



COMO SE COMUNICAR MELHOR

**DICAS PARA USO DE REDES SOCIAIS,
REUNIÕES E ENTREVISTAS COM A IMPRENSA**



Querida/querido familiar,

Em 2021, desenvolvemos o guia “Como se comunicar melhor – dicas para reuniões, entrevistas e uso de redes sociais”. Naquele ano, estávamos em meio à pandemia de Covid-19 e nosso objetivo era apresentar formas mais eficientes para comunicar a causa de familiares de pessoas desaparecidas num momento em que boa parte da comunicação se deu online.

Agora, nesta segunda edição ampliada e atualizada, reafirmamos nosso propósito de oferecer informações verificadas que ajudem a potencializar a causa, mas que também permitam que cada pessoa tenha uma experiência mais saudável e segura nas redes sociais.

Além de revisar as dicas anteriores, esta edição traz novidades: falaremos sobre TikTok e reforçamos dicas de segurança com atenção especial para golpes online e integridade de informação para que você não caia em desinformação. Você também terá acesso a uma versão visual e resumida do guia para facilitar o compartilhamento com amigos e familiares sobre os temas que mais chamaram a sua atenção.

O conteúdo desse manual foi desenvolvido pela jornalista Luiza Bodenmüller e as ilustrações e diagramação por Frederico Carvalho, em coordenação com a nossa equipe.

Desejamos uma excelente leitura!

Equipes de Comunicação e de Proteção
da Delegação Regional do CICV para
Argentina, Brasil, Chile, Paraguai e Uruguai

SUMÁRIO

1. O nosso trabalho no Brasil e região	5
O nosso trabalho com a temática de pessoas desaparecidas e seus familiares.....	6
2. Redes sociais	7
3. Facebook	10
4. Programa Amber Alert	15
5. Instagram.....	16
6. Tik Tok.....	19
7. Whatsapp	20
Links maliciosos	21
Perfil falso	21
Conta clonada.....	22
Golpe do Pix falso	22
Agências de checagem ajudam a mapear golpes.....	22
8. Dicas gerais de segurança para redes sociais.....	25
Dados pessoais.....	25
Senha.....	25
Autenticação em dois fatores	27
Convites de amizade de perfis estranhos	27
Links maliciosos	27
9. Dicas gerais de como fazer posts atrativos nas redes sociais.....	29
10. Desinformação	31
Antes de tudo: está em dúvida? Não compartilhe	32
Leia todo o conteúdo e não se deixe enganar pelo título	33
Verifique a data da publicação.....	33
Analisar quem o texto referencia como fonte.....	33
Tome cuidado com fotos e vídeos	33
Quando o assunto é saúde, desconfie ainda mais.....	34
11. Inteligência Artificial.....	37
12. Relacionamento com autoridades e imprensa	40



1. O NOSSO TRABALHO NO BRASIL E REGIÃO

O Comitê Internacional da Cruz Vermelha (CICV) trabalha para a promoção, difusão e implementação do Direito Internacional Humanitário (DIH) e dos princípios humanitários. Fundamentado em uma série de tratados, em particular nas Convenções de Genebra de 1949 e nos seus Protocolos Adicionais, além de diversos outros instrumentos jurídicos, o DIH protege as pessoas que não participam ou que deixaram de participar das hostilidades em conflitos armados e limita os meios e métodos de combate de acordo com as consequências humanitárias.

Além disso, no Brasil, o CICV atua em parceria com o governo federal, governos locais, organizações e comunidades para ampliar as respostas das autoridades às consequências humanitárias da violência armada.

A violência armada é um fenômeno complexo com impactos graves para a população. Alguns deles são mais visíveis, como homicídios e pessoas feridas, enquanto outros são menos visíveis, como desaparecimento de pessoas, deslocamentos pela violência, impactos na saúde mental da população, dificuldades ou impossibilidade de acessar serviços públicos essenciais, como unidades de saúde e escolas, entre outros.

Outra prioridade é prevenir a ruptura dos vínculos familiares da população afetada pela violência armada ou em contexto migratório. Nesse caso, trabalhamos em parceria com a Cruz Vermelha de cada país.

A Delegação Regional do CICV para Argentina, Brasil, Chile, Paraguai e Uruguai está sediada em Brasília, com escritórios em Fortaleza (CE), São Paulo (SP) e uma missão em Buenos Aires.

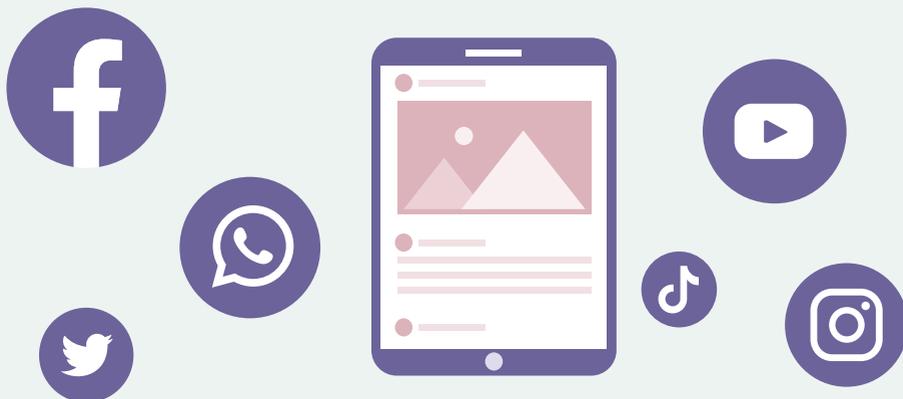
O NOSSO TRABALHO COM A TEMÁTICA DE PESSOAS DESAPARECIDAS E SEUS FAMILIARES

O CICV trabalha com as autoridades responsáveis pela Política Nacional de Busca de Pessoas Desaparecidas e associações de familiares para apoiar que as famílias afetadas possam fazer parte dos processos de construção da Política Nacional, narrando suas principais necessidades, dificuldades e anseios. As famílias são as que realmente podem relatar a dor da ausência de seus desaparecidos porque são elas as que enfrentam as dificuldades da busca de seus familiares.

A realidade e o sofrimento enfrentados pelos familiares de pessoas desaparecidas fazem surgir consequências graves para sua saúde física e mental. Há também necessidades jurídicas, administrativas, econômicas e de assistência. Diante disso, o CICV recomenda a criação de uma rede nacional e coordenada de assistência interdisciplinar a partir dos serviços públicos e instituições já existentes para atender a esses familiares.

Referências:

- 1 <https://www.icrc.org/pt/publication/relatorio-ainda-essa-e-palavra-que-mais-doi>
- 2 https://www.gov.br/mj/pt-br/acao-a-informacao/acoes-e-programas/desaparecidos/cicv_caderno_tematico_completo-simples.pdf
- 3 <https://forumseguranca.org.br/publicacoes/anuario-brasileiro-de-seguranca-publica/>



2. REDES SOCIAIS

Se tem algo que provocou uma mudança profunda na forma como nos comunicamos foi o surgimento das redes sociais a partir dos anos 2000. Do extinto Orkut às novidades mais recentes como o TikTok, essas redes possibilitaram que bilhões de pessoas se conectem ao redor do mundo. Seja para encontrar um antigo colega de escola ou mesmo para buscar informações sobre um serviço, como o horário de atendimento do posto de saúde mais próximo, ou então vender e comprar produtos: as redes sociais servem a inúmeros objetivos.

Entre as redes mais conhecidas e utilizadas no mundo, o Facebook tem destaque absoluto: mais de 3 bilhões de pessoas estão conectadas à plataforma. Isso é quase um terço da população mundial. Diversos motivos explicam essa popularidade. O Facebook surgiu como uma plataforma simples, que permitia enviar mensagens pessoais e publicar novidades. Hoje, o Facebook é uma mega plataforma que permite o compartilhamento de diversos tipos de conteúdos e também virou um shopping center virtual, onde é possível comprar e vender de tudo.

Apesar de ser gratuito, o Facebook ganha muito dinheiro com os dados que fornecemos a ele e que depois são vendidos como informação para anunciantes. Para isso, o Facebook registra as páginas que você clica, as postagens que você curte, com quem você interage e quais os assuntos que mais te interessam. A partir disso, o Facebook consegue saber o que você quer comprar, quanto você quer e pode pagar e quando você pretende fazer a compra, por exemplo. Mas falaremos mais sobre isso a seguir. O Instagram, plataforma

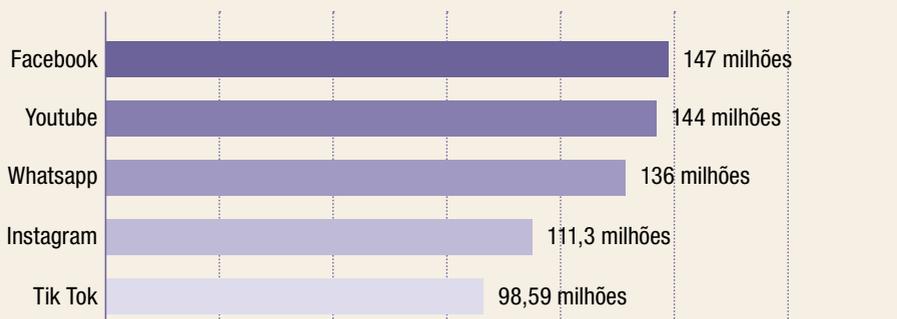
focada em imagens (fotos e vídeos), pertence à Meta, mesma empresa que é dona do Facebook, e também é uma das mais populares no Brasil e no mundo. Recentemente, o Instagram também se tornou um espaço importante de comércio online, sendo uma vitrine importante para a divulgação de produtos e atração de clientes.

Além do Facebook e Instagram há outras redes sociais muito relevantes na internet. O YouTube é uma delas. Utilizado por 2,5 bilhões de usuários em todo mundo, o YouTube é a segunda rede mais popular e também é a segunda ferramenta de busca mais utilizada no mundo, perdendo apenas para o Google. O YouTube tem uma grande quantidade de vídeos onde é possível encontrar conteúdo de todo o tipo: músicas, filmes, receitas, aulas, palestras, entrevistas – tudo aquilo que você pensar que pode existir em vídeo, provavelmente encontrará no YouTube.

De todas as redes, entre as que mais sofreram mudanças nos últimos anos, encontra-se o X, o antigo Twitter. Apesar de ter menos usuários que as anteriores, são cerca de 611 milhões, o X tem uma relevância política muito significativa. Se formos pensar em formas de debater e apresentar discussões relevantes, tendo acesso direto aos principais atores políticos envolvidos em determinada questão, o X ainda tem destaque.

