Soa a falso? Parece mentira? Desordem informacional, jornalismo e cidadania em tempos de incerteza

Sound fake? Sound like a lie?
Informational disorder, journalism
and citizenship in times of uncertainty

Paula Lopes- NIPC@M
Universidade Autónoma de Lisboa
plopes@autonoma.pt

Carlos Pedro Dias - NIPC@M
Universidade Autónoma de Lisboa
cpdias@autonoma.pt
[doi: xxxxxxxxxx](#)

Recebido / Received 10.09.2020	Aceite / Accepted 1.10.2020	Publicado / Published 1.06.2021
-----------------------------------	--------------------------------	------------------------------------

Como citar este capítulo / How to quote this chapter:

Lopes, P. & Dias, C. P. (2021). "Soa a falso? Parece mentira? Desordem informacional, jornalismo e cidadania em tempos de incerteza". In Reis, B., *Um mundo de incertezas: as leituras possíveis de um tempo pandémico* (pp. 29-49). Lisboa: NIP-C@M & UAL, disponível em [xxxxxxxxxx](#). DOI xxxxxxxx

Introdução

Bullshit. Pode parecer provocatório iniciar um texto académico com uma palavra da treta. Na verdade, esta é, assumidamente, uma ideia vampirizada: o filósofo Harry Frankfurt, em “On Bullshit” (2005), definiu-a como uma nova forma de conhecimento, uma “nova forma de discurso” caracterizada pela indiferença: quem a pratica pouco se preocupa se está a dizer a verdade ou a mentir.

Mas terá a verdade algum valor moral, ético, social, neste novo Mundo de “verdades alternativas”, de sobreexposição mediática, de angústia e adição a todo o tipo de conteúdos, de ignorância civilizacional?

Desordem informacional: a banalização do mal

Claire Wardle e Hossein Derakhshan teorizaram, em “Information Disorder – Toward an interdisciplinary framework for research and policy making” (2017), o conceito de desordem informacional. Para os autores, pode ser representada numa espécie de triangulação: informação incorreta (*mis-information*), desinformação (*dis-information*) e má informação (*mal-information*).

No primeiro caso, incluem-se os erros não intencionais, nomeadamente os erros jornalísticos que ocorrem no dia a dia em redações frenéticas com profissionais exaustos e, não raras vezes, em situações de clara precariedade¹.

1 Cf. Exemplo no ponto “O caso específico da Televisão: Conteúdos audiovisuais e novas narrativas”.

No segundo caso, encontram-se os conteúdos propositadamente falsos, fabricados por verdadeiras agências de mentiras, empresas especializadas com motivações comerciais, mas também políticas, ideológicas, económicas ou outras, com uma intencionalidade evidente: causar dano a alguém, a algum grupo, a alguma instituição, a algum país, denegrir, agredir, manipular. Aqui se enquadram as denominadas *fake news*, a questão académica do momento, amplamente pesquisada e refletida por autores nacionais (Amaral, 2019; ERC, 2019; Esteves & Sampaio, 2019; Lopes, 2019; OberCom, 2018, 2019; Pena, 2019) e internacionais (Bakir & McStay, 2018; Comissão Europeia, 2018; Gelfert, 2018; Tandoc, Lim & Ling, 2018; Vosoughi, Roy & Aral, 2018; UNESCO, 2019).

No terceiro caso, embora os objetivos sejam semelhantes aos do ponto anterior, os conteúdos são reais, mas manipulados, retirados de contexto. Terreno fértil para, por exemplo, se enraizar socialmente a normalização do discurso do ódio (Soral, Bilewicz & Winiewski, 2018), seja por racistas, por xenófobos, misóginos, homofóbicos... Por ignorantes que veem o outro como ameaça, como ser inferior, apenas por ser diferente.

