

■ Capítulo 29 | Informação para o Desenvolvimento Sustentável: Construir um Entendimento Coletivo

Teresa Nogueiro

t.nogueiro@gmail.com

Instituto Politécnico de Setúbal, Escola Superior de Ciências Empresariais

Inês Narciso

ines_narciso@iscte-iul.pt

CIES - Centro de Investigação e Estudos de Sociologia - ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Margarida Saraiva

msaraiva@uevora.pt

Universidade de Évora

BRU - Business Research Unit | ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Resumo:

Este capítulo explora a interseção crítica entre informação, desinformação e desenvolvimento sustentável, dando ênfase ao papel da comunicação eficaz na realização dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Numa era marcada pela rápida disseminação da desinformação digital, a integridade da informação deve promover um entendimento coletivo e ações que direcionem para as prioridades globais, como a erradicação da pobreza, a mitigação das mudanças climáticas, a justiça social, entre outras. A promoção da literacia da informação permite capacitar os indivíduos a discernir informações confiáveis e a envolverem-se de modo significativo no discurso em redor dos ODS e destaca ainda, a necessidade de se fazerem abordagens colaborativas que envolvam governos, organizações internacionais, sociedade civil e instituições do setor privado para a promoção do combate à desinformação e fomentar a transparência. Ao dar prioridade a iniciativas educativas que fomentem a literacia digital e o pensamento crítico, as sociedades podem construir resiliência contra a desinformação e garantir que os ODS permaneçam no centro das estratégias de desenvolvimento global. Este documento apela a um esforço conjunto com o objetivo de transformar a luta contra a desinformação num elemento de destaque da agenda para o desenvolvimento sustentável, assegurando que as gerações futuras herdem um mundo mais saudável, mais justo e sustentável. A metodologia usada para o desenvolvimento deste trabalho foi a análise crítica de artigos científicos focados nas matérias da (des)informação e desenvolvimento sustentável.

Palavras-chave: Comunicação, Desenvolvimento Sustentável, Desinformação, Entendimento coletivo, Informação, Literacia

Abstract:

This chapter explores the critical intersection between information, disinformation and sustainable development, emphasising the role of effective communication in achieving the Sustainable Development Goals (SDGs). In an era marked by the rapid spread of digital disinformation, information integrity must promote collective understanding and action towards global priorities such as poverty eradication, climate change mitigation and social justice, among others. Promoting information literacy enables individuals to discern reliable information and engage meaningfully in the discourse around the SDGs, and also highlights the need for collaborative approaches involving governments, international organisations, civil society and private sector institutions to promote the fight against disinformation and foster transparency. By prioritising educational initiatives that foster digital literacy and critical thinking, societies can build resilience against disinformation and ensure that the SDGs remain at the centre of global development strategies. This document calls for a joint effort with the aim of making the fight against disinformation a main element of the sustainable development agenda, ensuring that future generations have the legacy of a healthier, fairer and more sustainable world. The methodology used to develop this work was to critically analyse scientific articles focused on the subjects of (dis)information and sustainable development.

Keywords: Collective understanding, Communication, Disinformation, Information, Literacy, Sustainable development.

29.1 Introdução

O desenvolvimento sustentável continua a ser um tema relevante para as nações. As discussões globais em torno deste conceito, especialmente à luz dos desafios contemporâneos que as sociedades enfrentam, como a mudança climática, a desigualdade social e a degradação ambiental, são cada vez mais relevantes e associadas à Agenda 2030 e até aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, acordados em 2015 pelas Nações Unidas, contudo, sem o mesmo significado.

Outros termos como "Ser sustentável" e "Sustentabilidade" também são termos que ganharam destaque a nível global, primeiramente associados a situações de preservação do planeta, mas, mais recentemente associados ao bem-estar humano e à relação com o planeta, com o fim último de garantir o bem-estar de gerações futuras.

Porém, a sociedade tem utilizado estes termos de forma ambígua, confundindo-os, em algumas ocasiões, com a ideia de crescimento, progresso, maturidade, evolução ou riqueza, levando-os à necessidade de voltarem a ser examinados (Ríos-Osório et al., 2014).

A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável engloba os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) aprovados em 2015 pelos membros das Nações Unidas. Segundo as Nações Unidas (2024), a Agenda e todos os ODS são entendidos como a visão comum para a Humanidade, um acordo feito entre os líderes mundiais e os povos e “uma lista das coisas a fazer em nome dos povos e do planeta”. Tendo estes aspectos em consideração, percebe-se que a literacia da informação dos indivíduos e da sociedade pode ser um aspecto relevante para se levar a cabo as tarefas necessárias até 2030 e alcançar as metas estabelecidas pela Agenda 2030.

Neste contexto, a informação emerge para promover a consciencialização e a ação coletiva em prol dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). A desinformação, amplificada pelas novas tecnologias e pela proliferação das redes sociais, representa um obstáculo significativo para a construção de um entendimento coletivo e para a implementação de políticas eficazes no âmbito do Desenvolvimento Sustentável.

Pelo que, com este capítulo pretende-se explorar a interseção entre a informação, a desinformação e o desenvolvimento sustentável, destacando a necessidade de estratégias de comunicação bem definidas e programas educativos, que capacitem os cidadãos a discernir as informações relevantes e confiáveis. Assim, através de uma análise crítica, procura-se evidenciar como a literacia da informação pode ser um catalisador para a transformação social e ambiental, promovendo um futuro mais sustentável, através dos ODS.

29.2 Informação para o desenvolvimento sustentável

Nesta secção serão abordados temas como a literacia da informação, o papel da percepção pública no desenvolvimento sustentável, a mudança do sucesso centrado nas políticas para o sucesso centrado na opinião pública e a desinformação em torno dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

29.2.1 Literacia da Informação

A literacia da informação é, para Olufunke (2018), uma competência dos indivíduos, que melhora os resultados educativos e promove a cidadania responsável no contexto dos desafios da sustentabilidade global. Para Mokhtar & Majid (2008) implica a capacidade de procurar, localizar, avaliar e utilizar informações ou factos com o propósito de criar conhecimentos úteis. Segundo estes autores, a literacia da informação permite o desenvolvimento de autonomia, e conferir maior responsabilidade em relação à aprendizagem, tornando os indivíduos pensadores automotivados e críticos, criativos, analíticos e eficazes. Para além disso, esta competência permite aos trabalhadores obter as informações mais atualizadas e fidedignas, ajudando-os a realizar o seu trabalho de forma mais eficaz, permitindo adaptarem-se melhor às mudanças, a serem dinâmicos e capazes de acrescentar valor à organização. Ademais, a literacia da informação ajuda o individuo a analisar eficazmente a informação que lhe chega diariamente e a utilizá-la em seu benefício, deixando-o consciente dos seus direitos pessoais e dos direitos de consumidor, bem como da forma como as mudanças nas políticas nacionais ou estrangeiras o afetam (Mokhtar & Majid, 2008).

Olufunke (2018) analisa o papel da literacia da informação na promoção do desenvolvimento sustentável explorando como a capacidade de aceder, avaliar e utilizar a informação de forma eficaz capacita os indivíduos e as comunidades a tomarem decisões informadas que contribuem para práticas sustentáveis.

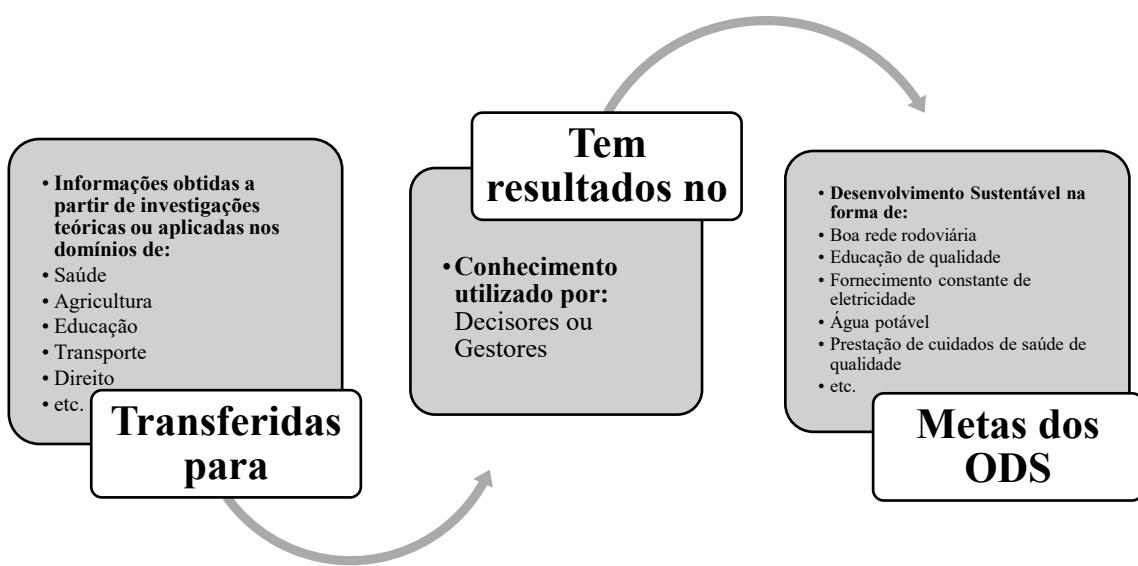
O estudo de Mansour (2019) demonstra que, apesar de enfrentarem desafios significativos, como altas taxas de analfabetismo e recursos inadequados, certas iniciativas nas zonas rurais esforçam-se para melhorar o acesso à informação, promovendo assim comunidades informadas capazes de contribuir para iniciativas de desenvolvimento sustentável. Em oposição, Zobundžija & Dolaček-Alduk (2021) aborda o papel de estruturas de acesso à informação na promoção da literacia informacional como um fator de destaque para o desenvolvimento sustentável, uma vez que, ao funcionarem como centros de educação e acesso à informação, não só promovem a literacia ecológica e ambiental, como também capacitam as comunidades para participar ativamente nos desafios da sustentabilidade alinhando-se assim com a Agenda 2030 das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável.

Abdulrahman et al. (2019) destacam possíveis causas para os desafios da literacia da informação em determinados países, identificando fatores como a consciência e a capacidade de localizar e reconhecer a informação, estratégias de procura de informação, a fraca cultura de leitura, a escassez de centros de informação locais e regionais e a inovação tecnológica no

mundo atual. Neste estudo, os autores afirmam que, para alcançar os ODS, certos imperativos devem ser considerados e implementados. Para tal, os autores sugerem que profissionais de informação atuem de forma proativa, e não reativa ou passiva, que se promovam formações e atualizações em literacia da informação (tradicional e tecnológica), entre os utilizadores, que haja uma mudança de atitude tanto nos profissionais quanto nos governos quanto à sua relevância para a sociedade, e que se criem centros de informação funcionais com estratégias para atrair e envolver os utilizadores.

Ochogwu (2009) sublinhou a necessidade de reconhecer a relação entre a informação e a aplicação do conhecimento para o desenvolvimento sustentável, uma vez que pode constituir-se como a base do desenvolvimento na era da informação. A informação pode ser utilizada de forma adequada para o planeamento, a tomada de decisões e a formulação de políticas. A Figura 29.1 apresenta de forma esquemática o modelo de informação para o desenvolvimento sustentável, segundo esse autor.

Figura 29.1 – Modelo da informação para o desenvolvimento sustentável



Fonte: Adaptado de Ochogwu (2009)

Nesta primeira abordagem, verificou-se como a literacia da informação pode apoiar a implementação de práticas sustentáveis, alcançando as pessoas através de múltiplos canais e formatos, contribuindo, desta forma, para o desenvolvimento sustentável.

A comunidade bibliotecária, que facilita o acesso e a utilização da informação pelas pessoas, defendeu a necessidade de promover uma educação voltada para a literacia universal, com o

propósito de contribuir para a realização dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 da ONU (Lee, 2021). Para este mesmo autor, o foco da educação para a literacia universal deve centrar-se na compreensão da sociedade, investigando e analisando os tipos de comunicação de dados, em função do nível de informatização e do contexto político, económico, social e cultural da sociedade. Assim, a implementação da literacia universal deve ser flexível, ajustando-se ao grau de informatização e ao perfil dos utilizadores em cada contexto.

29.2.2 Perceção Pública no Desenvolvimento Sustentável

Os esforços para alcançar os ODS envolvem todos os estratos da sociedade, havendo propostas de ações para governos, empresas, academia e sociedade civil (ONU, 2015).

A academia, através das suas Instituições de Ensino Superior (IES) desempenha um papel crítico no alcance dos ODS, pois estas instituições são consideradas uma das principais produtoras de conhecimento científico e tecnológico, além de terem também a sua responsabilidade social (Alves, 2019). As IES podem, assim, atuar como agentes de mudança, ao integrar o ensino dos ODS e da sustentabilidade nas suas práticas, merecendo a atenção tanto dos profissionais como da própria academia (Filho et al., 2019).

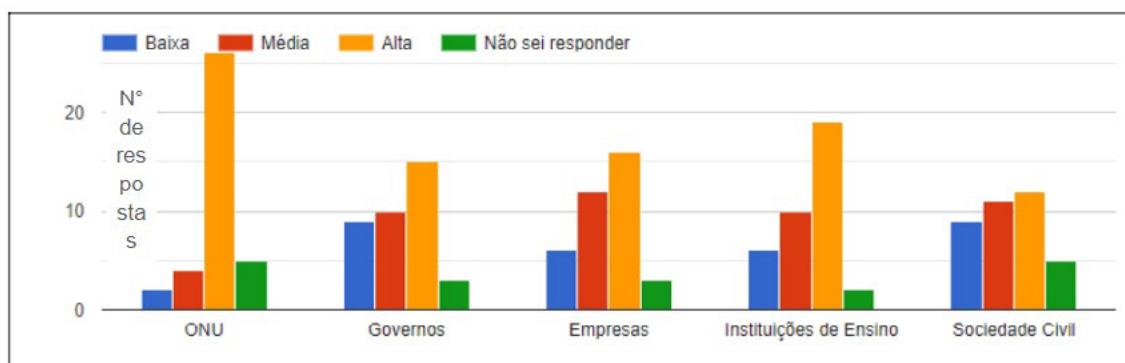
Segundo a ONU (2015), uma forma de garantir a implementação dos ODS, na sua plenitude, é o envolvimento e o compromisso dos governos, do setor privado, da sociedade civil, das Nações Unidas e demais atores que possam de algum modo contribuir mobilizando os recursos disponíveis. A constituição de parcerias entre os atores proporciona maior legitimidade ao plano de ação e uma maior democratização do processo (Alves, 2019). Assim, o compromisso das partes interessadas por meio de parcerias entre os setores público e privado e entre a sociedade civil e os cidadãos possibilita a promoção de uma abordagem holística para se alcançarem os ODS (Galvão, 2021).