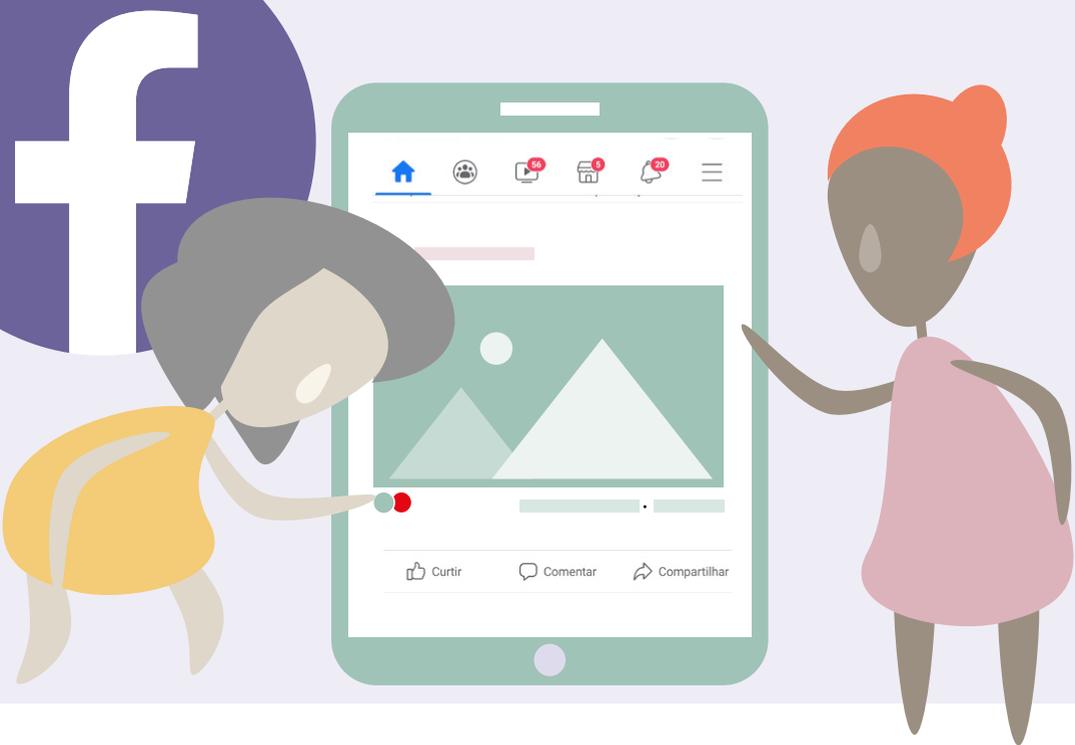
Em 2022, porém, o X mudou de dono e, logo em seguida, de nome, e isso trouxe mudanças significativas na gestão da plataforma que facilitaram a reintegração de diversas contas que anteriormente haviam sido suspensas por violar as antigas regras da empresa e a criação de contas verificadas a partir de compra do “selo”. O X

Redes sociais com maior número de usuários ativos no Brasil



tem adotado uma política de moderação mais permissiva, o que tem sido associado ao aumento de perfis verificados falsos ou enganosos e a circulação de discursos de ódio e desinformação na rede.

Em outro extremo, temos o TikTok, uma rede social mais recente e que mais que dobrou de número de usuários entre 2021 e 2024.. No TikTok, os usuários podem compartilhar vídeos de até um minuto. Parece pouco tempo, mas é o suficiente para gerar conteúdos com um alto potencial de engajamento, que são aqueles conteúdos que recebem maior quantidade de interação dos usuários, como comentários, curtidas e compartilhamentos. No caso do TikTok, os desafios de dança, em que os usuários devem replicar alguma coreografia, são muito populares, por exemplo. Memes e paródias também têm espaço no TikTok. Conteúdos mais “sérios”, como notícias, por exemplo, ainda não encontraram muito espaço por lá.



3. FACEBOOK

Como já vimos anteriormente, o Facebook é uma das redes mais populares do mundo e do Brasil também. E, desde 2004, vem se transformando para atender as necessidades dos usuários e seguir as tendências do mercado. O que começou como algo simples, onde as pessoas podiam postar atualizações em texto nos perfis de amigos, tornou-se uma rede complexa, que permite a publicação de textos, fotos e vídeos e possibilita a criação de comunidades por meio dos grupos e páginas.

Além disso, o Facebook é reconhecido como um local de compra e venda de itens variados, com ferramentas eficientes de marketing capazes de atingir pessoas com hábitos de consumo muito específicos. Também é um ambiente propício para a defesa de causas pela capacidade de mobilização que ele permite por meio dos grupos e páginas.

As páginas têm uma característica mais estática. Apenas o dono ou dona da página é quem pode postar algum tipo de conteúdo e as pessoas que curtem aquela página podem comentar, compartilhar ou reagir ao post. Por causa da maneira como o Facebook funciona, as páginas podem “sumir” da sua linha do tempo porque o Facebook entende que o conteúdo que é relevante para você é aquele com o qual você interage. Então se alguma página que você acompanha de repente parar de aparecer para você, é porque você deixou de interagir com ela.

Os grupos, outro recurso disponível no Facebook, são uma ferramenta importante quando pensamos em formação de comunidade. É por meio dos grupos que é possível reunir pessoas com um interesse comum por algum tema, como a causa das pessoas desaparecidas e seus familiares, por exemplo. Ao contrário das páginas, os grupos não “somem” da linha do tempo e são facilmente encontrados no seu perfil. Esses grupos podem existir de diversas formas. Eles podem ser públicos, o que permite que todos os usuários tenham acesso a todo o conteúdo e são livres para interagir com as postagens, seja curtindo, comentando ou compartilhando. Um grupo também pode ser privado, com conteúdo acessível apenas para os seus membros.

Outra forma de mobilizar pessoas no Facebook é por meio da criação de eventos. Datas específicas – como o 30 de agosto, Dia Internacional da Pessoa Desaparecida – podem ser uma oportunidade para aumentar a visibilidade de uma causa. Ao criar um evento para uma data relacionada à causa, você consegue convidar todos os seus amigos e, além disso, o evento, quando público, fica visível a todos os usuários e pode ser facilmente encontrado por meio das ferramentas de busca do Facebook.

Algumas funcionalidades úteis no Facebook

COMO ATIVAR NOTIFICAÇÕES DE PÁGINAS DAS QUAIS VOCÊ DESEJÁ RECEBER ATUALIZAÇÕES

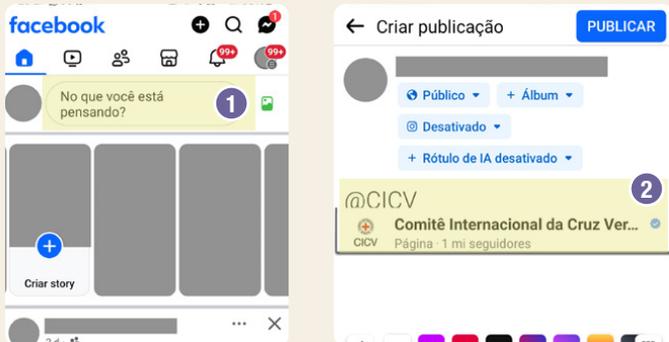
1. Clique nos três pontinhos localizados no cabeçalho do perfil.
2. Clique em “Seguir”.
3. Clique em “Seguindo”.
4. Escolha entre Padrão (verá todas as publicações em ordem normal) e Favoritos (verá as publicações mais acima do seu Feed de Notícias).



COMO MARCAR UM PERFIL OU PÁGINA EM UMA PUBLICAÇÃO

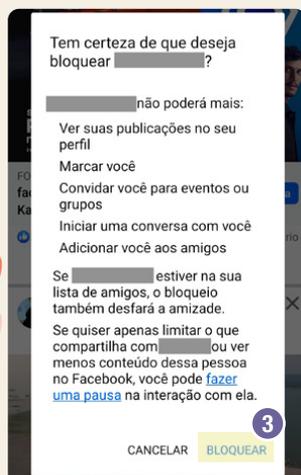
1. Abra o seu perfil e comece a escrever a mensagem que você deseja publicar.
2. Para marcar alguém, basta digitar @ seguido pelo nome da pessoa ou página.

Exemplos: @CICV; @fulano. Ao começar a digitar, as opções correspondentes vão aparecer na sua tela. Basta selecionar o perfil ou página correto e clicar. O nome do perfil ou página irá aparecer na sua mensagem grifado de azul, significando que a marcação foi feita corretamente.



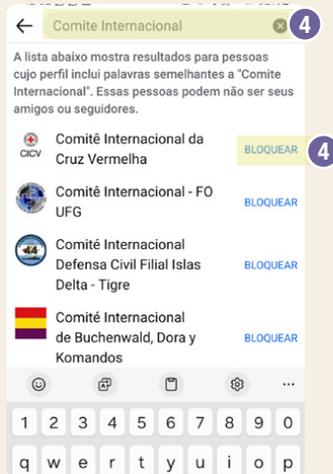
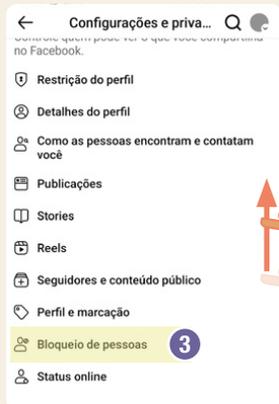
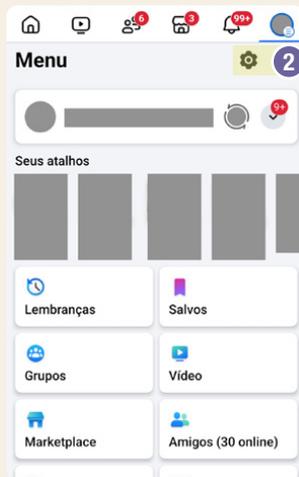
COMO BLOQUEAR UM PERFIL

1. No post do perfil que deseja bloquear, clique nos três pontinhos ao lado do nome do perfil.
2. Arraste para cima até encontrar a opção de bloqueio e clique em “Bloquear perfil de (nome do perfil)”.
3. Confirme clicando no botão “Bloquear”.



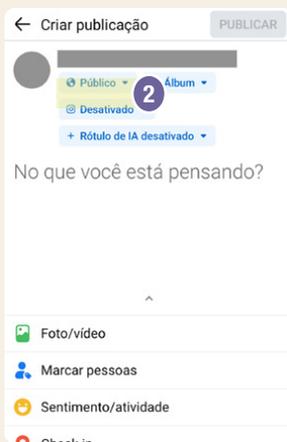
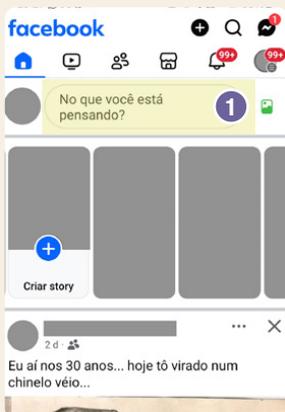
COMO BLOQUEAR UM PERFIL (opção 2)

1. Clique no menu de seu perfil, no canto superior direito
2. Clique na engrenagem, no canto superior direito
3. Arraste para cima até encontrar o item “Bloqueio de pessoas” e clique
4. Digite no campo indicado o nome ou e-mail da pessoa/perfil que deseja bloquear e quando encontrar o perfil desejado, clique em “BLOQUEAR”, ao lado do perfil.