Todos os vértices da desordem informacional derivam numa espécie de nova “banalização do mal”, com a devida vénia a Hannah Arendt. Em rigor, já assistimos, dia após dia, a essa banalização do mal e da ignorância coletiva, seja por via de pequenos ditadores (e falamos, como é evidente, de Donald Trump ou Jair Messias Bolsonaro), seja por via de uma sobreexposição me-

diática, em particular digital, sem precedentes. A velocidade de propagação de conteúdos, verdadeiros ou falsos, é estonteante, alucinante, o tempo acelerou como nunca, os cidadãos – e mesmo os jornalistas profissionais – não conseguem resistir (e combater) a esta infoxicação (Cornellà, 2004).

A desordem informacional assume novas e variadas formas. Porquê? Três ou quatro ideias: há mais recursos (nomeadamente digitais, novos *media*, como as redes sociais), mais utilizadores/produtores (não raras vezes, sem qualquer tipo de competências essenciais, como o pensamento crítico), mais conteúdos em rede (e, dado preocupante, é já evidência empírica que o tráfego para sites de desinformação é maior do que para sites de referência, para *media* profissionais onde trabalham jornalistas profissionais), mais velocidade na sua produção, reprodução e distribuição em rede, nas redes.

Mais uma nota: a evidência empírica também tem revelado que, muito embora a percentagem de cidadãos com acesso à Internet tenha aumentado exponencialmente – e o acesso ao digital se faça sobretudo via dispositivos móveis, em particular junto dos mais jovens –, esse aumento tem sido acompanhado por uma emergência de “bolhas epistémicas” e de “câmaras de eco” (Nguyen, 2018), que funcionam com base na algoritmização.

Pensamento crítico em tempos de desordem informacional

O pensamento crítico é uma competência essencial quando pensamos em desordem informacional. Podemos olhar o pen-

samento crítico como “qualidade de pensamento” e essa qualidade tem por base, por motor, a dúvida. Um cidadão que não duvida é um cidadão que não evolui e que, por isso mesmo, é facilmente manipulável. Um cidadão que não duvida é um ser sem reflexividade. Da reflexividade nasce a dúvida, a base do crescimento individual, coletivo, científico.

Podemos olhar o pensamento crítico também como uma competência: a de conseguir formular e resolver problemas em contexto, no dia a dia, em situações reais, de forma responsável e autônoma. Tomar decisões, saber dar respostas adequadas (sociais, emocionais ou outras). Tudo isto afeta (de forma positiva ou negativa) a nossa vida. E tudo isto implica reflexividade.

Essa “qualidade de pensamento” transforma o cidadão ao longo da vida: é um processo contínuo que não se esgota ou congela no tempo. Essa transformação é um recurso, diríamos dos mais importantes recursos na “Idade dos Media” (Lopes, 2017), no século XXI, nas sociedades multimidiáticas impregnadas de informação e de desinformação.

Se não pensarmos criticamente, reflexivamente, como nos protegemos nestes tempos sem tempo e sem concentração, de manifesto déficit de atenção, dadas as solicitações “ao minuto” que nos são reclamadas? Como saberemos selecionar o que é importante para nós, para as nossas vidas, como conseguiremos questionar agendas mais ou menos ocultas (mas sempre deliberadas) e menus mediáticos que nos são “oferecidos”,

questionar o que é notícia e porquê, quem fala e por que o faz, quem está ali representado e porque este e não outro? O pensamento crítico é, repetimos, uma competência essencial à sobrevivência individual, à manutenção de alguma sanidade mental, à manutenção das sociedades democráticas numa época de aparente crise de valores e de confiança nas instituições².

Média e jornalismo: novos desafios

O contexto de desordem informacional apresenta desafios evidentes aos *média* (e ao jornalismo, em particular). Um sector onde, aliás, a palavra “desafio” se tornou onnipresente e onde o jornalismo constitui um excelente campo de investigação, e um bom exemplo da disrupção verificada.