Ao gerar e disseminar conhecimento, as IES possuem uma capacidade significativa para promover o alcance dos ODS (Kestin et al., 2017). Contudo, a percepção dos ODS dentro da academia pode contrastar com a faceta destas instituições como impulsionadoras de conhecimento, especialmente nesta área.

Os estudos de Ferreira e Raimundo (2024) e de Omisore et al. (2017) revelam que, quando questionados sobre o conhecimento dos ODS, a maioria dos académicos afirma apenas ter ouvido falar no assunto, o que pode significar uma falta de compromisso ou envolvimento com esta temática, podendo significar um cenário desfavorável para a implementação e alcance dos

ODS. Outro dado interessante no estudo de Ferreira e Raimundo (2024) é a percepção da academia sobre o grau de responsabilidade na disseminação dos ODS. Assim, num gráfico apresentado por esses mesmos autores (ver Figura 29.2), observa-se que os docentes atribuem maior responsabilidade à ONU, de forma destacada, enquanto, no caso da sociedade civil, essa responsabilidade é percebida de forma mais equilibrada entre diversos atores.

Figura 29.2 – Perceção sobre o grau de responsabilidade dos atores na disseminação dos ODS



Fonte: Ferreira e Raimundo (2024)

Segundo o estudo de Ferreira e Raimundo (2024) e no de Filho et al. (2019), cerca de 90% dos docentes afirmaram nunca terem participado em cursos ou ações de formação sobre os ODS e 97% dos participantes concordaram que promover os ODS deveria ser um compromisso institucional.

A percepção pública sobre o desenvolvimento sustentável vai além da academia e pode ser avaliada em vários contextos, como mostram os estudos de Bhatnagar et al. (2023), Billman et al. (2023), Cafuta, M. R. (2021), Dewi et al. (2019), Dutkowska-Zuk et al. (2024), Hauptman et al. (2024), Hidayati, I. (2023), Kamarulzaman et al. (2019), Lukonga & Musonda (2024), Ma & Chang (2019), Mendiola (2019), Rassenfoss (2019), Ren et al. (2024) e Wang & Yang (2020) cujas conclusões indicam que a opinião pública influencia de forma significativa o avanço do Desenvolvimento Sustentável e a concretização dos ODS. Pelo que, quando as comunidades entendem e aceitam os objetivos de sustentabilidade tornam-se parceiras na sua implementação. Estes estudos sugerem que a percepção pública pode influenciar a vontade política e pode aumentar a pressão para ações concretas por parte de governos e empresas. À medida que as sociedades enfrentam os desafios ambientais e sociais, torna-se relevante compreender como o público perceciona as iniciativas de sustentabilidade. Além disso, campanhas de comunicação estratégica podem educar e motivar indivíduos e grupos a adotarem práticas sustentáveis,

criando uma sinergia entre a ação local e os objetivos globais, ao mesmo tempo que ajudam a colmatar a lacuna entre o conhecimento científico e a compreensão pública.

29.2.3 Transição do foco nas políticas para a opinião pública

Historicamente, o desenvolvimento sustentável tem sido orientado por políticas nacionais e internacionais. No entanto, para que essas políticas sejam eficazes, dependem do apoio e da participação ativa do público, o que gera a preocupação sobre até que ponto a opinião pública representada reflete as preferências de toda a população e não apenas dos mais favorecidos economicamente (Erikson & Tedin, 2019).

Ao longo da vida, as pessoas acumulam conhecimentos por diversas vias, incluindo a escola, os meios de comunicação social, a influência de familiares e amigos, além de experiências profissionais e pessoais, sendo que, para a maioria, os meios de comunicação se tornam a única fonte constante de informação sobre questões ambientais (Coyle, 2005). Para Janoušková et al. (2019), os políticos são reconhecidos como partes interessadas, proponentes e defensores do desenvolvimento sustentável, uma vez que dispõem de instrumentos eficazes para promover e implementar a sustentabilidade em diferentes níveis (e.g. incentivos económicos, regulamentação, apoio à inovação.). Por conseguinte, os políticos devem ser envolvidos na comunicação sobre a sustentabilidade de modo que possam contribuir para a governação, a legislação, as finanças e outros aspectos da implementação do desenvolvimento sustentável. No entanto, mesmo com o seu envolvimento, continua a ser um desafio identificar formas de direcionar como canalizar a influência dos meios de comunicação social, a fim de não apenas sensibilizar o público, mas também promover a sua literacia em questões de sustentabilidade.

Gabriel e Gauri (2019) questionam como é que os ODS podem ser apresentados de forma convincente a diversas partes interessadas, incluindo os governos nacionais, o pessoal das organizações internacionais e os cidadãos de todo o mundo. Todavia, para monitorizar e avaliar consistentemente o progresso em direção aos ODS é necessário desenvolver índices objetivos. Presentemente, e segundo Lee (2021), a maioria dos estudos sobre os ODS baseia-se em estatísticas oficiais disponíveis a nível nacional para criar um índice, sem considerar os sentimentos e opiniões da população em geral.

Os resultados obtidos no estudo de Qazi et al. (2019) mostram a importância da opinião pública, uma vez que os autores realizaram uma análise em tempo real dos tweets do público. Também as investigações sobre a opinião pública, conduzidas por Karrooni et al. (2018), relativamente às alterações climáticas e às energias renováveis provaram que a maioria dos

inquiridos possui um conhecimento adequado sobre as energias renováveis e demonstra uma preocupação genuína com as alterações climáticas.

Moula et al., (2013) realizaram um estudo com inquéritos junto de diferentes grupos etários, em que obtiveram percepções sobre fontes renováveis e tecnologias, revelando que menos de 50% dos inquiridos mostraram disposição para instalar turbinas eólicas nas suas propriedades ou painéis solares nos seus telhados.

O estudo de Grover et al. (2021) examina o papel dos líderes políticos na promoção dos ODS, através das redes sociais, especificamente do Twitter. A análise das interações da maioria dos líderes políticos revelou que o foco das discussões recai sobretudo sobre o ODS 17 – Parcerias para a Implementação dos Objetivos e o ODS 16 – Paz, Justiça e Instituições Eficazes. Porém, observa-se que outros objetivos, como o ODS 6 – Água Potável e Saneamento, o ODS 14 – Proteger a Vida Marinha, o ODS 2 – Fome Zero, o ODS 1 – Erradicação da Pobreza e o ODS 4 – Qualidade da Educação têm recebido pouca atenção.

Com efeito, uma sociedade informada e comprometida aumenta as possibilidades de sucesso, uma vez que as políticas sustentáveis dependem da colaboração de todos os setores. Assim, o foco desloca-se da simples formulação de políticas para a construção de uma narrativa pública, que reforça os valores e benefícios da sustentabilidade. Nesse contexto, a abordagem centrada nas políticas evolui para uma orientação centrada na opinião pública, destacando que comunicar de forma eficaz é tão relevante quanto desenvolver políticas bem estruturadas.

29.2.4 Desinformação em torno dos ODS

Na literatura, numa fase inicial prevaleceu o conceito de “notícias falsas” (*fake news*), em vez de “desinformação”. Contudo, como este conceito de “*fake news*” foi frequentemente utilizado em debates políticos para criticar os meios de comunicação social, que divergiam da narrativa política, acabou por se tornar mais um reflexo das disputas sociais pela definição da realidade, em vez de servir como uma construção académica eficaz para orientar a investigação empírica (Farkas & Schou, 2018). Atualmente, o conceito amplamente aceite é o de desinformação, referindo-se à disseminação intencional de informações falsas ou enganosas em diversas plataformas, com o objetivo de enganar ou manipular a opinião pública (Suau & Puertas-Graell, 2023).

A desinformação pode impactar significativamente o funcionamento e a reputação das organizações, afetando a comunicação e a gestão das relações em diversos contextos, incluindo situações de risco e de crise (Guthrie e Rich, 2022).

Mukesh e Asif (2019) defendem que um sistema credível de comunicação social e de informação é uma condição prévia para o crescimento sustentável de qualquer sociedade, especialmente numa sociedade com uma elevada percentagem de jovens e de semialfabetizados, mais vulnerável aos rumores e às notícias falsas. Estes autores ainda referem que a quantidade de notícias falsas em circulação representa um grande desafio para estas pessoas, uma vez que, no atual ambiente mediático repleto de desinformação, de factos distorcidos e de opiniões tendenciosas, estas pessoas não têm competências nem conhecimentos necessários para distinguir entre notícias verdadeiras e falsas.

Grover et al. (2021) apontam que o sucesso na concretização dos ODS está fortemente ligado à sensibilização da população em geral (Grover et al., 2021). Nesse sentido, ElAlfy et al. (2020) destacam o papel das redes sociais como eficazes plataformas educativas que informam o público sobre os ODS, promovendo, assim, as mudanças sociais e comportamentais necessárias para atingir esses objetivos. Porém, o fácil acesso às plataformas dos meios de comunicação social permite que qualquer indivíduo crie e partilhe uma mensagem, em simultâneo, com milhões de pessoas em todo o mundo. Esse fenómeno facilitou o surgimento de comunidades de desinformação que exploram a falta de conhecimento (ignorância), as preocupações e ansiedades do público (Ha et al., 2021). Mensah et al. (2021) afirmam que a propagação da COVID-19, no início de 2020, e a subsequente desinformação generalizada, aumentaram a vulnerabilidade do público, potenciando os indivíduos como vítimas de desinformação, expondo-os a informações enganosas, incluindo sobre os ODS. Assim, estudos demonstraram que temas específicos, como os relacionados com o ODS3 – Qualidade da saúde e ao ODS13 – Ação climática, parecem estar mais propensos à desinformação (Ha et al., 2021). Essa propagação de informações falsas impacta a implementação dos ODS, dificultando o progresso real na sua concretização (Sa'ad Abdullahi & Pindiga, 2023).

A pandemia de COVID-19 destacou a importância da comunicação global, tanto para a obtenção de informações sobre saúde, como para a manutenção da sobrevivência socioeconómica. Mas também evidenciou a atuação de indivíduos mal-intencionados que disseminam desinformação (*fake news*), frequentemente em volumes que podem igualar ou até superar a quantidade de informações verídicas, gerando assim confusão pública e um possível comportamento de risco (Chua & Khan, 2023). Para estes autores, a desinformação compromete um dos objetivos centrais da comunicação para todos: a promoção de uma cidadania informada e crítica vital para a democracia e o desenvolvimento.

Considerando o papel da comunicação e da informação na implementação e nas ações necessárias para alcançar as metas dos ODS, Servaes e Yusha'u (2023) consideram haver um

esquecimento em atribuir um objetivo específico ao papel da comunicação e da cultura na efetiva realização dos ODS. Estes mesmos autores referem que essa omissão chamou a atenção de investigadores da área dos media e da comunicação, assim como dos académicos e dos decisores políticos, que agora reconhecem que alcançar os ODS é quase inviável sem integrar e valorizar o papel da comunicação para o desenvolvimento.

O estudo de Suau e Puertas-Graell (2023) vem destacar a forma como a desinformação pode moldar as percepções do público, elemento central para compreender o fenómeno da “lavagem” dos ODS. Os resultados do estudo revelam que a desinformação exerce um impacto significativo sobre os cidadãos e estes autores sugerem que a disseminação de narrativas enganosas pode enfraquecer esforços genuínos em prol da sustentabilidade, ao promover o ceticismo e a confusão entre as partes interessadas, complicando assim a implementação efetiva dos ODS.

Bennett e Livingston (2018) analisam criticamente a interação entre a desinformação e a legitimidade das instituições democráticas, destacando como a proliferação de informações falsas enfraquece a confiança do público e perturba os processos democráticos. Os autores enfatizam, assim, a urgência de promover uma cidadania bem informada como fundamento para alcançar o desenvolvimento sustentável e fortalecer a resiliência das democracias.

Raman et al. (2024) consideram a informação como um elemento central para a tomada de decisões, especialmente na era digital, onde o ambiente pouco regulamentado das redes sociais intensificou a prevalência de notícias falsas, afetando indivíduos e sociedades de modo abrangente. O estudo destes autores apresenta novas contribuições, incluindo um mapeamento pioneiro da pesquisa de notícias falsas para os ODS, indicando a sua influência em áreas como a saúde (ODS 3), a paz (ODS 16) e até a indústria (ODS 9). Além disso, analisam o papel da Inteligência Artificial generativa na disseminação e credibilidade de notícias falsas, destacando as preocupações éticas urgentes que esta tecnologia suscita. Nesse mesmo estudo, Raman et al. (2024) realizaram, pela primeira vez, um mapeamento direto das notícias falsas para os ODS, com particular foco no ODS 3, onde exploraram como a desinformação sobre saúde, especialmente durante a pandemia da COVID-19, impactou o público. O estudo abrange ainda o ODS 9, centrado na Indústria, Inovação e Infraestruturas, indicando um interesse académico em soluções tecnológicas para combater a desinformação; o ODS 10, cujo foco é a redução das desigualdades, que aborda as dimensões socioeconómicas da desinformação; e o ODS 16, que enfatiza o impacto das notícias falsas na paz, justiça e instituições fortes, sublinhando as consequências sociais mais amplas. Nas conclusões do estudo, os autores realçam que as notícias falsas prejudicam a qualidade da tomada de decisão, ao gerar enviesamentos na

interpretação da informação e que, frequentemente, as pessoas tendem a aceitar mais facilmente informações negativas, independentemente do seu impacto, pois estas aumentam a sua atenção e excitação, enquanto as notícias positivas têm um impacto consideravelmente menor na mente humana.

Por outro lado, a inteligência artificial (IA) revolucionou diferentes setores e não será uma exceção na viabilização dos ODS, criando uma rede de efeitos interdependentes, onde o progresso num dos 17 objetivos contribui para o avanço dos demais (Adeshina & Aina, 2023).

A desinformação, sobretudo nas redes sociais, tem demonstrado um dos maiores obstáculos ao progresso dos ODS, pois compromete a confiança entre governos, instituições e cidadãos. A proliferação de *fake news* e informações erradas tende a enfraquecer a credibilidade das instituições e da própria agenda de desenvolvimento sustentável. Para combater esses desafios, uma das medidas é estabelecer canais de comunicação confiáveis e fortalecer a literacia digital, permitindo que o público identifique fontes de informação fidedignas e apoie os ODS com base em factos concretos e verificáveis.

29.3 Papel da comunicação estratégica no desenvolvimento sustentável

A comunicação verbal é um fenómeno natural, que ocorre frequentemente entre os seres humanos, refletindo a sua necessidade intrínseca de interação (Sàágua, 2004). O ser humano não vive sem comunicação, funcionando como um processo social primário. Neste contexto, os meios de comunicação de massa atuam como uma mediação tecnológica, conectando as pessoas que compõem a sociedade (Rüdiger, 2011). A seguir, serão exploradas duas teorias da comunicação que se destacam no atual contexto.

