens, como se informar com eficiência. Eles adaptam isso ao grupo-alvo - aos colegas que tencionam ensinar.

### **Dicas para facilitadores:**

- Mesmo que o ensino não esteja a ser realizado, é bom planeá-lo e usar as suas próprias experiências.

### **Questões para discussão: -**

Tags #report #train #socialnetworks

## **4.1.70. Sim, eu posso!**

**Parceiro:** Jonathan Cooperativa Sociale

**Fonte:** Jonathan Cooperativa Sociale

### **Objetivos:**

- Sensibilizar os participantes sobre o seu comportamento online, a sua maneira de lidar com informações online e aprimorar a sua tomada de decisão;
- Sensibilizar os participantes sobre o seu bem-estar digital e incentivá-los a aumentá-lo;
- Fazer com que os participantes assumam a responsabilidade de mudar os seus hábitos online de lidar com informações online e motivá-los nesse processo.

**Duração:** 1,5 horas

**Número de participantes:** cerca de 25

**Idade:** +13/14

**Nível de dificuldade:** fácil

**Preparação:** imprima os formulários mediante o número de participantes

**Material:** canetas, papel e formulários impressos

**Descrição:** os participantes devem preencher o formulário. Depois disso, eles são convidados a partilhar em pequenos grupos o que mencionaram e "avaliar" e receber sugestões de colegas que os adicionam ao formulário.

### **Dicas para facilitadores:**

- Pode ser mais eficiente juntar grupos menores (3 ou 4 pessoas cada) para fazer com que cada participante expresse os seus próprios objetivos, sentimentos, estratégias, etc.
- Pode ser usado como conclusão de todo o processo para definir um ponto de partida para o processo de mudança de hábitos.



**Questões para discussão:**

- Quais são os seus objetivos?
- Qual é a mudança mais difícil para si?
- Quais são as estratégias?
- Existe alguma estratégia sugerida por um amigo que integrou ao seu plano?
- Também pensou num prazo para começar a trabalhar nele?
- Existe alguém que acha que não conseguirá ou alcançará apenas parcialmente?

Tags: #habits #decisiontochange #identify

**Fill up the form to start your change!**

*What are my common mistakes on line dealing with news?*

- 
- 
- 
- 

*What is my very first objective? (Be very specific)*

*Which difficulties you can encounter? (tick the one/ones fit with your feelings)*

- I am afraid to fail
- I have not the right skills/competences
- I think I am not willing to take this seriously
- It is too hard for me
- I am afraid of the judge of the others
- Other .....

.....

*How can you overcome these difficulties?*

*Is there anybody that can help you? If so, who?*

## 4.2 Combinando exercícios em diferentes intervalos de tempo

Nesta secção, receberá um conjunto de ferramentas, jogos e metodologias que os jovens trabalhadores podem usar no seu trabalho diário para apoiar os jovens a desenvolver habilidades para combater as notícias falsas. Dependendo de quanto tempo há para trabalhar com jovens, exercícios diferentes são úteis para alcançar objetivos diferentes. Quanto mais tempo tiver, mais profundo poderá se aprofundar no assunto, mas também haverá alguns exercícios eficazes de apenas algumas horas.

Os capítulos a seguir são divididos em sessões de (até) duas horas e meia sessão, atividades por um dia inteiro e atividades por uma semana (e mais). Esses exercícios devem fornecer ideias para jovens trabalhadores, mentores e professores para diferentes contextos de ensino, sempre que sentirem a necessidade de aumentar a sensibilização dos adolescentes sobre notícias falsas e promover a literacia dos media.

### 4.2.1. Uma sessão de duas horas

Duração	Conteúdo	Material usado	Tipo de atividade
15'	O grupo deve tentar identificar se as imagens mostradas são reais ou falsas; deixe-os discutir para cada foto e também perguntar por que acham que algo é verdadeiro ou não.	Exercício 4.1.38. - <a href="https://www.thoughtco.com/can-you-spot-the-hoaxes-4099583">https://www.thoughtco.com/can-you-spot-the-hoaxes-4099583</a>	Warm up questionário (questionário de aquecimento)
30'	brainstorming sobre as perguntas:  - quer comprar um novo smartphone, onde se informa sobre modelos, especificações.  - a sua estrela estará na cidade, onde se informaria sobre o que fez nas últimas duas semanas  - tem dores de cabeça e quer se livrar dela - a quem pediria informações?  - tem apenas alguns dias até uma apresentação (por exemplo, na escola), onde procuraria informações rápidas?  Discuta as diferentes formas de informação e divida em três secções:	As perguntas são feitas para este exercício como um exemplo (não no Material de Formação). Pode criar as suas próprias perguntas.	brainstorming, conheça diferentes tipos de fontes de informação e dos media

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- parentes, amigos, pessoas que o ajudam, sem fazer isso como um trabalho</li> <li>- pessoas cujo trabalho é fornecer informações (médicos, professores, mas também vendedores)</li> <li>- toda a forma de media</li> </ul> <p>Discuta qual dessas fontes de informação é confiável e porquê (pense também em publicidade).</p>		
45'	explique o que é uma fábrica de embustes e quais são os seus produtos. Selecione um artigo e tente rastreá-lo. Pesquise imagens e conteúdo, onde foi espalhado online.	Exercício 4.1.3. - Fábrica de boatos: encontrar o mal	conheça de onde vêm as notícias falsas e como rastreá-las
30'	Fake news questionário (Teste de notícias falsas)	FAKE OFF app	fortalece o conhecimento sobre notícias falsas

Cada pequeno passo ajuda! Numa sessão de duas horas, pode despertar algumas ideias e interesse no tópico de notícias falsas. Um dos exercícios mais fáceis de executar é o 4.1.2 - Localizar e relatar contas enganosas. Tudo o que precisa é de acesso às plataformas de redes sociais e os jovens começam a pesquisar as suas cronologias. Eles conhecem a função de relatório na respetiva rede e discutem por que reportam contas. Isso também pode ser feito em menos de duas horas, dependendo de quantas contas eles encontrarem.

Para adolescentes um pouco mais experientes e talvez mais velhos, temos exercícios como 4.1.9 - Vamos nos tornar autores falsos! onde os jovens escrevem as suas próprias notícias falsas ou transformam histórias reais existentes em falsas. Depois disso, poderá discutir o que é fácil e como é difícil criar notícias falsas e como as notícias falsas devem ser feitas para que elas sejam confiáveis.