Kung (2015) considera a transformação da imprensa escrita em imprensa digital como similar à das empresas que transportavam mercadorias em carroças puxadas por cavalos e foram obrigadas a transformar-se em companhias de transporte ferroviário. Trata-se de “fechar os estábulos, vender os cavalos e comprar uma empresa de caminhos de ferro”³ (Kung, 2015: 5). Todo um novo processo, portanto, mas um processo em

2 Um estudo coordenado pelo ISCTE-IUL e ICS-UL, divulgado no *Expresso* dia 25 de março de 2020, contraria esta tendência: em tempos de Coronavírus - COVID-19, os portugueses dizem confiar nas instituições: em primeiro lugar, nas Forças Armadas, Polícia e GNR; em segundo lugar, na Direção-Geral de Saúde; em terceiro lugar, no primeiro ministro e, em quarto, no Presidente da República. Os valores situam-se entre os 79 e os 74%. É sublinhado, de forma clara, que há diferenças na amostra, caso o eleitorado se assuma de esquerda ou de direita.

3 Tradução própria. No original: “closing the stables, selling the horses, and buying a railway”.

que as notícias continuam a ser a base. Sejam consideradas parte estruturante da democracia, pelo papel reconhecido ao jornalismo, sejam bens com valor económico indiscutível. Centremo-nos, neste contexto, na definição de jornalismo de Kovach e Rosentiel: “A principal finalidade do jornalismo é oferecer aos cidadãos a informação de que precisam para serem livres e se autogovernarem” (2004: 16).

A atual crise potenciada pela desordem informacional vem, assim, juntar-se a um quadro já complicado para os *media*. Agora, para além das dificuldades decorrentes de um mercado em profunda transformação, junta-se um sério ataque à credibilidade dos *media* e dos profissionais que neles trabalham. Que são, cada vez mais, confrontados com a necessidade de produção de notícias ao ritmo a que o cidadão já se habituou e lutam com a concorrência de todos os conteúdos falsos ou distorcidos que enxameiam as redes. E onde os “cidadãos esperam ver qualquer coisa, em qualquer lugar, a qualquer hora e num dispositivo à sua escolha” (ERC, 2019: 85).

A verdade é que, num setor em permanente adaptação, a desinformação, em particular, pode ter grande impacto. Pela velocidade de disseminação da (des)informação, bem visível no atual cenário de pandemia COVID-19⁴ e pela consequente intoxicação da opinião pública. Mas também pela necessidade de evitar a distorção do trabalho dos jornalistas. Porque as redes

4 Tem sido recorrente a utilização da expressão “contágio” para caracterizar a velocidade de propagação da desinformação, sobretudo através das redes sociais. Veja-se, por exemplo, o jornal *Público* de 23 de março de 2020.

sociais e os *sites* dedicados à desinformação são, cada vez mais, uma fonte de notícias para redações sem recursos e onde o “ir à rua” em busca das notícias se tornou cada vez mais um “ir às redes em busca de notícias”. Redes onde a mentira é espalhada, de forma ardilosa, de modo a captar o interesse de todos e, naturalmente, também o do jornalista. Segundo Frankfurt, o conceito mais fundamental que caracteriza uma mentira é o de falsidade: o mentiroso é, em essência, alguém que divulga de propósito uma falsidade (2005). E a falta de tempo do jornalista agrava a situação. Já em 2016, um inquérito sobre as tendências do jornalismo⁵ apontava a falta de tempo como a maior frustração dos jornalistas⁶.

Como refere João Garcia (2020), “é nas crises que o jornalismo de qualidade faz mais falta”. Porque é preciso ir para a rua fazer jornalismo. E porque “o jornalismo faz-se estando” (Garcia, 2020). É enorme o desafio colocado ao jornalismo e aos jornalistas, num mundo em que a informação se espalha a grande velocidade e em que as pessoas contam receber notícias quase em tempo real. A partir de organizações produtoras de notícias onde o tempo para pesquisar, analisar, validar e produzir informação se tornou cada vez mais escasso por razões económicas, organizacionais e até tecnológicas.