29.3.1 Teoria da Definição da Agenda (*Agenda Setting Theory*)

Segundo Shaw (1979, p. 96), a *Agenda Setting Theory* defende que: "... em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descura, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas".

Efendi et al. (2023) definem a *Agenda Setting Theory* como uma teoria da comunicação de massas e que pode afetar as audiências. Segundo os referidos autores, esta teoria é particularmente eficaz na mudança das atitudes e do comportamento dos receptores, de acordo com as intenções de quem comunica. Baseada na premissa de que os meios de comunicação estabelecem quais os temas que merecem atenção, a teoria sugere que os media têm a capacidade de selecionar e enfatizar assuntos específicos, promovendo-os como prioritários para o público, conforme previamente apontado por Shaw (1979).

Embora as pessoas tenham opiniões sobre muitos temas, apenas alguns se destacam como prioritários. Entre os vários assuntos que disputam a atenção pública, somente alguns têm sucesso junto do público, dado que a comunicação social noticiosa desempenha um papel influente na forma como o público percebe o que é relevante no momento. Com meios de comunicação profissionalizados, essa influência não ocorre de forma deliberada nem premeditada. Já em contextos como a comunicação social partidária, propaganda, publicidade, sites de notícias falsas ou *fake news* e outras formas de comunicação de persuasão, a intenção é precisamente influenciar o público de forma premeditada (McCombs & Valenzuela, 2020).

A partir do que foi mencionado, pode concluir-se que esta teoria se baseia na ação dos meios de comunicação, que, embora não indiquem diretamente ao público o que pensar ou como se sentir sobre um tema, destacam determinadas histórias ou questões sobre as quais pretendem, que o público reflita ou atribua maior atenção.

29.3.2 Teoria do Enquadramento (*Framing theory*)

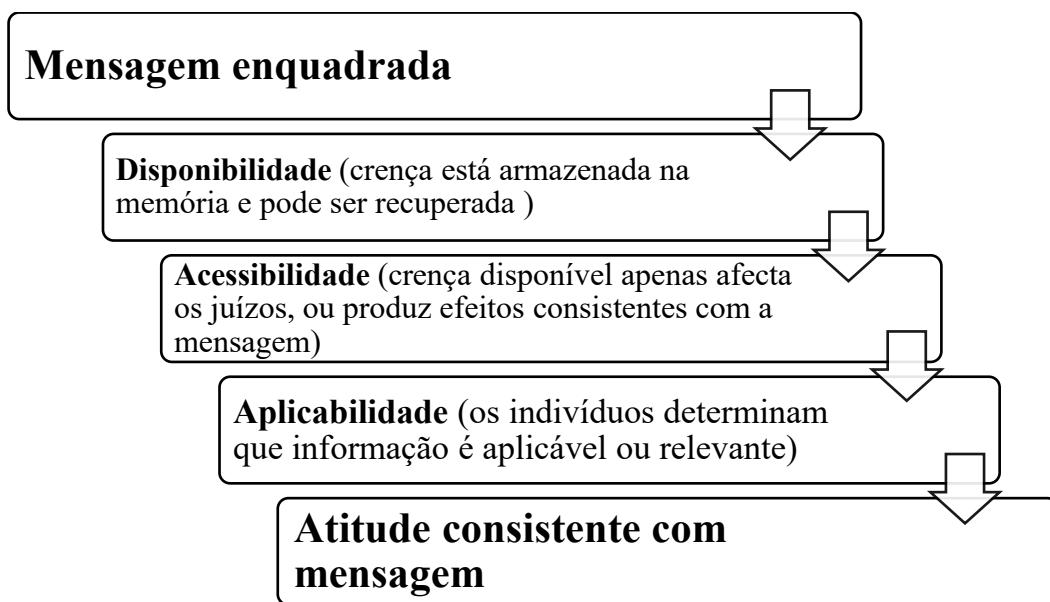
Os enquadramentos ou *frames* noticiosos ajudam os jornalistas a interpretar e a explicar acontecimentos, problemas e questões (Tewksbury & Scheufele, 2019). Segundo Goffman (1974), o enquadramento representa a forma como as pessoas constroem significado sobre um tema ou tópico, quando lhes são oferecidas diversas perspetivas. Já para Wang et al. (2021), os *frames* são atos de comunicação que apresentam uma determinada interpretação do mundo, que pode alterar a forma como os indivíduos compreendem, definem e avaliam as questões, os tópicos e os acontecimentos. Para Touri e Koteyko (2015), um *frame* apresenta informação à sociedade e molda o debate sobre factos ou tópicos controversos, simplificando-os.

O veículo de manifestação mais direta do efeito do enquadramento na comunicação das notícias é a teoria do enquadramento, o que significa que um determinado efeito de enquadramento é obtido através da seleção e ênfase de um determinado conteúdo (Luo & Ling, 2023). Pelo que, o enquadramento é uma estratégia de design de mensagens, isto é, é a

apresentação estratégica da informação em que se valorizam determinados aspectos da informação e, simultaneamente, se desvia a atenção de outros aspectos. A consequência é a mudança de atitude dos indivíduos sobre o tópico tornando-os mais alinhados com a informação enquadrada e levando a efeitos mais consistentes na mensagem, referidos como efeito de enquadramento (Cacciatore et al., 2016). Segundo esses mesmos autores, este tipo de enquadramento pode ser dividido em duas estratégias: os enquadramentos de ênfase (diferenças na informação que está a ser apresentada), em que as dimensões enfatizadas se tornam mais salientes e os indivíduos são mais propensos a formar julgamentos que sejam consistentes com ela (Sun et al., 2016) e os enquadramentos de equivalência (diferenças na forma como a informação é apresentada), em que a informação varia ao longo de alguma dimensão de apresentação, como a valência da informação (Levin & Gaeth, 1988), a complexidade da linguagem (Shulman & Sweitzer, 2018) ou a existência de risco (Kahneman & Tversky, 1979).

A teoria do enquadramento assume que as atitudes das pessoas são compostas por um conjunto de crenças avaliativas, que podem variar na sua valência e intensidade, sobre um certo assunto, tema, tópico ou objeto. A soma das crenças avaliativas, a valência e a intensidade constituem as atitudes dos indivíduos (Chong & Druckman, 2007). Por outro lado, esta teoria permite compreender os efeitos do enquadramento, uma vez que tem subjacente como as mensagens estruturadas de forma diferente podem ter como foco diversas crenças avaliativas. Assim, esta teoria sugere três mecanismos cognitivos: (1) disponibilidade, em que uma crença está armazenada na memória e pode ser recuperada (Chong & Druckman, 2007); (2) acessibilidade, em que uma crença disponível apenas afeta os juízos, ou produz efeitos consistentes com a mensagem quando a crença se torna acessível, sendo que a informação acessível tem um maior potencial de ativação, i.e., é mais provável que seja recuperada da memória em comparação com outras crenças (Fazio & Roskos-Ewoldsen, 2005); (3) aplicabilidade, em que os indivíduos determinam que informação é aplicável ou relevante através de um processo deliberativo de ponderação de crenças concorrentes (por exemplo, bronzejar-se ao ar livre não é saudável, mas melhora a aparência) e decidem quais são mais adequadas no contexto atual – determinam se um enquadramento é suscetível de influenciar os julgamentos (Bullock & Shulman, 2021).

Figura 29. 3 – Esquema da Teoria do Enquadramento (Framing theory)



Fonte: Elaboração própria

Este esquema resume a Teoria do Enquadramento (*Framing theory*) que tem início no enquadramento da mensagem e termina com a atitude dos indivíduos perante a mensagem, dando-lhe a relevância de acordo com a disponibilidade, a acessibilidade e a aplicabilidade que lhe confere.

29.3.3 Mensagens estratégicas na formação da opinião pública

A utilização de mensagens estratégicas pode moldar a opinião pública sendo uma área de estudo nos campos da comunicação, política e estudos sociais. Estas mensagens são elaboradas de modo a influenciar a percepção pública, moldando atitudes e comportamentos em relação a questões de relevância social, política ou económica, dependendo a sua eficácia de fatores como a clareza, consistência e o contexto da comunicação. Seja em campanhas políticas, iniciativas corporativas ou movimentos sociais, tais mensagens moldam narrativas e direcionam o debate público, influenciando tanto a opinião individual quanto o discurso social mais amplo. A análise do impacto destas mensagens proporciona uma visão sobre o poder de comunicação em processos democráticos e de tomada de decisão.

Antes de abordar o tema, é pertinente definir o conceito de opinião pública, pois segundo Martino e Marques (2020), não há um consenso claro sobre o seu significado. Para estes autores

existem três correntes: (1) a opinião pública vista como interação entre cidadãos na ótica do uso público da razão; (2) como disputa de sentidos que se estruturam num jogo estratégico no qual subsiste uma forma de comunicação ideológica e distorcida; e, (3) como decorrente da ação dos *mídia* sobre um público quiçá difuso.

Para Soares et al. (2021), as mensagens estão associadas a práticas discursivas. Estes autores identificaram três estratégias discursivas de legitimação associadas ao conteúdo “desinformativo” no WhatsApp, nomeadamente: (1) o uso de opinião – forma como a mensagem “desinformativa” é apresentada por uma pessoa ou em reprodução de opiniões de outrem; (2) uso de autoridades – existe a apropriação da reputação de uma pessoa ou de uma organização; (3) e, *call to action* – os indivíduos são motivados a realizar alguma ação específica. Segundo estes mesmos autores, cada uma dessas estratégias visa alcançar determinados objetivos. Por exemplo, o uso de opinião facilita a divulgação de informações de forma mais privada, promovendo interações com contactos mais próximos e contribuindo para a disseminação da informação. A utilização de autoridades, por sua vez, legitima o discurso com base na credibilidade do indivíduo ou da organização mencionada. Por último, a *call to action* incentiva o emissor a induzir a uma ação específica e urgente relacionada à partilha das mensagens.

Atualmente, a formação da opinião pública no contexto das redes sociais online, da mobilidade, acesso à informação e produção de conteúdo das mensagens difere significativamente da que existia antes dessas transformações (Terra e Sousa, 2020). Os autores referem que a rede de contatos de cada indivíduo e as redes formadas a partir das plataformas de *mídias* sociais influenciam a opinião das pessoas.

Embora os memes possam parecer despretensiosos e lúdicos, com um toque de humor, acarretam visibilidade aos assuntos e temáticas nos ambientes digitais. Os conteúdos miméticos são produzidos com o intuito de gerar visibilidade, “viralização”, polémica e discussões nas redes, acabando por serem apropriados pelas organizações que consideram ser este um caminho para ganho de notoriedade, visibilidade e legitimidade junto do seu público na própria rede. Perante esta evidência, talvez se possa afirmar que o meme, para além de fazer parte da formação da opinião pública, talvez possa ser considerado uma mensagem estratégica.

A mediatização da sociedade parece resultar numa desintermediação (Terra e Sousa, 2020). Isso significa que as organizações passaram a comportar-se como veículos de media e editores, comunicando diretamente com as suas audiências, sem depender dos canais de comunicação tradicionais, como a televisão, os jornais, as rádios, as revistas, entre outros. Essa ausência de intermediação pelos canais tradicionais entra em competição com o indivíduo comum, usuário

das redes, que possui plenos poderes sobre a produção, o consumo e a partilha de conteúdos, de acordo com seus interesses e preferências pessoais. Assim, pode-se então afirmar que a não existência de intermediários impacta diretamente a formação das opiniões dos indivíduos e desta forma, a formação da opinião pública.

29.3.4 Comunicação inclusiva e transparente para criar confiança em diversos contextos

A comunicação, segundo Kunsch (2018), deve ser considerada como um processo social básico e não apenas como uma mera transmissão de informações. Wolton (2006) identifica a comunicação como uma das questões principais do século XXI, referindo que, num espaço temporal de cerca de 100 anos, os meios de comunicação da informação evoluíram de forma a reduzir as distâncias e deram origem à chamada aldeia global. Esta evolução inclui o surgimento de várias tecnologias, como o telefone, o rádio, a imprensa, o cinema, a televisão, o computador e as redes digitais.

No atual contexto socioeconómico e político, a comunicação nas organizações, que se caracteriza por um foco exclusivamente técnico e operacional, também considerada como clássica e instrumental, já não satisfaz as exigências do público. A responsabilidade social, o desenvolvimento sustentável associado, que inclui a preservação do planeta, o respeito pela diversidade, valores como a transparência e a ética, orientam os comportamentos dos indivíduos nas organizações, conduzindo a uma necessidade de haver uma comunicação mais proativa e estratégica (Kunsch, 2018).

A comunicação estratégica, definida por Hallahan et al. (2007), refere-se à área que estuda como as instituições utilizam a comunicação de forma planeada, controlada e persuasiva, analisando a aplicação deliberada da comunicação para o cumprimento da sua própria missão, enquanto ator social. Para Rafael Perez (2008), essa forma de comunicação visa orientar o poder comunicativo, influenciando assim os resultados das ações em curso na direção que marca os objetivos traçados.

A comunicação estratégica, quando aplicada em diferentes contextos sociais e tipos de instituições e/ou organizações, quer públicas, privadas e da sociedade civil, pode manifestar-se de formas distintas, conforme a formação e as perspetivas dos envolvidos. Segundo Kunsch (2018), essa comunicação pode adotar formas de se manifestar mais conservadoras (visão mais pragmática da comunicação com o fim de ser eficaz e alinhada com os resultados) ou mais interativas (visão mais complexa que valoriza, essencialmente os aspectos sociais e humanos ultrapassando a visão tecnicista e da racionalidade económica).

No contexto do desenvolvimento sustentável, a sustentabilidade pode ser entendida sob as dimensões ambiental, social e económica, sendo que cada uma delas se constitui como um pilar. Neste âmbito, a comunicação estratégica destaca-se no fortalecimento de práticas de desenvolvimento sustentável, contribuindo para a sensibilização e o apoio a questões relacionadas. Além disso, ajuda a acelerar e a melhorar o comportamento das pessoas em relação à sustentabilidade, influenciando também os decisores das mais variadas organizações a adotarem práticas mais sustentáveis (Boechat, & Barreto, 2018; GTZ Rioplus, 2006).

Os tempos atuais, caracterizados por uma complexidade crescente, derivam não só da globalização, mas também da revolução tecnológica associada à informação e à era digital. Essa realidade exige uma nova postura das organizações e que adotem uma nova abordagem, implementando uma comunicação estratégica bem planeada para enfrentar uma opinião pública vigilante, a públicos cada vez mais exigentes, uma sociedade em constantes mudanças e mercados difíceis e desafiadores (Kunsch, 2018).