#### 4.2.2. Uma sessão de meio dia

Duração	Conteúdo	Material usado	Tipo de atividade
15'	debater o que as pessoas sabem sobre preconceitos, o que acham que preconceito significa e o que acham que os seus preconceitos são		brainstorming
60'	antes de julgar os media e a informação, as pessoas devem conhecer o seu ponto de vista sobre diferentes tópicos; essas pesquisas online mostram tendências sobre diferentes tópicos (orientação sexual, raça, crença, etc.) que ajudam a categorizar as notícias.	Exercício 4.1.40 - Conhece o teu preconceito!	Pesquisas online sobre o tema de diferentes preconceitos
45'	tentar encontrar notícias falsas, localizar os indicadores e descrevê-los	Exercício 4.1.21 - Centrar as atenções nas notícias falsas: elemento a elemento	pesquisando na Internet, em grupos ou individual
15'	Pausa		
45'	Os participantes obtêm alguns trabalhos prototípicos e escolhem alguns; eles então desenharão pessoas nessas profissões. Dê-lhes tempo para pensar nos detalhes, eles devem desenhá-los grandes o suficiente para que os detalhes possam ser vistos com facilidade. Após a apresentação das figuras, pergunte por que as desenhou assim e veja se consegue identificar alguns estereótipos (políticos do sexo masculino, secretárias, ajudantes de	Exercício 4.1.41 – Profissões	atividade em grupo ou individual, desenho

	colheita, que desportos os desportistas praticam?...)		
45'	Fake news questionário (Teste de notícias falsas)	FAKE OFF app	questionário
(até) 120'	Sozinho ou em grupo, os participantes pesquisam diferentes redes de redes sociais em busca de notícias e canais falsos; pode ser feito como um desafio - quantos consegue encontrar? Os canais encontrados são relatados por meio das ferramentas de relatório fornecidas	Exercício 4.1.2 - Procurar e denunciar contas enganadoras	atividade em grupo ou individual, redes sociais

Durante uma sessão de meio dia, pode combinar sessões sobre os seus preconceitos como 4.1.40 - Conheça os seus preconceitos! e procure nas redes sociais notícias tendenciosas com 4.1.21 - Centrar as atenções nas notícias falsas: elemento a elemento. Assim que os seus participantes souberem que existe um viés e isso pode levar a notícias falsas, eles poderão identificá-las e apontar o que está errado.

#### 4.2.3. Uma atividade de um dia

Duração	Conteúdo	Material usado	Tipo de atividade
120'	Os participantes formam grupos e encenam cenários diferentes	Exercício 4.1.30 - Notícias falsas sobre algo à minha volta	atividade em grupo precisam de espaço para uma exposição
30'	Pausa		
150'	Discussão sobre os seguintes influenciadores na internet; os participantes devem gravar um vídeo sobre um tópico do qual tenham muito interesse e	Exercício 4.1.31 - YouTube por um dia	criar sensibilização sobre influenciadores

	publicá-lo na internet.  Discussão: o que eles chamaram à atenção? Eles exageraram / distorceram / manipularam o conteúdo?		
60'	Pausa		
240'	Os participantes têm que imaginar como seria a sua vida sem smartphones / internet. Discussão sobre como a vida mudou nos últimos 20 anos e uma breve ideia de como ela pode mudar nos próximos 20 anos.	Exercício 4.1.44 - Um dia completamente diferente	criar sensibilização sobre como a vida mudou e como os media digitais mudam a vida quotidiana

#### 4.2.4. Uma semana de notícias falsas

Se tiver uma semana inteira, poderá começar a combinar sessões mais pequenas ou tentar aprofundar e mudar comportamentos. Um exercício fácil é 4.1.62 - Diário dos media. Os participantes devem listar todo o consumo de media num pequeno diário com parâmetros diferentes, como o que consumiram, por quanto tempo, por que o fizeram e como se sentiram. Após cerca de uma semana, eles comparam quanto tempo utilizaram os media e quais são as diferenças entre elas.

Um exercício em que é importante que jovens participem voluntariamente é 4.1.45 - Um dia completamente diferente - 2: o desafio. Qual a importância dos novos medias e da Internet na nossa vida diária? E por quanto tempo e quão bem podemos administrar a nossa vida diária sem eles? Isso pode ser feito em um dia até uma semana inteira e mais, é muito importante relatar muito bem este exercício com perguntas sobre o que mudou e como os jovens podem mudar o seu comportamento em geral.

### 4.3. Trabalhando com a aplicação FAKE OFF!

O objetivo da aplicação FAKE OFF! é que deve ser usado no seu local de ensino na escola ou no trabalho com jovens. A aplicação consiste num tutorial em vídeo introdutório e em dois jogos: Fake OFF Questionário e Fake OFF Detetive. Com esta aplicação, pode aprofundar o seu conhecimento sobre o tópico, aprender a detetar notícias falsas e treinar a sua capacidade de

detetar notícias falsas. A aplicação está disponível para download gratuito no Google Play<sup>59</sup> e na App store<sup>60</sup>.

Abaixo estão quatro cenários diferentes sobre como usar a aplicação numa escola e fora da escola. A lista não é exaustiva e o objetivo aqui é fornecer uma ideia de como pode incorporar a aplicação Fake OFF no processo de aprendizagem.

#### 4.3.1 Defendemo-nos de notícias falsas (1 hora)

Atividade escolar com alunos de 13 anos

Duração	Conteúdo	Material usado	Tipo de atividade
10'	O grupo deve discutir onde (redes sociais, internet, jornal, TV etc.) estamos confrontados com notícias falsas e que tipo de informação é afetada (dicas de saúde, dicas de desporto, política etc.). Os resultados são recolhidos num quadro ou papel e devem criar uma grande lista todos juntos.	documente os resultados no quadro-negro, quadro branco, flipchart, papel, ferramenta online.	Atividade de brainstorming
15'	Os alunos jogam o jogo Notícias falsas nos seus dispositivos ou na tela grande: como detetar aplicativos de notícias falsas	na ferramenta digital (app) dos alunos ou na tela como uma sessão plenária	Jogo ou atividade em plenário
5'	Os alunos são divididos em grupos. Todo o grupo deve pensar em como se pode proteger contra notícias falsas.	flipchart, papel e canetas	Trabalho de grupo (por exemplo) de acordo com as escolhas dos alunos na sessão de brainstorming (grupo do YouTube, grupo do instagram...):
10'	'Todo o grupo apresenta as suas ideias sobre como se proteger contra notícias falsas. Todas as ideias devem ser recolhidas e anotadas num quadro.	reúna resultados no quadro negro, quadro branco, flipchart, papel, ferramenta online.	Apresentar resultados do grupo
5'	'No final, todos devem criar o seu próprio plano privado: "como me	Trabalho de casa	Cada pessoa escreve e cria a sua lista pessoal:

<sup>59</sup> <https://play.google.com/store/apps/details?id=org.fakeoff>

<sup>60</sup> <https://apps.apple.com/pt/app/project-fake-off/id1496765847?l=en#?platform=iphone>



	defendo"		O que farei para me defender contra notícias falsas
--	----------	--	---

### 4.3.2. A nossa escola fica imune a notícias falsas (1 mês)

Projeto escolar com alunos de 14 anos

Duração	Conteúdo	Material usado	Tipo de atividade
1 h	Encontrar o mal. Como as fábricas de fraude funcionam.	veja o exercício 4.1.3	Obter informações
2h	Os alunos devem preparar um exercício para os alunos mais jovens da sua escola para os ensinar sobre notícias falsas usando a FAKE OFF app. Os alunos devem ser professores e tentar explicar o tópico sobre notícias falsas para os mais jovens.	FAKE OFF! App	Preparação de exercício
2h	Os alunos realizam o exercício numa turma mais jovem.	Sala de aula e alunos mais jovens, professores acompanhantes.	Orientação de exercícios para crianças de 14 anos
30 min	<p>Os alunos refletem sobre o exercício:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• O que os alunos aprenderam?</li> <li>• O que nós (adultos - facilitadores) aprendemos?</li> </ul> <p>Para cumprir o objetivo de tornar nossa escola imune a notícias falsas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quem precisa ser ensinado? (professores, alunos, pais...)</li> <li>• Que medidas adicionais podem ser tomadas?</li> </ul>		Discussão
20'	Os alunos criam um plano para atingir o seu objetivo: planejar atividades criativas e divertidas para outras aulas, pausas, eventos, posters para o edifício da escola, etc. que convencerão a escola e os seus alunos a mudarem o comportamento, quando se trata de falsificação		Trabalho de grupo e reunião em sessão plenária, distribuição de papéis e tarefas

2-4 Semanas	Os alunos colocam o seu plano em ação		Como elaborado
1h	Acompanhe e termine o projeto (6 semanas depois)		Questionário entre todos os participantes para verificar se o conteúdo aprendido ainda está em uso.

#### 4.3.3. Desafio em grupo (1 hora)

Atividade de trabalho para jovens com um grupo estável

Duração	Conteúdo	Material usado	Tipo de atividade
15'	Os participantes separam-se em pequenos grupos. Eles jogam o questionário do FAKE OFF! app nas suas equipas.	FAKE OFF! App	Jogo de grupo e de competição
	A equipa vencedora lidera a próxima fase:		
20'	<p>Congelar: jogo no parque / relva / área desportiva:</p> <p>Todos os participantes estão de pé de um lado da área de jogo. O mestre do jogo está do outro lado e afasta-se e diz: "Lutamos contra notícias falsas" e depois vira-se. Enquanto ele está a dizer, todos os participantes tentam se aproximar. Se ele / ela se virar, ninguém se mexe. Se ele / ela vê alguém que se mexe, essa pessoa tem que dizer uma boa ideia, o que pode ser feito contra as notícias falsas no quotidiano das crianças. Outra pessoa da equipa vencedora anota todas as ideias.</p>	Espaço suficiente para se movimentar	Atividades ao ar livre para encontrar boas ideias
10'	Uma bola simboliza notícias falsas. O mestre do jogo passa a bola para um participante, que precisa de dizer algo que pode ser feito contra notícias falsas. Tem que ser sempre algo novo. Outra pessoa da equipa vencedora anota todas as ideias.	Espaço suficiente para se movimentar, bola	Atividades ao ar livre para encontrar boas ideias

10'	As equipas da primeira rodada reúnem-se. Eles escrevem numa lista quantos pontos, o que pode ser feito contra notícias falsas na sua vida quotidiana. Cada grupo tem 5 minutos para escrever.	Papel e canetas para cada equipa escrever pontos	Juntar ideias em papel por grupos
	A equipa vencedora com mais ideias recebe um pequeno prémio.		

#### 4.3.4. Rali de notícias falsas (1 hora)

Atividade de trabalho para jovens com participantes diferentes

Cada participante pode jogar este jogo sozinho ou em grupo. Todas as paragens estão disponíveis o tempo todo.

Duração	Conteúdo	Material usado	Tipo de atividade
1 hora no total	Faça com que o participante use a aplicação	Pósters com código QR ou dispositivos digitais com a aplicação instalada	Motivação
	Os participantes jogam o questionário da App FAKE OFF!. Se eles acertarem mais de 60% das respostas, eles vão para a próxima paragem	FAKE OFF! App	Cada um brinca com a app por conta própria
	Paragem 2: crie as suas próprias notícias falsas. Os alunos devem encontrar fotos ou artigos online e inventar uma história fictícia. As melhores notícias falsas devem ganhar (talvez ganhar um pequeno prémio?).	<i>Smartphone</i> , outros dispositivos com internet	Criar notícias falsas
	Paragem 3: combater notícias falsas  Uma lista está pendurada na parede: "Eu irei: ..." é o cabeçalho do flipchart.  Os participantes devem preencher a lista com as suas próprias ideias, como mudar a sua vida quotidiana para se defenderem de notícias falsas.	<i>Flipchart</i> , caneta, marcadores	Juntar ideias no papel como um grupo

## **4.4. Teste do Material de Formação**

Para garantir a melhor qualidade dos exercícios disponíveis neste material de formação, recolhemos feedback de facilitadores / jovens trabalhadores. Esse feedback é apresentado neste capítulo.

### **4.4.1 Informação geral**

O feedback sobre os exercícios foi recolhido durante um período de três meses durante as unidades de formação e ensino com jovens em centros ou escolas juvenis na Itália, Espanha, Áustria e Portugal. Foi desenvolvido um formulário de feedback, que posteriormente foi preenchido pelos facilitadores/jovens trabalhadores. Os vários formulários foram então combinados para formar um documento completo, que pode ser visualizado no Capítulo 4.4.2.