COMO POSTAR NO FACEBOOK

1. Clique em “No que você está pensando?”
2. Selecione com quem você deseja compartilhar a postagem clicando no ícone logo abaixo do seu nome e escolha entre “público”, “amigos”, “amigos, exceto...”, “somente eu”, “amigos específicos” ou “personalizado” e clique em “Concluir”
3. Escreva uma atualização no formato de texto ou clique no tipo de publicação que você deseja compartilhar (foto/vídeo, sentimento/atividade)
4. Clique em “Publicar”



Importante: é comum que as plataformas alterem os botões de publicação do lugar. Por isso, se você seguir esse passo-a-passo e não encontrar o resultado esperado, o ideal é procurar no google por expressões como: “como postar no facebook” ou “como postar no instagram”. Os primeiros resultados da busca serão links oficiais das plataformas com orientações deste tipo.



AMBER ALERT BRASIL

4. PROGRAMA AMBER ALERT

No Brasil, 15 estados aderiram ao Amber, um programa desenvolvido em parceria com a Meta, empresa dona do Facebook e Instagram. O Amber Alert consiste na emissão de alertas urgentes nas plataformas de redes sociais da Meta em casos de desaparecimento involuntário de crianças e adolescentes atingindo um raio de até 160 km do local do fato.

Para que o caso seja incluído no Amber, é necessário que o desaparecimento seja recente e não voluntário e os pais devem autorizar a inclusão do alerta. Também é desejável que seja publicada uma foto recente e em boa resolução.

O alerta fica disponível por até 24h, podendo ser veiculado novamente se houver um fato novo em relação ao caso. Até 2024, os estados que aderiram ao Amber são: Acre, Amapá, Bahia, Ceará, Distrito Federal, Espírito Santo, Minas Gerais, Paraná, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Tocantins.

Informações

Para ter mais informações sobre o Amber Alert, acesse: <https://amberalertbrasil.mj.gov.br>



5. INSTAGRAM

O Instagram foi lançado em 2010 e, dois anos depois, foi vendido para o Facebook. Esta fusão é o que permite uma série de integrações entre o Facebook e o Instagram. É possível publicar uma foto nas duas redes ao mesmo tempo, por exemplo. Ao contrário do Facebook, que traz várias alternativas de conteúdo e interação com a comunidade, o Instagram é mais limitado. É uma rede social de imagem, então o conteúdo que circula na plataforma é basicamente de vídeos e fotos acompanhados por uma legenda.

No caso do stories, que são aqueles conteúdos que aparecem na foto de perfil, o Instagram permite colocar elementos gráficos em cima da imagem como texto, localização, GIF e figurinhas, além de vídeos, por exemplo. Vale lembrar que eles são mais curtinhos – com até 1 minuto de duração – e que após 24 horas desaparecem para seus seguidores. É possível publicar um story para todos os seguidores ou então, em casos em que o usuário não deseja exibir o conteúdo para todos os seguidores, é possível selecionar uma lista de “amigos próximos” que terão acesso exclusivo ao conteúdo.

Outra possibilidade no Instagram é a criação de canais de transmissão que funcionam de forma similar aos canais do WhatsApp. Nesse caso, é preciso ser um criador de conteúdo e ter uma

conta profissional para que a funcionalidade fique habilitada junto às mensagens diretas: ao clicar no botão “escrever uma nova mensagem”, é possível “criar um bate-papo em grupo” ou “criar um canal de transmissão”. Essa possibilidade dentro do Instagram pode ser muito útil quando pensamos em construir e engajar uma comunidade em torno de uma causa, com a divulgação de conteúdos de interesse e a ampliação constante do público envolvido.

Esse formato mais dinâmico ganhou popularidade por aqui e hoje o Instagram é a terceira rede social mais usada no Brasil, com 135 milhões de usuários. Tal como no Facebook, no Instagram também pode acontecer de determinadas postagens “sumirem” da sua linha do tempo. O Instagram também permite que o usuário marque perfis como favoritos e, assim, toda vez que o perfil fizer uma nova publicação, uma notificação será enviada ao usuário, avisando da novidade.

Em 2024, o Instagram lançou o Threads, que é uma outra rede social que permite que usuários compartilhem textos curtos, com a possibilidade de compartilhar também fotos, vídeos, mensagens de voz e links, por exemplo. O Threads, que pode ser utilizado por qualquer pessoa que já tenha conta no Instagram, ganhou usuários após as mudanças do X e segue crescendo em todo o mundo.

COMO FAVORITAR PERFIS

1. Abra um perfil que você segue e deseja favoritar.
2. Clique no botão que indica que você segue o perfil.
3. Selecione “Adicionar aos Favoritos”.



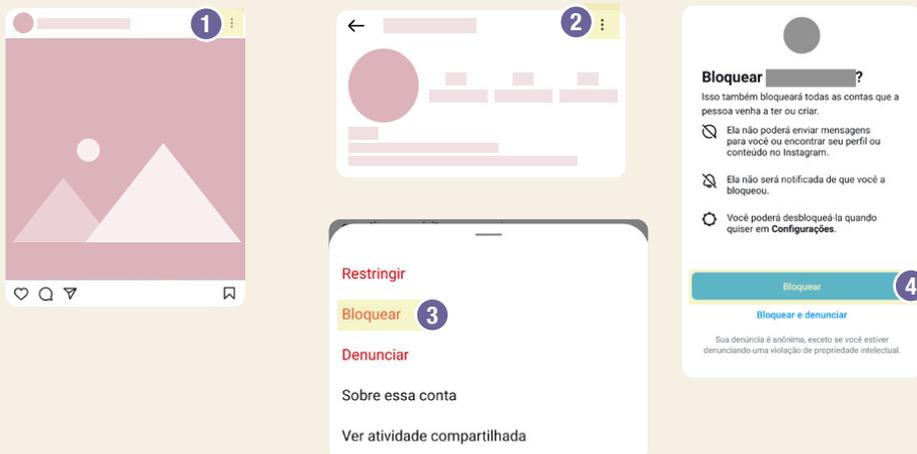
COMO DENUNCIAR CONTEÚDO

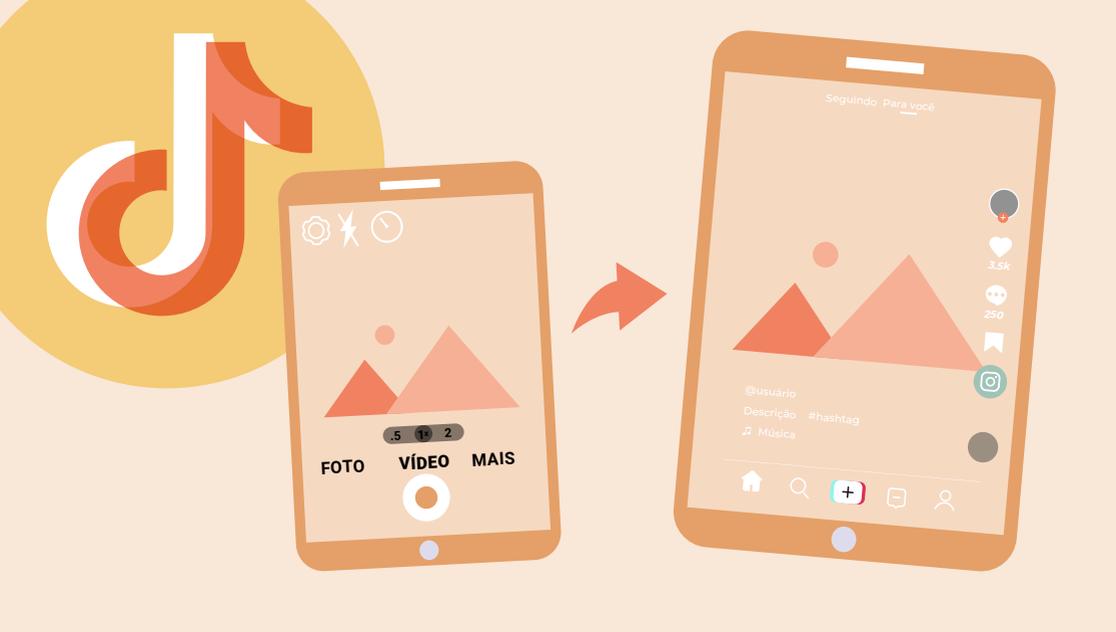
1. Em uma publicação na sua linha do tempo, clique nos três pontinhos que aparecem no canto superior direito, ao lado do nome do perfil
2. Clique em “denunciar”
3. Escolha a categoria que se aplica à denúncia
4. Siga as instruções até o final e clique em “Concluir”



COMO BLOQUEAR UM PERFIL

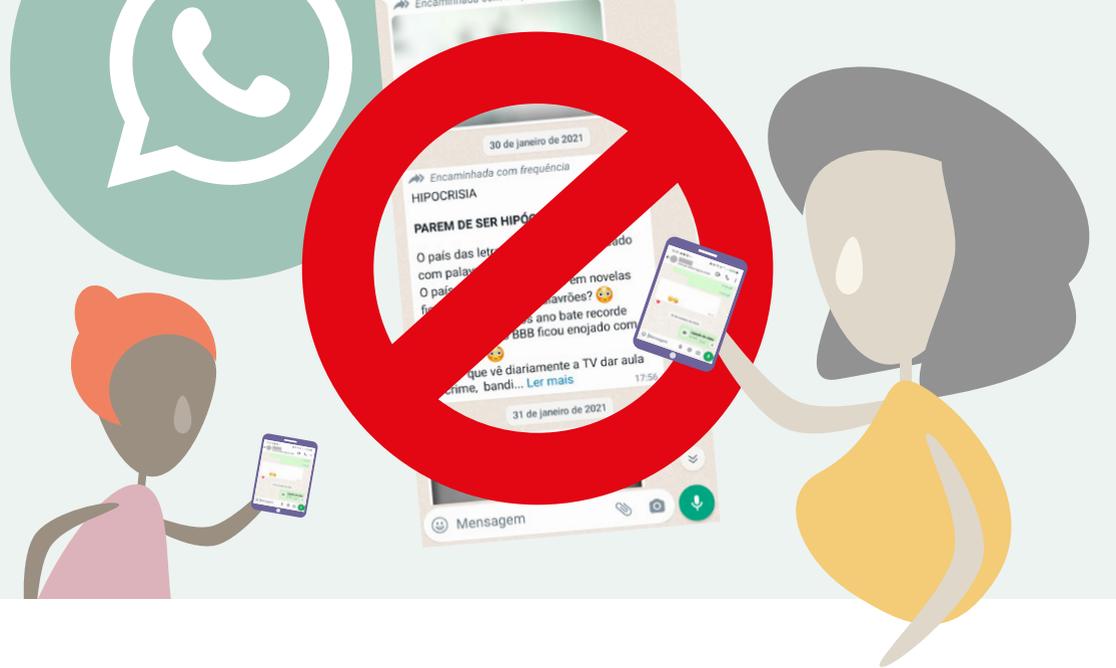
1. Abra o perfil que você deseja bloquear.
2. Clique nos três pontinhos localizados no canto superior direito.
3. Selecione "Bloquear".
4. Clique em "Bloquear".