As redes sociais e plataformas como o *Facebook* e o *Twitter* podem fortalecer o empenhamento político, permitindo aos políticos interagir diretamente com os seus eleitores, criando uma relação mais pessoal e interativa e, fornecendo uma plataforma que facilita a discussão e a mobilização de massas (Wang et al., 2020). Kalnes (2021) constatou que os tipos de conteúdo que incentivam a participação ativa, como sondagens, sessões de perguntas e respostas e vídeos em direto, são mais eficazes para aumentar o envolvimento político, em comparação com os conteúdos mais estáticos e informativos. Graham et al. (2021), através do seu estudo, demonstraram que políticos ativos nas redes sociais não só aumentam o nível de envolvimento com os seus eleitores, como também incentivam a uma maior participação dos eleitores nas eleições, sublinhando-se a importância de uma presença ativa e autêntica nas redes sociais para criar confiança e credibilidade entre os eleitores. Mas, nem tudo são aspectos positivos e existem desafios associados. De acordo com Skoric et al. (2020), a disseminação de desinformação e de boatos nas redes sociais pode dificultar a participação política e prejudicar o processo democrático, assim como um baixo nível de literacia digital entre o público pode reduzir a eficácia da comunicação política através das redes sociais.

Pelo que, para maximizar o potencial das redes sociais são necessários esforços efetivos para melhorar a literacia digital e, simultaneamente, enfrentar o desafio da desinformação. Uma melhor compreensão da utilização das redes sociais permitirá a conceção de estratégias de comunicação mais eficazes e inclusivas (Manuputty, 2024).

Os meios de comunicação tradicionais estão gradualmente a ser substituídos por novas plataformas que proporcionam formas rápidas, diversificadas e inovadoras de interação entre

partes interessadas. Estes novos meios de comunicação social estão a remodelar a comunicação em prol da sustentabilidade e do envolvimento eficaz dessas partes interessadas (Nwagbara e Reid, 2013).

29.4 Ascensão da desinformação e a sua ameaça para os ODS

A desinformação representa uma ameaça para os ODS. Nesta secção aborda-se a expansão e os impactos das campanhas de informação na concretização dos ODS, examinam-se as bases psicológicas e sociais que favorecem a sua propagação e apresentam-se estratégias para combater a desinformação.

29.4.1 Expansão e Impacto das Campanhas de Desinformação

O crescimento das campanhas de desinformação que visam os ODS representam uma ameaça crescente para a Agenda 2030, agravando o impacto direto que a desinformação em geral tem na implementação dos ODS (Raman, 2024). O crescimento da desinformação no ambiente informativo intensificou-se após a pandemia de COVID-19, em parte devido ao papel de orientação desempenhado por organizações internacionais, como a Organização Mundial da Saúde, no combate à doença. As redes sociais aumentaram o alcance e a força dessas campanhas, que muitas vezes têm como objetivo enfraquecer os esforços de cooperação global. Com o fim da pandemia, estas comunidades de ativistas digitais passaram a focar-se noutras narrativas, especialmente ligadas à Agenda 2030 e aos ODS, baseadas numa desconfiança profunda nas instituições internacionais e nas prioridades globais, particularmente as do mundo ocidental (Sa'ad Abdullahi & Pindiga, 2023).

Alguns dos principais intervenientes nestas campanhas são os defensores de teorias da conspiração, que exploram as divisões sociais e pânicos morais existentes, contando com figuras políticas populistas e ativistas digitais para disseminarem o seu conteúdo. As narrativas de desinformação centram-se frequentemente em apresentar os ODS como ferramentas da hegemonia ocidental, com alegações de que as iniciativas de sustentabilidade global servem para consolidar o poder sobre as nações em desenvolvimento, particularmente no Sul Global. O governo russo, por exemplo, tem utilizado as narrativas sobre o aquecimento global para contrariar o que considera ser o domínio ocidental nos acordos internacionais sobre o clima, complicando ainda mais o discurso em torno da sustentabilidade global. Desastres naturais, são seguidos pela promoção de narrativas conspiratórias que justificam a tragédia não como resultado do aquecimento global, mas como algo deliberadamente provocado pelas “forças

malignas da Agenda 2030”. Na sequência dos furacões que atingiram o sudeste americano em setembro e outubro de 2024, assiste-se a um aumento exponencial das pesquisas no *Google* por ‘chemtrails’, uma teoria da conspiração que defende que aviões largam químicos sobre a população para a manter dócil (Sullivan, 2024).

29.4.2 Fundamentos Psicológicos e Sociais da Disseminação da Desinformação

Um fator crítico na disseminação da desinformação sobre os ODS são os fundamentos psicológicos, uma vez que tornam estas falsas narrativas tão eficazes. Conceitos como o efeito *boomerang* e o viés de confirmação explicam por que razão os indivíduos, especialmente aqueles que já são céticos em relação a organizações internacionais como as Nações Unidas ou a União Europeia, são propensos a acreditar e a partilhar a desinformação. Estes enviesamentos cognitivos alimentam um ciclo de *feedback* em que as pessoas reforçam as suas falsas crenças quando lhes é apresentada informação corretiva (Zhou & Shen, 2022). Neste sentido, as campanhas de contra narrativa construídas por este tipo de organizações internacionais, devem considerar os efeitos nocivos da sua mensagem de verificação de factos, trabalhando com as comunidades locais e especialistas antropológicos, na melhor forma de desconstruir este ceticismo, sem alimentar preconceitos existentes, uma vez que as narrativas “desinformativas”, são especialmente concebidas para explorar estes preconceitos, aproveitando os receios e a desconfiança existentes em relação às estruturas de governação global.

As consequências da desinformação que visa os ODS vão para além dos sistemas de crenças individuais e têm implicações sociais mais amplas. Nos países que já lutam para cumprir as metas dos ODS - onde prevalecem a instabilidade política, os desafios económicos e os fracos sistemas de governação - a permeação da desinformação é particularmente perigosa. Estas nações são frequentemente mais suscetíveis a campanhas manipuladoras que enfraquecem a confiança nos esforços internacionais de desenvolvimento, dificultando ainda mais o seu progresso (Hebel-Sela et al., 2023). Esta sensibilidade à desinformação cria um ambiente em que os atores locais, muitas vezes motivados por ganhos políticos ou económicos a curto prazo, se alinharam com narrativas globais de desinformação que se opõem à Agenda 2030.

Diversos exemplos ajudam a entender a magnitude desse problema. Na África Subsariana, as campanhas de desinformação têm tentado enfraquecer os esforços em torno de iniciativas de implementação de energia limpa, considerando-as como uma ameaça à estabilidade económica da região (Heffernan, 2024). Do mesmo modo, na América Latina, as narrativas contrárias ao ODS 2 (Fome Zero) sugerem que as políticas globais de segurança alimentar são estratégias de

controlo dos setores agrícolas locais por governos estrangeiros (Maffra & Hayes, 2023). Estes exemplos demonstram como a desinformação se pode tornar profundamente enraizada, distorcendo a percepção pública das iniciativas globais concebidas para promover o desenvolvimento sustentável.

Paralelamente, estas campanhas também afetam os países mais desenvolvidos cujo apoio se destaca na implementação global dos ODS. A desinformação atinge sobretudo as populações mais vulneráveis, mas enfraquece também as principais estruturas responsáveis pela liderança na implementação da Agenda 2030, como a União Europeia (Čechmánek, 2023).

29.4.3 Estratégias de Combate à Desinformação

As campanhas de desinformação não só corroem a confiança nos ODS, como também enfraquecem a capacidade da comunidade global em cooperar eficazmente tendo por base desafios partilhados. As organizações internacionais e autoridades nacionais, devem adotar estratégias mais robustas para combater a desinformação, tirando partido da transparência, das parcerias locais e das iniciativas de comunicação orientadas para a comunidade (Braga & Reis-Santos, 2023). Devem também mapear e compreender melhor os preconceitos e receios existentes, integrando as comunidades locais no processo de decisão e respeitando as tradições e costumes locais, mesmo que eles, por vezes, sejam pouco convencionais ou contraditórios à evidência científica (Verma & Nayak, 2024).

No Brasil, comunidades indígenas recusaram levar os seus doentes de COVID19 ao hospital, porque não conseguiam recuperar os corpos em caso de morte, e assim não conseguiam fazer os rituais fúnebres que garantiriam que o indivíduo falecido alcançasse o além (Lima & Souza, 2023). Uma decisão sustentada em princípios de saúde pública - a não libertação dos corpos - acabou por gerar um fosso entre as instituições de saúde e estas comunidades, criando um terreno fértil para a desinformação, e contribuindo para um risco de saúde pública muito maior do que a libertação dos próprios corpos. Este exemplo é ilustrativo da relevância em não se querer impor a “verdade”, mas antes, criar processos de diálogo, em que a Agenda 2030 e os ODS são apresentados como metas não impostas, assentes em diálogo, explicando-se como irão contribuir para a redução das desigualdades.

29.5 Criar resistência contra a desinformação: Lições das ciências da comunicação e do comportamento

A desinformação pode ser lesiva a muitos níveis. Há então que criar resistência contra ela através de lições aprendidas ao nível da comunicação e do comportamento. Abordaremos este assunto analisando as contra narrativas e o envolvimento emocional, a educação para a literacia mediática e a transparência e comunicação inclusiva.

29.5.1 Contra narrativas e Envolvimento Emocional

Construir a resiliência contra a desinformação sobre os ODS requer uma abordagem multifacetada, sustentada no conhecimento já adquirido pelas ciências da comunicação e do comportamento (Young, 2021). Uma das estratégias mais eficazes é a elaboração de contra narrativas que ressoem emocionalmente com os públicos-alvo (Joachim, 2024). A investigação mostra que a desinformação prospera frequentemente porque apela a medos, preconceitos ou a um sentido de identidade. Contrariar estas narrativas requer a existência de histórias positivas e emocionalmente envolventes que enfatizem os benefícios coletivos dos ODS. Por exemplo, em vez de uma apresentação dos ODS como Objetivos técnicos, as narrativas devem centrar-se em histórias centradas no ser humano que realcem a forma como o desenvolvimento sustentável melhora a vida quotidiana - seja através do acesso a água potável, educação ou energia renovável. Estas histórias não devem apelar apenas à lógica, mas também às emoções e aspirações das diferentes comunidades, sempre considerando as suas especificidades culturais e demográficas (Lepoutre, 2024).

29.5.2 Educação para a Literacia Mediática

A educação para a literacia mediática é outra ferramenta indispensável no combate à desinformação, particularmente no que diz respeito ao pensamento crítico e à avaliação das fontes de informação (Moore & Hancock, 2022). Quando os indivíduos conseguem identificar conteúdos enganadores e compreender as táticas utilizadas pelas campanhas de desinformação, é menos provável que sejam vítimas das mesmas. Capacitar as comunidades através de programas de literacia mediática pode ajudar os públicos-alvo destas campanhas “desinformativas” a identificar as armadilhas do ecossistema informativo. Há um paralelo evidente nos esforços para combater a desinformação em saúde, nomeadamente durante o

período da pandemia através da educação do público para identificar fontes confiáveis de informação sobre saúde (Choukou, 2021). Do mesmo modo, os programas de literacia mediática relacionados com os ODS ajudam as comunidades a desenvolver competências para diferenciar entre narrativas falsas e enganadoras de informações credíveis sobre o desenvolvimento sustentável, ao mesmo tempo que contribuem, de forma indireta, para a implementação de ODS.

A comunicação diferenciada por público-alvo é também um método eficaz de transmissão dos valores acrescentados que os ODS representam para os diferentes grupos demográficos. Os influenciadores locais, sejam líderes comunitários, figuras religiosas ou organizações locais de confiança, são imprescindíveis na divulgação de informações credíveis sobre a relevância dos ODS. Estes indivíduos têm, muitas vezes, uma relação de maior confiança com as comunidades alvo, do que organizações internacionais distantes ou abstratas, e podem materializar uma ligação mais individual com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Esta abordagem descentralizada, em que a mensagem do desenvolvimento sustentável é adaptada aos contextos locais e transmitida por figuras-chave locais, pode ser vital para promover a resistência à desinformação. Um exemplo disso são os movimentos de base que promovem o ODS 13, sobre ação climática. Nestas iniciativas, cooperativas de agricultores locais partilham histórias e experiências sobre os benefícios da agricultura adaptada ao clima para as suas comunidades, desafiando a desinformação que descreve as mudanças climáticas como uma imposição externa, i.e., uma agenda estrangeira.

29.5.3 Transparência e Comunicação Inclusiva

A transparência e a inclusão são igualmente vitais para reconstruir a confiança nas organizações internacionais responsáveis pela comunicação dos ODS. A desinformação alimenta-se frequentemente de percepções de secretismo ou exclusão, em narrativas nós vs. outros, pelo que a promoção de um diálogo aberto e inclusivo pode contrariar estas narrativas (Matasick et al., 2020). Por exemplo, os esforços de diplomacia pública devem concentrar-se em tornar os processos de tomada de decisão em torno dos ODS mais participativos, garantindo que diversas vozes - especialmente de grupos marginalizados - sejam incluídas nas discussões. Com base nas estratégias de comunicação pública, a transparência em torno dos processos de elaboração de políticas e explicações claras sobre como as decisões afetam as populações locais podem aumentar significativamente a confiança do público e reduzir a influência da desinformação.

Falta também mais investigação sobre o custo que a desinformação em geral tem na implementação e prossecução dos ODS, aprofundar a base de conhecimento sobre as principais narrativas “desinformativas” sobre eles e sobre a Agenda 2030 e o impacto das mesmas nas diversas audiências. A identificação destas narrativas permite também extrapolar sobre as vulnerabilidades, receios e falta de conhecimento que permitiram a sua propagação, e definir estratégias específicas que foquem não apenas as contra narrativas, mas também as características que fertilizaram a sua amplificação (Pantazi et al., 2021). Paralelamente, permite-nos prever o surgimento ou ressurgimento de narrativas e trabalhar em estratégias de inoculação ou *prebunking*, preparando as populações a serem mais resilientes à narrativa (Lewandowski & Linden, 2021).

Por fim, a promoção da resiliência contra a desinformação envolve não apenas medidas defensivas, mas também, estratégias proativas que envolvem vários atores da esfera mediática, sustentadas num conhecimento mais aprofundado do fenómeno e na utilização de técnicas já comprovadamente testadas pelos investigadores da área das ciências da comunicação e do comportamento. Ao combinar a narração de histórias emocionais, a literacia mediática, a comunicação baseada na comunidade e a governação transparente, as organizações internacionais podem combater mais eficazmente a desinformação e ajudar a construir uma visão partilhada para o desenvolvimento sustentável. São esforços que servem não só para alcançar os ODS, mas também para promover uma cultura global que valorize a verdade e a colaboração, em detrimento da divisão e da desinformação.

29.6 Envolvimento das comunidades locais: A confiança como base da agenda dos ODS

Nesta secção apresentar-se-á como a implementação bem-sucedida dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) depende fortemente do envolvimento das comunidades locais; como elas são determinantes para adaptar as metas globais às realidades e necessidades locais, assegurando que as iniciativas sejam culturalmente expressivas e acessíveis; como a construção de confiança é a base para superar barreiras como o ceticismo e a desinformação, sendo facilitada por uma comunicação que respeite valores e tradições locais; e, como a confiança nos líderes e instituições locais pode servir como uma ponte para reforçar o apoio a agendas internacionais, promovendo uma cooperação mais eficaz.