No total, foram realizados 21 exercícios em 67 unidades de ensino e formação por 22 jovens trabalhadores / formadores / professores da Áustria, Itália, Portugal e Espanha. Alguns exercícios foram realizados várias vezes em diferentes locais e países. Eles alcançaram um total de 1206 participantes, aproximando-os do tópico "notícias falsas e literacia dos media".

O feedback dos jovens trabalhadores / formadores / professores foi incorporado no Material de Formação, para que outros utilizadores possam beneficiar da experiência e lições aprendidas dos jovens trabalhadores / professores / formadores envolvidos na fase piloto.

#### 4.4.2 Feedback aos exercícios

Exercícios realizados	Modificação individual dos exercícios pelos facilitadores	Número de participantes	Nível de participação 1 = super baixo 5 = muito altos	Aspetos de melhoria (por exemplo, tempo necessário, preparação, adequação da faixa etária ...)	Satisfação geral 1 = muito bom 5 = muito mau	Qual é a probabilidade de realizar o exercício testado novamente? 1 = baixo 5 = muito alto
4.1.1. Questionário de introdução	No começo, adicionei outras questões não especificamente sobre o tópico, mas mais gerais para quebrar o gelo.	15	3	É importante observar se há dinâmica de grupo em que alguns companheiros seguem os outros, em vez de pensarem sozinhos na resposta, especialmente nos mais jovens.  Pode ser necessário mais tempo para grupos maiores.	2	4
4.1.7. Passar a bola, passar a farsa!!	Eu incluiria mais movimentos físicos (como aquecimento) durante a atividade	5	5	-	1	5
4.1.7. Passar a bola, passar a farsa!!		21	5		1	5

Exercícios realizados	Modificação individual dos exercícios pelos facilitadores	Número de participantes	Nível de participação 1 = super baixo 5 = muito altos	Aspetos de melhoria (por exemplo, tempo necessário, preparação, adequação da faixa etária ...)	Satisfação geral 1 = muito bom 5 = muito mau	Qual é a probabilidade de realizar o exercício testado novamente? 1 = baixo 5 = muito alto
4.1.7. Passar a bola, passar a farsa!!	1 'fase em silêncio 2 'fase eles podem falar	48 (30+18)	5	30 minutos são necessários; É adequado para um grupo (já) unido; Sem limite de idade	2	5
4.1.7. Passar a bola, passar a farsa!!		18	4	Preparação dos participantes para a atividade	1	5
4.1.7. Passar a bola, passar a farsa!!	O exercício não foi alterado, foi realizado fora da sala de aula	18	3	Neste primeiro exercício, foi como planeado. Dependendo do tópico, os alunos precisam de mais tempo para pensar	2	4
4.1.7. Passar a bola, passar a farsa!!	Pedimos para fornecer uma descrição o mais detalhada possível	48 (30+18)	4	Eles foram adequados tanto em termos de modos quanto de tempo	2	4

Exercícios realizados	Modificação individual dos exercícios pelos facilitadores	Número de participantes	Nível de participação 1 = super baixo 5 = muito altos	Aspetos de melhoria (por exemplo, tempo necessário, preparação, adequação da faixa etária ...)	Satisfação geral 1 = muito bom 5 = muito mau	Qual é a probabilidade de realizar o exercício testado novamente? 1 = baixo 5 = muito alto
4.1.10. Onde está a verdade?	-	15	5	A Hora. É muito complicado fazer a atividade após o tempo sugerido, pois depende do interesse do grupo.	2	2 <i>Sendo um conceito fácil de entender, os alunos perdem o seu interesse facilmente</i>
4.1.10. Onde está a verdade?		28	5	Dada a pouca complexidade dos exercícios, não há aspetos a serem aprimorados.	1	5
4.1.10. Onde está a verdade?		39 (22+17)	5	Dificuldade dos alunos mais novos (9º ano) na memorização da sequência de frases.	1	5
4.1.10. Onde está a verdade?	Mudei a dinâmica para que os alunos aplicassem o conteúdo diretamente, para que o trabalho fosse naturalmente integrado à turma.	23	5		1	5



Exercícios realizados	Modificação individual dos exercícios pelos facilitadores	Número de participantes	Nível de participação 1 = super baixo 5 = muito altos	Aspetos de melhoria (por exemplo, tempo necessário, preparação, adequação da faixa etária ...)	Satisfação geral 1 = muito bom 5 = muito mau	Qual é a probabilidade de realizar o exercício testado novamente? 1 = baixo 5 = muito alto
4.1.10. Onde está a verdade?	(Com cada aula) tivemos que criar 2 pequenos grupos	28+28=56 total	4	Isso pode ser feito também com os mais jovens, mas com adaptações adequadas com o tempo e a discussão (perguntas)	1	5
4.1.10. Onde está a verdade?	Devido ao grande número de participantes, criámos 2 grupos	56 (2x28)	4	Para participantes com mais de 16 anos quando o educador funcionar como "fonte original", ele deve encontrar histórias ou frases atraentes	1	5
4.1.12. Diz-me o que fizeste a semana passada	-	15	5	Também é interessante fazê-lo com pessoas que não se conhecem e analisar que estratégia usam para enganar os elementos falsos durante a discussão	1	5
4.1.12. Diz-me o que fizeste a semana passada		28	5	Dada a pouca complexidade dos exercícios, não há aspetos a serem aprimorados.	1	5

Exercícios realizados	Modificação individual dos exercícios pelos facilitadores	Número de participantes	Nível de participação 1 = super baixo 5 = muito altos	Aspetos de melhoria (por exemplo, tempo necessário, preparação, adequação da faixa etária ...)	Satisfação geral 1 = muito bom 5 = muito mau	Qual é a probabilidade de realizar o exercício testado novamente? 1 = baixo 5 = muito alto
4.1.12. Diz-me o que fizeste a semana passada	-	26	2	-	1	5
4.1.12. Diz-me o que fizeste a semana passada		21	5	-	1	5
4.1.14. Os motivos por trás de notícias falsas	Sem modificações	48 (30+18)	3	Exemplos de notícias com elementos ausentes específicos, com mais defeitos no formulário ou no conteúdo são necessários.	2	5
4.1.15 Detetar falsas notícias	Todo o grupo mais pequeno apresenta a análise das notícias num poster	15	4	Também foi necessário mais tempo para o formulário.	1	5
4.1.17. A forma como (re) agimos online	Perguntámos o motivo dessa escolha (no caso de minorias	48 (30+18)	5	20 minutos não são suficientes; tentando todas as reações possíveis, mais dinâmica surge pelo grupo	2	5