6. TIK TOK

Criado em 2016, o TikTok foi originalmente popular na Ásia, mas a partir de 2017 o aplicativo começou a ganhar escala global e se popularizar. No Brasil, o aplicativo já alcançou a marca de 100 milhões de usuários. O foco do TikTok é o compartilhamento de vídeos curtos, mas hoje em dia já é possível encontrar vídeos mais longos, de até uma hora. Com uma grande adesão entre os jovens, o aplicativo é famoso por sua capacidade de viralizar conteúdos. Além disso, o TikTok conta com um algoritmo muito preciso, que entrega aos usuários conteúdo personalizado, possibilitando a criação de comunidades em torno de criadores de conteúdo ou temas. Assim como qualquer outra plataforma de rede social, os usuários também podem ser vítimas de fraudes no TikTok, onde perfis tentam vender a promessa de enriquecimento fácil enquanto aplicam golpes financeiros.



7. WHATSAPP

O WhatsApp é o aplicativo de mensagens mais usado no mundo: são quase dois bilhões de pessoas que utilizam o serviço diariamente, seja como um meio de comunicação ou instrumento de trabalho. No Brasil, são mais de 120 milhões de pessoas que usam o WhatsApp, que pertence ao Facebook. O aplicativo ganhou popularidade por ser gratuito e, no Brasil, não consumir dados móveis na maioria das operadoras de telefonia celular, em uma modalidade chamada *zero rating* (ou “taxa zero”, em português). Essa comodidade traz problemas também. O principal deles diz respeito à desinformação.

O *zero rating* possibilita a troca de mensagens sem custo pelo WhatsApp, mas ao abrir links externos, que direcionam para uma página de notícias, por exemplo, essa navegação na internet é cobrada. Ou seja, as correntes e conteúdos desinformativos conseguem circular livremente pelo WhatsApp, mas o acesso a veículos de imprensa confiáveis e agências de checagem fica dificultado pela cobrança no pacote de dados da operadora.

Em relação às funcionalidades, o WhatsApp se destaca pela possibilidade de criar grupos, formando comunidades em torno de um tema afim. Os grupos podem ser administrados por uma ou mais pessoas e podem ser abertos à interação, possibilitando que todos os participantes enviem mensagens. Há outro tipo de grupo em que apenas os administradores podem enviar mensagens. E há também a chamada lista de

transmissão, que é muito parecida com o grupo restrito em que só os administradores podem enviar mensagens. A lista de transmissão é muito usada para marketing e, assim como nos grupos, é possível incluir até 256 pessoas para receberem as mensagens.

As mensagens no WhatsApp podem ser bem diversas. Além do texto, o aplicativo suporta o envio de vídeos, fotos, áudios, GIFs e as populares figurinhas. Devido ao alto poder de difusão de conteúdo, o aplicativo pode ser um aliado para causas, pois o compartilhamento de informações é facilitado pela lógica de funcionamento do WhatsApp. A formação de grupos para organizar pessoas interessadas no tema, por exemplo, pode ser uma ferramenta importante para compartilhar informações, conquistas e angústias.

Esse potencial do WhatsApp de chegar a muitas pessoas de uma só vez traz consigo também riscos para os quais é preciso ter atenção. Para além da desinformação — que ficou popularmente conhecida por *fake news*, apesar de o termo não ser adequado — sobre a qual falaremos em detalhes a seguir, o WhatsApp também virou terreno fértil para golpes variados. Vamos aos golpes mais comuns e como se proteger deles:

LINKS MALICIOSOS

Ao receber links de promoções, brindes e sorteios que utilizam o nome de grandes marcas para chamar a atenção, desconfie. Grandes lojas e marcas apenas entram em contato com clientes quando alguma compra é efetuada para informar sobre o rastreamento da entrega do pedido, por exemplo. Há golpistas que simulam contas oficiais para tentar obter vantagens. Por isso, na dúvida, não clique em links, por mais que a oferta pareça atrativa. Este tipo de golpe é mais comum próximo a datas comemorativas, como Natal, Páscoa, dia das mães e dia dos pais. Nestas épocas, a melhor saída é manter a atenção redobrada.

PERFIL FALSO

Um golpe muito comum acontece quando os golpistas criam uma réplica da conta de alguém com um novo número. A foto e o nome são os mesmos da conta verdadeira, mas o número é novo. Este tipo de golpe em geral vem acompanhado de mensagens que dão a entender que a pessoa mudou de número e está precisando de dinheiro para pagar alguma conta ou emergência. A forma de lidar com isso é verificar com o contato original da pessoa para ver se a mensagem procede ou com algum familiar ou conhecido que possa ajudar a identificar se a conta foi clonada. Ao reconhecer que a conta não é verdadeira, é possível bloquear e denunciar a conta. Basta clicar nos três pontinhos

que aparecem no canto superior direito, ao lado do nome/número e clicar em “Mais”, depois clicar em “Denunciar”, selecionar “bloquear contato e apagar a conversa” e confirmar a ação.

CONTA CLONADA

Mais sofisticado que o perfil falso, nesta modalidade de golpe, o criminoso se passa por uma empresa que irá solicitar um “código de confirmação” que será enviado por SMS, a mensagem no celular. O golpista então pede o tal código que, na verdade, é um código que dá acesso remoto ao seu WhatsApp. Assim, nunca forneça qualquer dado sobre a sua conta, pois você pode colocá-la em risco. Nestes casos, também é possível denunciar e bloquear o contato. Se você for vítima nesse caso, o recomendado é que você desinstale o aplicativo do WhatsApp do seu celular e reinstale para recuperar o acesso à conta. Além disso, em qualquer tentativa de golpe virtual, o ideal é que você registre um Boletim de Ocorrência online, descrevendo tudo o que aconteceu, tanto para resguardo seu como para ajudar na investigação desse tipo de crime.

GOLPE DO PIX FALSO

A cada ano, novos golpes vão surgindo e um dos mais recentes é o golpe do PIX falso. Nele, golpistas entram em contato avisando que um PIX de uma conta A foi feito por engano para você e que o dinheiro deve ser devolvido em uma conta B com urgência. Com insistência por meio de ligações e mensagens sucessivas, os golpistas enviam comprovantes de depósito do PIX na tentativa de convencer a vítima a fazer o depósito em outra conta. O golpe consiste no seguinte: assim que você devolve o PIX para uma outra conta, os golpistas contestam o PIX original. Deste modo, os golpistas conseguem reaver o PIX que supostamente foi feito errado e também recebem o depósito feito pela vítima. Neste caso, o recomendado é não ceder à insistência dos golpistas e fazer o estorno via aplicativo do banco no seu próprio celular. Assim, o dinheiro é devolvido à conta original, sem prejuízos. Uma parte considerável deste golpe ocorre porque a chave PIX cadastrada é o número de celular. Por isso, prefira outros tipos de chave PIX e, se possível, descadastre o seu celular como chave PIX, por segurança.

AGÊNCIAS DE CHECAGEM AJUDAM A MAPEAR GOLPES

As agências de checagem Lupa e Aos Fatos mantêm páginas atualizadas com os golpes mais recentes para evitar que as pessoas se tornem vítimas. Você pode acompanhar nos sites:

lupa.uol.com.br/sera-que-e-golpe e www.aosfatos.org/noticias/?canal=fraudes-digitais. O Idec (Instituto de Defesa de Consumidores) também tem uma página dedicada a auxiliar vítimas de golpes com informações sobre o funcionamento e também o que deve ser feito caso você caia em algum deles: idec.org.br/era-dos-golpes.



Como deixar seu WhatsApp mais seguro em dois passos

ATIVE A VERIFICAÇÃO EM DUAS ETAPAS

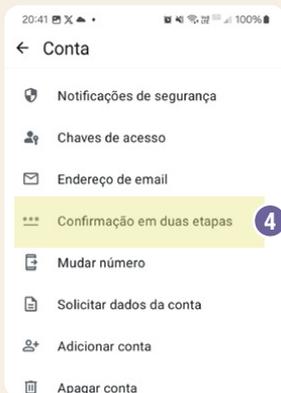
1. Abra o WhatsApp e clique nos três pontinhos localizados no canto superior direito do aplicativo.
2. Clique em “Configurações”



(continua na página 24)

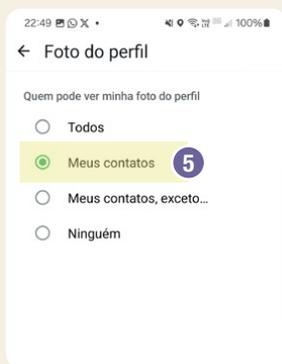
ATIVE A VERIFICAÇÃO EM DUAS ETAPAS (continuação)

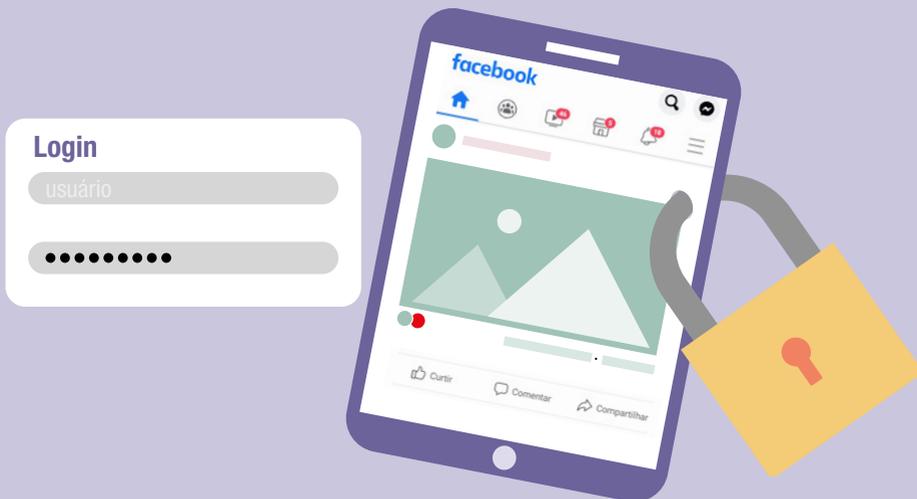
3. Clique em “Conta”.
4. Clique em “Confirmação em duas etapas”.
5. Clique em “Ativar” e escolha uma senha de seis dígitos.
6. Informe seu endereço de e-mail para recuperação do código em caso de esquecimento.