29.6.1 O Papel do Envolvimento da Comunidade

O sucesso na implementação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) depende de forma significativa do envolvimento ativo das comunidades locais. Para criar um sentimento de pertença e relevância entre os membros da comunidade, as estratégias de comunicação têm de refletir as culturas e os valores específicos. Estudos demonstram que a eficácia das políticas de sustentabilidade aumenta quando as comunidades sentem que as suas preocupações são reconhecidas e que as suas culturas são respeitadas (Van Der Schoor e Scholtens, 2015; Esteves et al., 2021; Gemar et al., 2023). Uma abordagem culturalmente sensível reduz barreiras e promove a colaboração, o que é indispensável para combater o ceticismo e a desinformação que podem impedir a aceitação das iniciativas de sustentabilidade (Wu e Lin, 2021).

O envolvimento das comunidades locais terá que ter em consideração, aspectos como o fortalecimento da coesão social, uma vez que, fortalecendo as redes sociais, promove um sentimento de pertença e responsabilidade partilhada e a colaboração entre os membros da comunidade (UNICEF, 2024). Do mesmo modo, o aproveitamento de recursos locais permite que certas iniciativas sejam moldadas tendo por base as capacidades e conhecimentos locais, contribuindo para aumentar a eficácia e a sustentabilidade das ações (UNICEF, 2024). Por outro lado, os projetos que são elaborados com a participação da comunidade alinharam-se com as verdadeiras necessidades locais, havendo uma maior garantia que as soluções são mais práticas e eficazes conduzindo a uma melhoria da relevância e da efetividade dos mesmos (Stover et al., 2024). Por último, a construção da confiança e da legitimidade reflete-se no compromisso dos residentes locais, através dos quais as iniciativas podem ganhar maior confiança, facilitando a aceitação e um apoio contínuo (UNICEF, 2024).

Porém, existem também barreiras ao envolvimento da comunidade, de entre as quais se destacam a falta de tempo devido a compromissos pessoais e profissionais, a desconfiança em relação às autoridades ou organizações externas, dificultando a colaboração, fatores socioeconómicos que podem limitar o acesso à participação de grupos ditos marginalizados, a falta de consciencialização ou compreensão, por ausência de informações claras sobre como participar, os benefícios da participação ou a ausência de esforços de sensibilização. A comunicação eficaz é o cerne do envolvimento da comunidade no sentido em que a sua ausência pode dificultar significativamente esses esforços, havendo por isso, necessidade em definir clara e casuisticamente, os canais de comunicação e o que se pretende transmitir. A existência de recursos limitados, sejam eles financeiros, humanos ou físicos, podem, também, impedir os esforços de envolvimento da comunidade (Trappett, 2022; Instant input, 2023).

Pela diversidade de barreiras que a comunidade pode encontrar para assumir o compromisso de se envolver, a estratégia de comunicação tem de ser bem definida. As vantagens desta definição passam pela melhoria na compreensão e aceitação das iniciativas uma vez que as mensagens são ajustadas de forma a serem culturalmente expressivas e mais facilmente compreendidas pelo público-alvo (EWGroup, 2024), pelo fortalecimento das relações, ajustando as estratégias de modo a refletir os valores locais demonstrando, assim, respeito e apreço pelas tradições e crenças da comunidade (Importance, 2022), pelo ajustamento de estilos de comunicação e práticas de trabalho às normas culturais locais o que promove um ambiente mais harmonioso, prevenindo os conflitos (5 Key, 2022), e pela relevância e eficácia uma vez que as mensagens culturalmente adaptadas têm maior impacto e são percebidas com maior autenticidade, aumentando a eficácia das iniciativas e garantindo que as soluções sejam mais alinhadas com as expectativas e necessidades locais (Jain, 2024).

Coloca-se então a questão sobre quais as estratégias de comunicação mais adequadas. Talvez não seja possível definir uma única estratégia, mas decorrente do que anteriormente foi referido, estas terão de ter algumas características, como por exemplo: 1) a adaptação linguística como ferramenta para garantir a inclusão e a acessibilidade (Alva e García-García, 2023). 2) o uso de narrativas locais e histórias culturais que se relacionem com a identidade cultural de uma comunidade (Hood et al., 2023). 3) colaborar e trabalhar com líderes locais, que já ganharam a confiança da comunidade, pode ser um catalisador poderoso para a aceitação de iniciativas internacionais (Fillet, 2023). 4) o uso de métodos visuais e interativos que ajudam a simplificar mensagens complexas, especialmente em contextos onde a literacia da comunidade pode constituir-se como uma barreira (Webb et al., 2024).

29.6.2 A Confiança nos Líderes e Instituições Locais

A confiança é um elemento-chave para a aceitação das agendas internacionais, incluindo os ODS. Estudos indicam que as comunidades tendem a apoiar iniciativas de sustentabilidade quando estas são promovidas por líderes e instituições locais nos quais confiam (Owen, 2019; Vázquez-Maguirre, 2020; Krantz e Gustafsson, 2021).

Krantz e Gustafsson (2021) destacam como a integração dos ODS em municípios suecos se mostrou mais eficaz quando se baseou em abordagens colaborativas e na participação ativa das comunidades locais. Esta estratégia promoveu um sentimento de propriedade e compromisso, preponderante para o sucesso a longo prazo das metas de sustentabilidade. De forma semelhante, Owen (2019) observou que em Kiribati, a formação de líderes e educadores locais

promoveu uma melhor adesão às políticas educacionais sustentáveis, evidenciando que a confiança em figuras locais de autoridade pode facilitar a implementação de agendas globais ao tornar as políticas mais tangíveis e acessíveis. Já Vázquez-Maguirre (2020) reforça essa ideia ao analisar comunidades rurais indígenas no México, onde empresas sociais geridas localmente com uma abordagem humanista, contribuíram para o desenvolvimento sustentável, aproveitando a confiança existente entre os membros da comunidade para a promoção de práticas sustentáveis.

O aproveitamento deste tipo de confiança pode servir como uma ponte para legitimar políticas globais, tornando-as mais acessíveis e compreensíveis para a população local. As iniciativas sustentáveis ganham maior validade quando os líderes locais são envolvidos no processo de comunicação e implementação das políticas, garantindo que estas sejam adaptadas às necessidades e valores específicos das comunidades. Assim, a colaboração entre atores locais e intervenientes internacionais torna-se conveniente para alinhar as metas globais com as realidades locais, facilitando a implementação dos ODS, e esperando-se, assim, que seja eficaz.

Parece, pois que a implementação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) em contextos locais depende, em grande parte, do envolvimento e colaboração entre governos locais, comunidades e outras partes interessadas. Este processo envolve estratégias que podem ser complexas e que variam de acordo com o contexto cultural, económico e social de cada local. Estudos publicados corroboram essa narrativa. Assim, segundo Masuda et al. (2022), os governos locais atuam como intermediários e como forma de facilitar o estabelecimento de parcerias que promovam os ODS. Os governos locais, ao terem esta forma de atuação adquirem a capacidade de vincular diferentes partes interessadas, incluindo o setor privado e organizações não governamentais (ONGs), promovendo uma integração de esforços que torna a implementação de projetos de sustentabilidade mais eficaz. Esta abordagem parece permitir que os governos locais adaptem as metas globais de modo que reflitam as prioridades e necessidades específicas das comunidades, promovendo, assim, o sentido de pertença e de relevância entre os locais.

Noutra perspetiva, Moallemi et al. (2020) destacam que alcançar os ODS requer inovação transdisciplinar, especialmente a nível local. Significa isto que os desafios da sustentabilidade não podem ser resolvidos apenas por um único setor sendo necessária uma colaboração que ultrapasse barreiras disciplinares e setoriais. Projetos locais que integram diferentes conhecimentos e experiências são mais eficazes a desenvolver soluções que são, simultaneamente, inovadoras e sustentáveis. A aprendizagem mútua alcançada através desta

abordagem é decisiva para a adaptação contínua e para o sucesso dos projetos que se pretendam implementar.

Os estudos recentes de Anthony Jr (2024) exploram como o compromisso e o envolvimento comunitário são indispensáveis na cocriação de cidades sustentáveis e inteligentes. As comunidades locais, quando ativamente envolvidas, ajudam a moldar políticas que são mais inclusivas e adaptadas às realidades locais. Isso reduz o ceticismo e a resistência às mudanças, fortalecendo a confiança nas iniciativas implementadas. A confiança é, pois, um fator primordial na superação de barreiras culturais e sociais, e, por esse facto, iniciativas que promovam a inclusão e a participação comunitária tendem a ter maior aceitação por parte dos locais e um impacto positivo nos mesmos.

No que concerne a Morita, Okitasari e Masuda (2020), estes autores analisaram sistemas de governança nacionais e locais no Japão e na Indonésia para entender como diferentes estruturas impactam a execução dos ODS. A partir desta análise, eles sugerem que uma boa coordenação entre níveis de governo pode alcançar resultados efetivos. A transferência de conhecimentos e recursos entre atores globais e locais, além dos programas que incentivem à participação comunitária, são determinantes para o alinhamento das políticas internacionais com as realidades locais, garantindo que as ações estejam ligadas a uma estratégia de desenvolvimento sustentável no longo prazo.

Por último, Zeemering (2021) centra o seu estudo na forma como os governantes locais podem integrar a sustentabilidade no planeamento estratégico de modo a promover uma gestão pública mais eficiente e sustentável. Esta integração parece permitir que políticas sustentáveis se tornem parte do processo de tomada de decisão, e não vistas como iniciativas isoladas. Esta abordagem capacita os governos locais para enfrentarem desafios complexos e dinâmicos, para responder de forma eficaz às mudanças necessárias para alcançar os ODS.

29.6.3 Iniciativas Locais Bem Sucedidas em Portugal

Em Portugal, várias têm sido as iniciativas governamentais do XXIV Governo da República, adotadas com o intuito de tornar o país mais sustentável quer ao nível nacional quer ao nível local. Por exemplo, podem destacar-se as seguintes, que constam do Portal do Governo (<https://www.portugal.gov.pt/>):

1. Governo aprova Pacote Mobilidade Verde: Medidas para um futuro mais sustentável: 13 novas medidas para melhorar a mobilidade de passageiros e mercadorias;

2. Governo vai promover assembleia participativa dedicada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: Encontro aberto à sociedade civil para ouvir, dialogar e recolher contributos sobre o Roteiro Nacional para o Desenvolvimento Sustentável 2030;
3. «Teremos mais futuro, mais democracia e mais economia» se acreditarmos em nós próprios: Primeiro-Ministro inaugurou Laboratório de Inovação e Sustentabilidade Alimentar em Esposende;
4. Governo garante acesso a água potável à freguesia do Espírito Santo, em Mértola, e investe na recuperação das margens do rio Guadiana, na zona do Pomarão.

Porém, ao nível local, existem várias iniciativas que contribuíram e que continuam a contribuir para a adesão comunitária aos ODS, conforme se pode observar em projetos listados no Portal ODS Local.

A Tabela 29.1 apresenta apenas 4 iniciativas dos 1290 projetos locais e das 2907 boas práticas municipais que estão registadas na plataforma, nesta data.

Tabela 29.1 – Iniciativas Municipais registadas na Plataforma ODS Local

Municípios	Braga	Castelo Branco	Beja	Lagoa (Açores)
Projeto/ Boa prática	Pacto de Mobilidade Empresarial de Braga	Nós com os Outros E9G	A Voz da Comunidade	Recolha Seletiva de Resíduos Alimentares
ODS	7, 8, 9 e 11	1, 2, 4, 5 e 6	1, 2, 3, 5 e 10	8, 11, 12, 13 e 15
Promotor	Associação	Associação	Associação	Não Definido
Nº pessoas alcançadas	100-500	500-5000	25-100	Não Definido
Impacto(s)	Redução de Emissões de CO ₂ : 500 toneladas por ano	Quantidade de roupa reutilizada: 1 toneladas por ano Sensibilizar a comunidade escolar, respetivas famílias e público em geral. Campanha redes sociais: 350 pessoas por ano Nós pelas Florestas: 20 pessoas por ano Voluntariado Centro de Recuperação de Animais Selvagens: 8 pessoas por ano Recolha de Alimentos Banco Alimentar Contra a Fome: 15 pessoas por ano Promoção de empregabilidade Jovem: 20 pessoas por ano Horta comunitária: 15 pessoas sazonal Número de famílias apoiadas: 50 pessoas	Apoiar a comunidade: 70 pessoas por mês	Não Definido

	Capacitar e formar nas TIC: 150 pessoas por ano		
--	---	--	--

Fonte: <https://odslocal.pt/>

Estes projetos, de características muito variadas, pretendem apoiar a comunidade mais desfavorecida em várias dimensões como no caso dos projetos de Castelo Branco e de Beja e a redução das emissões de CO₂ como o caso de Braga. Em relação às ilhas, não existem registos, infelizmente, de projetos que impactem localmente as regiões. Porém, foi possível encontrar uma boa prática no município de Lagoa (Açores) que ao recolher seletivamente os resíduos alimentares pode contribuir para benefício dos agricultores, uma vez que lhes vai permitir a incorporação da matéria orgânica na terra e que foi obtida através da transformação desses resíduos.

No contexto nacional, estas iniciativas refletem o compromisso crescente de Portugal com a sustentabilidade, alinhado com as metas globais dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

29.7 O futuro dos ODS na era da desinformação digital: Um apelo à ação

Nos últimos anos o uso da internet a nível mundial tem crescido de forma exponencial não só no que diz respeito ao seu tempo e utilização, como também no número de utilizadores e de páginas criadas, alterando a forma como as mais diversas informações são disseminadas e consumidas globalmente (Mendes e Teixeira, 2019). Tem vindo a crescer de dia para dia, o impacto das redes sociais na vida diária das populações, do comércio, da economia, da política, das instituições, do turismo, entre outros setores, tornando-se, assim, uma das melhores formas para a troca de opiniões e impressões entre todas as partes interessadas de um determinado setor (Mendes e Teixeira, 2019). Elas dominam cada vez mais as vidas dos indivíduos e são, sem dúvida, uma ferramenta de comunicação que veio para ficar, tornando possíveis os sistemas de comunicação, integrando a amizade, a política, as notícias, as campanhas de solidariedade, entre outros (Carter, 2013).

A colaboração entre governos, organizações internacionais, sociedade civil e setor privado será a garantia de que as informações sobre os ODS sejam precisas, acessíveis e confiáveis.

Como argumentado por Ingram et al. (2022), uma ação coordenada pode acelerar o progresso na implementação dos ODS, mesmo diante dos desafios digitais.