Exercícios realizados	Modificação individual dos exercícios pelos facilitadores	Número de participantes	Nível de participação 1 = super baixo 5 = muito altos	Aspetos de melhoria (por exemplo, tempo necessário, preparação, adequação da faixa etária ...)	Satisfação geral 1 = muito bom 5 = muito mau	Qual é a probabilidade de realizar o exercício testado novamente? 1 = baixo 5 = muito alto
4.1.17. A forma como (re) agimos online	-	48 (30+18)	5	Os participantes mostraram-se utilizadores atentos e capazes. Eles demonstraram ter fontes e meios para enfrentar situações e superá-las  * apenas em alguns casos as reações não levaram em consideração as consequências emergentes	2	5
4.1.18. A forma como (re) agimos online – Emoji Cards	Também é possível usar essa atividade com grupos menores (por exemplo, 5 pessoas)	5	5	Não acho que precise de mais melhorias. Atividade muito boa!	1	5
4.1.18. A forma como (re) agimos online – Emoji Cards	-	15	5	-	1	5
4.1.19. Puzzle dos 8 P's	-	10	5	Eu acrescentaria mais tempo, para que seja possível incentivar mais debates assim que o quebra-cabeça for feito. Quero dizer, mais tempo para discutir os conceitos do quebra-cabeças.	1	5

Exercícios realizados	Modificação individual dos exercícios pelos facilitadores	Número de participantes	Nível de participação 1 = super baixo 5 = muito altos	Aspetos de melhoria (por exemplo, tempo necessário, preparação, adequação da faixa etária ...)	Satisfação geral 1 = muito bom 5 = muito mau	Qual é a probabilidade de realizar o exercício testado novamente? 1 = baixo 5 = muito alto
4.1.20 O que é o quê? Fazer corresponder a informação falsa e a desinformação	-	15	5	O número de participantes da atividade (15) foi muito grande. Faz com que apenas os mais competitivos participem, de modo que eles dominam a maioria dos quebra-cabeças (partidas). Ao mesmo tempo, os participantes menos competitivos são deixados de lado e se tornam apenas observadores.  Além disso, o tempo que a atividade leva depende do nível de dificuldade.	2	3
4.1.29. Fake News Sobre mim	Fizemos uma sessão de meio dia do exercício, porque as crianças queriam realmente desenvolver a história	23	5	Nem todas as crianças gostaram de atuar, mas todas tentaram participar. Para as crianças mais extrovertidas, essa era uma possibilidade de mostrar o que elas sabem.	1-2	5
4.1.32. Sussurros Chineses (Telefone sem Fios)		39 22+17	3		3	3

Exercícios realizados	Modificação individual dos exercícios pelos facilitadores	Número de participantes	Nível de participação 1 = super baixo 5 = muito altos	Aspetos de melhoria (por exemplo, tempo necessário, preparação, adequação da faixa etária ...)	Satisfação geral 1 = muito bom 5 = muito mau	Qual é a probabilidade de realizar o exercício testado novamente? 1 = baixo 5 = muito alto
4.1.34. Detalhes...	-	48 (30+18)	5	Todos os aspetos eram adequados.	1	4
4.1.33. Desenhos à Chinesa (rabiscos)	Eu não mudei nada	14	4	Este exercício funcionou bem para mim, eu não mudaria nada.	1	5
4.1.33. Desenhos à Chinesa (rabiscos)	Eu escolhi meus próprios desenhos, porque os meus alunos eram mais jovens. Não há muitos detalhes.	18	5	Como os meus alunos eram muito jovens neste exercício, a regra do "não pedir" era difícil para eles. Eles também queriam tornar os desenhos mais bonitos e precisavam de um pouco mais de tempo. Eu acho que este é um ótimo exercício para crianças pequenas!	1	5
4.1.37. Fake News Bingo	Funcionou bem	10	5	Eu acho que funcionou bem	1	4

Exercícios realizados	Modificação individual dos exercícios pelos facilitadores	Número de participantes	Nível de participação 1 = super baixo 5 = muito altos	Aspetos de melhoria (por exemplo, tempo necessário, preparação, adequação da faixa etária ...)	Satisfação geral 1 = muito bom 5 = muito mau	Qual é a probabilidade de realizar o exercício testado novamente? 1 = baixo 5 = muito alto
4.1.37. Fake News Bingo	Eu não mudei nada	20	4	Algumas crianças não usam muito a Internet e não sabiam o que era isso. Eu tive que contar mais alguns exemplos, mas depois disso eles estavam muito envolvidos. O tempo era um problema, alguns eram feitos em 3 minutos, outros precisavam de mais tempo.	2	4
4.1.37. Fake News Bingo	Tentámos ao ar livre, mas nem todas as crianças tinham dados; Eu configurei um ponto de acesso WiFi para eles	14	4-5	Eu não pensava em dados, mas alguns não tinham dados restantes. Como eles foram incentivados a pesquisar também fotos e vídeos, eles disseram-me que não queriam usar o seu plano de dados, então eu configurei um Wi-Fi. Teria sido melhor num ambiente fechado, onde há um WiFi. Eu também tive dois alunos de 11 e 12 anos, eles não tinham contas de redes sociais. Para os mais velhos, o exercício foi muito apropriado.	1	5

Exercícios realizados	Modificação individual dos exercícios pelos facilitadores	Número de participantes	Nível de participação  1 = super baixo  5 = muito altos	Aspetos de melhoria  (por exemplo, tempo necessário, preparação, adequação da faixa etária ...)	Satisfação geral  1 = muito bom  5 = muito mau	Qual é a probabilidade de realizar o exercício testado novamente?  1 = baixo  5 = muito alto
4.1.38 Real or falso?	Eu não mudei nada	14	3-4	Eu faria com grupos menores. Em grupos maiores, há sempre pessoas que desaparecem nesses exercícios.	2	4
4.1.38 Real or falso?	Não se mudou nada	25	alguns 5, mas também alguns 1-2; em grupos maiores, isso é inevitável.	Eu daria o link para as crianças, para que elas pudessem ver as fotos nos seus próprios dispositivos - nosso projetor não era tão bom para ver detalhes	2	5
4.1.37. Real ou falso?	Preparámos e usámos a versão Kahoot (como sugerido) <a href="https://create.kahoot.it/share/fakepics-game-fake-off/c3ecd070-a70b-44ab-bcd7-87d22e4e823c">https://create.kahoot.it/share/fakepics-game-fake-off/c3ecd070-a70b-44ab-bcd7-87d22e4e823c</a> <i>Algumas apresentações adicionais foram criadas: a) resumo da sessão mais detalhado, b) uma apresentação com respostas c) e um slide com os tipos de notícias falsas e os motivos por trás deles.</i>	30	5	Alguns problemas técnicos na sala de formação.	1	5