DEIXE SUA FOTO DISPONÍVEL APENAS PARA OS CONTATOS SALVOS NO SEU CELULAR

1. Abra o WhatsApp e clique nos três pontinhos localizados no canto superior direito do aplicativo
2. Clique em “Configurações”
3. Clique em “Privacidade”
4. Clique em “Foto do perfil”
5. Selecione “Meus contatos”





8. DICAS GERAIS DE SEGURANÇA PARA REDES SOCIAIS

DADOS PESSOAIS

Nunca compartilhe informações pessoais como CPF, endereço, telefone e número do cartão do banco com pessoas estranhas. Fique atento ao receber ligações, mensagens ou e-mails pedindo a confirmação de dados bancários: antes de repassar qualquer informação, telefone para a sua agência e confirme com o seu gerente que o banco está fazendo estas solicitações. O mesmo vale para lojas e instituições que fornecem serviços como gás, luz e energia elétrica: nunca confirme dados pessoais por ligação telefônica, pois a probabilidade de ser golpe é grande.

SENHA

Escolha senhas fortes, que misturem letras maiúsculas e minúsculas, números e símbolos. Elas até podem ser mais difíceis de lembrar, mas elas também são mais difíceis de serem violadas. Usar senhas que tenham dados seus, como data de nascimento, número de telefone, CPF ou então nome de alguém da família ou do bicho de estimação não é uma boa ideia, porque esse tipo de senha é mais fácil de ser descoberta. Usar a mesma senha em diferentes serviços também não é recomendado. Para proteger a sua conta e impedir que outras pessoas acessem a sua conta sem

autorização, o ideal é optar pelas senhas fortes e diferentes em cada aplicativo ou rede social. Há vários serviços online que ajudam nessa escolha da senha como o gerador de senhas do Avast ou do LastPass.



www.avast.com/pt-br/random-password-generator



www.lastpass.com/pt/features/password-generator

AUTENTICAÇÃO EM DOIS FATORES

Este recurso é oferecido por praticamente todos os serviços online, do e-mail às redes sociais. A autenticação em dois fatores acrescenta mais uma camada de segurança. Ou seja, toda vez que você for entrar em alguma conta sua, além da senha, você vai precisar confirmar por outro meio que pode ser um código enviado via mensagem, e-mail ou mesmo reconhecimento facial. Essa segunda camada varia de serviço para serviço. É preciso ficar alerta, pois nenhuma dessas redes sociais vai enviar esse código sem que você peça por ele. E muito menos as redes vão pedir que você confirme esses dados em outro lugar que não a própria rede. Então, por exemplo, se você ativar a autenticação em dois fatores no Facebook, é no Facebook que você tem que colocar o código. Se você receber alguma mensagem no WhatsApp, por exemplo, pedindo o código, não forneça esta informação! Provavelmente é alguém tentando se passar pelo Facebook para conseguir acessar a sua conta. Sempre desconfie de mensagens que pedem confirmação de dados seus e que aparecem sem que você tenha solicitado. Cuide das suas senhas e dos seus códigos como se eles fossem sua senha do banco.

CONVITES DE AMIZADE DE PERFIS ESTRANHOS

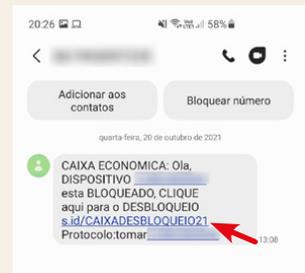
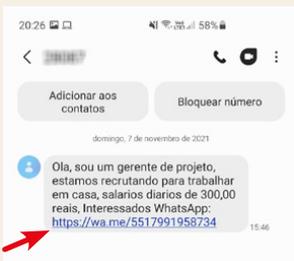
Se você receber um convite de amizade de um perfil que você não conhece, tome cuidado. Antes de aceitar a solicitação, verifique se você tem amigos em comum com aquela pessoa. Se não tiver, mantenha a atenção redobrada. Há perfis automatizados que simulam comportamento humano para depois tentar aplicar golpes por meio do envio de links maliciosos. Entre no perfil e tente identificar como são as postagens, se o perfil foi feito recentemente ou se é mais antigo, se há interações de outros perfis autênticos, se o perfil é estrangeiro ou brasileiro: todas essas características podem dar indícios da veracidade do perfil. Na dúvida, não adicione.

LINKS MALICIOSOS

Desconfie de links que você recebe por mensagem. Promoções, sorteios, descontos podem parecer atrativos, mas também são uma isca para roubar dados e invadir contas. Grandes lojas não fazem promoções deste tipo nas redes sociais ou no WhatsApp e golpistas se aproveitam da legitimidade das marcas para aplicar crimes. Não clique em links estranhos. Nas redes sociais, é possível verificar quando a conta que anunciou a promoção foi criada. No Instagram, por exemplo, onde o golpe de promoção falsa é muito comum, basta clicar nos três pontinhos no canto superior direito e ir em “Sobre

essa conta". Se a criação da conta for recente, é um forte indício de que ela está sendo utilizada para fins criminosos. Recentemente, criminosos têm utilizado ferramentas de inteligência artificial para aplicar golpes: você assiste ao vídeo achando que se trata de uma pessoa famosa que você conhece, mas na verdade é um vídeo manipulado que estimula que você clique em um link ou participe de alguma promoção fraudulenta. Se o link foi enviado por alguém que você conhece, pergunte sobre o que é o link antes de abri-lo. No caso de links desconhecidos, o mais prudente sempre é não clicar.

Exemplos de links maliciosos





9. DICAS GERAIS DE COMO FAZER POSTS ATRATIVOS NAS REDES SOCIAIS

Como vimos, os algoritmos influenciam quais tipos de conteúdos são “preferidos” pelas redes sociais e, por isso, aparecem mais nas linhas do tempo. Embora cada rede social tenha sua especificidade, separamos algumas dicas gerais que podem ajudar a levar a sua mensagem a um público maior, amplificando o alcance da sua postagem.

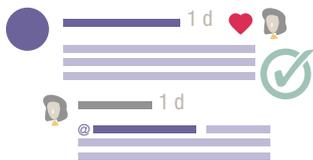
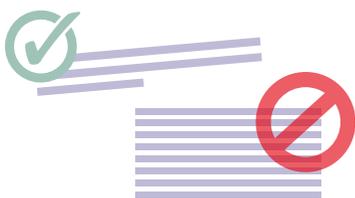
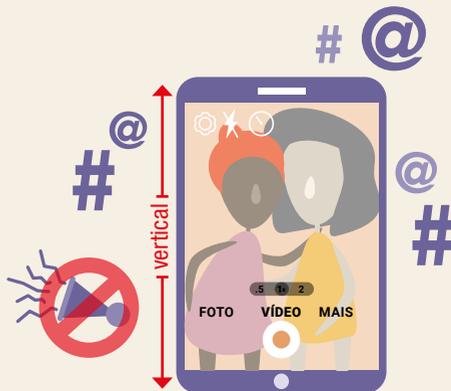
Fotos

Utilize imagens com boa qualidade e sempre acrescente uma legenda curta e direta, com as informações mais importantes. Se for o caso, marque perfis relacionados à postagem e utilize hashtag para aumentar as chances de a postagem ser encontrada por meio da busca na rede social.



Vídeos

Grave o vídeo na vertical, em um ambiente sem muito ruído e fale de maneira clara e simples. Sempre dê preferência para vídeos curtos e com boa qualidade de áudio. Assim como nas fotos, marque perfis relacionados e utilize hashtags.



Texto

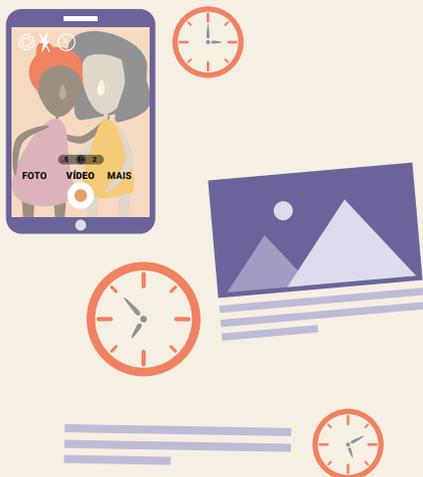
Cada rede social tem sua característica, mas em geral textos curtos e direto ao ponto costumam chamar mais a atenção do público.

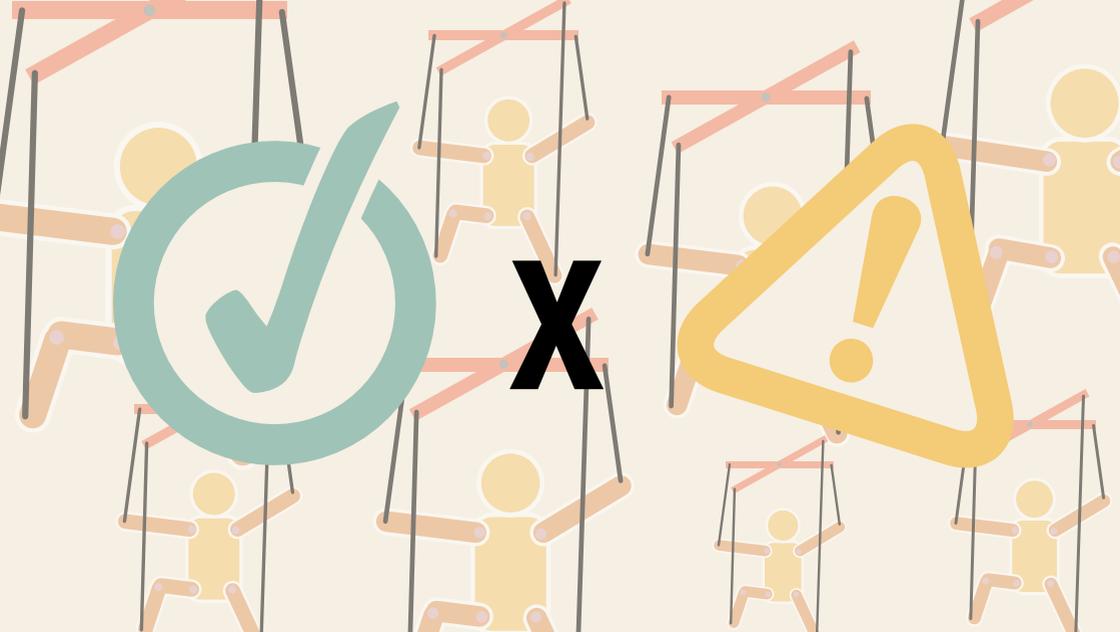
Sempre que você fizer alguma postagem, interaja com os comentários, seja por meio de uma curtida ou respondendo a cada pessoa individualmente. Isso ajuda a aumentar o alcance da postagem porque o algoritmo entende o engajamento como uma medida de interesse: quanto maior o engajamento, maior o interesse e, logo, maior a exposição.