29.7.1 A Evolução das Estratégias de Comunicação Global na Era Digital

O fenómeno do digital trouxe consigo um aumento considerável da desinformação, que se tornou uma barreira significativa para a implementação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). A desinformação enfraquece os esforços para erradicar a pobreza, combater as mudanças climáticas e promover a justiça social, desviando a atenção e recursos das verdadeiras prioridades globais. Portanto, é imperativo que se enfrente essa batalha informacional para garantir que os ODS permaneçam no centro das estratégias de desenvolvimento global (Pan e Zhang, 2020).

A adaptação de estratégias de comunicação para combater a propagação de informações falsas e enganosas, permitirá alcançar um futuro mais sustentável. A proliferação desse tipo de informação é uma ameaça aos avanços já alcançados, desviando a atenção e os recursos das verdadeiras prioridades globais (Pan e Zhang, 2020; Ceron et al., 2021).

É, pois, pertinente que se enfrente a batalha da informação para assegurar que os ODS permanecem no centro das estratégias de desenvolvimento global. A colaboração entre governos, organizações internacionais, sociedade civil e setor privado deve ser uma prioridade para garantir que as informações sobre os ODS sejam precisas, acessíveis e confiáveis.

As estratégias de comunicação global precisam evoluir para lidar com um cenário digital em constante mudança e para enfrentar os desafios impostos pela desinformação digital. O surgimento de plataformas de *mídia* social e outros canais de comunicação digital aumentou exponencialmente a velocidade e o alcance da disseminação de informações, muitas vezes sem verificação (Elaheebocus et al., 2018; Gottlieb et al., 2022). Para que os ODS avancem, é necessário implementar estratégias de comunicação que sejam resilientes e adaptáveis a este cenário dinâmico e que priorizem a precisão e a transparência. As campanhas de comunicação pública devem focar-se na educação digital e na promoção de uma maior literacia mediática, capacitando as pessoas a distinguir factos de desinformação. (Cordeiro et al., 2020; Montesso Júnior e Oliveira Campos, 2024). Conforme observado por Pan e Zhang (2020), estratégias de informação responsáveis são indispensáveis para enfrentar desafios globais como os representados pelos ODS.

A comunicação para o desenvolvimento sustentável deve ser resiliente e capaz de se adaptar às rápidas mudanças digitais. A crescente proliferação de informações não verificadas e de

desinformação requer uma estratégia que vá além da mera disseminação de dados corretos; é necessária uma monitorização contínua e a resposta rápida a conteúdos enganosos. A promoção da literacia mediática é decisiva para capacitar as pessoas a discernirem a verdade da desinformação. Estudos mostram que campanhas educativas voltadas para a literacia digital podem aumentar significativamente a capacidade dos indivíduos identificarem informações falsas e contribuírem para debates mais informados (Wardle e Derakhshan, 2017).

29.7.2 Novas Tecnologias como Ferramentas para Aumentar a Transparência

As tecnologias emergentes, como a inteligência artificial (IA) e o *blockchain*, oferecem oportunidades únicas para combater a desinformação e promover a transparência. Estas ferramentas são preponderantes para assegurar que as mensagens sobre os ODS são consistentes e baseadas em factos (Tavares, 2021; Cabral, 2023).

A integração destas novas tecnologias, representa uma oportunidade significativa para melhorar a clareza e a rastreabilidade das informações. A IA pode ser utilizada para monitorizar e identificar padrões de desinformação, permitindo respostas mais rápidas e eficazes. A utilização de *chatbots* baseados em IA para promover a literacia digital e facilitar o acesso a dados verificados sobre sustentabilidade pode criar uma experiência informativa mais confiável. O *blockchain* pode ser aplicado para verificar a autenticidade das fontes de informação, garantindo a rastreabilidade de dados e que dados críticos sobre o progresso e a implementação dos ODS sejam confiáveis e invioláveis (Zuboff, 2019). Rane (2023) salienta a importância que tecnologias como *chatbots* e outras formas de IA têm na promoção de uma educação digital inclusiva, para alcançar vários ODS, incluindo o ODS 4.

Existem organizações que utilizam um sistema de IA para monitorizar narrativas de desinformação em tempo real, ajudando a mitigar impactos negativos em campanhas de saúde pública e sustentabilidade (Ramírez Autrán, 2023).

As novas tecnologias, em particular o *blockchain*, são ferramentas utilizadas para aumentar a transparência em vários setores. Ao permitir registo seguro e imutável, esta tecnologia permite que as organizações forneçam visibilidade das suas cadeias de abastecimento em tempo real, promovendo assim a confiança entre os consumidores e as partes interessadas. Esta transparência não só atenua os riscos associados à desinformação e às práticas pouco éticas, como também se alinha com a crescente ênfase na responsabilidade social das empresas e na sustentabilidade (Morgan, 2023).

A investigação efetuada por Valle-Cruz (2019) salienta que, por exemplo, a adoção de tecnologias emergentes na administração pública eletrónica não é apenas uma questão de modernização, mas um imperativo estratégico para aumentar a transparência e o valor público dos serviços. Ao centrarem-se nestes avanços tecnológicos, os governos podem criar sistemas mais inclusivos e responsáveis que capacitem os cidadãos e promovam uma maior confiança nas instituições públicas.

29.7.3 Colaboração Multissetorial

Para combater a desinformação e promover os ODS, a colaboração entre diferentes setores é indispensável. Governos, organizações internacionais, sociedade civil e o setor privado precisam unir esforços para desenvolver campanhas informativas e educar o público sobre os ODS. Somente com uma ação coordenada será possível combater eficazmente as ameaças da desinformação e fortalecer a implementação dos ODS (Ingram et al., 2022).

O combate à desinformação digital e a promoção dos ODS exigem uma abordagem colaborativa que inclua governos, organizações internacionais, sociedade civil e o setor privado (Moreira, 2018). Através de parcerias estratégicas, é possível combinar recursos e conhecimentos para enfrentar os desafios globais de forma mais eficaz. Iniciativas conjuntas para melhorar a literacia digital e desenvolver tecnologias mais seguras e transparentes garantem que a desinformação não prejudica os esforços em direção aos ODS (Souza et al., 2023). De acordo com Ingram et al. (2022), a colaboração entre diferentes atores é vital para o avanço das metas de desenvolvimento sustentável na era digital.

A sinergia que deriva das parcerias é imprescindível para desenvolver campanhas educativas robustas e acessíveis, aumentar a literacia digital e criar uma infraestrutura tecnológica que suporte uma comunicação transparente e eficaz. Um exemplo de sucesso é a iniciativa "Verified" da ONU, que mobiliza empresas de tecnologia e Organizações Não Governamentais (ONGs) para promover informações confiáveis em diversas plataformas (United Nations, 2020).

29.7.4 Apelo à Ação: Priorizar a “Batalha” da Informação

A era digital, como já visto, trouxe consigo uma afluência de informações sem precedentes, mas também uma proliferação de desinformação que ameaça não apenas a integridade das informações, mas também os esforços globais para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Neste contexto, deve-se priorizar aquilo a que podemos designar por

"Batalha da Informação", que consiste numa luta que envolve governos, organizações internacionais, sociedade civil e o setor privado, e em que, todos unidos num esforço colaborativo, se seja capaz de mitigar os impactos negativos da desinformação.

Diante da crescente desinformação digital, é determinante que quem formula políticas, académicos e outros profissionais concedam prioridade à "Batalha da Informação" como um elemento central na agenda do desenvolvimento sustentável. Devem ser criados programas educativos que promovam a literacia digital, a fim de capacitar as pessoas a identificar e a rejeitar informações enganosas (Public Choice Theory, 2020). Além disso, é primordial que as iniciativas de combate à desinformação sejam contínuas e adaptativas, evoluindo conforme as tecnologias (Wallace et al., 2022).

Este é um apelo direto aos formuladores de políticas, académicos e profissionais: é imperativo priorizar a batalha contra a desinformação digital como parte integrante das estratégias para alcançar os ODS. Deve-se considerar a luta pela informação correta como um pilar base, que sustenta todos os outros esforços em direção a um futuro sustentável. Quando as informações são comprometidas, todo o processo de desenvolvimento está em risco, pois decisões políticas e económicas podem ser baseadas em dados imprecisos ou manipulados. Holzinger et al. (2021) reforçam que, para uma transformação digital que apoie os ODS, é necessário enfrentar a desinformação e proteger a integridade dos dados utilizados.

A promoção da literacia digital é uma estratégia imprescindível na "Batalha da Informação". Ao capacitar os indivíduos e as comunidades no discernimento entre informações verdadeiras e falsas, pode-se criar uma sociedade mais informada e resiliente. Iniciativas conjuntas que envolvem educação digital e o desenvolvimento de tecnologias seguras e transparentes são o garante que a desinformação não prejudica os esforços na direção dos ODS. A integração de tecnologias emergentes, como a inteligência artificial e o *blockchain*, pode facilitar a criação de modelos colaborativos que otimizem a tomada de decisões e a alocação de recursos, conforme sugerido por Rejeb et al. (2021).

A "Batalha da Informação" deve ser uma prioridade global, com um foco renovado na transparência e na colaboração. Ao unir forças e adotar uma abordagem proativa, podem-se mitigar os impactos da desinformação e garantir que os ODS sejam alcançados de forma justa e equitativa.

Poiran et al. (2023) destacam a transformação digital na promoção de uma democracia mais inclusiva e robusta. Para estes autores, a digitalização não apenas facilita a participação pública, como assegura também a transparência e aumenta a responsabilidade governativa. Ao empoderar os cidadãos com acesso a informações precisas e verificáveis, pode-se criar um

ambiente onde a desinformação é combatida de forma eficaz, permitindo que os ODS sejam implementados com sucesso. A transparência proporcionada pelas tecnologias digitais para a construção da confiança entre os cidadãos e as instituições é indispensável para a promoção de políticas que atendam às necessidades da sociedade.

29.8 Conclusões

A luta contra a desinformação pode apoiar o avanço do desenvolvimento sustentável e a concretização dos ODS. A capacidade de uma sociedade identificar, interpretar e utilizar informações de forma crítica pode influenciar como os indivíduos enfrentaram os desafios globais atuais, que incluem, não só, a erradicação da pobreza, a promoção da justiça social, como também a proteção do meio ambiente, entre outros. Este capítulo destaca a necessidade de uma abordagem colaborativa e adaptativa na formulação de políticas e na educação, com o objetivo de equipar os cidadãos com as ferramentas necessárias para que possam navegar no complexo ecossistema informativo contemporâneo.

A desinformação não apenas desvia a atenção e os recursos das verdadeiras prioridades globais, como também prejudica a confiança nas instituições e nas iniciativas de desenvolvimento. Portanto, o desenvolvimento de estratégias de comunicação robustas pode não apenas informar, mas também comprometer e envolver a população num diálogo construtivo sobre os ODS. A promoção da literacia da informação deve ser uma prioridade, pois cidadãos bem informados são mais propensos a participar ativamente na construção de soluções sustentáveis e a exigir responsabilidade dos seus governantes.

Além disso, a colaboração entre governos, organizações internacionais, sociedade civil e setor privado pode criar um ambiente informativo saudável. Essa colaboração deve incluir a criação de plataformas que promovam a transparência e a troca de informações e iniciativas que incentivem a educação em literacia digital e crítica. Ao dar prioridade à literacia digital e à comunicação eficaz, pode mitigar-se os impactos negativos da desinformação e fomentar um entendimento coletivo que impulsione ações concretas que conduzam a um futuro sustentável. Portanto, governos, académicos e a sociedade civil podem unir esforços para transformar a luta contra a desinformação numa prioridade na agenda do desenvolvimento sustentável. Apenas através de um compromisso conjunto e de uma abordagem informada será possível garantir que os ODS deixem de ser meramente uma lista de metas, e se tornem um caminho viável e realizável para um futuro mais justo e sustentável para todos. A construção de uma sociedade

informada e comprometida poderá, assim, enfrentar os desafios contemporâneos e assegurar que as gerações futuras herdem um planeta mais saudável, justo e equitativo.

Referências

- 5 Key Strategies for Effective Cross-Cultural Communication. (2023). *M Square Media*. <https://msquaremedia.com/5-key-strategies-for-effective-cross-cultural-communication/> (acessível em 13/10/2024)
- Abdulrahman, A. B., Ape, R., & Egbe, N. G. E. (2019). Information literacy as a key to sustainable development in Nigeria. *Journal of Library Services and Technologies*, 1(1), 31-37.
- Adeshina, S.A. and Aina, O. (2023). The Role of AI in SDG: An African Perspective. In Mazzi, F., Floridi, L. (eds) *The Ethics of Artificial Intelligence for the Sustainable Development Goals*. Philosophical Studies Series, vol 152. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-21147-8_8
- Alva, R & García-García, S. (2023). *3 Successful Strategies for Community Engagement and Outreach*. <https://www.linkedin.com/pulse/3-successful-strategies-community-engagement-outreach/> (Acessível em 13/10/2024).
- Alves, J. S. L. (2019). *O papel da universidade na implementação dos objetivos de desenvolvimento sustentável das Nações Unidas: uma análise dos projetos de extensão da Universidade Federal da Paraíba*. (Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Relações Internacionais, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, Brasil).
- Anthony Jr, B. (2024). The role of community engagement in urban innovation towards the co-creation of smart sustainable cities. *Journal of the Knowledge Economy*, 15(1), 1592-1624.
- Bennett, W. L. and Livingston, S. (2018). The disinformation order: disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Billman, M., Atoba, K. O., Thompson, C. M., & Brody, S. D. (2023). How about now? changes in risk perception before and after hurricane Irma. *Sustainability*, 15(9), 7680. <https://doi.org/10.3390/su15097680>
- Boechat, A. C., & Barreto, A. M. (2018). Uma reflexão conceptual sobre a Responsabilidade Social Corporativa e a sua relação com a Comunicação Estratégica. *Media & Jornalismo*, 18(33), 25-42. https://doi.org/10.14195/2183-5462_33_2
- Braga, C., & Reis-Santos, B. (2023). Immunization Agenda 2030 and Brazil's challenges. *Epidemiologia e Serviços de Saúde*, 32, e2023822.
- Bullock, O. M., & Shulman, H. C. (2021). Utilizing Framing Theory to Design More Effective Health Messages about Tanning Behavior among College Women. *Communication Studies*, 72(3), 319–332. <https://doi.org/10.1080/10510974.2021.1899007>
- Cabral, R. and Dos Santos Feltrin, D. (2023). Reflexões sobre comunicação para paz a partir de uma perspectiva sul global e decolonial. *E-Compós*, 26. <https://doi.org/10.30962/ec.2815>
- Cacciatore, M., Scheufele, D., & Iyengar, S. (2016). The end of framing as we know it ... and the future of media effects. *Mass Communication & Society*, 19(1), 7–23. <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1068811>