Exercícios realizados	Modificação individual dos exercícios pelos facilitadores	Número de participantes	Nível de participação 1 = super baixo 5 = muito altos	Aspetos de melhoria (por exemplo, tempo necessário, preparação, adequação da faixa etária ...)	Satisfação geral 1 = muito bom 5 = muito mau	Qual é a probabilidade de realizar o exercício testado novamente? 1 = baixo 5 = muito alto
4.1.41. Profissões	Em vez de desenhar, também pode ser um <i>brainstorm</i> ("tempestade de palavras")	10	5	Para os jovens mais velhos, é possível incluir perguntas de esclarecimento mais profundas e complexas	1	5
4.1.48. Juntar ideias contra notícias falsas	De pé em círculo	20	4	Frases mais curtas	2	4
4.1.48. Juntar ideias contra notícias falsas	A organização dos participantes não estava em círculo, estavam sentados formando um arco	27	4	Em preparação, eu recomendaria mostrar ao grupo uma imagem, um tweet ou uma notícia para exemplificar as ações necessárias para juntar ideias.	3	4
4.1.51. Mudança de comportamento online	-	15	5	É necessário aprofundar alguns elementos técnicos, como privacidade, configurações, etc. Especialmente se os participantes forem recém-chegados à plataforma social.	2	5



Exercícios realizados	Modificação individual dos exercícios pelos facilitadores	Número de participantes	Nível de participação 1 = super baixo 5 = muito altos	Aspetos de melhoria (por exemplo, tempo necessário, preparação, adequação da faixa etária ...)	Satisfação geral 1 = muito bom 5 = muito mau	Qual é a probabilidade de realizar o exercício testado novamente? 1 = baixo 5 = muito alto
4.1.53. Substituir maus hábitos	-	15	5	Era necessário dar mais espaço para a partilha de reflexões sobre comportamentos, principalmente não executando o passo 2, conforme sugerido.	1	5
4.1.62. Diário dos Media	Nada	12 (9 no final)	3-4	Seria mais fácil se o grupo fosse mais coerente. O meu grupo era bastante diversificado em idade e, portanto, alguns desistiram. Alguns eram mais fáceis (principalmente os mais velhos), para crianças com menos de 13 anos de idade era muito difícil.	2	4
4.1.62. Diário dos Media	Não mudei nada	8	Muito alto! 5 Todos queriam anotar com rigor o que consumiam e também mudaram o consumo dos media naquele período.	Eu pensei que era um ótimo exercício, nada a acrescentar.	1	5

Exercícios realizados	Modificação individual dos exercícios pelos facilitadores	Número de participantes	Nível de participação 1 = super baixo 5 = muito altos	Aspetos de melhoria (por exemplo, tempo necessário, preparação, adequação da faixa etária ...)	Satisfação geral 1 = muito bom 5 = muito mau	Qual é a probabilidade de realizar o exercício testado novamente? 1 = baixo 5 = muito alto
4.1.64. É melhor pensar!	Adaptámos a atividade abordando o tópico: estereótipos de género nas áreas de trabalho	56 (2x28)	4	Pode ser necessário trabalhar em pequenos grupos (casal) se o contexto solicitar (nº de participantes, timidez)	1	5
4.1.64. É melhor pensar!	As publicações foram selecionadas para trabalhar com estereótipos	56 (2x28)	4	Com um número alto de participantes ou com participantes com características particulares, é melhor fazê-los trabalhar em pares	1	5
4.1.65 Procura!	-	48 (30+18)	5	A atividade parecia ser complexa para alguns participantes, mas com explicação adequada todas as dúvidas foram resolvidas	2	5

### Comentários adicionais

- Em geral, acrescentaria ao conjunto de atividades alguns exercícios que precisam de poucos preparativos e poucos materiais. Ao fazer isso, é possível implementar as atividades de uma maneira mais fácil, e elas podem ser mais adaptáveis a vários contextos.
- A primeira atividade 4.1.18. A maneira como (re) agimos online - Cartões Emoji] foi muito interessante e adequada para o campo da juventude, bem como para a segunda atividade [4.1.19. 8Ps Puzzle]. O conteúdo é muito útil e apropriado para jovens. Eles gostam disso.
- Para 4.1.38 Real ou falso? Na atividade, foram criadas algumas apresentações adicionais: a) resumo da sessão mais detalhado, b) uma apresentação com respostas c) e um slide com os tipos de notícias falsas e os motivos por trás deles. Eles estão disponíveis se alguém quiser jogar o jogo.
- 4.1.7. Passe a bola, passe o falso! Os alunos aderiram bem à atividade, mas têm dificuldade em falar sobre eles e fornecer informações pessoais incorretas (falsas).

### 4.4.3 Avaliação geral

Solicitou-se também aos animadores / facilitadores / professores que avaliassem a satisfação geral do exercício, em particular:

- Nível de envolvimento dos participantes
- Possibilidade de realizar o exercício novamente
- Satisfação geral

A classificação de todos os exercícios realizados, incluindo os testados várias vezes por diferentes jovens trabalhadores / formadores / professores, é apresentada na tabela abaixo:

	Escala de classificação	Resultado da pontuação média
Nível de envolvimento dos participantes	1 = super baixo; 5 = muito alto	3,86
Implementação futura do exercício	1 = baixo; 5 = muito alto	4,09
Satisfação geral	1 = muito bom; 5 = muito mau	1,31

Como mostra a tabela, a informação geral é bastante positiva.