Faça testes

A melhor forma de entender como cada rede social funciona, é fazendo testes. Publique diferentes tipos de conteúdo – texto, vídeo, foto – em diferentes horários e dias e, depois, acompanhe os dados de alcance e engajamento de cada publicação para entender qual delas performou melhor. Com o tempo, essa análise vai ajudar você a encontrar padrões e entender qual o horário/dia é melhor para postar o seu conteúdo.

Faça postagens em parceria com outras pessoas e perfis, assim você consegue um alcance maior a partir da união de diferentes públicos.





10. DESINFORMAÇÃO

Um dos fenômenos que ganhou notoriedade nos últimos anos é a desinformação. Apesar de não ser nova, ela ganhou o centro do debate no contexto eleitoral e também na pandemia. Quem usa WhatsApp ou qualquer rede social certamente já recebeu alguma corrente, link ou conteúdo falso ou enganoso. A desinformação é um tema complexo e, por isso, devemos abandonar o uso do termo fake news para designá-la. A tradução de “fake news” é notícia falsa e, como veremos, a desinformação é muito mais do que isso.

A pesquisadora Claire Wardle, uma das pioneiras a estudar a desinformação dos nossos tempos que é impulsionada pelos algoritmos das redes sociais e pela rápida capacidade que aplicativos como WhatsApp têm de espalhar mensagens, dividiu em sete categorias os tipos de desinformação, como mostra o quadro abaixo. Além do conteúdo enganoso, temos outros tipos como a sátira ou paródia, que pode acontecer quando um imitador envia um áudio tentando se passar por outra pessoa, por exemplo, e também o falso contexto, que é muito comum quando uma notícia antiga passa a circular como se fosse recente.

A manipulação de informações para obter algum ganho não é uma estratégia nova. Os boatos, que antes se espalhavam boca a boca, agora são impulsionados por algoritmos das redes sociais e pela capacidade de dispersão de informação para um grande número

de pessoas que os aplicativos de mensagem, como WhatsApp e Telegram, que é um aplicativo de mensagens semelhante ao WhatsApp, permitem.

Embora a desinformação faça parte da nossa vida cotidiana, nem sempre é tão simples identificar o que é um conteúdo falso ou enganoso. Para ajudar na tarefa, reunimos algumas dicas com os pontos de atenção que você deve levar em conta ao receber um conteúdo.

ANTES DE TUDO: ESTÁ EM DÚVIDA? NÃO COMPARTILHE

Ao receber um conteúdo bombástico, é natural que o impulso seja o de compartilhar aquela informação com mais pessoas. Mas antes de fazer isso, pare e dedique alguns minutos para checar a veracidade do conteúdo antes de espalhar por aí. A regra mais básica quando falamos em desinformação é: ficou em dúvida? Procure no Google para saber se a informação foi publicada em veículos de imprensa conhecidos e confiáveis.

7 tipos de desinformação



SÁTIRA OU PARÓDIA

Sem intenção de causar dano, mas com potencial de enganar.



CONTEÚDO ENGANOSO

Distorce uma informação para atingir uma pessoa ou um assunto.



CONTEÚDO IMPOSTOR

Quando fontes verdadeiras são imitadas para enganar.



CONTEÚDO FABRICADO

Informação 100% falsa, criada para causar dano.



CONTEXTO FALSO

Quando conteúdo verdadeiro é compartilhado fora de contexto.



CONEXÃO FALSA

Quando títulos, imagens ou legendas não se ligam ao conteúdo.



CONTEÚDO MANIPULADO

Quando informações e imagens verdadeiras são manipuladas para enganar.

LEIA TODO O CONTEÚDO E NÃO SE DEIXE ENGANAR PELO TÍTULO

Uma das principais características de conteúdos desinformativos é o uso de um título chamativo, que desperta a atenção e estimula o compartilhamento. Vá além do título: leia o conteúdo para entender se o que está descrito no texto é coerente com o título e, se o título ou o texto forem alarmistas demais, há uma probabilidade grande daquele conteúdo ser falso ou enganoso.

VERIFIQUE A DATA DA PUBLICAÇÃO

Como vimos antes, uma das formas mais comuns de desinformação é o conteúdo retirado de contexto. Olhar a data é essencial para saber se o conteúdo que você recebeu é novo ou antigo e, portanto, fora de contexto. É muito comum que conteúdos antigos voltem a circular quando determinado assunto volta à tona. Por isso, atenção redobrada, sempre.

ANALISE QUEM O TEXTO REFERENCIA COMO FONTE

Outra característica comum da desinformação é usar informações de baixa qualidade, de maneira vaga e imprecisa. O uso de palavras genéricas e de entrevistas simuladas com “especialistas” que não existem são corriqueiros. Ao ler um texto, busque identificar qual a informação principal e de onde ela surgiu e, a partir daí, faça uma busca no Google para procurar se veículos de imprensa confiáveis compartilharam informações semelhantes. Se a informação só estiver circulando nas redes sociais ou em sites menores como blogs, é muito provável que se trate de uma peça de desinformação.

TOME CUIDADO COM FOTOS E VÍDEOS

Ao receber fotos e vídeos, analise alguns fatores. No caso das fotos, tente identificar se a foto se refere à informação que a acompanha ou se ela foi retirada de contexto. Imagens que tentam mostrar objetos fora de proporção ou manifestações com a participação de muitas pessoas podem usar manipulações como recurso. Para identificar se a imagem foi manipulada, preste atenção às bordas, contornos de objetos e corpos e sombras: programas de edição de imagem costumam provocar distorções. No caso dos vídeos, além do contexto, é importante analisar se a velocidade do vídeo não foi alterada. Diminuir a velocidade de um vídeo um recurso muito utilizado para dar a impressão de que a pessoa que está falando está sob efeito de drogas ou álcool, por exemplo.

QUANDO O ASSUNTO É SAÚDE, DESCONFIE AINDA MAIS

Com a pandemia, a proliferação de conteúdos desinformativos sobre saúde aumentou muito. De curas milagrosas a boatos de falsas mortes, passando por supostas alterações e efeitos provocados pela vacina: todo este tipo de conteúdo tem como objetivo desestimular medidas de proteção comprovadamente eficazes, como a aplicação das doses de vacina no prazo correto e o uso de máscara (preferencialmente os modelos PFF2 e N95). Além de vacinas, dietas milagrosas também são corriqueiramente compartilhadas, mas lembre-se: adotar condutas como automedicação ou dietas sem acompanhamento médico pode colocar a sua saúde em risco. Sempre conte com a ajuda profissional nestes casos.

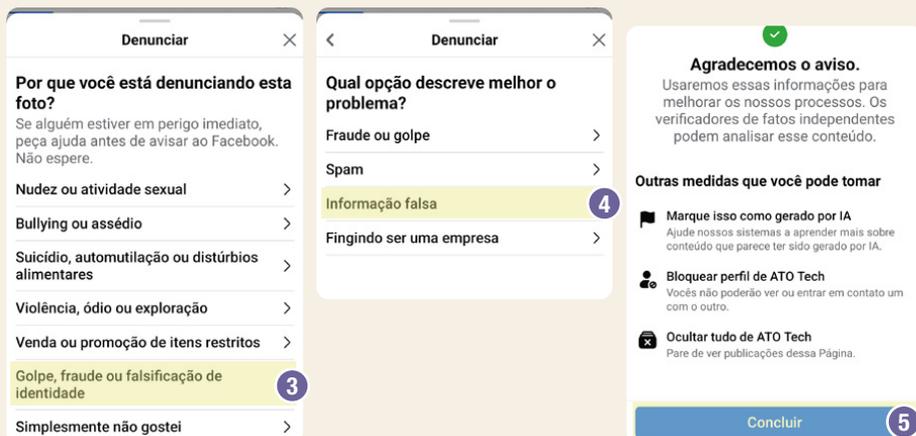
Se mesmo com estas dicas você ficou em dúvida sobre a veracidade de determinado conteúdo, visite os sites e as redes sociais de agências checadoras de notícias. Se o conteúdo que recebeu for uma peça de desinformação, provavelmente estas agências já verificaram o conteúdo.

- AFP Checamos: <https://checamos.afp.com>
- Agência Lupa: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa>
- Aos Fatos: <https://www.aosfatos.org>
- Boatos: <https://www.boatos.org>
- Comprova: <https://projeto comprova.com.br>
- E-farsas: <https://www.e-farsas.com>
- Fato ou Fake: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake>

Como denunciar conteúdo potencialmente falso no Facebook

1. Clique nos três pontinhos no canto superior direito da publicação.
2. Clique em “Denunciar foto”.
3. Selecione a opção “Golpe, fraude ou falsificação de identidade”.
4. Selecione “Informação falsa”.
5. Clique em “Concluir”.

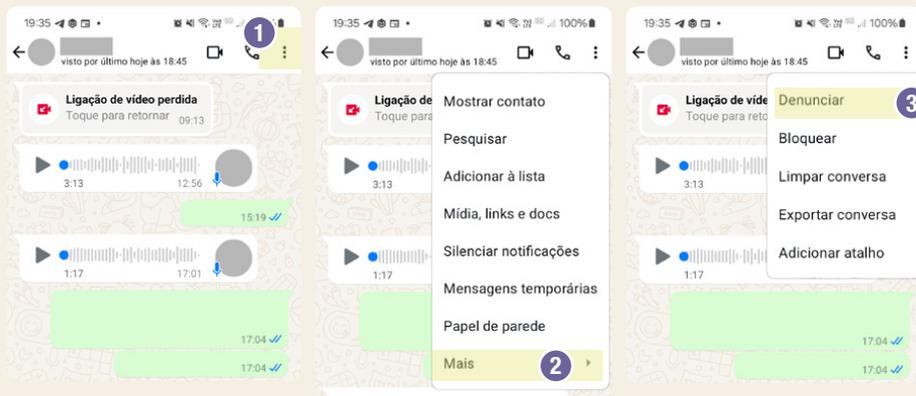




O Facebook mantém uma parceria com agências checadoras de fatos que são responsáveis por verificar a veracidade dos conteúdos denunciados pelos usuários. Por isso, toda vez que você receber ou ler algum conteúdo que é potencialmente falso ou enganoso, denuncie.

Como denunciar conteúdo potencialmente falso no WhatsApp

1. Clique nos três pontinhos no canto superior direito ao lado do nome/número do contato.
2. Clique em “Mais”
3. Clique em “Denunciar”.