- Carter, B. (2013). *Ganhar com o Facebook–Como Maximizar a sua Presença nas Redes Sociais*. Queluz de Baixo: Marcador Editora.
- Čechmánek, K. (2023). *Sustainable Development in the World of Lies*. In V. Bevanda (Ed.), ERAZ Conference – Knowlegde Based Sustainable Development: Vol 9. Conference Proceedings (pp. 1-7). Association of Economists and Managers of the Balkans. <https://doi.org/10.31410/ERAZ.2023.1>
- Ceron, W., de-Lima-Santos, M. F., & Quiles, M. G. (2021). Fake news agenda in the era of COVID-19: Identifying trends through fact-checking content. *Online social networks and media*, 21, 100116.
- Chong, D., & Druckman, J. N. (2007a). Framing theory. *Annual Review of Political Science*, 10(1), 103–126. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054>
- Choukou M-A, Sanchez-Ramirez DC, Pol M, Uddin M, Monnin C, Syed-Abdul S. (2022) COVID-19 infodemic and digital health literacy in vulnerable populations: A scoping review. *Digital Health*, 8. doi:10.1177/20552076221076927
- Chua, Y. T., & Khan, R. E. (2023). Creating Safe Communication Spaces Amidst the Disinformation Quandary. In Servaes, J., Yusha'u, M.J. (eds) *SDG18 Communication for All*, Volume 1. Sustainable Development Goals Series. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-19142-8_8
- Coyle, K. (2005). *Environmental Literacy in America: What Ten Years of NEETF/Roper Research and Related Studies Say about Environmental Literacy in the US*; National Environmental Education & Training Foundation: Washington, DC, USA.
- Cordeiro, J. D. R., Fonseca, A. B., Mangabeira, E. C., Silva, J. C. L. e., & Lima, A. G. I. (2020). Desinformação na cultura digital: reflexões a partir da democracia cognitiva e do diálogo de saberes. *Revista Observatório*, 6(6), a10pt. <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2020v6n6a10pt>
- Dewi, M. V., Rahmafitria, F., & Wirakusuma, R. M. (2019). *Residents' perception towards tourism impact and community participation*. Proceedings of the 3rd International Seminar on Tourism (ISOT 2018). <https://doi.org/10.2991/isot-18.2019.24>
- Efendi, E., Taufiqurrohman, A., Supriadi, T., & Kuswananda, E. (2023). Teori Agenda Setting. *Journal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1715-1718.
- Elaheeboocus, S. M. R. A., Weal, M. J., Morrison, L., & Yardley, L. (2018). Peer-based social media features in behavior change interventions: systematic review. *Journal of Medical Internet Research*, 20(2), e20. <https://doi.org/10.2196/jmir.8342>
- ElAlfy, A., Darwish, K. M., & Weber, O. (2020). Corporations and sustainable development goals communication on social media: Corporate social responsibility or just another buzzword? *Sustainable Development*, 28(5), 1418–1430. <https://doi.org/10.1002/sd.2095>
- Erikson, R.S., & Tedin, K.L. (2019). *American Public Opinion: Its Origins, Content, and Impact* (10th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351034746>
- Esteves, A. M., Genus, A., Henfrey, T., Penha-Lopes, G., & East, M. (2021). Sustainable entrepreneurship and the Sustainable Development Goals: Community-led initiatives, the social solidarity economy and commons ecologies. *Business Strategy and the Environment*, 30(3), 1423-1435. DOI: 10.1002/bse.2706

- EWGroup (2024). *How to adapt communication for cultural differences, and why is it so important?*? <https://theewgroup.com/blog/adapt-communication-cultural-differences/> (acessível 13/10/2024).
- Farkas, J., & Schou, J. (2018). Fake news as a floating signifier: Hegemony, antagonism and the politics of falsehood. *Javnost-the public*, 25(3), 298-314.
- Fazio, R., & Roskos-Ewoldsen, D. (2005). Acting as we feel: When and how attitudes guide behavior. In *Persuasion: Psychological insights and perspectives* (2nd ed., pp. 41-62). Sage.
- Ferreira, P., & Raimundo, M. R. (2024). Percepção dos docentes da Universidade Federal de Itajubá sobre os objetivos de desenvolvimento sustentável. *Revista Gestão Universitária na América Latina-GUAL*, 160-180. <https://doi.org/10.5007/1983-4535.2024.e95313>
- Filho, W. L., Shiel, C., Paço, A., Mifsud, M., Ávila, L. V., Brandli, L. L., ... & Caeiro, S. (2019). Sustainable Development Goals and sustainability teaching at universities: Falling behind or getting ahead of the pack?. *Journal of Cleaner Production*, 232, 285-294. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.309>
- Fillet, S. (2023). Inclusive community engagement: 10 good practices. *Go Vocal: Community Engagement Platform* <https://www.govocal.com/blog/6-good-practice-examples-for-inclusive-community-engagement-enuk> (Acessível em 13/10/2024).
- Gabriel, I., & Gauri, V. (2019). Towards a new global narrative for the sustainable development goals. In J. Walker, A. Pekmezovic, & G. Walker (Eds.), *Sustainable development goals: harnessing business to achieve the SDGs through finance, technology, and law reform* (53-70). <https://doi.org/10.1002/9781119541851.ch3>
- Galvão, D. G. (2021). *A agenda 2030 e a participação de governos subnacionais: estudo de caso do Estado do Piauí*. (Tese de doutoramento, Universidade Católica de Santos, Santos, Brasil).
- Gemar, G., Soler, I. P., & Moniche, L. (2023). Exploring the impacts of local development initiatives on tourism: A case study analysis. *Heliyon*, 9(9). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19924>
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
- Graham, T., Broersma, M., & Hazelhoff, K. (2021). Social media and fake news during the 2016 US elections: Was the role of Facebook and Twitter crucial?. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 98(2), 1–20. <https://doi.org/10.1177/1077699020984460>
- Gottlieb, J., Adida, C., & Moussa, R. (2022, November 4). Reducing Misinformation in a Polarized Context: Experimental Evidence from Côte d'Ivoire. <https://doi.org/10.31219/osf.io/6x4wy>
- Grover, P., Kar, A. K., Gupta, S., and Modgil, S. (2021). Influence of political leaders on sustainable development goals—insights from twitter. *Journal of Enterprise Information Management*, 34(6), 1893-1916. <https://doi.org/10.1108/JEIM-07-2020-0304>
- GTZ Rioplus (2006). Strategic Communication for Sustainable Development. <https://www.cbd.int/cepa/toolkit/2008/doc/strategic%20communication%20for%20sustainable%20development.pdf> (acessível em 30/09/2024).
- Guthrie, W. S., & Rich, J. (2022). New technology, big data, and artificial intelligence. In Y. Jin & L. Austin (Eds), *Social media and crisis communication* (pp. 180-192). Routledge.
- Ha, L., Andreu Perez, L., & Ray, R. (2021). Mapping recent development in scholarship on fake news and misinformation, 2008 to 2017: Disciplinary contribution, topics, and impact. *American Behavioral Scientist*, 65(2), 290–315. <https://doi.org/10.1177/0002764219869402>

- Hallahan, K., Holtzhausen, D., van Ruler, B., Verčič, D. & Sriramesh, K. (2007). Defining Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3-35. doi: 10.1080/15531180701285244
- Hebel-Sela, S., Stefaniak, A., Vandermeulen, D., Adler, E., Hameiri, B., & Halperin, E. (2023). Are societies in conflict more susceptible to believe in COVID-19 conspiracy theories? A 66 nation study. Peace and Conflict. *Journal of Peace Psychology*, 29(3), 286.
- Heffernan, A. (2024). *Countering Climate Disinformation in Africa*. Centre for International Governance Innotavion. https://www.cigionline.org/static/documents/DPH-paper-Heffernan_fxkEQFh.pdf
- Holzinger, A., Weippl, E., Tjoa, A. M., & Kieseberg, P. (2021). Digital transformation for sustainable development goals (SDGs)-a security, safety and privacy perspective on AI. In In A. Holzinger, P. Kieseberg, A. M. Tjoa, & E. Weippl, (Eds) *Machine Learning and Knowledge Extraction*. (pp. 1-20). Cham. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-84060-0_1
- Hood, S., Campbell, B., & Baker, K. (2023). Culturally informed community engagement: Implications for inclusive science and health equity. RTI Press. RTI Press Occasional Paper No. OP-0083-2301 <https://doi.org/10.3768/rtipress.2023.op.0083.2301>
- Importance of Cultural Adaptation (2022). <https://www.naargmedia.com/importance-of-cultural-adaptation/> (acessível em 13/10/2022).
- Ingram, G., McArthur, J. W., & Vora, P. (2022). How can digital public technologies accelerate progress on the Sustainable Development Goals. Brookings, last modified May 25.
- Instant input (2023). How to Address Common Barriers to Civic Engagement. <https://www.instantinput.com/blog/common-barriers-in-civic-engagement> (acessível em 13/10/2024).
- Jain, A. (2024). *Ten Strategies for Effective Cross-Cultural Communication: A Comprehensive Guide*. DigiCrusader. <https://digicrusader.com/developing-cultural-intelligence-in-leadership/> (acessível em 13/10/2024).
- Janoušková, S., Hák, T., Nečas, V., & Moldan, B. (2019). Sustainable development—A poorly communicated concept by mass media. Another challenge for SDGs?. *Sustainability*, 11(11), 3181. <https://doi.org/10.3390/su11113181>
- Joachim, M., Castelló, I., & Parry, G. (2024). Moving Beyond “Facts Are Facts”: Managing Emotions and Legitimacy After a Fake News Attack. *Business & Society*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/00076503241281632>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263–292. <https://doi.org/10.2307/1914185>
- Kalnes, Ø. (2021). Social media as a political tool: The use of social media platforms in election campaigns. *European Journal of Communication*, 36(4), 382–398. <https://doi.org/10.1177/02673231211011510>
- Kamarulzaman, N. A., Lee, K. E., Siow, K. S., & Mokhtar, M. (2019). Psychological and sociological perspectives for good governance of sustainable nanotechnology development in Malaysia. *Journal of Nanoparticle Research*, 21(7). <https://doi.org/10.1007/s11051-019-4583-5>

Kardooni, R., Yusoff, S. B., Kari, F. B. and Moeenizadeh, L. (2018). Public opinion on renewable energy technologies and climate change in Peninsular Malaysia, *Renew. Energy*, vol. 116, pp. 659-668.

Kestin, T; Van Den Belt, M; Ross, K; Thwaites, J; Hawkes, M. (2017). Getting Started With The SDGs In Universities: A Guide For Universities, Higher Education Institutions, And The Academic Sector. *Sustainable Development Solutions Network (SDSN)*.

keywords: {Fossil fuels;Systematics;Information technology;Computer science;Wind;Biomass;Energy policies;public opinion;renewable energy sources (RES);renewable energy technology (RET);solar energy;wind energy},

Krantz, V. and Gustafsson, S. (2021). Localizing the sustainable development goals through an integrated approach in municipalities: early experiences from a Swedish forerunner. *Journal of Environmental Planning and Management*, 64(14), 2641-2660. <https://doi.org/10.1080/09640568.2021.1877642>

Kunsch, M. M. K. (2018). A comunicação estratégica nas organizações contemporâneas. *Media & Jornalismo. Imprensa da Universidade de Coimbra*. https://doi.org/10.14195/2183-5462_33_1

Lee, J.-M. (2021). An Exploratory Study on the Establishment and Provision of Universal Literacy for Sustainable Development in the Era of Fake News. *Journal of the Korean Society for Library and Information Science*, 55(1), 85–106. <https://doi.org/10.4275/KSLIS.2021.55.1.085>

Lee, R., Kim, J. (2021). Developing a Social Index for Measuring the Public Opinion Regarding the Attainment of Sustainable Development Goals. *Soc Indic Res*, 156, 201–221. <https://doi.org/10.1007/s11205-021-02643-5>

Lepoutre, M. (2024). Narrative Counterspeech. *Political Studies*, 72(2), 570-589. <https://doi.org/10.1177/00323217221129253>

Levin, I. P., & Gaeth, G. (1988). How consumers are affected by the framing of attribute information before and after consuming the product. *Journal of Consumer Research*, 15(3), 374–378. <https://doi.org/10.1086/209174>

Lewandowsky, S., & Van Der Linden, S. (2021). Countering misinformation and fake news through inoculation and prebunking. *European Review of Social Psychology*, 32(2), 348-384.

Lima, E. C. L., & de Souza, A. G. (2023). Os rituais funerários tradicionais dos Yanomami e as limitações impostas pelo estado devido à pandemia de COVID-19: Uma colisão de direitos fundamentais. *Direito em Movimento*, 21(2), 131-143.

Luo, H., & Ling, Q. (2023). *A Study Media Coverage of College Crisis under Framing Theory*. SHS Web of Conferences (Vol. 155, p. 01022). EDP Sciences. [SHS Web of Conferences](https://doi.org/10.1051/shsconf/202315501022)

Ma, C. and Chang, H. (2019). Environmental consciousness in local sustainable development: a case study of the anti-idling policy in Taiwan. *Sustainability*, 11(16), 4442. <https://doi.org/10.3390/su11164442>

Maffra, L., & Hayes, H. (2023). The Fight against Hunger in Brazil: From Politicization to Indifference. *Latin American Perspectives*, 50(1), 149-164.