5 *Journalism Trends 2016: a look into the world of journalism & the implications for communicators.*

6 Aspeto curioso deste relatório é o facto de ter sido realizado por uma instituição internacional de Relações Públicas (mynewsdesk.com) e procurar caracterizar o perfil dos jornalistas enquanto destinatários da informação fornecida pelos gabinetes de comunicação das empresas.

E a televisão? Notícias, rotinas profissionais e *fact checking*

O caso da televisão é particularmente complexo. Desde logo, pelo papel do jornalista que não pode remeter-se ao quase anonimato da imprensa e se torna parte da história, pela sua presença, nem que seja apenas pela voz (Manoff & Schudson, 1986: 26). Mas também pela necessidade de alimentar emissões de notícias 24 horas por dia e telejornais de duração alargada, ou pela utilização cada vez mais recorrente de imagens obtidas a partir das redes sociais sem a indispensável validação.

Veja-se um caso relativamente recente: no “Jornal da Noite”, de dia 21 de março de 2020, a SIC emitiu uma peça sobre distúrbios no Reino Unido, recorrendo a imagens obtidas a partir das redes sociais. A peça em questão falava da “paz social” e dos distúrbios provocados por um conjunto de pessoas, em contexto da pandemia COVID-19. Tudo ilustrado com imagens de montras de lojas partidas, autocarros vandalizados e cenas de caos nas ruas. No mesmo dia, um espectador da SIC, aparentemente residente no Reino Unido, “desmonta” a reportagem apresentada pela estação de televisão, provando que as imagens utilizadas dizem respeito a tumultos, sim, mas ocorridos em 2011.

Esta foi uma verdadeira operação de *fact checking* realizada por um espectador. Um trabalho que mereceria, aliás, análise detalhada, até pela forma como é apresentado: uma pessoa de pé⁷, em frente a um televisor, onde está a imagem do estúdio

7 Replicando a tradicional figura do *pivot* televisivo.

do “Jornal da Noite”, da SIC, no exato momento em que o *pivot* se prepara para apresentar a peça em causa. Detalhe-chave na decodificação do erro: o autocarro vandalizado nas imagens tinha um cartaz promocional de um filme estreado em 2011.

Diga-se que a estação de televisão não demorou a reagir e que, em resposta e utilizando a mesma rede, o Twitter, o diretor de informação da SIC, Ricardo Costa, admitiu o erro: “A peça foi retirada do ar e seguir-se-á um pedido de desculpas público. Foi um erro absurdo de falta de verificação básica de um vídeo que estava a circular”. No dia seguinte, a SIC admitiu o erro e apresentou desculpas a todos os espectadores nas principais redes sociais e nos serviços informativos do canal generalista (“Primeiro Jornal” e “Jornal da Noite”).

É claro que a imagem pode enganar, mesmo incluindo fragmentos da realidade (Mateos, 2013: 61). E, no caso da peça que analisámos, é evidente o engano/erro. Porque a desordem informacional é também feita, como já salientámos, de propagação inconsciente de manipulação.

Os alertas para os perigos relacionados com as rotinas de produção de notícias e a eventual manipulação de notícias já não são de agora. Bennet (2001: 153) aponta as rotinas diárias (e as pressões...) no interior das organizações de notícias como um dos fatores capazes de contribuir para distorções. Por seu lado, Wolf destaca a “distorção involuntária” provocada pelas “práticas profissionais” e pelas “rotinas produtivas normais” (1995: 164). Uma análise que deveria ser generalizada nas redações. Porque, “se é consensual que os espectadores precisam de

desenvolver capacidade crítica relativamente à informação, já não é tão aceite a necessidade de reflexão por parte dos profissionais das redações” (Dias, 2019: 49).

Acrescente-se que o papel da televisão pode ser também de grande utilidade: veja-se o exemplo do formato “Polígrafo SIC”⁸, da mesma estação de televisão, que procura contribuir de forma ativa para a desmontagem da desordem informacional. Curiosamente, as televisões parecem ainda pouco preocupadas com as questões da manipulação da imagem, área que pareceria central na sua abordagem. Na nossa opinião, tema que merece, aliás, estudo bastante mais aprofundado.

