



PRÉMIOS CRIATIVIDADE M&P
**AUTOPROMOÇÕES
& INOVAÇÃO EM MEDIA**
TV • RÁDIO • IMPRENSA • DIGITAL



MEDIA

MARKETING

PUBLICIDADE

OPINIÃO

M&P PLUS

PRÉMIOS

LOGIN



**O SEU
CONSUMIDOR
QUER VER
A SUA MARCA.**



**#VAMOS TODOS
ABRAÇAR
PORTUGAL**
FAÇA A ECONOMIA AVANÇAR.



COMO ENEA ANGELO TREVISAN PRETENDE COMBATER AS FAKE NEWS NA ECONOMIA

Por Meios & Publicidade a 30 de Agosto de 2019

BrandSHARE. *saiba o que é »*



As notícias falsas podem, até mesmo, atrapalhar negociações comerciais que afetam as premissas de livre concorrência

No último ano, as fake news foram um tema constante na mídia. Recentemente, o Google liberou a lista com os 10 países da União Europeia mais afetados pela epidemia de notícias falsas, e Portugal não ficou de fora, com **244 contas suspensas** pela disseminação de conteúdo enganoso.

Aliás, a situação é preocupante justamente porque a maioria dos portugueses não

M&P PLUS



ENTROU-SE EM TERRENO DESCONHECIDO

As necessidades de consumo estão concentradas em produtos básicos, o investimen...



PREPARAR O QUE AÍ VEM

O encontro para assinalar os 30 anos da APECOM serviu para colocar em cima da mes...



À ESPERA DO NETFLIX E AFINS

É a grande questão que atravessa os produtores de séries em Portugal. Quando



“O REINO UNIDO É UM MERCADO DE PURO SELL OUT”

O português Hugo Silva assumiu o marketing

IMAGINE O NOSSO ABRAÇO DEPOIS DE TUDO ISTO.

#VAMOS TODOS ABRAÇAR PORTUGAL
FAÇA A ECONOMIA AVANÇAR.

VIRTUAL ARENA
A REALIDADE QUE NOS LHE

TAXI ADVERTISING

OBRIGADO

A TODOS OS QUE NOS AJUDARAM A FAZER 10 ANOS E A COLAR 11745 TÁXIS

PRÉMIOS CRIATIVIDADE M&P
**AUTOPROMOÇÕES
& INOVAÇÃO EM MEDIA**
TV • RÁDIO • IMPRENSA • DIGITAL

INSCREVA-SE AQUI

PUB



PUB&COM

O SEU DIRECTÓRIO DE PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO

mas, a situação é preocupante justamente porque a maioria dos portugueses **não consegue identificar uma notícia falsa** quando a lê. Em resumo, essas notícias relatam fatos inverídicos ou boatos sobre temas relevantes da atualidade (como política) e comumente são espalhadas pelas redes sociais, como Facebook e WhatsApp.

Essas notícias se tornaram um problema tão grande que muitas dessas redes começaram uma série de ações para combatê-las, e o tema se tornou uma das principais preocupações de Bruxelas, já que apenas 48% dos portugueses dizem conseguir identificar uma fake news mediante leitura. O mais impressionante é que as fake news começaram a repercutir em comportamentos preocupantes fora da internet, de crimes de linchamento à quebras de contratos comerciais.

Segundo Enea Angelo Trevisan, CEO e fundador da Ealixir, uma empresa especializada no combate às fake news, o problema desses conteúdos é a forma como ele afeta o livre-mercado. "Trabalhamos com uma empresa europeia que teve que realizar contratos importantes no Brasil. Coincidentemente, começaram a aparecer notícias em português, absolutamente falsas, que colocam a empresa em uma má posição, para que se perde trabalho. É uma notícia falsa ainda mais perigosa do que aquelas feitas de maneira maciça contra os líderes políticos", explica.

Em um caso como esse, as notícias falsas podem alterar questões importantes de uma economia capitalista: uma notícia que enfraquece, de forma inverídica, a reputação de uma empresa que pretende entrar em um novo mercado, como forma de evitar a concorrência, é tão desleal quanto usar de algoritmos e boatos para enfraquecer o apoio a um político, com o adendo de que pode ter um impacto negativo – e gigantesco – na economia local.

"Com a Ealixir, supervisionamos constantemente as informações publicadas online que concernem os nossos clientes e intervimos conseqüentemente, quando vemos que as fontes não são confiáveis, contactando as autoridades competentes. A opinião pública acredita que as notícias falsas ajudam a manipular as pessoas nas proximidades de eventos importantes, como o Brexit ou a eleição do [presidente norte-americano] Trump, mas a realidade é diferente", diz o CEO, que sabe como cuidar da opinião pública para que não seja contaminada por esse tipo de conteúdo.

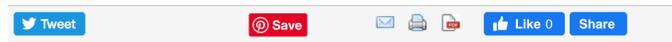
Enea explica que o principal é entender de onde esses boatos surgem: como no caso citado acima, se uma empresa está competindo por outra para ganhar uma proposta de negócios, a primeira pode recorrer a uma empresa que dissemine notícias falsas para publicar conteúdos que mencionem a sua rival, de uma forma a prejudicá-la e alterar o princípio da livre concorrência.

Por mais que o sistema econômico em vigência hoje seja amplamente criticado, ainda assim ele defende, com veemência, a importância de oportunidades iguais de concorrência e inserção nos diferentes mercados globais, e usar de notícias falsas não só caracteriza uma manipulação desleal do público, como usa do âmbito informativo para direcionar o mercado – tal qual aconteceu no último período eleitoral brasileiro e norte-americano.

Referências:

<http://www.tsf.pt/sociedade/interior/fake-news-menos-de-metade-dos-portugueses-consegue-identificar-noticias-falsas—estudo-10616813.html>

<http://rr.sapo.pt/noticia/144818/fake-news-portugal-no-top-10-dos-paises-com-mais-contas-bloqueadas>



DEIXE AQUI O SEU COMENTÁRIO

Tem de ter a **sessão iniciada** para publicar um comentário.



PESQUISAR...

EDIÇÕES DIGITAIS

M&P 861: AMÉRICO AGUIAR, EVENTOS VIRTUAIS E ESPECIAL E-COMMERCE

O grande destaque do M&P nesta quinzena vai para a entrevista ao padre Américo Aguiar, presidente do grupo Renascença Multimédia, que, entre outros temas...

ÚLTIMAS MAIS LIDAS

VASP E GRUPOS DE MEDIA CRIAM PLATAFORMA PARA ENTREGAR PUBLICAÇÕES EM CASA

21 Maio 2020

EDITORA ABYSMO CRIA REVISTA DIGITAL PARA SENTIR O PULSO AOS EFEITOS DA PANDEMIA

20 Maio 2020

SEIS EM CADA DEZ ANUNCIANTES PORTUGUESES REDUZEM INVESTIMENTO EM TEMPO DE PANDEMIA

20 Maio 2020



fechar

Este website usa cookies, ao continuar a navegar está a consentir a sua utilização. [Saber mais](#)