Mansour, E. (2019). Libraries as agents for development: the potential role of Egyptian rural public libraries towards the attainment of sustainable development goals based on the un 2030 agenda. *Journal of Librarianship and Information Science*, 52(1), 121-136. <https://doi.org/10.1177/0961000619872064>

- Manuputty, F. (2024). The Use of Social Media to Enhance Political Engagement and Participation in Maluku. *Mahajana. Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(1), 72-87.
- Martino, L. M. S., & Marques, A. C. S. (2020). O conceito de opinião pública na teoria da comunicação: genealogias e modos de abordagem. *Organicom*, 17(33), 62-79.
- Masuda, H., Kawakubo, S., Okitasari, M., & Morita, K. (2022). Exploring the role of local governments as intermediaries to facilitate partnerships for the Sustainable Development Goals. *Sustainable Cities and Society*, 82, 103883.
- Matasick, C., Alfonsi, C., & Bellantoni, A. (2020). *Governance responses to disinformation: How open government principles can inform policy options*. OECD Working Paper. <https://doi.org/10.1787/d6237c85-en>
- McCombs, M., & Valenzuela, S. (2020). *Setting the agenda: Mass media and public opinion*. John Wiley & Sons.
- Mendes, G., & Teixeira, S. J. (2019). Turismo, património e cultura na era das redes sociais: um estudo de caso. Viajamos para partilhar. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, (32), 171-194.
- Moallemi, E. A., Malekpour, S., Hadjikakou, M., Raven, R., Szetey, K., Ningrum, D., ... & Bryan, B. A. (2020). Achieving the sustainable development goals requires transdisciplinary innovation at the local scale. *One Earth*, 3(3), 300-313.
- Mokhtar, I. A., & Majid, S. (2008). Information literacy standards, guidelines and their implementation: An analysis. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, 28(2), 5-12. DOI: 10.14429/djlit.28.2.160
- Montesso Júnior, J. A. and Oliveira Campos, C. L. (2024). Comunicação pública on-line. Interação - *Revista de Ensino, Pesquisa e Extensão*, 26(1), 1-19. <https://doi.org/10.33836/interacao.v26i1.815>
- Moore, R. C., & Hancock, J. T. (2022). A digital media literacy intervention for older adults improves resilience to fake news. *Scientific reports*, 12(1), 6008.
- Moreira, N. (2018). O acordo de cooperação e facilitação de investimentos entre brasil e chile: uma análise acerca da contribuição do instrumento para a promoção dos objetivos do desenvolvimento sustentável da organização das nações unidas. *Cadernos PROLAM/USP*, 16(31), 59-78. <https://doi.org/10.11606/issn.1676-6288.prolam.2017.134206>
- Morgan, T. R., Gabler, C. B., & Manhart, P. (2023). Supply chain transparency: theoretical perspectives for future research. *The International Journal of Logistics Management*, 34(5), 1422-1445. <https://doi.org/10.1108/ijlm-02-2021-0115>
- Morita, K., Okitasari, M., & Masuda, H. (2020). Analysis of national and local governance systems to achieve the sustainable development goals: case studies of Japan and Indonesia. *Sustainability Science*, 15, 179-202.
- Moula, M. M. E., Maula, J., Hamdy, M., Fang, T., Jung N. and Lahdelma, R. (2013). Researching social acceptability of renewable energy technologies in Finland, *Int. J. Sustain. Built Environ.*, vol. 2, pp. 89-98.
- Mukesh, K. & Asif, H. (2019). The challenges of fake news and need of media literacy. Mass Communicator: *International Journal of Communication Studies*, 13(3), 21-26. <http://dx.doi.org/10.5958/0973-967X.2019.00015.2>

- Nações Unidas (2024). *Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. 17 Objetivos para Transformar o nosso mundo.* <https://unric.org/pt/objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel/>
- Naser, M. A. (2020). Relevance and Challenges of the Agenda-Setting Theory in the Changed Media Landscape. *American Communication Journal*, 22(1).
- Nwagbara, U., & Reid, P. (2013). Corporate social responsibility communication in the age of new media: towards the logic of sustainability communication. *Review of International Comparative Management*, 14(3), 400.
- Ochogwu, M. G. (2009). Emerging issues in the Information Age: Challenges and imperatives for sustainable Development in Nigeria. *Heartland Journal of Library and Information Science*, 3 (1&2), 1-8.
- Olufunke, M. (2018). Information literacy and sustainable development. *International Review of Management and Business Research*, 7(2), 460-466. [https://doi.org/10.30543/7-2\(2018\)-14](https://doi.org/10.30543/7-2(2018)-14)
- Omisore, A. G.; Babarinde, G. M.; Bakare, D. P.; Asekun-Olarinmoye, E. O. (2017). Awareness and Knowledge of the Sustainable Development Goals in a University Community in Southwestern Nigeria. *Ethiopian journal of health sciences*, v.27, n.6, p.669-676. <http://dx.doi.org/10.4314/ejhs.v27i6.12>
- ONU. Organização das Nações Unidas. Transformando Nossa Mundo: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. 2015. https://www.mds.gov.br/webarquivos/publicacao/Brasil_Amigo_Pesso_Idosa/Agenda2030.pdf. (Acessível em 04/03/2023).
- Owen, S. (2019). Improving kiribati educational outcomes: capacity-building of school leaders and teachers using sustainable approaches and donor support. *Journal of Adult and Continuing Education*, 26(2), 221-241. <https://doi.org/10.1177/1477971419892639>
- Pan, S. L., & Zhang, S. (2020). From fighting COVID-19 pandemic to tackling sustainable development goals: An opportunity for responsible information systems research. *International Journal of Information Management*, 55, 102196. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102196>
- Pantazi, M., Hale, S., & Klein, O. (2021). Social and cognitive aspects of the vulnerability to political misinformation. *Political Psychology*, 42, 267-304.
- Partnering with communities so they can lead the change process. <https://www.sbcguidance.org/understand/community-engagement> (acessível em 13/10/2024).
- Pérez, R.A. (2008). *Estrategias de Comunicación* (4. Ed.). Barcelona: Editorial Ariel.
- Poiran, P., Albadry, S. A., & Burhanuddin. (2023). Digital transformation and its role in improving democracy: a systematic literature review. *Open Access Indonesia Journal of Social Sciences*, 6(3), 1004-1009. <https://doi.org/10.37275/oaijss.v6i3.164>
- Pratkanis, A. (2008). Social influence analysis: an index of tactics. In A. PRATKANIS (Ed.), *The science of social influence: advances and future progress*. 1. ed. Nova Iorque: Psychology Press, p. 17-82.
- Public choice theory (2020). its application and challenges in public-sector. *International Journal of African and Asian Studies*. <https://doi.org/10.7176/jaas/66-02>
- Qazi, A.; Hussain, F.; Rahim, N.ABD.; Hardaker, G.; Ajghazzawi, D.; Shaban, K. & Haruna, K. (2019), "Towards Sustainable Energy: A Systematic Review of Renewable Energy Sources,

Technologies, and Public Opinions," in IEEE Access, vol. 7, pp. 63837-63851, 2019, doi: 10.1109/ACCESS.2019.2906402.

Raman, R., Nair, V. K., Nedungadi, P., Sahu, A. K., Kowalski, R., Ramanathan, S., & Achuthan, K. (2024). Fake news research trends, linkages to generative artificial intelligence and sustainable development goals. *Heliyon*, 10(3). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e24727>

Ramírez Autrán, R. (2023). Sesgos y discriminaciones sociales de los algoritmos en inteligencia artificial. *Entretextos*, 15(39), 1-17. <https://doi.org/10.59057/iberoleon.20075316.202339664>

Rane, N. (2023). Roles and challenges of ChatGPT and similar generative artificial intelligence for achieving the sustainable development goals (SDGs). Available at SSRN 4603244. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4603244>

Rüdiger, F. (2011). As teorias da comunicação. Penso, Porto Alegre.

Sa'ad Abdullahi, B. and Pindiga, H.I. (2023). Tracking the Diffusion of Disinformation on the SDGs Across Social Media Platforms. In Servaes, J., Yusha'u, M.J. (eds) SDG18 Communication for All, Volume 2. Sustainable Development Goals Series. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-19459-7_6

Sa'ad Abdullahi, B., & Pindiga, H. I. (2023). Tracking the diffusion of disinformation on the SDGs across social media platforms. In SDG18 Communication for All, Volume 2: Regional Perspectives and Special Cases (pp. 145-174). Cham: Springer International Publishing.

Sáágua, J. (2004). Significado, Verdade e Comunicação. In J.M. Santos & J.C. Correia (Eds.), *Teorias da Comunicação* (pp. 253-280). Estudos em Comunicação. Universidade da Beira Interior.

Servaes, J. and Yusha'u, M.J. (2023). Introduction: The Need for an 18th Sustainable Development Goal—Communication for All. In J. Servaes, & M.J. Yusha'u (Eds) *SDG18 Communication for All*, Volume 1. Sustainable Development Goals Series. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-19142-8_1

Shaw, E. (1979). Agenda-Setting and Mass Communication Theory. *Gazette (International Journal for Mass Communication Studies)*, vol. XXV, n.º 2, pp. 96-105.

Shulman, H. C., & Sweitzer, M. D. (2018). Advancing framing theory: Designing an equivalency frame to improve political information processing. *Human Communication Research*, 44(2), 155–175. <https://doi.org/10.1093/hcr/hqx006>

Skoric, M. M., Zhu, Q., & Lin, J. (2020). Examining the role of social media in political participation: Integration or reinforcement? *Social Science Computer Review*, 38(5), 1–18. <https://doi.org/10.1177/0894439319838479>

Soares, F. B., Recuero, R., Volcan, T., Fagundes, G., & Sodré, G. (2021). Desinformação sobre o Covid-19 no WhatsApp: a pandemia enquadrada como debate político. *Ciência da Informação em Revista*, 8(1), 74–94. <http://dx.doi.org/10.28998/cirev.2021v8n1e>

Souza, C. B. d., Melo, D. S., Relvas, G. R. B., Venâncio, S. I., & Silva, R. P. G. V. C. d. (2023). Promoção, proteção e apoio à amamentação no trabalho e o alcance do desenvolvimento sustentável: uma revisão de escopo. *Ciência & Saúde Coletiva*, 28(4), 1059-1072. <https://doi.org/10.1590/1413-81232023284.14242022>

Stover, J., Avadhanula, L., & Sood, S. (2024). A review of strategies and levels of community engagement in strengths-based and needs-based health communication interventions. *Frontiers in Public Health*, 12, 1231827. Doi: 10.3389/fpubh.2024.1231827

- Suau, J. and Puertas-Graell, D. (2023). Disinformation narratives in Spain: reach, impact and spreading patterns. *El Profesional de la Información*. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.08>
- Sullivan, D. (2024, October 10) Amid hurricanes, the chemtrail conspiracy theory has its moment in the sun. CNN. <https://www.cnn.com/2024/10/10/weather/hurricanes-chemtrail-conspiracy-theory-trump/index.html>.
- Sun, Y., Krakow, M., John, K. K., Liu, M., & Weaver, J. (2016). Framing obesity: How news frames shape attributions and behavioral responses. *Journal of Health Communication*, 21(2), 139–147. <https://doi.org/10.1080/10810730.2015.1039676>
- Tavares, A. F. Q. (2021). *A importância do uso da comunicação estratégica na proteção civil. Geografia, Riscos E Proteção Civil. Homenagem Ao Professor Doutor Luciano Lourenço.* Volume 2, 425-434. https://doi.org/10.34037/978-989-9053-06-9_1.2_30
- Terra, C. F., & Sousa, G. M. S. F. (2020). Opinião Pública em tempos de mídias sociais: midiatização, comunicação desintermediada e Memes. *Opinião pública, comunicação e organizações: Convergências e perspectivas contemporâneas*, 1, 164-177.
- Tewksbury, D., & Scheufele, D. A. (2019). News framing theory and research. In M.B. Oliver, A.A. Raney, J. Bryant (Eds.), *Media effects, Advances in Theory and Research*, 4th Ed. (pp. 51-68). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429491146>
- Touri, M., & Koteyko, N. (2015). Using corpus linguistic software in the extraction of news frames: towards a dynamic process of frame analysis in journalistic texts. *International Journal of Social Research Methodology*, 18(6), 601-616.
- Trappett, L. (2022). *How to Overcome Common Barriers to Community Engagement*. <https://www.socialpinpoint.com/how-to-overcome-common-barriers-to-community-engagement/> (acessível em 13/10/2024).
- UNICEF (2024). Social+ Behaviour Change (SBC). Community Engagement
- United Nations. (2020). Verified initiative: A campaign to combat misinformation around COVID-19 and beyond.
- Valle-Cruz, D. (2019). Public value of e-government services through emerging technologies. *International Journal of Public Sector Management*, 32(5), 530-545. <https://doi.org/10.1108/ijpsm-03-2018-0072>
- Van Der Schoor, T., & Scholtens, B. (2015). Power to the people: Local community initiatives and the transition to sustainable energy. *Renewable and sustainable energy reviews*, 43, 666-675.
- Vázquez-Maguirre, M. (2020). Building sustainable rural communities through indigenous social enterprises: a humanistic approach. *Sustainability*, 12(22), 9643. <https://doi.org/10.3390/su12229643>
- Verma, A., & Nayak, J.K. (2024), "Understanding public sentiments and misbeliefs about Sustainable Development Goals: a sentiment and topic modeling analysis", *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, Vol. 22 No. 2, pp. 256-274. <https://doi.org/10.1108/JICES-05-2023-0073>
- Wallace, L. J., Agyepong, I. A., Baral, S., Barua, D., Das, M., Huque, R., ... & Elsey, H. (2022). The role of the private sector in the covid-19 pandemic: experiences from four health systems. *Frontiers in Public Health*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.878225>

- Wang, L., Wang, Z. X., Zhang, Q., Jebbouri, A., & Wong, P. P. W. (2021). Consumers' intention to visit green hotels – a goal-framing theory perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(8), 1837–1857. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1977937>
- Wang, Y., Zhou, S., & Ma, H. (2020). The role of social media in political participation: A study of the 2016 US presidential election. *Journal of Communication*, 70(4), 619–641. <https://doi.org/10.1093/joc/jqaa026>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking* (Vol. 27, pp. 1-107). Strasbourg: Council of Europe.
- Webb, F. J., Bilello, L., Vaccaro, J., Jones, R., Neff, D., & Gaillard, T. (2024). Community engagement strategies for population health research with culturally diverse adults. *Journal of medicine, surgery, and public health*, 2, 100037. <https://doi.org/10.1016/j.gmedi.2023.100037>
- Wolton, D. (2006). *É preciso salvar a comunicação*. São Paulo, SP: Paulus.
- Wu, Y. and Lin, S. (2021). Integrated approach for exploring critical elements that affect sustainable development of cultural and creative industries. *Journal of Business Economics and Management*, 22(3), 596-615. <https://doi.org/10.3846/jbem.2021.14261>
- Young, J. C. (2021). Disinformation as the weaponization of cruel optimism: A critical intervention in misinformation studies. *Emotion, Space and Society*, 38, 100757.
- Zeemering, E. S. (2021). Sustainability management, strategy and reform in local government. In *Sustainable Public Management* (pp. 141-158). Routledge.
- Zhou, Y., & Shen, L. (2022). Confirmation bias and the persistence of misinformation on climate change. *Communication Research*, 49(4), 500-523.
- Zuboff, S. (2019). The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power, edn. *PublicAffairs, New York*.

Authors Profiles

Teresa Nogueiro has received a PhD from the University of Évora – Portugal in 2023. She is currently a senior technician in the Presidency of the Council of Ministers of Portugal and an invited adjunct professor at the Polytechnic Institute of Setúbal. Her research interests are in the areas of quality, sustainable development and Sustainable Development Goals, Internationalization and Higher Education.

Inês Narciso has received a Master Degree from the University of Leicester – United Kingdom in 2007. She is a Sociology PhD student at ISCTE-IUL. She is currently a senior technician in the Presidency of the Council of Ministers of Portugal and a Researcher at MediaLab ISCTE-IUL. Her research interests are in the areas of sociology, history and archeology and communication.

Margarida Saraiva has received a PhD. from ISCTE Business School – Portugal in 2004. She is currently Associate Professor with Aggregation at the University of Évora - Management Department and a Researcher at BRU-Business Research Unit / ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa, Lisbon, Portugal. Her research interests are in the areas of quality and management.