Necessidade de criação de conteúdos originais

A necessidade de se produzirem conteúdos originais de combate à desordem informacional e, sobretudo, de fortalecimento da literacia mediática é por demais evidente. No caso da peça da SIC, que nos serviu de exemplo, bastou uma falha no cumprimento das regras fundamentais de identificação da origem e veracidade das imagens para criar alarme social. E não podem utilizar-se os argumentos de que se tratou de uma situação excecional (criada pela pandemia COVID-19), que obrigou a alterar o modelo de trabalho das redações de televisão.

É certo que muitas das redações foram obrigadas ao teletrabalho por uma questão de proteção das suas equipas e,

⁸ Apresentado pela SIC desta forma: “Todos os dias lemos e ouvimos muitas notícias e tantas afirmações. Mas em quem podemos acreditar? Onde acaba a verdade e começa a mentira? Vamos traçar uma linha em nome dos factos”.

com isso, as rotinas de produção teriam de ser, obrigatoriamente, readaptadas. Muitas das imagens que chegam às redações (sobretudo a partir das agências de notícias) já foram validadas (pela sua origem em organizações credíveis de distribuição de conteúdos). As imagens obtidas a partir de redes sociais obrigam, sempre, a um profundo trabalho de validação. Que é difícil assegurar pelo jornalista que está isolado em casa em modo de teletrabalho e que é “obrigado” a produzir peças para os serviços informativos. Peças que, em muitos casos, não são verificadas por nenhum editor ou coordenador antes da sua emissão. As redações são, ainda, seja em modo presencial ou teletrabalho, “verdadeiras linhas de montagem de informação, onde não há tempo para reflexão prévia ou análise posterior” (Dias, 2019: 49).

Neste caso, assistimos a um novo papel do espectador. Passada já a discussão sobre o “jornalismo cidadão”⁹, conceito cuja análise não cabe neste trabalho, estamos agora em presença de um eventual “cidadão-verificador”. Ou seja, um espectador que, pelo conhecimento pessoal ou presencial, dispõe das ferramentas necessárias para validar determinada notícia. *Fact checking* na sua forma mais básica, mas não menos eficaz.

Ora, para estimular este olhar crítico sobre a informação, sobre as notícias, é fundamental contribuir para a sua formação enquanto espectador. E essa formação pode e deve ser construída e reforçada através da produção e disseminação de conteúdos formativos na área da literacia da leitura, mediática e digital.

⁹ Que cremos ser uma falácia, um logro.

Conteúdos que ajudem a olhar para qualquer informação, em particular a notícia, e identificar erros, omissões e até limitações resultantes da sua produção. Produzir conteúdos que possam analisar a estrutura de um programa. Ou de um telejornal. Conteúdos que expliquem os mecanismos de validação a que obedece a produção de uma notícia. Entrevistas com jornalistas e apresentadores de programas que ajudem a perceber todo o trabalho invisível na preparação de um programa (reuniões de alinhamento, pesquisa, entrevistas, pré-produção, etc.). E insistir nas ferramentas de leitura crítica da imagem, aspeto fundamental na contemporaneidade.

Conhecer as técnicas base de produção de informação permitirá uma melhor compreensão dos eventuais erros ou distorções. No caso da notícia da SIC, é mais do que evidente que se tratou de um erro e não de uma “notícia” produzida com o objetivo de criar “alarme social”¹⁰. Diferença que poderia ser detetada se os espectadores tivessem um conhecimento mais aprofundado dos processos de validação da informação e de produção de notícias.

Mas não nos limitemos ao jornalismo que aqui nos serviu de exemplo, por ser uma área muito habituada à verificação e discussão. É preciso alargar o processo a todas as áreas dos conteúdos televisivos (e não só), como ao entretenimento, à publicidade, por exemplo. Compreender os mecanismos que levam à construção de determinado conteúdo é fundamental para que o seu consumo seja realizado de forma esclarecida. Permitindo separar o “trigo do joio” e eliminando o efeito

¹⁰ Como afirma o espectador que detetou e divulgou o caso.

contagante da desordem informacional, em particular da desinformação.