#### 4.4.4. Perfil dos entrevistados

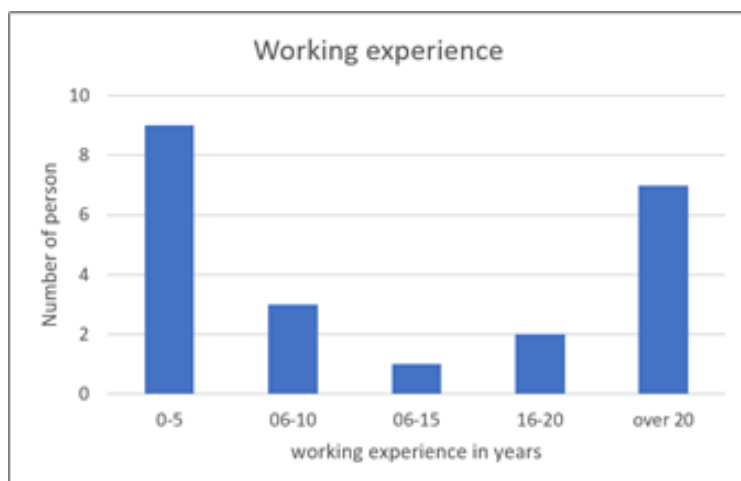
Ocupação:

Animadores	8
Professores	8
Coordenador de Projetos da UE	1
Educadores	3
Gestor de projetos + educador	1

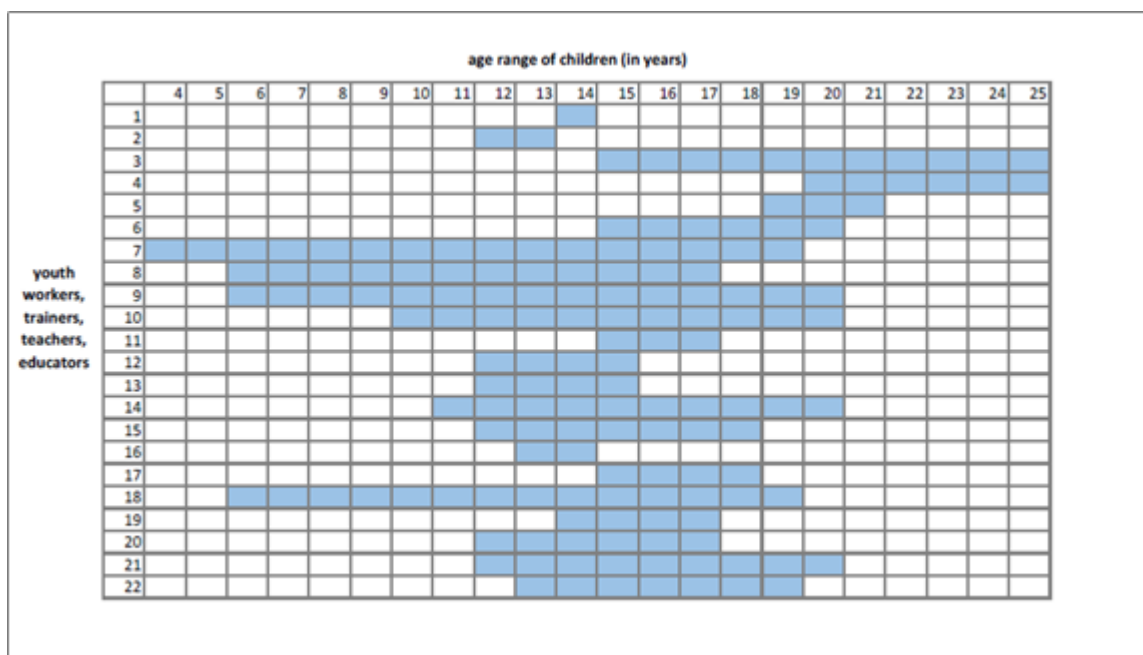
Há quanto tempo a pessoa questionada trabalha como trabalhadora juvenil / facilitadora / professora?

0-5 anos	9 pessoas	1 ano / 1,5 anos 2 anos / 2 anos 2 anos / 3 anos 3 anos / 4 anos 5 anos
6-10 anos	3 pessoas	6 anos / 9 anos / 10 anos
11-15 anos	1 pessoa	12 anos
16-20	2 pessoas	16 anos / 20 anos
over 20 anos	7 pessoa	22 anos / 26 anos 29 anos / 29 anos 30 anos / 33 anos 34 anos

A média aritmética destes valores é uma experiência de trabalho média de 13,61 anos.



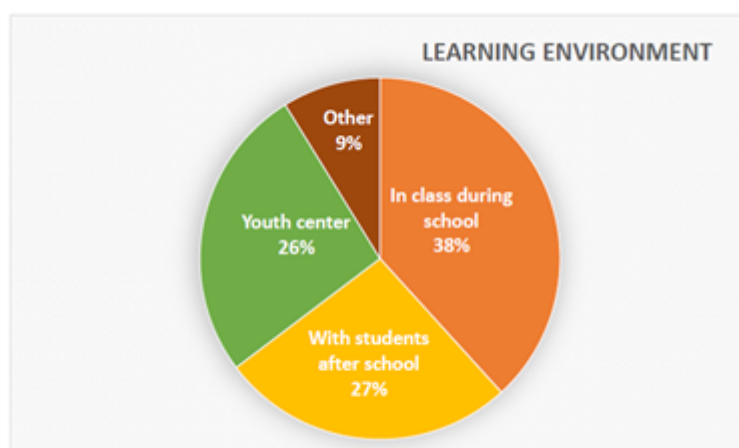
Faixa etária usual das crianças com quem o trabalhador / facilitador / professor da juventude trabalha:



Contexto usual do trabalho com jovens (eles podem escolher mais de uma opção):

Na aula durante a escola	13
Com os alunos depois da escola	9
Centro da Juventude	9

Outros (especifique)	<p>3</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● eventos</li> <li>● arranjos de festas de aniversário, jovens ao ar livre trabalham em locais públicos</li> <li>● aulas escolares que chegam ao nosso lugar</li> </ul>
----------------------	---



## Anexo 1. Leitura adicional

Para começar – **Wikipédia**

[https://en.wikipedia.org/wiki/Media\\_literacy](https://en.wikipedia.org/wiki/Media_literacy)

[https://en.wikipedia.org/wiki/Fake\\_news](https://en.wikipedia.org/wiki/Fake_news)

**Jooyeon Park** em Literatura dos media, competência dos media e política dos media

<https://huichawaii.org/wp-content/uploads/2017/02/Park-Jooyeon-2017-AHSE-HUIC.pdf>