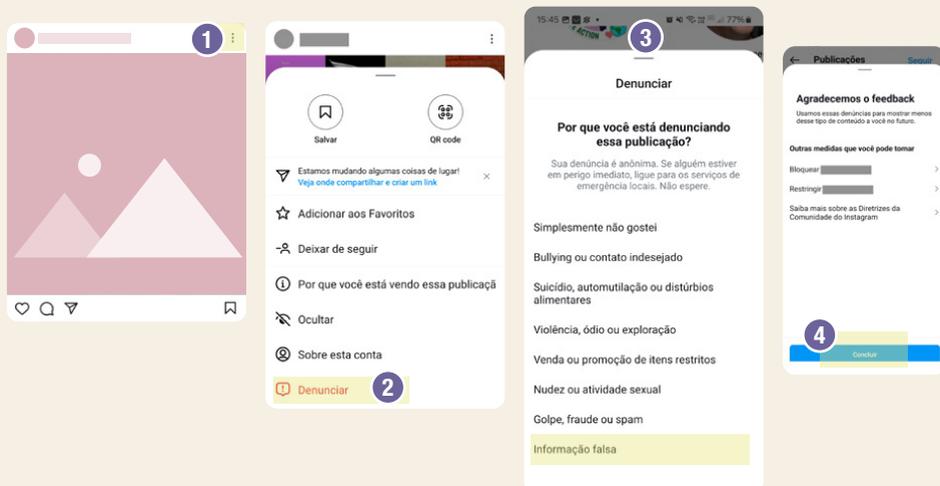
NO WHATSAPP VOCÊ PODE, ALÉM DE DENUNCIAR O CONTATO, DENUNCIAR UMA MENSAGEM ESPECÍFICA

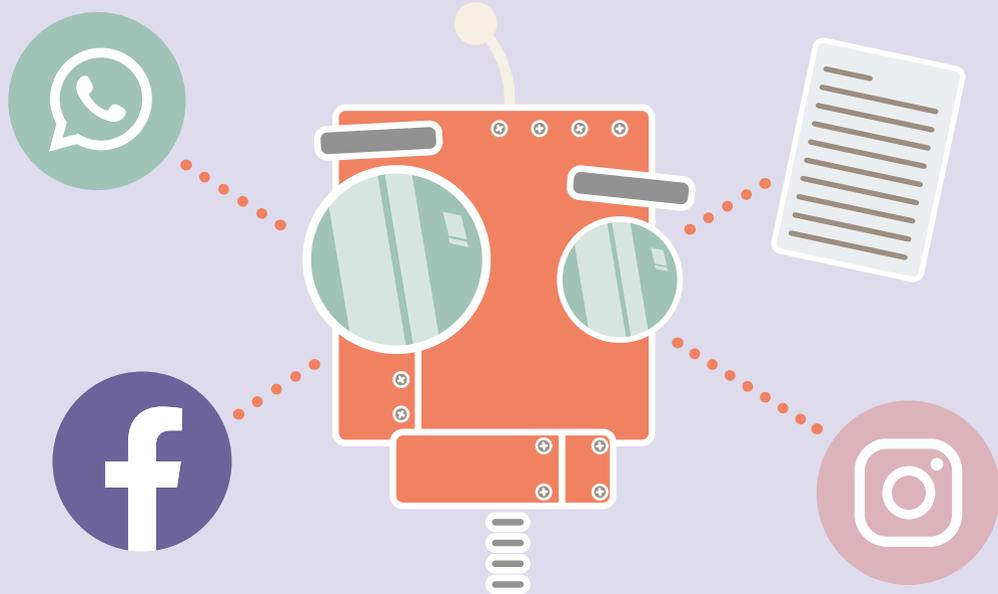
1. Entre na conversa e selecione a mensagem que você deseja denunciar.
2. Clique nos três pontinhos no canto superior direito ao lado do nome/número do contato.
3. Clique em “Denunciar”.



Como denunciar conteúdo potencialmente falso no Instagram

1. Clique nos três pontinhos no canto superior direito da publicação
2. Clique em “Denunciar”
3. Selecione a opção “Informação falsa”
4. Siga as instruções até o final e clique em “Concluir”





11. INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Quando o assunto é tecnologia, vez ou outra aparecem temas da moda. A inteligência artificial, ou IA, é um dos tópicos que tomou o debate público nos últimos tempos. A IA é um campo vasto e complexo, mas de maneira simples, diz respeito ao desenvolvimento de softwares ou aplicações tecnológicas que permitem que computadores e máquinas simulem a execução de tarefas como se fossem humanos. Ela pode ser utilizada para acelerar atividades complexas, como a análise de grandes bancos de dados, por exemplo, mas também pode ser utilizada para fins controversos, pois facilitam processos como a manipulação de vídeos e imagens, por exemplo, tornando ainda mais difícil distinguir um conteúdo verdadeiro de um conteúdo falso. Assim como qualquer tecnologia, a IA tem seus vieses e erros, por isso mesmo que você use alguma das aplicações disponíveis, é bom não confiar totalmente no resultado.

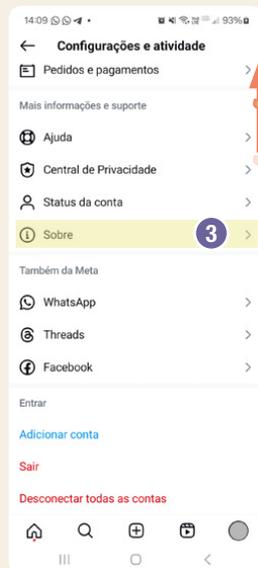
Ferramentas como o ChatGPT, por exemplo, podem ser aliadas na hora de desenvolver campanhas de mobilização ou mesmo para redigir um post para rede social que seja mais eficaz. Estes dispositivos funcionam a partir do comando que damos para eles, por isso, é importante formular bem qual é a demanda e ir ajustando o pedido caso o resultado apresentado não seja satisfatório.

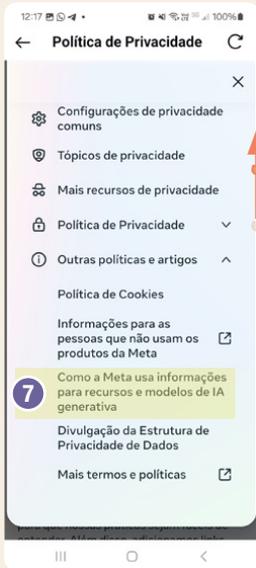
Vale dizer que as tecnologias de inteligência artificial são constituídas a partir de conteúdos variados, inclusive aqueles que nós mesmos produzimos. Plataformas de

redes sociais como a Meta, dona do Facebook, Instagram e WhatsApp, têm coletado os conteúdos publicados nas redes pelos usuários para treinar os modelos de linguagem e algoritmos que comandam as aplicações. Veja abaixo o passo a passo de como desabilitar a coleta de dados no Instagram:

Como desabilitar a coleta de dados no Instagram

1. Abra o seu perfil
2. Clique nos três traços no canto superior direito
3. Clique em “Sobre”
4. Clique em “Políticas de privacidade”
5. Clique nos três traços no canto superior direito
6. Clique em “Outras políticas e artigos”
7. Clique em “Como a Meta usa informações para recursos e modelos de IA generativa”
8. Procure no texto a expressão “direito de se opor” e clique nela
9. Preencha o campo com o seu e-mail
10. No campo “Conte-nos como esse processamento afeta você” basta escrever que você não deseja que a sua conta seja utilizada para treinamento de IA
11. Clique em “Enviar”







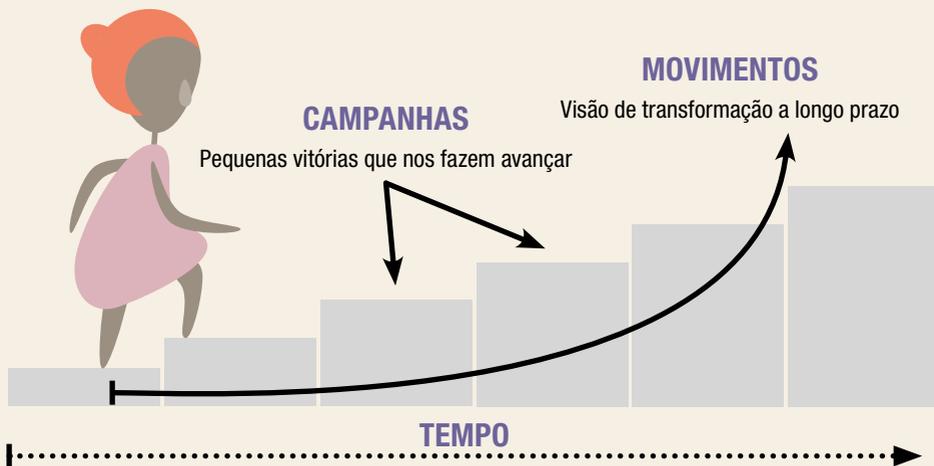
12. RELACIONAMENTO COM AUTORIDADES E IMPRENSA

Quando atuamos com uma causa, como é o caso das pessoas desaparecidas e seus familiares, um dos objetivos é pautar o debate sobre a questão na sociedade, chamando a atenção para as principais demandas e necessidades relacionadas ao tema. Uma forma de fazer isso é por meio da mobilização coletiva e individual sobre alguma causa. A mobilização pode ser feita por uma instituição, um grupo de pessoas que representam a si mesmas ou a causas maiores, ou por indivíduos diretamente afetados ou envolvidos com alguma causa.

A proposta da mobilização é engajar atores sociais relevantes, como autoridades, políticos, jornalistas e cidadãos que podem se tornar apoiadores, a conhecer e se envolver com a causa e provocar mudanças. Essas mudanças podem ser nas leis, nas políticas públicas, no comportamento das pessoas, no posicionamento das autoridades.

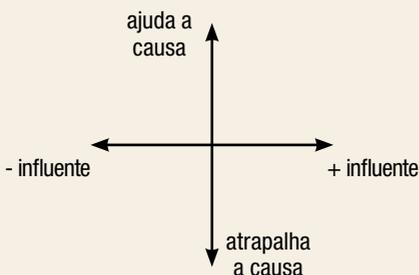
Para que a estratégia de mobilização seja eficaz, é necessário olhar para a sociedade de fora e tentar encontrar onde estão os nós, os problemas que a gente precisa desamarrar para as coisas melhorarem. A mobilização é o plano de ações que a gente faz e coloca em prática para desembaraçar esses nós. Idealmente, tais ações não são apenas pontuais, como aquelas que fazemos em datas de celebração, mas são contínuas. As campanhas pontuais são importantes no processo e promovem avanços significativos, mas é o movimento constante que constrói ações duradouras e provocam a transformação a longo prazo por meio da conquista dos objetivos comuns.

Campanha e Movimentos



Mapa de Poder

Um modelo para você identificar interlocutores e definir a forma e o conteúdo das suas mensagens para cada um deles.