Media e educação para os media

Nesta linha reflexiva, digamos que a educação para os *media*, já considerado um direito humano fundamental, parece-nos ser uma das formas (e, por que não assumir, das oportunidades) mais evidentes e eficazes no combate à desordem informacional. A alfabetização mediática é “a mais duradoura e eficaz arma contra a desinformação” (Lopes, 2019: 150). A atitude crítica/pensamento crítico (e, por conseguinte, a reflexividade), face a todos os conteúdos que nos chegam diariamente, ao minuto, nas mais variadas plataformas – releve-se a televisão como principal meio de comunicação social de referência no caso português, como um todo, não segmentando de forma geracional –, é fundamental, em rigor, é vital.

Há, pois, todo um processo de empoderamento a fazer, um processo de capacitação para a participação em todos os sentidos. Não falamos apenas de competências de literacia, em particular a da leitura, a mediática e a digital (no acesso, compreensão e análise, avaliação crítica, produção de comunicações em contexto), mas de competências para a participação social, a intervenção, a “cidadania global” (UNESCO, 2015). Essa capacitação implica que os cidadãos (nós, o povo) aceitem ser parte da solução: reconheçam que, também eles/nós, têm responsabilidades no combate à desordem informacional.

E que essa capacitação começa na família, primeiro agente de socialização do indivíduo, não remetendo – como muitos o fazem – a responsabilidade para a escola e, como é evidente, para os professores.

Será um longo caminho a percorrer, mas os primeiros passos já estão a ser dados. Em Portugal, por exemplo, muitas são as entidades a trabalhar nesse sentido. A nível académico, destacam-se as universidades Nova de Lisboa, de Coimbra, do Minho, o ISCTE-IUL, a Autónoma de Lisboa, a Católica e a Lusófona. A nível institucional central, a Presidência da República, o Governo, o Ministério da Educação, o Conselho Nacional de Educação, o Plano Nacional de Leitura, o Plano Nacional de Cinema, a Rede de Bibliotecas Escolares, o Centro de Formação Profissional de Jornalistas. A outros níveis, a Fundação Calouste Gulbenkian, a DECO, o GILM, o Sindicato dos Jornalistas, a ERC, o OberCom, o MILObs, a RTP.

Estão a ser desenvolvidos projetos junto de alunos de todos os níveis de ensino, do pré-escolar a universitários, a serem ouvidos académicos e jornalistas, a serem formados professores do básico e secundário. Mas, na nossa opinião, tudo parece estar desconcertado, fragmentado, sem ter em conta os contextos (e sem ter em conta que o contexto, cada contexto, condiciona a experiência não há possibilidade de êxito no ensino/aprendizagem) e sem uma política orientadora e centralizada, forte e pragmática. Continuamos o caminho do umbiguismo, do egocentrismo. Como diz a frase atribuída a José Saramago,

“é preciso sair da ilha para ver a ilha. Não nos vemos se não saímos de nós”.

Há que aproveitar os recursos disponíveis (sem os diabolizar), perceber as oportunidades, mas também os riscos e os potenciais danos associados a todo este processo – um processo complexo, ao longo da vida –, fomentando o pensamento crítico e centrando-o no essencial: a dúvida.

Cidadania e participação social

A cidadania não se resume a um sentimento de pertença a um grupo, a uma comunidade, a um conjunto de direitos e deveres, como já reforçámos em “A Idade dos Media” (Lopes, 2017). Há que assumir como uma competência, tal como a literacia, que permitirá ao cidadão a participação social, plena, responsável e esclarecida. Como salientou Bellamy (2008), o conceito conjuga três componentes: a pertença a uma comunidade política democrática, um conjunto de direitos e deveres associados a essa pertença, a participação nos processos políticos, económicos e sociais dessa comunidade.