**Claire Wardle** em Notícias falsas e des-/ informação

<https://firstdraftnews.org/infodisorder-definitional-toolbox/>

<https://firstdraftnews.org/10-questions-newsrooms/>

<https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/>

<https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>

**Regina Marchi** em Notícias falsas e objetividade

<https://eclass.uoa.gr/modules/document/file.php/MEDIA279/Social%20Media/With%20Facebook,%20Blogs,%20and%20Fake%20News,%20Teens%20Reject%20Journalistic%20%E2%80%9CObjectivity%E2%80%9D.pdf>

Para **farsas específicas**

[https://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Protocols\\_of\\_the\\_Elders\\_of\\_Zion](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Protocols_of_the_Elders_of_Zion)

<http://www.fschuppisser.ch/storepdf/hageprot.pdf>

[https://en.wikipedia.org/wiki/Stone\\_louse](https://en.wikipedia.org/wiki/Stone_louse)

[https://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Yes\\_Men](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Yes_Men)

<http://www.theyesmen.org>

[https://en.wikipedia.org/wiki/Fiji\\_mermaid](https://en.wikipedia.org/wiki/Fiji_mermaid)

**Outros Media**

Descobre as notícias falsas:

<https://www.channelone.com/feature/quiz-can-you-spot-the-fake-news-story/>

Do Not Track: <https://donottrack-doc.com/en/>

Orwell, George: 1984.

## **Anexo 2. Modelo para os exercícios**

Título:

Parceiro:

Fonte:

Objetivo:

Duração:

Número de participantes:

Idade:

Nível de dificuldade: + fácil, ++ médio, +++ avançado

Condições / Formato: atividade de grupo, exercício individual, tarefa em casa, exercício em pares.

Material:

Preparação:

Descrição:

Dicas para facilitadores:

Questões para discussão:

Etapas (selecione aonde pertence): 1 - Fortalecer a literacia da informação, 2 - Criar novos hábitos, 3 - Aplicar novos hábitos na vida diária

Tags (por exemplo, #fakenews, #changethehabits, #medialiteracy)



### **Anexo 3. Info do projeto Fake OFF**

O material de formação foi desenvolvido dentro do projeto Erasmus + "FAKE OFF – “Fostering Adolescents’ Knowledge and Empowerment in Outsmarting Fake Facts”.

O projeto visa a promoção da literacia digital nos jovens, criando consciência da desinformação intencional e permitindo que os jovens identifiquem “notícias falsas” e as evitem.

Objetivos e impacto do projeto:

- aumentar a participação dos jovens no debate crítico de notícias e conteúdo da Internet
- desenvolver a capacidade dos jovens de avaliar as informações publicadas e agir em conformidade
- permitir uma abordagem sistemática da literacia digital para jovens e profissionais que trabalham com eles
- uso mais responsável dos media online pelos jovens
- discurso público sobre a precisão e a qualidade das notícias
- sensibilização da educação para os media no contexto de notícias falsas nas organizações de jovens
- tornar os jovens menos suscetíveis à desinformação e propaganda intencionais
- empoderamento dos jovens com competências de pensamento crítico e conhecimento dos media
- geração jovem bem informada e fundamento mais forte para a democracia
- maior competência em relação às formas digitais de ensino das pessoas que trabalham com jovens

O consórcio deste projeto consiste em sete parceiros de cinco países, variando de instituições educacionais, organizações juvenis a especialistas em media digital, centros de informação juvenil e especialistas em TIC: bit schulungszentrum GmbH (AT), Future Balloons (PT), Internationale Akademie Berlin for Innovative Pädagogik, Psychologie and Ökonomie (DE), Associação Intercultural Europea Go Europe (ES), Jonathan Cooperativa Sociale (IT), Österreichisches Institut for the Telekommunikation (AT) and Jugendmanagement GmbH (AT). Além disso, vários parceiros associados - desde autoridades, organizações de trabalho juvenil, organizações juvenis, escolas, media, instituições académicas, etc. - apoiam o projeto no desenvolvimento de resultados, divulgação e eventos multiplicadores - para garantir o máximo impacto e distribuição dos resultados do projeto.

Além do presente produto (material de aprendizagem), outros produtos já foram criados dentro deste projeto: um Conceito Didático Geral (CDG) e uma APP, que deve apoiar os jovens trabalhadores, professores e facilitadores no seu trabalho diário.

Todos os produtos são acessíveis gratuitamente - o CDG encontra-se no site do projeto ([www.fake-off.eu](http://www.fake-off.eu)) e a aplicação pode ser encontrada gratuitamente na Apple Store e na Google Store usando a função de busca e escrevendo "Fake Off".

Mais informações sobre o projeto podem ser encontradas no seguinte link: [www.fake-off.eu](http://www.fake-off.eu)













[www.fake-off.eu](http://www.fake-off.eu)

**Created by**

Dr. Tetiana Katsbert (YEPP EUROPE)  
Jochen Schell (YEPP EUROPE)  
Barbara Buchegger (ÖIAT/Saferinternet.at)  
Matthias Jax (ÖIAT/Saferinternet.at)  
Thomas Doppelreiter (LOGO jugendmanagement)

**Contributions by**

Stefano Modestini (GoEurope)  
Javier Milán López (GoEurope)  
Alice M. Trevelin (Jonathan Cooperativa Sociale)  
Dario Cappellaro (Jonathan Cooperativa Sociale)  
Marisa Oliveira (Future Balloons)  
Vítor Andrade (Future Balloons)  
Clara Rodrigues (Future Balloons)  
Michael Kvas (bit schulungcenter)  
Laura Reutler (bit schulungcenter)  
Sarah Kieweg (bit schulungcenter)

**Graphic design by**

Marcel Fernández Pellicer (GoEurope)



**Erasmus+**

**This project has been funded with support from the European Commission.**

This publication [communication] reflects only the views of the author. Therefore The Commission cannot be held responsible for any eventual use of the information contained therein.

**Project No. 2017-3-AT02-KA205-001979**





[www.fake-off.eu](http://www.fake-off.eu)

**bit** schulungscenter  
member of bit group

**LOGO!**  
JUGENDMANAGEMENT

1100001  
**oiat**  
Österreichisches Institut für integrierte Kommunikation

 **JONATHAN**  
COOPERATIVA SOCIALE

 **GoEurope**

 **FUTURE  
BALLOONS**  
we take you higher!

 **VEEP**  
EUROPE



**Erasmus+**

**This project has been funded with support from the European Commission.**

This publication [communication] reflects only the views of the author. Therefore The Commission cannot be held responsible for any eventual use of the information contained therein.

**Project No. 2017-3-AT02-KA205-001979**