Tente pensar em qual desses quadrantes você colocará as pessoas e instituições com as quais você se relaciona

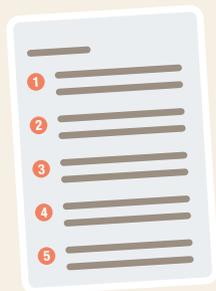
O sucesso das ações nas campanhas e no movimento contínuo vai depender das pessoas que você e seu grupo conseguem mobilizar em torno da causa. Para entender quais são as pessoas relevantes para estabelecer um canal de diálogo, vale pensar em um esquema que combine dois fatores: a influência da pessoa/grupo/instituição e se essa pessoa/grupo/instituição ajuda ou atrapalha a causa. Para ficar mais claro, pense em três pessoas/grupos/instituições com os quais você gostaria de dialogar sobre a causa das pessoas desaparecidas e seus familiares. Pode ser um jornalista, um vereador e um diretor de escola pública que irá fazer uma campanha sobre o tema, por exemplo. Agora, tendo em mente essas três pessoas que você escolheu, tente posicioná-las no diagrama ao lado:

O próximo passo é pensar na mensagem que você deseja transmitir. A forma mais fácil de organizar os pensamentos é distribuir suas ideias em tópicos, por exemplo. Para cada tópico, desenvolva um argumento que tenha como objetivo atender a alguma demanda. Na hora de formular a mensagem, pense em quem é o seu interlocutor: escolha as palavras, desenvolva o raciocínio e prepare-se para o diálogo.

Dicas gerais para falar com autoridades

ENCONTRE O MELHOR CANAL PARA ACESSAR A AUTORIDADE

Avalie qual é o canal mais adequado para apresentar a sua demanda: mensagem em redes sociais, reunião presencial, e-mail, telefone ou por meio de assessor/assistente. Entender qual é o melhor canal para repassar a sua mensagem é primordial pois o tempo disponível junto a autoridades é escasso e encontrar a via ideal de acesso aumenta as chances de ter a sua demanda escutada.



APRESENTE AS DEMANDAS DE FORMA OBJETIVA

Conseguir um tempo na agenda de uma autoridade como um delegado, um político ou um agente público, é um momento precioso para conversar sobre a causa. Assim, é importante que você se prepare para a ocasião: defina quais são as prioridades da conversa, os pontos-chave, as demandas e estratégias sugeridas para atender tais demandas. Apresente estas informações de um jeito objetivo e coloque-se aberto ao diálogo.

SEJA ESTRATÉGICO

Utilize o exercício sugerido anteriormente para entender qual é o contato mais apropriado para cada demanda e como acessá-lo. A ideia é agregar aliados para a causa. Por isso, escolher interlocutores e estruturar as mensagens que você deseja transmitir é parte central do processo de conversa com as autoridades. Identifique quais canais de diálogos são importantes de serem abertos e o porquê.



Dicas gerais para falar com a imprensa

CONHEÇA O SEU LIMITE

Se o tema da conversa gera sofrimento para você, avalie se é o caso de participar da entrevista. Se você chegar à conclusão de que não é o melhor momento para conversar com um jornalista, repasse o convite para alguém que você confia e que poderá compartilhar sua história. Se você decidir por conceder a entrevista, saiba que o poder está em suas mãos: é você quem vai definir até onde a conversa pode ir. Caso a entrevista ative sentimentos desconfortáveis, fique à vontade para não responder determinada pergunta ou conversar sobre um assunto ou história específicos. Você pode interromper a entrevista a qualquer momento e o jornalista deve respeitar o seu espaço.



SE POSSÍVEL, PEÇA AS PERGUNTAS COM ANTECEDÊNCIA

Conseguir um tempo na agenda de uma autoridade como um delegado, um político ou um agente público, é um momento precioso para conversar sobre a causa. Assim, é importante que você se prepare para a ocasião: defina quais são as prioridades da conversa, os pontos-chave, as demandas e estratégias sugeridas para atender tais demandas. Apresente estas informações de um jeito objetivo e coloque-se aberto ao diálogo.

RESPONDA AS PERGUNTAS DE FORMA CLARA E DIRETA

Ao conversar com a imprensa, lembre-se de que você é parte de uma causa maior. A sua oportunidade de contar uma história aumenta a representatividade de todo um grupo de pessoas. Por isso, na hora de conversar com jornalistas, responda as questões de forma objetiva e clara, sem fugir do que foi perguntado, explicando muito bem quais são os problemas, as demandas e as dificuldades enfrentadas pelos familiares de pessoas desaparecidas. Entrevistas são ótimas oportunidades de levar a causa a mais pessoas e, por isso, manter o foco é importante. O tempo de entrevista pode ser longo, mas o espaço que você terá na televisão ou jornal é curto, sendo assim, é essencial se ater aos pontos mais importantes para que o jornalista consiga obter as informações que serão incluídas na matéria jornalística.

SE POSSÍVEL, MANTENHA UM ARQUIVO OU REGISTRO DAS ENTREVISTAS CONCEDIDAS

Quando pensamos em mobilização, a exposição da causa é um dos fatores preponderantes para convencer alguém sobre a relevância do tema. Assim, se possível, guarde recortes de jornais e revistas ou mesmo links com as entrevistas que você concedeu. Isso ajuda a dar legitimidade à causa na hora de defendê-la junto às autoridades.

DICAS PARA GUARDAR

1. CRIE SENHAS SEGURAS

Definir uma senha forte, que misture letras maiúsculas e minúsculas, números e caracteres especiais é essencial para garantir a segurança do seu perfil.

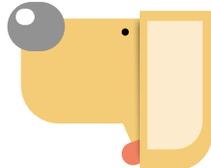
- Ter uma senha para cada rede social ou serviço digital que utiliza dificulta a invasão.



- Escolha senhas que misturem letras maiúsculas e minúsculas, números e símbolos



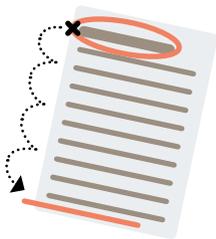
- Evite senhas com datas de nascimento, CPF, nome de alguém da família ou bicho de estimação.



2. CUIDADO COM O QUE COMPARTILHA

A desinformação contamina o debate público e diminui a confiança das pessoas em notícias. Saber identificar um conteúdo falso torna-se mais fácil a partir de alguns passos.

- Vá além do título: leia o conteúdo para entender se o que está descrito no texto é coerente com o título.



- Olhar a data é essencial para saber se o conteúdo que você recebeu é novo ou antigo e, portanto, fora de contexto.

- Tente identificar se a foto se refere à informação que a acompanha ou se houve manipulação. Para identificar se a imagem foi manipulada, preste atenção às bordas, contornos de objetos e corpos e sombras: programas de edição de imagem costumam provocar distorções.



3. AUTENTICAÇÃO DE DOIS FATORES

A autenticação em dois fatores é uma camada extra de segurança que a maior parte dos serviços online oferece aos seus usuários.

- Esse tipo de autenticação é oferecido por praticamente todos os serviços online, do e-mail às redes sociais.



- Além da senha, você usa um código enviado via mensagem, e-mail ou mesmo reconhecimento facial.



4. COMO LIDAR COM A IMPRENSA

- Conheça o seu limite: se o tema da conversa gera sofrimento para você, avalie se é o caso de participar da entrevista.
- Se possível, peça as perguntas com antecedência. Desta forma, você ganha tempo e informações para se preparar para a entrevista.
- Responda as perguntas de forma clara e direta. Você é parte de uma causa maior. A sua oportunidade de contar uma história aumenta a representatividade de todo um grupo de pessoas.
- Se possível, guarde recortes de jornais e revistas ou mesmo links com as entrevistas que você concedeu. Isso ajuda a dar legitimidade à causa na hora de defendê-la junto às autoridades.

5. CONHEÇA O AMBER ALERT

O Amber Alert é um programa que consiste na emissão de alertas urgentes nas plataformas de redes sociais da Meta em casos de desaparecimento involuntário de crianças e adolescentes.

- O programa foi desenvolvido em parceria com a Meta, dona do Facebook e do Instagram.



- Ele emite alertas urgentes nas redes sociais, atingindo um raio de 160km do local do desaparecimento.



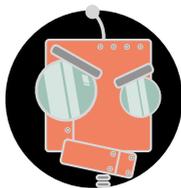
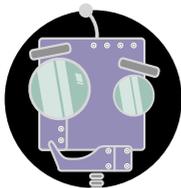
- O alerta fica disponível por até 24h, podendo ser veiculado novamente se houver um fato novo em relação ao caso.



- Para ter mais informações sobre o Amber Alert, acesse: ameralertbrasil.mj.gov.br

6. INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

A inteligência artificial (IA) é o desenvolvimento de softwares ou aplicações tecnológicas que permitem que computadores e máquinas simulem a execução de tarefas como se fossem humanos.



- Pode ser utilizada para acelerar atividades complexas, como a análise de grandes bancos de dados e documentos.
 - Pode ser uma aliada na hora de desenvolver campanhas de mobilização ou mesmo para redigir um post para rede social que seja mais eficaz.
 - É usada na criação de fotos, vídeos e áudios falsos, tornando cada vez mais difícil distinguir o que é verdadeiro ou não.
 - São treinadas usando conteúdos disponíveis na internet, inclusive informações que você compartilha em sua rede social.
-
- Ferramentas como o ChatGPT (chat.openai.com), por exemplo, são dispositivos que funcionam a partir do comando que damos para eles, por isso, é importante formular bem qual é a demanda e ir ajustando o pedido caso o resultado apresentado não seja satisfatório.



chat.openai.com

7. VALE LEMBRAR

Dados pessoais como RG, CPF ou informações de passaporte e carteira de trabalho, por exemplo, não devem ser compartilhados com qualquer pessoa. Esses dados são sensíveis e alguém mal intencionado pode utilizá-los de forma indevida.



O CICV ajuda as pessoas afetadas por conflitos armados e outras situações de violência no mundo inteiro, fazendo todo o possível para proteger a vida e a dignidade delas e para aliviar o seu sofrimento, com frequência em conjunto com os parceiros da Cruz Vermelha e do Crescente Vermelho. A organização busca também evitar as privações com a promoção e o fortalecimento do Direito Internacional Humanitário (DIH) e a defesa dos princípios humanitários universais.

📷 [instagram.com/cicvbrasil](https://www.instagram.com/cicvbrasil)
✂ x.com/cicv_br
📘 [facebook.com/cicv](https://www.facebook.com/cicv)
📺 [youtube.com/cicv_oficial](https://www.youtube.com/cicv_oficial)

**Delegação Regional para Argentina,
Brasil, Chile, Paraguai e Uruguai**
SHIS QI 15 Conj. 05, Casa 23, Lago Sul,
CEP 71635-250 Brasília, DF - Brasil
T +55 61 3106 2350
bra_brasilia_mailbox@icrc.org
www.cicv.org.br
© CICV, Novembro de 2024



CICV