Muito antes de Bellamy, em 1949/1950, T. H. Marshall definiu cidadania como “o estatuto (status) conferido aos membros plenos de uma determinada comunidade. Todos os que possuem esse estatuto são iguais relativamente a direitos e deveres” (Marshall, 2009: 149). E que direitos são esses? São direitos civis – direitos necessários à liberdade individual: liberdade

da pessoa, liberdade de expressão, de pensamento, de religião (Marshall, 2009: 148), – são direitos políticos – direito de participar no exercício do poder político, como membro de um órgão investido de autoridade política ou como eleitor dos membros de tal órgão (Marshall, 2009: 149) –, são direitos sociais – desde o direito a um certo bem estar e segurança económica, até ao direito de participar plenamente na herança social e de viver a vida de um ser civilizado de acordo com os níveis dessa sociedade (Marshall, 2009: 149) .

Recentemente, em 2018, a Comissão Europeia abordou o tópico da cidadania ativa e da participação social, chamando a atenção para uma abordagem multidimensional à desinformação que teria por base cinco pilares: transparência, literacia mediática e digital, empoderamento de cidadãos e jornalistas, salvaguarda da diversidade e sustentabilidade do ecossistema mediático europeu, promoção da investigação. No ano seguinte, em 2019, o Parlamento Europeu publicou uma proposta de resolução: “Resolução do Parlamento Europeu sobre a interferência eleitoral estrangeira e a desinformação nos processos democráticos nacionais e europeus”.

Ora, o ponto é este: em tempos de desordem informacional e assumindo a cidadania como uma competência essencial que implica conhecimentos, responsabilidade, solidariedade, participação ativa e consciente, e se está – de forma implícita – associada ao capital social/económico/cultural de cada um de nós, não devíamos estar, de forma concertada e muito

pragmática, mais empenhados em mobilizar recursos, atores, instituições, para promover junto dos cidadãos, o povo, uma educação para o pensamento crítico, para a literacia da leitura, dos *media*, do digital, para a educação para a cidadania?

Bibliografia

Amaral, I. (2019). A imagem na era da cultura digital e das narrativas alternativas. In P. Lopes & B. Reis (eds.), *Comunicação Digital: Media, Práticas e Consumos*. Lisboa: NIP-C@M & UAL, disponível em: <https://nipcom.autonoma.pt/wp-content/uploads/2019/04/Nipc@m.pdf>

Bakir, V. & McStay, A. (2018). Fake news and the economy of emotions: problems, causes, solutions. *Digital Journalism*, 6(2), disponível em: https://www.researchgate.net/publication/318575699_Fake_News_and_The_Economy_of_Emotions_Problems_causes_solutions

Bellamy, R. (2008). *Citizenship: A Very Short Introduction*. New York: Oxford University Press.

Bennet, W. L. (2001). *News: The Politics of Illusion*. New York: Addison Wesley Longman.

Comissão Europeia (2018). *A Multi-Dimensional Approach to Desinformation*. Bruxelas: Comissão Europeia, disponível em: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/6ef4df8b-4cea-11e8-be1d-01aa75ed71a1>

Cornellà, A. (2004). *Infoxicación: buscando un orden en la infomación*. Barcelona: Infonomia, disponível em: https://www.instituteofnext.com/wp-content/uploads/2014/05/948_infoxicacion.pdf

Dias, C. P. (2019). Os diretos de informação televisiva e a manipulação do tempo e do espaço. In P. Lopes & B. Reis (eds.), *Comunicação Digital: Media, Práticas e Consumos*. Lisboa: NIP-C@M & UAL, disponível em: <https://nipcom.autonoma.pt/wp-content/uploads/2019/04/Nipc@m.pdf>

Entidade Reguladora para a Comunicação Social, ERC (2019). *A Desinformação—Contexto Europeu e Nacional*. Lisboa: ERC, disponível em: <https://www.flipsnack.com/ERCpt/estudo-a-desinforma-o-contexto-europeu-e-nacional/full-view.html>

Esteves, F. & Sampaio, G. (2019). *Viral – A Epidemia de Fake News e a Guerra da Desinformação*. Editora Desassossego.

Frankfurt, H. (2005). *On Bullshit*. Princeton: Princeton University Press.

Garcia, J. (2020). Um vírus a infetar o jornalismo. *Jornal Expresso*, disponível em: https://expresso.pt/opiniao/opiniao_joao_garcia/2020-03-21-Um-virus-a-infetar-o-jornalismo

Gelfert, A. (2018). Fake news: a definition. *Informal Logic*, 38(1), disponível em: https://informallogic.ca/index.php/informal_logic/article/view/5068

Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2004). *Os Elementos do Jornalismo: O que os Profissionais do Jornalismo Devem Saber e o Público Exigir*. Lisboa: Porto Editora.

Kung, L. (2015). *Innovators in Digital News*. Oxford: University of Oxford, Reuters Institute for Study of Journalism.

Lopes, P. (2017). *A Idade dos Media*. Faro: Sílabas e Desafios/UAL/Laranja.

Lopes, P. (2019). Mentiras, pegadas e algoritmos: da necessidade de uma educação para os *media*. In P. Lopes & B. Reis (eds.), *Comunicação Digital: Media, Práticas e Consumos*. Lisboa: NIP-C@M & UAL, disponível em: <https://nipcom.autonoma.pt/wp-content/uploads/2019/04/Nipc@m.pdf>

Manoff, R. K. & Schudson, M. (1986). *Reading the News*. New York: Random House.

Marshall, T. H. (2009), *Citizenship and social class*. In J. Manza & M. Sauder, *Inequality and Society*. New York: W.W. Norton and Co.

Mateos, C. (2013). El directo ético y el directo patético en los informativos de televisión. *Comunicación et Medios*, 28, disponível em: <https://comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/view/29700>

Nguyen, C. (2018). Echo chambers and epistemic bubbles. *Episteme*, disponível em: https://www.researchgate.net/publication/327633237_Echo_chambers_and_epistemic_bubbles

OberCom (2018). *As Fake News numa Sociedade Pós-Verdade*. Lisboa: OberCom, disponível em: <https://obercom.pt/as-fake-news-numa-sociedade-pos-verdade-contextualizacao-potenciais-solucoes-e-analise/>.

OberCom (2019). *Fake News em Ano Eleitoral*. Lisboa: OberCom, disponível em: https://obercom.pt/wp-content/uploads/2019/10/FakeNews_OberCom_2019.pdf

Pena, P. (2019). *Fábrica de Mentiras. Viagem ao Mundo das Fake News*. Carnaxide: Objectiva.

Silverman, C. (2016). This analysis shows how fake election news stories outperformed real news on Facebook. *BuzzFeed News*, disponível em: <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook>

Soral, W., Bilewicz, M. & Winiewski, M. (2018). Exposure to hate speech increases prejudice through desensitization". *Aggressive Behavior*, 44 (2), disponível em: https://www.researchgate.net/publication/319536483_Exposure_to_Hate_Speech_Increases_Prejudice_through_Desensitization

Tandoc, E. C., Lim. Z. W. & Ling, R. (2018). Defining 'fake news': a typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), disponível

em: https://www.researchgate.net/publication/319383049_Defining_Fake_News_A_typology_of_scholarly_definitions

UNESCO (2019). *Journalismo, Fake News & Desinformação: Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo*. Paris/Brasil: UNESCO, disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368647>

UNESCO (2015). *Global Citizenship Education: Topics and Learning Objectives*. Paris: UNESCO, disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232993>

Vosoughi, S., Roy, D. & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online". *Science*, 359(6380), disponível em: <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>

Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017) *Information Disorder – Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Strasbourg: Council of Europe, disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>

Wolf, M. (1995). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença.